

## واکاوی مطالعات گردشگری ایران از نظر موضوعی و روش شناختی و ترسیم آینده مطالعات پژوهشی

قاسم زارعی<sup>۱</sup>، زینب محمودی پاچال<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۵/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۸/۱۰

### چکیده

یکی از نیازهای زمینه‌های مطالعاتی، شناسایی روندهای موجود و بررسی شکاف نظری در مطالعات قبلی است تا از این طریق بتوان مسیر مطالعات آتی را مشخص کرد؛ مطالعات گردشگری نیز از این قاعده مستثنا نیست. هدف از این پژوهش، ضمن بررسی پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه گردشگری از نظر موضوعی و روش‌شناسی، شناسایی شکاف‌های موجود است. رویکرد اصلی این پژوهش کیفی و برپایه مطالعات اسنادی است و جامعه آماری آن کلیه مقالات علمی - پژوهشی چاپ شده از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ نشریات پژوهشی گردشگری (۳۷۳ مقاله) است. بنابر نتایج پژوهش، گردشگری شهری از بین انواع گردشگری بر مبنای مکان مقصد، گردشگری طبیعت‌گرا از بین انواع گردشگری بر مبنای نوع (ماهیت) فعالیت، و گردشگری فرهنگی و هنری (گردشگری میراث) از بین انواع گردشگری بر مبنای موضوع بیشترین مطالعات را به خود اختصاص داده است. همچنین از نظر روش‌شناسی، مطالعات کمی، کاربردی، داده‌های حاصل از پرسش‌نامه و مطالعه میان گردشگران داخلی بیشترین مطالعات را به خود اختصاص داده است. بر اساس نتایج این تحقیق پیشنهاد می‌شود مجلات گردشگری، با اختصاص شماره‌هایی به موضوعات خاص، در جهت رفع شکاف موجود در مطالعات گردشگری داخلی گام بردارند. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهشگران و مجلات حوزه گردشگری به سمت استفاده از رویکردهای کیفی و ترکیبی و نیز ابزارهایی همچون مصاحبه و مشاهده سوق داده شوند.

**واژه‌های کلیدی:** مطالعات گردشگری، موضوعات گردشگری، روش‌شناسی، پیشنهاد مسیر مطالعات آتی

۱- نویسنده مسئول: دانشیار مدیریت دانشگاه محقق اردبیلی (info@drgz.ir)

۲- فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت گردشگری دانشگاه محقق اردبیلی

## مقدمه

هر رشته مطالعاتی برای پیشرفت نیازمند مطالعه مستمر الگوها و روند تاریخی خود است تا از این طریق دیدگاه‌هایی برای توسعه‌های محتمل آتی و مفاهیمی به‌دست آید که به تکمیل دانش کمک می‌کند (Dwivedi et al., 2011). با وجود این‌که صنعت گردشگری صنعتی چندبعدی شناخته می‌شود که از سال ۱۹۵۰ رشد بین‌المللی داشته (Bierzynski, 2011, p. 6)، مطالعات دانشگاهی پیرامون آن از دهه ۱۹۹۰ جهانی‌تر شده و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌ویژه اینترنت، تعدد نشریات علمی بین‌المللی در زمینه مطالعات گردشگری، کتاب‌های تخصصی و اطلس‌های گردشگری، توسعه گروه‌های آموزشی - دانشگاهی گردشگری، برگزاری هرچه‌بیشتر کنفرانس‌ها و همایش‌های تخصصی گردشگری در جهان، ایجاد سازمان‌های تخصصی گردشگری و افزایش روزافزون اهمیت اقتصادی گردشگری را از مهم‌ترین دلایل جهانی‌شدن مطالعات گردشگری به‌شمار می‌آورند (بیات و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۱۳).

با توجه به این‌که ایران نیز، به‌علت تنوع جاذبه‌های گردشگری، پتانسیل‌های بالقوه لازم برای ایجاد و توسعه انواع گردشگری را دارد، اندیشمندان و برنامه‌ریزان درباره گونه‌شناسی و انواع گردشگری که امروزه در ادبیات و متون دیده می‌شود تعاریف گوناگونی ارائه کرده‌اند و حتی برخی تمایل دارند اسامی جدیدی در این زمینه ابداع کنند. گونه‌هایی که در بسیاری از موارد مترادف و زیرمجموعه یکدیگرند و تعاریف آن‌ها شباهت‌های بسیاری با یکدیگر دارد، به‌نحوی که مرزهای تعاریف از هم تفکیک نشده و هم‌پوشانی‌های بسیاری با هم دارند (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۲، ص ۲۹). باین‌حال، معیارهای گوناگونی برای گونه‌شناسی گردشگری وجود دارد که پژوهشگران در مطالعات خود برای پاسخ به پرسش‌ها از آن بهره می‌گیرند. ازسوی دیگر، یکی از مباحث مهم در هر رشته مطالعاتی، روش‌های متداول در پژوهش‌هاست که پژوهشگران، با توجه به دامنه وسیع حوزه‌ها و رشته‌های مرتبط با گردشگری، از جنبه‌های متفاوت به بررسی موضوعات و مسائل مدنظر خود پیرامون گردشگری می‌پردازند و در مطالعات خود، برای پاسخ به پرسش‌ها، روش‌ها و رویکردهای متفاوتی را به‌کار می‌گیرند.

هدف اصلی از مطالعات مروری تحلیل پژوهش‌هایی است که در حوزه‌ای مطالعاتی انجام گرفته است. مطالعات مروری، در کنار مشارکت بالایی که در توسعه دانش دارند، حوزه مطالعاتی بسیار گسترده و متنوعی دارند (Law et al., 2012). هدف اصلی از این پژوهش بررسی موضوعی و روش‌شناختی مطالعات انجام‌شده حوزه گردشگری در ایران است تا، با توجه به یافته‌ها و نتایج آن، خلأهای مطالعاتی موجود شناسایی شود و مسیر مطالعات آتی حوزه گردشگری پیشنهاد شود. متأسفانه گاهی شاهد آنیم که برخی زمینه‌های مطالعاتی بسیار مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته و بخش عظیمی از مطالعات را به خود اختصاص داده ولی برخی زمینه‌های دیگر، علی‌رغم اهمیتی که دارند، چندان و یا اصلاً مورد توجه و پژوهش محققان دانشگاهی و غیردانشگاهی قرار نمی‌گیرند. گردشگری به‌عنوان صنعتی چندوجهی با دامنه وسیعی از فعالیت‌ها، زمینه‌ها و زوایای گوناگون از این

قاعده مستثنا نبوده و نخواهد بود. بنابراین می‌توان مطالعات صورت‌گرفته پیرامون آن را از جنبه‌های متفاوت بررسی کرد تا ابعادی که مورد توجه قرار نگرفته شناسایی شود و با مطالعه آن‌ها از توجه مضاعف به زمینه‌های خاص و مطالعات مکرر کاسته شود و زمینه‌های دیگر و تازه‌ای از گردشگری شناسایی شود. در همین راستا، با توجه به این‌که ایران، با داشتن جاذبه‌های بسیار و متنوع، ظرفیت‌های بسیاری در قالب انواع گردشگری دارد، مطالعات مربوط به گردشگری ایران از نظر موضوعات گردشگری و روش‌شناسی مورد کندوکاو قرار می‌گیرد تا موضوعات مختلف گردشگری مطالعه شود و روش‌های به‌کاررفته در مطالعات گردشگری شناسایی شود و بدین طریق پژوهشگران پیش از اقدام به پژوهش‌های آتی خود تصویری از مطالعات قبلی پیش رو داشته باشند و در انتخاب موضوع و روش مطالعه دقت بیشتری کنند. چنین نمونه‌ای در بررسی‌های پژوهشگران در این پژوهش یافت نشده و به‌نظر می‌رسد تاکنون چنین پژوهشی صورت نگرفته باشد. در نتیجه نتایج این پژوهش مفید واقع خواهد شد و پژوهشگران حوزه گردشگری از آن بهره خواهند گرفت. از این‌رو، این تحقیق به‌دنبال پاسخ به سؤالات زیر انجام شده است:

۱. پراکنش مطالعات گردشگری در ایران از منظر جغرافیایی و موضوعی چگونه است و خلأهای مطالعاتی در این زمینه کدام‌اند؟
۲. پراکنش مطالعات گردشگری ایران از منظر روش‌شناسی چگونه است و کدام روش‌ها نیاز به توجه بیشتری در این حوزه دارند؟

### مبانی نظری

بیشتر مطالعات اولیه در زمینه گردشگری بر مطالعه شرایط زمینه‌ساز توسعه گردشگری در مناطق مختلف جغرافیایی تأکید دارند (بیات و همکاران، ۱۳۹۲). مفهوم گردشگری برای شبکه‌ای از فعالیت‌ها به‌کار برده می‌شود (شاه‌آبادی و مهری تلیابی، ۱۳۹۵). گردشگرانی که به مقصد گردشگری سفر می‌کنند ممکن است انگیزه‌های متفاوتی داشته باشند (رنجبریان و همکاران، ۱۳۹۵). بنابراین، گردشگری گونه‌های متعددی دارد و می‌توان از جنبه‌های گوناگون آن را دسته‌بندی کرد.

پاپلی یزدی و سقایی گردشگری را بر مبنای مکان مقصد به انواع گردشگری شهری، گردشگری روستایی، گردشگری عشایری قومی قبیل‌های؛ گردشگری در طبیعت؛ گردشگری ساحلی و دریایی؛ گردشگری کوهستانی، گردشگری هوا - فضا و گردشگری زیست‌محیطی تقسیم می‌کنند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۲، ص ۴۸ و ۴۹). ضیایی و تراب احمدی (۱۳۹۲) انواع گردشگری را براساس نوع (ماهیت) فعالیت در ۱۱ یازده دسته کلی جای داده‌اند: گردشگری طبیعت‌گرا (اکوتوریسم)؛ گردشگری فرهنگی؛ گردشگری تجاری؛ گردشگری مذهبی و زیارتی؛ گردشگری ماجراجویانه؛ گردشگری سلامت؛ گردشگری آموزشی؛ گردشگری دیدار از اقوام و آشنایان؛ گردشگری ورزشی؛ گردشگری نوستالژیک؛ گردشگری عصرنوین (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۲، ص ۳۱-۳۴). پاپلی یزدی و سقایی، در تقسیم‌بندی دیگری، انواع گردشگری را در نوزده دسته کلی جای داده‌اند: گردشگری دریایی؛ گردشگری برف؛ گردشگری فرهنگی؛ گردشگری اجتماعی؛ گردشگری علمی - آموزشی؛ گردشگری

بهداشتی (سلامت، معالجه)؛ گردشگری در طبیعت؛ اکوتوریسم؛ گردشگری ورزشی؛ گردشگری چشم‌اندازهای کشاورزی و عشایری؛ گردشگری شکار و صید؛ گردشگری تجاری؛ گردشگری سیاسی؛ گردشگری آثار جنگ؛ گردشگری زیارت اهل قبور؛ گردشگری گتوها؛ گردشگری فضاهای صنعتی - معدنی؛ گردشگری تبهکاری؛ گردشگری مجازی (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۲، ص ۴۹-۵۳). یکی از مراحل مهم پژوهش انتخاب «روش تحقیق»<sup>۱</sup> است. اگر روش تحقیق به‌خوبی و درستی انتخاب نشود، نتیجه و اعتبار تحقیق مورد تردید قرار می‌گیرد. روش‌های متعددی در تحقیقات علمی وجود دارد که به‌صورت گوناگون طبقه‌بندی شده‌اند (احمدی، ۱۳۹۱، ص ۳۵ و ۳۶).

پژوهش‌ها از نظر رویکرد تحقیق در سه رویکرد پژوهش‌های کمی، کیفی و ترکیبی قرار می‌گیرند (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۸۱). در پژوهش ممکن است چهار هدف متفاوت دنبال شود؛ گاهی هدف از پژوهش حل مسئله‌ای متداول و معمول در محیط کار است؛ گاهی هدف ارتقای دانش در حوزه‌ای خاص است؛ گاهی بررسی پیشنهادهای پژوهش‌های کاربردی و گاهی توسعه پژوهش قبلی است. هرگاه پژوهشی به قصد به‌کارگیری نتایج یافته‌های آن در حل مسئله خاص متداول درون سازمان انجام شود، آن را پژوهش کاربردی می‌نامند؛ و هرگاه به‌منظور افزایش دانش و درک ما از مسائل خاصی که عموماً در محیط‌های سازمانی اتفاق می‌افتد و چگونگی حل آن‌ها صورت گیرد، آن پژوهش را بنیادی یا پایه‌ای<sup>۲</sup> یا محض<sup>۳</sup> گویند؛ و زمانی که هدف بررسی ارزیابی تأثیرات توصیه‌های پژوهش‌های کاربردی باشد، آن را پژوهش از نوع ارزشیابی می‌نامند؛ سرانجام هرگاه هدف از انجام پژوهش توسعه دانشی از حوزه بنیادی یا کاربردی باشد آن پژوهش را از نوع توسعه‌ای<sup>۴</sup> گویند (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۳۲).

روش گردآوری داده‌ها را می‌توان به سه دسته طبقه‌بندی کرد: ۱. روش اسنادی (مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد و مدارک)؛ ۲. روش میدانی (مشاهده، مصاحبه‌های اکتشافی، جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسش‌نامه‌ها، آزمون‌ها و نظایر آن)؛ ۳. روش آزمایشگاهی (به‌منظور اعمال کنترل و دست‌کاری متغیر مستقل و سنجش اثر آن بر متغیر وابسته صورت می‌گیرد که بیشتر در علوم طبیعی مانند فیزیک، شیمی و نظایر آن به‌کار می‌رود).

برای گردآوری داده‌ها نیز به‌طور کلی چهار ابزار عمومی وجود دارد که هر یک کاربرد ویژه‌ای در انجام پژوهش دارند: الف) سندکاوی (اسناد و مدارک)؛<sup>۵</sup> ب) مشاهده؛<sup>۶</sup> ج) مصاحبه؛<sup>۷</sup> د) پرسش‌نامه<sup>۸</sup> (احمدی، ۱۳۹۱، ص ۱۶۰ و ۱۶۱)؛ دانایی‌فرد و همکاران (۱۳۹۳)، علاوه بر این چهار ابزار، «ابزار فیزیکی یا نرم‌افزاری» را نیز برای گردآوری داده‌ها معرفی کرده‌اند.

رنجبریان و زاهدی در سال ۱۳۸۹ چهار گروه ذی‌نفع را برای صنعت گردشگری عنوان کرده‌اند:

1. method of research
2. Basic and fundamental research
3. Pure research
4. Developmental research
5. text
6. observation
7. interview
8. questionnaire

نخستین گروه گردشگرانی که در پی تأمین و ارضای انگیزه‌ها و خواسته‌های خویش‌اند؛ دومین گروه، فعالان اقتصادی همچون هتل‌ها، رستوران‌ها، شرکت‌های حمل‌ونقل، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری و عرضه‌کنندگان سوغات و هدایا که زمینه عرضه این کالاها و خدمات را در مقصد گردشگری فراهم می‌کنند؛ سومین گروه ذی‌نفع مدیریت کلان کشور مقصد است؛ سرانجام چهارمین گروه ذی‌نفع را باید جامعه محلی در مقصد گردشگری دانست (حبیبی و کرماجیان، ۱۳۹۵).

نمونه‌های این پژوهش، با توجه به نمونه‌های مطالعات بررسی‌شده، شامل گردشگران داخلی (گردشگران ایرانی که در داخل ایران مسافرت کرده بودند)، گردشگران خارجی (که به ایران مسافرت کرده بودند)، گردشگران ترکیبی (گردشگران ایرانی و خارجی که در داخل ایران مسافرت کرده بودند)، جامعه محلی (ساکنان مقاصد گردشگری)، گروه سازمانی (کارکنان نهادها و سازمان‌ها یا وابسته به آن‌ها)، اسناد سازمانی (اسناد و مدارک مراکز آماری یا سازمان‌های متولی گردشگری یا منابع اطلاعاتی معتبر) و فعالان گردشگری (گروه‌ها یا افراد فعال در زمینه گردشگری مانند سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و...) است.

### پیشینه پژوهش

هوز-کوریا<sup>۱</sup> و همکاران (2018) در مطالعه‌ای، با هدف بررسی تحولات پژوهش‌های گردشگری پزشکی، مقالات گردشگری پزشکی را از سال ۱۹۳۱ تا ۲۰۱۶ بررسی کردند. نتایج این بررسی شش خوشه از موضوعات را نشان می‌دهد: ۱. مسائل مربوط به پیامدهای اخلاقی، اعتماد و اعتبار؛ ۲. سلامتی، گردشگری آب‌گرم و کیفیت خدمات؛ ۳. مسائل مرتبط با سلامت، درمان‌های پزشکی و گردشگری؛ ۴. فعالیت‌های حساس در گردشگری پزشکی؛ ۵. مقاصد گردشگری پزشکی و بازاریابی؛ ۶. جهانی‌سازی، سیاست‌ها و تأثیر بر بیماران بین‌المللی. همچنین در این پژوهش، براساس مقالات موجود، این‌گونه عنوان شده که «تحقیقات درباره گردشگری پزشکی از سال ۱۹۸۷ تاکنون گسترش یافته و، با انتشار مقاله‌ها و مجله‌های متعددی که موجب گسترش و توسعه دانش در این موضوع و تشکیل جوامع علمی برای تحقیقات آتی شده، روند روبه‌رشدی داشته است. افزایش نشریات در زمینه گردشگری پزشکی از سال ۲۰۱۰ به روند نسبتاً ثابت با بیشترین تعداد اسناد منتشرشده در سال ۲۰۱۵ انجامیده که نشان می‌دهد این نوع گردشگری در دانشگاه‌های جهان بیش‌ازپیش به رسمیت شناخته شده است».

در تحلیلی نظام‌مند از مطالعات مروری گردشگری که شین کیم و همکاران در سال ۲۰۱۸ انجام دادند، ۱۷۱ مطالعه مروری منتشرشده در بیست مجله برجسته مهمان‌نوازی و گردشگری (چهار مجله متمرکز در مهمان‌نوازی، سیزده مجله متمرکز در گردشگری و سه مجله متمرکز در گردشگری و مهمان‌نوازی) را مورد بررسی قرار دادند. آنان در این پژوهش، مطالعات مروری را به پنج نوع طبقه‌بندی می‌کنند: ۱. مرور انتقادی/روایی، ۲. مرور موضوعی/کیفی، ۳. مرور کمی/نظام‌مند، ۴. مرور فراتحلیل، ۵. مرور روش‌های ترکیبی. نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش عبارت است از: ۱. تعداد

مطالعات مروری منتشر شده در مجلات متمرکز بر گردشگری (۱۰۵ مورد، ۶۱ درصد) تقریباً دو برابر مطالعات مروری مجلات اختصاصی مهمان‌نوازی (۵۶ مورد، یعنی ۳۳ درصد) است. ۲. به‌طور کلی، ۴۲ (۲۵ درصد) مطالعه مروری از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۱ و ۱۰۷ (۶۳ درصد) از سال ۲۰۱۲ تا اوایل ۲۰۱۶ منتشر شده است. در سال ۲۰۱۵، ۳۱ مطالعه مروری و در نیمه نخست سال ۲۰۱۶، ۲۶ مطالعه مروری منتشر شده یا در مراحل انتشار بوده است. ۳. محبوب‌ترین موضوع، موضوعات اقتصادی و مالی بوده است. دومین موضوع مورد علاقه رفتار مشتری و بعد از آن بازاریابی بوده است. ۴. از نظر روش‌شناسی، ۹۶ بررسی کیفی شامل ۳۶ روایت و ۶۰ بررسی موضوعی، ۷۳ بررسی کمی شامل ۵۸ مورد بررسی نظام‌مند و ۱۵ مورد بررسی فراتحلیل بوده است. ۵. در بررسی مقالات مروری مورد پژوهش مشخص شد که جست‌وجوی کلیدواژه (۹۴ مورد) رایج‌ترین روش جمع‌آوری داده‌ها برای مقالات مروری بوده است؛ ۶. اندازه نمونه در مطالعات از ۱۰ تا ۱۰ هزار متغیر بوده و میانگین تعداد آن‌ها برابر با ۴۹۶ است. در کل، در ۲۹ مطالعه مروری (۱۷ درصد) کمتر از ۵۰ نمونه، در ۳۵ مطالعه (۲۰ درصد) اندازه نمونه‌ها بین ۵۰ تا ۱۰۰ نمونه و در ۲۵ مطالعه (۱۵ درصد) حجم نمونه ۱۵۰ تا ۲۰۰ بوده است. در این پژوهش مشاهده شد که مطالعات مروری نظام‌مند بیشترین حجم نمونه (۷۳۱) را دارند و پس از آن مطالعات مروری موضوعی (۴۳۳) و مطالعات مروری روایی (۱۲۴) قرار دارند (Shinae Kim et al., 2018).

در پژوهش ریچارد، با عنوان «گردشگری فرهنگی: مروری بر تحقیقات و روندهای اخیر» این نتیجه به‌دست آمد که مطالعات گردشگری فرهنگی از تعداد کمتر از ۱۰۰ در سال ۱۹۹۰ به بیش از ۶ هزار در سال ۲۰۱۶ افزایش یافته و به‌ویژه در سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵ افزایش چشمگیری داشته است. همچنین نشریات گردشگری فرهنگی که بخشی از نشریات گردشگری است تا سال ۲۰۱۷ حدود ۵ درصد افزایش یافته است (Richards, 2018).

رایان<sup>۱</sup> (2017)، در مطالعه‌ای با عنوان «روندهای آینده در تحقیقات گردشگری-نگاهی رو به آینده: آینده چشم‌انداز مدیریت گردشگری»، محرک اصلی پژوهش‌های دانشگاهی در زمینه گردشگری را این‌چنین عنوان کرده است: ۱. تغییرات در دانشگاه‌ها و تغییر وضعیت دانشگاهیان و محیط کار آنان؛ ۲. تغییرات در فرایندهای انتشار؛ ۳. تغییر در خودگردشگری و به‌تبع آن افزایش در تعداد و تنوع محصولات؛ ۴. تغییر در ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها؛ ۵. تغییر در فناوری اطلاعات.

در مطالعه‌ای با عنوان «مفهوم‌سازی گردشگری میراث: روند پژوهش در جهت رشد زمینه مورد مطالعه»، که تایموتی در سال ۲۰۱۷ انجام داد، این‌گونه بیان شد که «چندین روند پژوهشی در زمینه گردشگری میراث بررسی شده که این روندها ارتباطات تجربی با میراث، مرزهای مبهم بین گردشگری، تعاریف دقیق‌تر از ترکیب گذشته و پیشرفت‌های فناورانه امروزی را نشان می‌دهد و بیانگر آن است که رشد سریع در دانش گردشگری میراث بیشتر بر تجربه، هویت، مدیریت، مکان و توانمندسازی متمرکز است تا امور مربوط به عرضه و تقاضا که مقدم بر آن است. همچنین در این

1. Ryan

تحقیق خاطرنشان شده که تغییرات در نحوه برخورد پژوهشگران گذشته با فرهنگ نشان می‌دهد که فرهنگ، به‌عنوان یک زمینه مطالعاتی در حال رشد، هم در جایگاه محور پژوهش‌های علمی و هم به‌منزله یک محصول گردشگری مصرفی از محبوبیت فزاینده‌ای برخوردار است» (Timothy, 2017).

میوزینگوزی<sup>۱</sup> (2016) در پژوهشی مطالعات گردشگری قطر را مورد ارزیابی قرار داد. وی در این پژوهش، با جست‌وجو در هفت پایگاه داده، ۲۸ مقاله درباره گردشگری قطر شناسایی کرد و با تحلیل محتوا مورد ارزیابی قرار داد. بنابر نتایج اصلی این پژوهش، موضوعات پژوهشی غالب عبارت‌اند از: گردشگری ورزشی (۳۵/۷ درصد)، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری (۱۷/۹ درصد) و میراث (۷/۱۰ درصد) و سایر موضوعات تحقیق گردشگری در نشریات علمی شامل موضوعات سیاسی (۷/۱ درصد)، بازاریابی (۷/۱ درصد)، مطالعات حمل‌ونقل هوایی (۷/۱ درصد)، مطالعات مهمان‌نوازی (۷/۱ درصد)، قوانین گردشگری (۳/۶ درصد) و اقتصاد گردشگری (۳/۶ درصد). بنابراین، موضوعاتی که در زمینه گردشگری قطر بررسی شده‌اند شامل جامعه‌شناسی گردشگری، انگیزه‌های گردشگری، روابط میزبان و مهمان، جغرافیای گردشگری، توسعه سرمایه‌گذاری جدید، طراحی چشم‌انداز، گردشگری روستایی، مدیریت تفریحی، تاریخچه گردشگری، مدیریت سازمان‌های گردشگری و آموزش و پرورش گردشگری (مهمان‌نوازی) است. از دیدگاه روش‌شناختی، در ۶۸ درصد این مقالات از نوع داده ثانویه استفاده شده بود. علاوه‌براین، بسیاری از نویسندگان روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها، اعتبار، اعتماد و محدودیت‌های تحقیق را نادیده گرفتند. از این رو، موضوعات تحقیقاتی زیادی وجود دارد که پژوهشگران حال و آینده، برای افزایش درک ما از توسعه گردشگری و تأثیر آن در قطر، باید بررسی کنند. یکی دیگر از مشاهدات این پژوهش این است که هیچ‌کدام از مقالات پژوهشی درباره گردشگری قطر در مجلات گردشگری معتبر منتشر نشده است. قلانی اذعان داشته که محققان پژوهشی صنعت گردشگری قطر باید با انتشار مقالات خود در نشریات برجسته گردشگری و مهمان‌نوازی تحقیقات خود را ارتقا دهند.

کاسگلو و همکاران در سال ۲۰۱۶ در پژوهشی مطالعات کتاب‌شناختی در گردشگری را ارزیابی کردند. آنان در این پژوهش ۱۹۰ مقاله را (که معیارهای مدنظر پژوهش را داشتند) با روش تحلیل کتاب‌شناختی از نه مجله برجسته مهمان‌نوازی و گردشگری انتخاب کردند و مورد تحلیل انتقادی قرار دادند. تحقیقات نشان می‌دهد که مقالات کتاب‌شناختی منتشرشده در این نشریات پس از سال ۲۰۰۸ افزایش چشمگیری یافته است. با این حال، مطالعات مروری نظام‌مند گروه اصلی بودند و در مقابل، در مطالعات نسبتاً کمی از ارزیابی مطالعات کتاب‌شناختی و ارتباطی استفاده شده بود. بنابراین، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در این زمینه هنوز کمبود وجود دارد؛ به‌ویژه در زمینه مطالعات کتاب‌شناختی مربوط به گردشگری این کمبود محسوس‌تر است (Koseoglu et al., 2016).

بیات و همکاران (۱۳۹۲) مطالعات گردشگری روستایی در ایران (۱۳۶ مقاله علمی - پژوهشی چاپ‌شده در نشریات کشور) را بررسی کردند و به این نتیجه دست یافتند که بیشترین پژوهش‌ها در استان‌های تهران و مازندران انجام شده و مجموعه مطالعات به پنج محور برنامه‌ریزی و توسعه

گردشگری، آثار و پیامدهای گردشگری، ارزش گذاری اقتصادی گردشگری، تحلیل گسترش جغرافیایی و سنجش پایداری گردشگری تقسیم می شود و مطالعات غالباً به روش کمی انجام شده است.

### روش شناسی پژوهش

رویکرد اصلی این پژوهش کیفی و برپایه مطالعات اسنادی است و جامعه آماری آن شامل کلیه مقالات علمی - پژوهشی انتشار یافته از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ در چهار نشریه معتبر و مورد تأیید وزارت علوم تحقیقات و فناوری یعنی مجلات گردشگری و توسعه، مطالعات اجتماعی گردشگری، مطالعات مدیریت گردشگری، و برنامه ریزی و توسعه گردشگری است (جدول ۱). تمامی ۳۷۳ مقاله این دوره پنج ساله، با روش کتابخانه‌ای و جست‌وجو در سایت نشریات، به صورت پیدای اف (در اردیبهشت ۱۳۹۶) دانلود شده و تمامی موارد لازم برای پژوهش، به منظور پاسخ گویی به پرسش‌های مدنظر، با روش کدگذاری استخراج، دسته بندی و تنظیم شده است؛ با روش کدگذاری ساده در نرم افزار اس پی اس اس برای هر مورد کدی در نظر گرفته شده و سپس داده‌ها در نرم افزار ثبت شده است. پس از آن، برای شناسایی روند مطالعات، تحلیل‌های مدنظر با روش‌های آماری صورت گرفته است.

جدول ۱: روند زمانی مطالعات گردشگری

سال						مجله
کل	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	
۳۷۳	۸۰	۷۸	۷۱	۷۶	۶۸	تعداد مقالات علمی - پژوهشی چاپ شده

منبع: یافته‌های پژوهش

### یافته‌ها

#### الف) پراکنش جغرافیایی مطالعات گردشگری

در شکل ۱ و جدول ۲، پراکنش جغرافیایی مطالعات گردشگری در طی پنج سال نشان داده شده است. مطابق این جدول، بیشترین مطالعات گردشگری در استان‌های مازندران، تهران، خراسان رضوی و اصفهان انجام شده، به گونه‌ای که ۳۹ درصد کل مطالعات گردشگری و ۵۱ درصد مطالعاتی که بر یک استان تمرکز داشتند به یکی از این چهار استان تعلق دارد. در مقابل، کمترین مطالعات در استان‌های خراسان جنوبی، خراسان شمالی، بوشهر و سیستان و بلوچستان صورت گرفته است. از نظر شهرها نیز بیشترین تعداد مطالعات به ترتیب در شهر تهران با ۳۵ مورد مطالعه، مشهد با ۲۵ مورد و اصفهان با ۱۸ مورد بوده است. از لحاظ حوزه جغرافیایی، بیشترین تعداد مطالعات در شمال کشور با ۱۱۳ مطالعه بوده که ۴۰ درصد کل مطالعاتی است که درباره منطقه جغرافیایی خاصی صورت گرفته است.





شکل ۱: پراکنش استانی مطالعات گردشگری بر روی نقشه؛ منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۲: پراکنش استانی مطالعات گردشگری

استان مورد مطالعه	سال					کل
	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	
آذربایجان شرقی	۱	۱	۱	۱	۱	۵
آذربایجان غربی	۱	۰	۲	۰	۰	۳
اردبیل	۳	۰	۰	۲	۲	۷
اصفهان	۴	۵	۴	۸	۶	۲۷
البرز	۰	۱	۰	۰	۱	۲
ایلام	۰	۱	۰	۴	۰	۵
بو شهر	۱	۰	۰	۰	۰	۱
تهران	۶	۱۰	۵	۹	۹	۳۹
چهارمحال و بختیاری	۰	۰	۱	۰	۲	۳
خراسان رضوی	۹	۵	۸	۵	۶	۳۳
خراسان شمالی	۱	۰	۰	۰	۰	۱
خوزستان	۰	۰	۱	۱	۴	۶
زنجان	۲	۱	۱	۰	۰	۴
سمنان	۱	۱	۰	۱	۱	۴

استان مورد مطالعه	سال					
	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	کل
سیستان و بلوچستان	۱	۰	۰	۰	۰	۱
فارس	۱	۴	۲	۲	۴	۱۳
قزوین	۰	۴	۱	۱	۰	۶
قم	۱	۰	۱	۱	۰	۳
کردستان	۲	۲	۲	۲	۲	۱۰
کرمان	۰	۱	۱	۳	۰	۵
کرمانشاه	۲	۱	۲	۰	۲	۷
کهگیلویه و بویراحمد	۰	۰	۱	۰	۰	۱
گلستان	۳	۳	۱	۱	۲	۱۰
گیلان	۲	۴	۱	۱	۱	۹
لرستان	۲	۰	۰	۱	۰	۳
مازندران	۱۰	۹	۷	۱۰	۱۱	۴۷
هرمزگان	۱	۱	۱	۲	۳	۸
همدان	۱	۱	۱	۱	۲	۶
یزد	۱	۲	۴	۳	۶	۱۶
کشور ایران	۸	۱۳	۱۵	۱۶	۱۰	۶۲
بیش از یک استان	۲	۳	۰	۱	۱	۷
بین الملل	۲	۲	۸	۲	۴	۱۸
کل	۶۸	۷۶	۷۱	۷۸	۸۰	۳۷۳

منبع: یافته‌های پژوهش

**ب) گونه‌شناسی گردشگری براساس مقصد**

در جدول ۳، انواع مطالعات گردشگری براساس مقصد ارائه شده است. همان‌گونه که در این جدول مشاهده می‌شود، بعد از مطالعاتی که درخصوص کل صنعت گردشگری انجام شده (با ۱۰۸ مطالعه)، گردشگری شهری با ۷۹ مطالعه بیشترین تعداد مطالعات گردشگری را به خود اختصاص داده است. گردشگری روستایی نیز با ۵۸ مطالعه درصد مناسبی از مطالعات را دربر گرفته است. در جدول ۳ مشاهده می‌شود که تعداد کمی از مطالعات مربوط به گردشگری کوهستانی، گردشگری در طبیعت و گردشگری زیست‌محیطی است. تحقیقاتی که تحت عنوان سایر در جدول ۳ ذکر شده شامل مطالعاتی است که در آن‌ها، جدا از بررسی نوع مقصد، صنعت گردشگری به صورت کلی بررسی شده است.

جدول ۳: گونه شناسی گردشگری براساس مقصد (دسته‌بندی پاپلی یزدی و سفایی، ۱۳۹۲)

نوع گردشگری	سال				
	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
گردشگری شهری	۱۶	۱۱	۱۷	۱۹	۱۶
گردشگری روستایی	۱۱	۱۵	۶	۱۳	۱۲
گردشگری در طبیعت	۴	۸	۱	۳	۰
گردشگری ساحلی و دریایی	۶	۸	۲	۷	۱۰
گردشگری کوهستانی	۰	۰	۱	۰	۱
گردشگری هوا- فضا	۰	۰	۱	۰	۰
گردشگری زیست‌محیطی	۱	۳	۷	۴	۳
سایر	۳۰	۳۱	۳۶	۳۲	۳۸
کل	۶۸	۷۶	۷۱	۷۸	۸۰

منبع: یافته‌های پژوهش

ج) دسته‌بندی مطالعات گردشگری ایران براساس ماهیت فعالیت گردشگری در جدول ۴، مطالعات انواع گردشگری براساس دسته‌بندی ماهیت فعالیت گردشگر ارائه شده است. همان‌گونه که این جدول نشان می‌دهد، گردشگری اکوتوریسم و گردشگری فرهنگی به ترتیب بیشترین تعداد مطالعات را به خود اختصاص داده‌اند و مطالعه درخصوص گردشگری آموزشی، نوستالوژیک، ورزشی و ماجراجویانه به ترتیب کمترین میزان مطالعات حیطه گردشگری را داشته است. مطابق دسته‌بندی گردشگری براساس ماهیت فعالیت گردشگری و نیز براساس پژوهش‌های داخلی انجام‌شده، مطالعه درزمینه گردشگری دیدار با اقوام و آشنایان هیچ‌جایی در مطالعات گردشگری کشور نداشته است.

جدول ۴: گردشگری براساس ماهیت فعالیت (دسته‌بندی ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۲)

نوع گردشگری	سال				
	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
گردشگری اکوتوریسم	۱۷	۲۱	۱۲	۱۳	۱۸
گردشگری فرهنگی	۱۵	۱۱	۱۶	۱۶	۱۶
گردشگری تجاری	۵	۳	۱	۱	۲
گردشگری مذهبی و زیارتی	۸	۳	۶	۹	۳
گردشگری ماجراجویانه	۱	۳	۳	۲	۰
گردشگری سلامت	۳	۲	۳	۳	۶
گردشگری آموزشی	۰	۰	۱	۰	۰
گردشگری ورزشی	۱	۰	۰	۰	۴
گردشگری نوستالوژیک	۰	۰	۰	۰	۴
گردشگری عصر نوین	۴	۲	۱	۴	۲
سایر	۱۴	۳۱	۲۸	۳۰	۲۵
کل	۶۸	۷۶	۷۱	۷۸	۸۰

منبع: یافته‌های پژوهش

**د) مطالعات گردشگری براساس موضوع**

در جدول ۵، میزان مطالعات گردشگری براساس موضوع ارائه شده است. مطابق این جدول، گردشگری فرهنگی و هنری با ۶۳ مورد و گردشگری در طبیعت و گردشگری اجتماعی با ۴۲ و ۳۵ مطالعه به ترتیب بیشترین تعداد مطالعات گردشگری را در ایران داشته‌اند. براساس جدول ۵، درخصوص گردشگری سیاسی، گردشگری برف، گردشگری تبهکاری، گردشگری علمی - آموزشی و گردشگری ورزشی کمترین مطالعه صورت گرفته است. مطابق دسته‌بندی گردشگری براساس موضوع، گردشگری شکار و صید، گردشگری زیارت اهل قبور، گردشگری از گتوها و گردشگری از فضاهای صنعتی - معدنی هیچ‌جایی در مطالعات گردشگری ایران نداشته‌اند.

**جدول ۵: مطالعات گردشگری براساس موضوع (دسته‌بندی پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۲)**

نوع گردشگری	سال				
	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
گردشگری دریایی	۷	۵	۱	۵	۲۱
گردشگری برف	۰	۰	۰	۰	۱
گردشگری فرهنگی و هنری (گردشگری میراث)	۱۹	۶	۱۶	۱۲	۶۳
گردشگری اجتماعی	۲	۵	۵	۱۵	۳۵
گردشگری علمی - آموزشی	۰	۱	۲	۰	۳
گردشگری درمانی	۲	۲	۳	۳	۱۴
گردشگری در طبیعت	۷	۱۱	۷	۹	۴۲
گردشگری اکوتوریسم	۵	۶	۴	۷	۲۷
گردشگری ورزشی	۱	۰	۰	۱	۴
گردشگری چشم‌اندازهای کشاورزی و عشایری	۴	۷	۰	۱	۱۴
گردشگری تجاری	۵	۳	۱	۰	۱۰
گردشگری سیاسی	۰	۰	۰	۱	۱
گردشگری آثار جنگ	۰	۱	۱	۰	۶
گردشگری تبهکاری	۰	۰	۰	۰	۱
گردشگری مجازی	۲	۳	۱	۲	۱۱
سایر	۱۴	۲۶	۳۰	۲۲	۱۲۰
کل	۶۸	۷۶	۷۱	۷۸	۳۷۳

منبع: یافته‌های پژوهش

**ه) رویکرد استفاده‌شده در مطالعات گردشگری**

همان‌گونه که در جدول ۶ نشان داده شده، رویکرد کمی با ۲۱۱ مطالعه بیشترین حجم مطالعات گردشگری را به خود اختصاص داده و پس‌از آن رویکرد ترکیبی قرار دارد. براساس جدول ۶، تعداد اندک مطالعات کیفی کاملاً مشهود است.

جدول ۶: رویکرد مقالات چاپ‌شده در مجلات گردشگری

کل	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	
۲۱۱	۵۳	۴۹	۴۱	۳۳	۳۵	کمی
۴۶	۱۱	۱۱	۱۰	۱۰	۴	کیفی
۱۱۶	۱۶	۱۸	۲۰	۳۳	۲۹	ترکیبی
۳۷۳	۸۰	۷۸	۷۱	۷۶	۶۸	کل

(و) هدف مطالعات

همان‌گونه که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، مطالعات کاربردی با ۳۲۳ مورد بیشترین تعداد را در مطالعات گردشگری داشته و مطالعات بنیادی با تنها ۲ مورد کمترین تعداد را در بین مطالعات صورت گرفته داشته است.

جدول ۷: هدف مطالعات گردشگری

کل	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	
۳۲۳	۷۴	۶۲	۵۸	۶۴	۶۵	کاربردی
۲	۰	۱	۱	۰	۰	بنیادی
۱۹	۲	۵	۷	۴	۱	ارزشیابی
۲۹	۴	۱۰	۵	۸	۲	توسعه‌ای
۳۷۳	۸۰	۷۸	۷۱	۷۶	۶۸	کل

(ز) روش گردآوری داده‌ها

مطابق جدول ۸، مطالعات میدانی روش گردآوری داده‌ها در غالب مطالعات گردشگری است.

جدول ۸: روش گردآوری داده‌ها

کل	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	
۵۲	۹	۱۰	۱۶	۱۱	۶	اسنادی
۳۱۹	۷۱	۶۸	۵۴	۶۴	۶۲	میدانی
۲	۰	۰	۱	۱	۰	آزمایشی
۳۷۳	۸۰	۷۸	۷۱	۷۶	۶۸	کل

(ر) ابزار گردآوری داده‌ها

در جدول ۹، ابزار گردآوری داده‌ها در مطالعات گردشگری برشمرده شده است. براساس این جدول، پرسش‌نامه ابزار معمول گردآوری داده‌ها در مطالعات گردشگری بوده است؛ به‌طوری‌که در ۲۱۲ مطالعه به‌صورت مستقل و در ۵۰ مطالعه به‌صورت ترکیب با مصاحبه از این ابزار بهره گرفته شده

است؛ در مقابل، ابزار مشاهده فقط در ۱۰ مطالعه به کار رفته که نشان از کاربرد کم این ابزار در مطالعات گردشگری دارد. مصاحبه نیز مجموعاً در ۶۸ مطالعه استفاده شده است.

جدول ۹: ابزار گردآوری داده‌ها

کل	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	
۱۰	۱	۴	۲	۲	۱	مشاهده
۱۸	۵	۲	۴	۴	۳	مصاحبه
۲۱۲	۴۹	۴۱	۳۳	۳۱	۵۸	پرسش‌نامه
۳۶	۱۱	۱۰	۱۱	۴	۰	اسناد و مدارک
۱۷	۰	۰	۷	۱۰	۰	ابزار فیزیکی یا نرم‌افزاری
۵۰	۱۴	۱۳	۶	۱۷	۰	مصاحبه - پرسش‌نامه
۳۰	۰	۸	۸	۸	۶	ترکیب روش‌های گوناگون
۳۷۳	۸۰	۷۸	۷۱	۷۶	۶۸	کل

#### ت) نوع جامعه مورد مطالعه

مطابق جدول ۱۰، گردشگران داخلی بیشترین آمار مطالعه را در پژوهش‌های گردشگری دارند. این جدول نشان می‌دهد که بر جامعه فعالان گردشگری کمترین مطالعه صورت گرفته است.

جدول ۱۰: جامعه و نمونه آماری

کل	۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	
۸۲	۲۰	۱۶	۱۵	۱۴	۱۷	گردشگران داخلی
۲۲	۴	۶	۴	۴	۴	گردشگران خارجی
۱۴	۲	۳	۲	۴	۴	گردشگران ترکیبی داخلی و خارجی
۳۹	۶	۱۰	۹	۸	۶	جامعه محلی
۸۱	۲۶	۱۹	۹	۱۶	۱۱	گروه سازمانی
۴۵	۱۰	۹	۱۱	۹	۲	اسناد سازمانی
۱	۰	۱	۰	۱	۰	فعالان گردشگری
۸۰	۱۲	۱۲	۱۹	۱۹	۱۸	ترکیبی از جامعه‌های آماری گوناگون
۵	۰	۲	۲	۱	۰	سایر
۳۷۳	۸۰	۷۸	۷۱	۷۶	۶۸	کل

#### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش در زمینه بررسی روند مطالعات گردشگری در ایران، براساس سه گونه‌شناسی مختلف گردشگری، صورت گرفته است. همچنین پراکنش جغرافیایی مطالعات گردشگری در ایران مورد

پژوهش قرار گرفته و مطالعات براساس روش‌شناسی بررسی شده‌اند. براساس نتایج حاصل از این تحقیق، که با بررسی مقالات چاپ‌شده در مجلات پژوهشی داخلی در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ انجام شده، از لحاظ پراکنش جغرافیایی استان مازندران بیشترین و استان خراسان جنوبی کمترین میزان مطالعات حوزه گردشگری را داشتند. همچنین منطقه شمال کشور با ۴۰ درصد مطالعات، بیشترین تعداد مطالعات گردشگری را به خود اختصاص داده است.

نتایج بررسی جغرافیایی مطالعات گردشگری نشان می‌دهد که در بحث مطالعات علمی گردشگری در مناطق مختلف جغرافیایی کشور شکاف بزرگی وجود دارد. قطعاً یکی از راهکارهای توسعه گردشگری علمی بودن گردشگری در هر منطقه است و بدون مطالعات علمی سخن از توسعه گردشگری بی‌اساس خواهد بود. یافته‌های این تحقیق ضعف مطالعاتی شدیدی را در اکثر مناطق کشور نشان می‌دهد. از این رو به دست‌اندرکاران حوزه گردشگری در بیشتر استان‌ها (که عمدتاً حجم مطالعات علمی کمی در گردشگری دارند) توصیه می‌شود با روش‌های مختلف در افزایش مطالعات گردشگری در مناطق مذکور بکوشند. بنابراین، با توجه به این که ایران کشوری چهار فصل است، برای مثال زمانی که استان‌های منطقه جنوب و جنوب غربی و جنوب شرقی همچون بوشهر، خوزستان، سیستان و بلوچستان، خراسان جنوبی، یا هرمزگان خیلی گرم‌اند، در استان‌های شمالی و شمال غربی هوا خنک است و شرایط برای مسافرت به این مناطق مهیا است و این که هر شهر و استان و منطقه جغرافیایی جاذبه‌ها و قابلیت‌های خاص خود را در حوزه گردشگری دارد، لازم است مطالعات گردشگری درباره مناطق و مقاصد بکر و بالقوه به‌منظور جذب گردشگری انجام شود.

براساس نتایج این پژوهش، از بین انواع گردشگری براساس مقصد، در خصوص گردشگری شهری بیشترین تعداد مقاله و گردشگری هوا - فضا و گردشگری کوهستانی کمترین تعداد مقاله به نگارش درآمده است. با توجه به این که نوار کوهستانی کشور قابلیت جذب گردشگران کوهستانی و ماجراجو یا ورزشی (ورزش‌های کوهستانی مانند کوه‌نوردی یا صخره‌نوردی، اسکی روی برف و یخ در زمستان و...) را دارد، توصیه می‌شود پژوهشگران در مطالعات خود به این مقاصد و بررسی وضعیت گردشگری آن‌ها از جنبه‌های مختلف نیز توجه داشته باشند.

بنابر نتایج این پژوهش، از نظر ماهیت فعالیت گردشگری، پژوهش‌های مربوط به گردشگری طبیعت‌گرا (اکوتوریسم) بیشترین تعداد مقاله و گردشگری آموزشی کمترین تعداد مقاله را داشتند. با توجه به این که مطالعه درباره گردشگری‌های ماجراجویانه، ورزشی، آموزشی و نوستالوژیک خیلی محدود بوده، با شناسایی مناطقی از کشور که قابلیت این نوع گردشگری‌ها را دارد و مطالعه درباره جاذبه‌های آن مناطق، می‌توان این نوع گردشگری‌ها در آن مناطق معرفی کرد و توسعه داد. البته براساس این نوع دسته‌بندی، گردشگری درزمینه شکار و صید، زیارت اهل قبور، گردشگری فضاهای صنعتی - معدنی و گردشگری از گتوها هیچ جایگاهی در بین مطالعات گردشگری داخلی ندارند که این موضوع نیاز به تفکر در خصوص روند مطالعات گردشگری را نشان می‌دهد.

مطابق گونه‌شناسی گردشگری براساس موضوع، نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که در خصوص گردشگری فرهنگی و هنری بیشترین تعداد مقاله و گردشگری برف، گردشگری سیاسی و

گردشگری تبهکاری کمترین تعداد مقاله به نگارش درآمده است. با توجه به برف‌گیربودن مناطق نسبتاً وسیعی از کشور (به‌خصوص نوار کوهستانی کشور) در فصل زمستان (هرچند در بازه زمانی کوتاه در برخی مناطق کشور)، فعالان و مسئولان گردشگری می‌توانند با برگزاری جشنواره‌ها و اجرای تورهای گردشگری درزمینه توسعه گردشگری برف در کشور بکوشند. همچنین، با توجه به موقعیت سیاسی ایران و حضور نمایندگان و مقامات سایر کشورها در طول سال به‌منظور انجام مذاکرات سیاسی یا انعقاد تفاهم‌نامه‌های بین‌المللی - که گردشگر سیاسی محسوب می‌شوند - متأسفانه مطالعات چندانی پیرامون این نوع گردشگری صورت نگرفته است. علاوه‌براین، مطالعه در حوزه گردشگری دیدار با اقوام و آشنایان هیچ جایگاهی در بین مطالعات گردشگری داخلی نداشته است. این موضوع، با توجه به این‌که مردم ایران خونگرم و اهل دیدوبازدید هستند و نیز این موضوع هم در مباحث دینی و هم در فرهنگ ایرانیان ریشه دارد، قابل‌تأمل است. با توجه به مهاجرت‌های صورت‌گرفته بین استان‌ها که طبیعتاً احتمال این نوع گردشگری را افزایش می‌دهد، ضرورت این نوع مطالعات به‌شدت احساس می‌شود.

براساس نتایج حاصل از این پژوهش، از لحاظ رویکرد تحقیق، رویکرد کمی بیشترین درصد (۵۷ درصد) را در بین مطالعات مدیریت گردشگری به خود اختصاص داده است. رویکرد کیفی با ۱۲ درصد کمترین حجم مطالعه را داشته و با توجه به اهمیت مطالعات کیفی به‌نظر می‌رسد جای این نوع مطالعات در گردشگری خالی است. در مقابل، برعکس تصور ابتدایی محققان، رویکرد ترکیبی با ۳۱ درصد جایگاه مناسبی در بین مطالعات گردشگری دارد. نکته‌ای که از مرور داده‌های این دسته‌بندی استنباط می‌شود این است که، در طی پنج سال بررسی، مطالعات کمی روند افزایشی و مطالعات ترکیبی روند کاهشی داشته و این موضوع با توجه به اهمیت مطالعات ترکیبی و جایگاه بالای آن در بحث روش‌شناسی به‌هیچ‌وجه روند مناسبی به‌نظر نمی‌رسد. براساس نتایج به‌دست‌آمده در بحث رویکرد تحقیق، به پژوهشگران حوزه گردشگری پیشنهاد می‌شود بر استفاده از رویکردهای کیفی و ترکیبی در مطالعات خود اهتمام بیشتری ورزند. به مجلات حوزه گردشگری نیز پیشنهاد می‌شود، ضمن اهمیت‌دادن به مطالعات کیفی و ترکیبی، محققان را به حرکت به‌سمت این رویکردها سوق دهند.

براساس نتایج پژوهش، مطالعات کاربردی بیشترین حجم مطالعات حوزه گردشگری را به خود اختصاص داده است و در مقابل مطالعات بنیادی حجم بسیار پایینی دارد و این موضوع، با توجه به نوپابودن مطالعات گردشگری در ایران و نیز نوع زمینه مطالعاتی، طبیعی است. مطالعات ارزشیابی نیز حجم پایینی از مطالعات حوزه گردشگری را دربر گرفته که با توجه به نوپابودن زمینه مطالعاتی در ایران پذیرفتنی است، اما روندها نشانی از افزایش این‌گونه مطالعات ندارد. براین‌اساس به‌نظر می‌رسد لازم است به مطالعات ارزشیابی در حوزه گردشگری توجه بیشتری شود.

بنابر نتایج این پژوهش، مطالعات غالباً به روش میدانی انجام شده و تعداد پژوهش‌هایی که در محیط آزمایشی انجام شده بسیار کم است. همچنین درخصوص ابزارهای تحقیق، ابزار پرسش‌نامه بیشترین کاربرد را در مطالعات حوزه گردشگری داشته است. با توجه به نتایج این تحقیق می‌توان



گفت که محققان حوزه گردشگری در مطالعات خود به ابزار پرسش‌نامه بیش‌ازحد تکیه دارند که چندان مناسب به نظر نمی‌رسد. پرسش‌نامه هرچند یکی از روش‌های معمول مطالعاتی در علوم است، اما محدودیت‌هایی دارد که باعث می‌شود محققان در استفاده از آن احتیاط بیشتری کنند و مطالعات خود را به سمت استفاده از ابزارهای کیفی همچون مصاحبه و مشاهده سوق دهند.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین تعداد جامعه آماری مربوط به گردشگران داخلی است. خلأ موجود در این بخش مربوط به مطالعات بر گردشگران خارجی است. فقط در ۲۲ پژوهش (۶ درصد) بر گردشگران خارجی تمرکز شده که این موضوع با توجه به سند چشم‌انداز توسعه کشور و نیز با توجه به نیاز مبرم به جذب گردشگر خارجی چندان مناسب به نظر نمی‌رسد. از این رو به پژوهشگران و مدیران مجلات حوزه گردشگری پیشنهاد می‌شود توجه بیشتری به این موضوع داشته باشند. مطالعه جامعه محلی نیز از مواردی است که نیاز به توجه بیشتر گردشگران دارد.

از آنجاکه تمامی مجلات پژوهشی گردشگری در زمان مطالعه بررسی شده، نتایج به دست آمده به نوعی به کل مطالعات گردشگری در ایران قابل تعمیم است. بنابر این پژوهش، مطالعات داخلی در زمینه انواع گردشگری متوازن صورت نگرفته است. از نتایج این پژوهش استنباط می‌شود که در برخی زمینه‌های گردشگری، همچون گردشگری ورزشی و گردشگری آموزشی و گردشگری کوهستانی، نیاز به مطالعات گردشگری جدی وجود دارد. ضمن این که در خصوص برخی مناطق کشور، که قابلیت توسعه‌ای فراوانی در گردشگری دارند، مطالعات چندانی صورت نگرفته است. همچنین این پژوهش ضرورت برنامه‌ریزی دقیق‌تر را در مطالعات گردشگری نشان می‌دهد.

با توجه به خلأهای شناسایی شده در مطالعات گردشگری، پیشنهاد می‌شود مطالعات گردشگری در کشور به سمت حوزه‌هایی سوق داده شوند که کمتر مطالعه شده و به نوعی شکاف در مطالعات گردشگری ایران است. همچنین، با توجه به خلأهای شناسایی شده در روش‌شناسی مطالعات گردشگری، پیشنهاد می‌شود مطالعات گردشگری در کشور به سمت استفاده از رویکردهای کیفی و ترکیبی، و نیز استفاده از ابزارهای تحقیق کیفی سوق داده شوند.

در پایان پیشنهاد می‌شود، برای کاهش این شکاف‌ها، مجلات گردشگری شماره‌های ویژه‌ای را به موضوعاتی که در آن‌ها خلأ مطالعاتی وجود دارد اختصاص دهند و این موضوعات از قبل به پژوهشگران اعلام شود تا شکاف‌های مطالعاتی در زمینه‌های مربوط کاهش یابد.

## منابع

- احمدی، مسعود (۱۳۹۱). روش تحقیق (اصول، مفاهیم با رویکرد پایان‌نامه‌نویسی). ساری: انتشارات پژوهش‌های فرهنگی. چاپ اول.
- بیات، ناصر، بدری، سیدعلی، رضوانی، محمدرضا و فرجی سبکیار، حسنعلی (۱۳۹۲). «مطالعات گردشگری روستایی در ایران: ارائه تحلیلی اسنادی از مقالات انتشار یافته فارسی». *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، سال دوم، شماره ۶، ص ۱۰۹-۱۲۸.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۹۲). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*. تهران: انتشارات سمت. چاپ هشتم.
- توانگر، معصومه، خاکسار آستانه، حمیده و رحمانی، فاطمه (۱۳۹۱). «مدیریت گردشگری در شهرهای مذهبی - زیارتی (بررسی تطبیقی مشهد و واتیکان)». *دوفصل‌نامه مطالعات اجتماعی گردشگری*، دوره اول، سال اول، شماره ۲، ص ۱-۲۲.
- حبیبی، فاتح، کرماجیان، زاهد (۱۳۹۵). «بررسی عوامل اثرگذار در انتخاب مقصد مسافرتی در میان مشتریان آژانس‌های گردشگری استان کردستان». *فصل‌نامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه*، شماره ۲، ص ۹۶-۱۱۵.
- حسینی، سیدعلی و محمدی، جلیل (۱۳۹۱). «تحلیل قابلیت‌ها و تنگناهای گردشگری سلطانی به‌منظور برنامه‌ریزی راهبردی با استفاده از الگوی تحلیلی سوات». *دوفصل‌نامه مطالعات اجتماعی گردشگری*، دوره اول، سال اول، شماره ۱، ص ۳۵-۴۹.
- دانایی‌فرد، حسن، الوانی، سیدمهدی و آذر، عادل (۱۳۹۳). *روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع*. تهران: انتشارات صفار. چاپ نهم.
- رنجبریان، بهرام، غفاری، محمد و تسلیمی بابل، امین (۱۳۹۵). «مقایسه انگیزه‌های زنان و مردان گردشگر از سفر به شهر اصفهان». *دوفصل‌نامه مطالعات اجتماعی گردشگری*، سال چهارم، شماره ۷، ص ۳۶-۵۷.
- سجادی، ژیل، مسلمی، آرمان و صمدی، رقیه (۱۳۹۵). «برآورد ارزش اقتصادی مناطق گردشگری (مورد پژوهی: رودبار قصران)». *فصل‌نامه مطالعات مدیریت گردشگری*، سال یازدهم، شماره ۳۵، ص ۱-۱۸.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل، مهری تلیابی، فریبا (۱۳۹۵). «تأثیر نهاد حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری کشورهای در حال توسعه منتخب». *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، سال پنجم، شماره ۱۶، ص ۸-۳۰.
- ضیایی، محمود و تراب احمدی، مژگان (۱۳۹۲). *شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی*. تهران: نشر علوم اجتماعی. چاپ سوم.
- کروبی، مهدی، قادری، اسماعیل، سلطانی هوراند، امین و محمدیان محمودجیق، نسیم (۱۳۹۵). «بررسی و اولویت‌بندی محدودیت‌های گردشگران کره‌ای در ایران». *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، سال پنجم، شماره ۱۹، ص ۳۳-۵۷.

Bierzynski, A. (2011). Destination Branding and First Impressions An Analysis of Grenada's Tourism Promotion. Thethis in Masters of Arts in Public Communication, American University, Washington.

Dwivedi, Y. K., Venkitachalam, K., Sharif, A. M., Al-Karaghoul, W. and Weerakkody, V. (2011). "Research trends in knowledge management: analyzing the past and predicting the future". *Inf. Syst. Manage.* 28 (1), 43-56.

- Hoz-Correa, A., Munoz-Leiva, F. and Bakucz, M. (2018). "Past themes and future trends in medical tourism research: A co-word analysis". *Journal of Tourism Management*, 65, 200-211.
- Koseoglu, M. A., Rahimi, R., Okumus, F. and Liu, J. (2016). "Bibliometric studies in tourism". *Journal of Annals Tourism Research*, 61, 180-198.
- Law, R., Leung, D. and Cheung, C. (2012). "A systematic review, analysis, and evaluation of research articles in the Cornell Hospitality Quarterly". *Cornell Hosp*, 53 (4), 365-381.
- Musinguzi, D. (2016). "Trends in tourism research on Qatar: A review of journal publications". *Journal of Tourism Management Perspectives*, 20, 265-268.
- Richards, G. (2018). "Cultural tourism: A review of recent research and trends". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Ryan, C. (2017). "Future trends in tourism research—Looking back to look forward: The future of 'Tourism Management Perspectives'". *Journal of Tourism Management Perspectives*, in press.
- Shinae Kim, C., Hui Bai, B., Beomcheol Kim, P. and Chon, K. (2018). "Review of reviews: A systematic analysis of review papers in the hospitality and tourism literature". *International Journal of Hospitality Management*, 70, 49-58.
- Timothy, D. J. (2017). "Making sense of heritage tourism: Research trends in a maturing field of study". *Journal of Tourism Management Perspectives*, in press.