



Research Paper

Investigating the mental patterns of experts in the face of post-corona ecotourism using Q methodology

Seyed Aligholi Rowshan¹, Baqer Kord¹, Farahnaz Ahang², Masoud Arianfar³, Hassan Ghaffari*² 

¹ Faculty of Management, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran

² Ph.D. Candidate, Faculty of Management, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran

³ Faculty of Management, University of Tehran – Pardis Farabi, Qom, Iran



10.22080/jtpd.2021.20672.3454

Received:

January 5, 2021

Accepted:

February 19, 2021

Available online:

June 2, 2021

Keywords:

Tourism, Ecotourism, Q Methodology, Corona Virus.

Abstract

In recent months, the global community has faced a major crisis that has negatively affected all economic and social systems. The spread and pandemic of the corona virus has had many negative effects on the economic sectors of different countries. One of these economic sectors is the tourism and ecotourism industry, and with the spread of this virus, the industry has incurred high costs. However, the coronavirus epidemic has provided lessons for the future of ecotourism that, given these experiences, can be a step towards the development and growth of ecotourism. Therefore, the aim of this study is to investigate the mental patterns of experts in the face of post-corona ecotourism using Q methodology. The statistical population of the present study includes the center of trade unions of tourist guides throughout the country. The discourse space of this research includes credible internal and external dissertations and articles that an unstructured Q sample has been used to avoid bias in the research. 60 members of the community were selected as tourism and ecotourism experts to create an unstructured Q sample. Cronbach's alpha test, KMO index and Bartlett test were used to evaluate the validity and reliability of the research method. In identifying the mental patterns of experts, heuristic factor analysis and correlation matrix were used and the principal components method was used for the final extraction of factors. Finally, eight factors with a total explained variance of 71.899% were identified as the main factors in the face of post-corona ecotourism.

***Corresponding Author:** Hassan Ghaffari
Address: Department of Governmental Management, Faculty of Management and Accounting, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran

Email: hassan_ghaffari@ut.ac.ir
Tel: 02538851171

Extended Abstract

1. Introduction

The tourism industry is one of the sustainable movements that have many strategic functions, including economic development, social empowerment and environmental protection (Parmawati et al., 2018) and have become one of the largest and most lucrative sectors of the universal economy, accounting for 11% of universal net production and employs more than 200 million people annually (UNWTO, 2016). One of the models that some countries have considered for the development of tourism is increasing interest in tourism and protection, increasing attention to sustainable tourism paradigms, addressing the identity and indigenous structures in the field of tourism that has led to the formation of ecotourism (Karimi et al., 2019; Moradi et al., 2020). However, in recent months, the industry has faced a major challenge and crisis that have negatively affected the tourism and ecotourism industry in Iran and the world. This critical phenomenon is the spread of the Corona virus worldwide and in Iran. The epidemic and spread of this disease have had many effects on the economic development of countries, especially the tourism industry. However, relying on the lessons learned from the Corona era, the approach to ecotourism for the Iranian tourism industry in the post-Corona era opens a new perspective that can be used to reduce the problems and crises of the epidemic. Therefore, in the present study, an attempt has been made to examine the mentality of experts in the field of dealing with post-corona ecotourism, and for this purpose, the Q methodology has been used.

2. Materials and Methods

In this study, Q methodology has been used to identify the minds of experts in dealing with post-corona ecotourism. This method uses factor analysis to rank qualitative propositions to identify and understand the range of social perspectives on the subject under study (Winkler & Nicholas, 2016). KMO index and Bartlett test were used to determine the appropriateness of data in factor analysis. Structured assessment of respondents' mindsets in Q studies is examined by four main steps: 1- Research design; 2- Q-Sort; 3- Q-Analysis; 4- Interpretation. According to the purpose of the study, the target population for data collection includes members of the Association of Tourist Guides (IFTGA) throughout the country. After reviewing and studying reputable publications, documents and health instructions related to tourism and ecotourism, a total of 59 effective categories in the field of post-corona ecotourism were extracted. After removing duplicate categories and combining items with the same meaning, 42 main propositions were identified that were used as a Q-Sort. Using the amount of variance, eight Q factors or mental species were extracted.

3. Discussion and Results

The results of the present study show that the main mental models of experts are in the first and second groups. According to the interpretation of the first mental model, more than 19.5% of the total variance changes explained in this mental model. People in this group place more emphasis on the quality of health in public places, restaurants and residences and more supervision over them. Examination of the third mental model shows that experts emphasize on managerial factors and this model explains 6.9% of the



changes in total variance. The study of other mental models emphasizes issues such as health infrastructure, codified rules and regulations, investment in the construction of health resorts and places, education and the distribution of booklets.

4. Conclusions

According to the analysis, the first and second two mental patterns have an explained variance of more than 40% and 32% of the explained variance belongs to the other six mental patterns. Given that the largest number of experts emphasize the importance of hygienic quality and non-pollution of public places and is the main concern of experts in this field; Therefore, it is suggested that the responsible organizations have more control over the accommodation and also, by using education and culture of local people and tourists, to reduce and eliminate environmental pollution and resorts.

علمی پژوهشی

بررسی الگوهای ذهنی خبرگان در مواجهه با اکوتوریسم پسا کرونا با استفاده از روش‌شناسی کیو

سید علیقلی روشن^۱، باقر کرد^۱، فرحناز آهنگ^۲، مسعود آراین‌فر^۳، حسن غفاری^{۲*} 

۱. دانشجویار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران
۲. دانشجوی دکتری گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران
۳. کارشناس ارشد دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه تهران - پردیس فارابی، قم، ایران

 10.22080/jtpd.2021.20672.3454

چکیده

در ماه‌های اخیر، جامعه‌ی جهانی با بحران بزرگی با عنوان همه‌گیری ویروس کرونا روبه‌رو شده که تمام سیستم‌های اقتصادی و اجتماعی از جمله، اکوتوریسم را تحت تأثیر منفی قرار داده است. اما، همه‌گیری ویروس کرونا درس‌آموخته‌هایی را برای آینده‌ی اکوتوریسم فراهم نموده است که با توجه به این تجربه‌ها می‌توان در جهت توسعه و بالندگی آن گام برداشت. از این‌رو، هدف پژوهش حاضر بررسی الگوهای ذهنی خبرگان در مواجهه با اکوتوریسم پسا کرونا با استفاده از روش‌شناسی کیو می‌باشد. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر شامل کانون انجمن‌های صنفی کارگری راهنمایان گردشگری سراسر کشور است. فضای گفتمان پژوهش حاضر شامل پایان‌نامه‌ها و مقالات معتبر داخلی و خارجی می‌باشد که برای پرهیز از سوگیری پژوهش، از نمونه‌ی کیو بی‌ساختار استفاده شده است. برای ایجاد نمونه‌ی کیو بی‌ساختار تعداد ۶۰ نفر از اعضای جامعه به عنوان خبرگان گردشگری و اکوتوریسم انتخاب گردید. برای بررسی روایی و پایایی روش پژوهش از آزمون آلفای کرونباخ، شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده شد. در زمینه‌ی شناسایی الگوهای ذهنی خبرگان، تحلیل عاملی اکتشافی و ماتریس همبستگی به کار رفته شده و از روش مؤلفه‌های اصلی برای استخراج نهایی عوامل استفاده شد. درنهایت، هشت عامل با مجموع واریانس کل تبیین شده به میزان ۸۳/۰۶۱ درصد به‌عنوان الگوهای ذهنی شناسایی شد.

تاریخ دریافت:

۱۶ دی ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش:

۱ اسفند ۱۳۹۹

تاریخ انتشار:

۱۲ خرداد ۱۴۰۰

کلیدواژه‌ها:

گردشگری، اکوتوریسم، روش‌شناسی کیو، ویروس کرونا

* نویسنده مسئول: حسن غفاری

آدرس: گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

ایمیل: hassan_ghaffari@ut.ac.ir

تلفن: ۰۲۵۳۸۸۵۱۱۷۱



۱ مقدمه

صنعت گردشگری یکی از جنبش‌های پایداری است که دارای عملکردهای استراتژیک بسیاری، از جمله توسعه اقتصادی، توانمندسازی اجتماعی و حفاظت از محیط زیست است (پارماواتی^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). صنعت گردشگری یکی از صنایع پیشرو در جهان بوده و این بخش به‌عنوان یکی از بخش‌های اصلی اقتصادی، در ارتقاء و توسعه‌ی جوامع از طریق درآمدزایی و ایجاد فرصت‌های شغلی، دارای نقش به‌سزایی است (منبر و منبر^۲، ۲۰۱۷). براساس داده‌های سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۱۸ بیش از یک میلیارد و چهارصد میلیون ورود گردشگران در مقاصد مختلف سراسر جهان ثبت شده است (زو و زیائو^۳، ۲۰۲۰). همچنین، صنعت گردشگری به یکی از بزرگترین و پردرآمدترین بخش‌های اقتصاد جهانی تبدیل شده و یازده درصد از تولید خالص جهانی را به خود اختصاص داده است و سالانه بیش از دویست میلیون نفر در این بخش فعالیت دارند (سازمان گردشگری بین‌المللی^۴، ۲۰۱۶). از این‌رو، بسیاری از دولت‌ها، بر نقش و اهمیت صنعت گردشگری به‌عنوان منبعی برای ایجاد درآمد و اشتغال‌پی‌برده و بسیاری از آنان مناسباتشان را برای بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی این صنعت، توسعه داده‌اند (دلپسند و محقق، ۱۳۹۷)، طوری که در برنامه ی پنج‌ساله ی ششم توسعه‌ی جمهوری اسلامی ایران، در مواد ۹۸، ۹۹ و ۱۰۰ بر توسعه ی گردشگری توجه شده و حتی در بند الف ماده ۱۰۰ برنامه ی مزبور، بیان شده است که «سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مکلف است تا پایان سال اول اجرای قانون برنامه، سند راهبردی توسعه‌ی گردشگری را در چهارچوب قوانین مربوط با رویکرد استفاده حداکثری از بخش خصوصی جهت تصویب هیأت وزیران ارائه نماید»

(برنامه ی پنج‌ساله ی ششم توسعه، ۱۳۹۵). صنعت گردشگری یک عامل اجتماعی، فرهنگی و مالی است که شامل جابجایی افراد از کشوری به کشور دیگر یا از منطقه‌ای به منطقه ی دیگر برای اهداف فردی، تجاری یا شغلی می‌باشد (ارشد و همکاران^۵، ۲۰۱۸). صنعت گردشگری یکی از بخش‌های مهم اقتصادی است که توانسته است به‌منزله ی صنعتی پاک، مطرح شود و ضمن افزایش درآمدهای ارزی برای اقتصاد ملی، کمک شایانی بر رونق اشتغال و ایجاد درآمد، نماید (یغفوری و همکاران، ۱۳۹۹). یکی از الگوهای که برخی از کشورها برای توسعه‌ی گردشگری خود به آن توجه داشته‌اند، افزایش علاقه نسبت به مقوله‌ی گردشگری و حفاظت، توجه روزافزون به پارادایم‌های گردشگری پایدار، پرداختن به هویت و ساختارهای بومی در حوزه ی گردشگری است که سبب شکل‌گیری پدیده‌ی بوم‌گردی یا اکوتوریسم^۶ شده است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۸؛ مرادی و همکاران، ۱۳۹۹). این رویکرد از گردشگری دارای قابلیت‌هایی از جمله ترویج گردشگری پایدار در منطقه، کمک به توسعه‌ی مناطق محروم و کاهش فقر، ارائه ی ارتباطات بخشی بهتر، کاهش خروج ارز، اشتغال محلی و ترویج توسعه‌ی پایدار است (میرزاده‌کوهشاهی و همکاران، ۱۳۹۸). اکوتوریسم یا بوم‌گردی، شکلی از گردشگری است که به‌عنوان سفر به مناطقی که دارای جاذبه‌های طبیعی است، نشان داده می‌شود؛ مکان‌هایی که مناظر طبیعی، گیاهان، جانوران و میراث فرهنگی، از جاذبه‌های اصلی آن هستند (منبر و منبر، ۲۰۱۷). لی^۷ (۲۰۱۹) اکوتوریسم را نوعی گردشگری می‌داند که از منابع اکولوژیکی محافظت کرده و به زندگی و اعتقادات ساکنان احترام می‌گذارد. کار^۸ و همکاران (۲۰۱۶) اکوتوریسم را به‌عنوان ابزاری برای تسهیل منافع اقتصادی ملی و منطقه‌ای، دانسته و بیان می‌دارند که اکوتوریسم باید تحت اصول پایدار و مدیریت

^۵ Arshad

^۶ Ecotourism

^۷ Lee

^۸ Carr

^۱ Parmawati

^۲ Menbere & Menbere

^۳ Xu & Xiao

^۴ UNWTO

اکوتوریسم پسا کرونا پرداخته شود و برای این منظور از روش‌شناسی کیو استفاده شده است.

۲ مبانی نظری

اکوتوریسم یا بوم‌گردی، مفهومی است که در اواخر دهه‌ی ۱۹۸۰ ایجاد شده و به‌عنوان نوعی ابزار گردشگری برای حفظ شرایط فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی مناطق جذب‌کننده، در نظر گرفته می‌شود (منبر و منبر، ۲۰۱۷). برای نخستین بار، واژه اکوتوریسم در ادبیات انگلیسی را رومریل به کار برد؛ هدف وی از به کارگیری این اصطلاح، توجه به سرمایه‌گذاری بخش صنعت در مطالعات جذب گردشگر در مناطق با پتانسیل طبیعی یا به سخن دیگر طبیعت‌گردی بوده است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۸). سپس، این اصطلاح در کارهای هنتر استفاده شد و وی از آن برای توضیح رابطه‌ی پیچیده بین گردشگران و محیط و فرهنگ‌هایی که با آن‌ها تعامل دارند، استفاده شد (فنل، ۲۰۲۰). هنتر چهار رکن اصلی را برای شکل‌گیری مسئولیت‌پذیری در اکوتوریسم ذکر می‌کند که عبارتند از: ۱- حداقل تأثیر محیطی؛ ۲- حداقل تأثیرگذاری و حداکثر احترام بر فرهنگ‌های محلی؛ ۳- حداکثر منافع اقتصادی برای مردم محل؛ ۴- حداکثر رضایت برای گردشگران (فنل، ۲۰۲۰؛ کریمی و همکاران، ۱۳۹۸). این اصطلاح، نقش مهمی در رفع مشکلات حفاظت از محیط زیست و تولید منابع درآمد جایگزین برای جوامع محلی دارد (لمنی^۴ و همکاران، ۲۰۰۹). اکوتوریسم یکی از مؤلفه‌های گردشگری پایدار است که می‌تواند برای دستیابی به توسعه‌ی گردشگری پایدار مورد استفاده قرار گیرد (موندینو و بیبری، ۲۰۱۹). براساس دیدگاه ویرانادا^۶ (۲۰۱۵) اکوتوریسم نوعی فعالیت گردشگری است که برای اقتصاد محلی سودمند بوده و از طبیعت محافظت می‌نماید. همچنین، نوعی گردشگری برمبنای طبیعت است و شامل درک محیط طبیعی بوده که باعث تأمین پایداری

منابع طبیعی باشد. صالحی و همکاران (۱۳۹۷) بیان می‌دارند، اکوتوریسم می‌تواند انگیزه‌ی لازم برای محافظت از برخی ویژگی‌های فرهنگ سنتی و خاص را فراهم نموده و زمانی که جامعه‌ی محلی مشارکت نموده و منتفع می‌شوند، حفاظت از منابع طبیعی که اکوتوریسم به آن وابسته است، پایدار خواهد ماند. براساس مطالعات صورت گرفته، اکوتوریسم نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی محلی (کریمی و همکاران، ۱۳۹۸؛ صالحی و همکاران، ۱۳۹۷؛ پارماواتی و همکاران، ۲۰۱۸) دارد، اما در ماه‌های اخیر، این صنعت دچار چالش و بحران بزرگی شده که صنعت گردشگری و اکوتوریسم را در ایران و کل جهان تحت تأثیر منفی قرار داده است. این پدیده‌ی بحران‌آفرین، گسترش ویروس کرونا در سطح جهان و ایران است. برای اولین بار در تاریخ ۳۱ دسامبر ۲۰۱۹، نوع خاصی از بیماری تنفسی حاد به سازمان بهداشت جهانی در چین گزارش شد و در اوایل ژانویه ۲۰۲۰، ۴۱ بیمار با عفونت‌های مرتبط با ویروس کووید-۱۹ در بیمارستان چین بستری شدند (هوآنگ^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). بر اساس گزارش سازمان بهداشت جهانی در سوم آوریل ۲۰۲۰، این بیماری در ۲۰۶ کشور یا سرزمین گسترش یافته است (سازمان بهداشت جهانی^۲، ۲ آوریل ۲۰۲۰). همه‌گیری و گسترش این بیماری تأثیرات فراوانی بر توسعه‌ی اقتصادی کشورها، به‌خصوص صنعت گردشگری داشته است. اما با تکیه بر درس‌آموخته‌های دوران کرونا، رویکرد مواجهه با اکوتوریسم برای صنعت گردشگری ایران در دوران پسا کرونا، چشم‌انداز جدیدی را می‌گشاید که با به کارگیری آن، می‌توان از بروز مشکلات و بحران‌های همه‌گیری کاست. از این‌رو، در پژوهش حاضر سعی شده است تا به بررسی ذهنیت خبرگان در زمینه‌ی مواجهه با

^۴ Lemenih

^۵ Mondino & Beery

^۶ Wiranatha

^۱ Huang

^۲ WHO

^۳ Fennell



۳ پیشینه پژوهش

مفهوم اکوتوریسم و گردشگری در بین محققان زیادی مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است؛ اما، موضوعی که کمتر به آن پرداخته شده است، اثرات چالش‌های ملی و بین‌المللی است که بر توسعه‌ی گردشگری و اکوتوریسم مؤثر می‌باشند. یکی از چالش‌های بین‌المللی، شیوع بیماری کووید-۱۹ است که در برخی مطالعات توسعه‌ی گردشگری و اکوتوریسم به آن اشاره شده است. دیوی^۳ (۲۰۲۰) در پژوهش خود به بررسی انعطاف‌پذیری بوم‌گردی در میان همه‌گیری ویروس کووید-۱۹ پرداخته است. در این پژوهش بیان می‌شود که بحران همه‌گیری کرونا بیشترین تأثیر را بر صنعت گردشگری داشته است. هدف پژوهش مذکور شامل تعیین استراتژی وزارت گردشگری در جهت مواجهه با بیماری کرونا، یادگیری استراتژی سازگار با اکوتوریسم در زمان همه‌گیری ویروس کرونا و تجزیه و تحلیل پیامدهای همه‌گیری کرونا بر اکوتوریسم پرداخته شده است. نتایج پژوهش مذکور بیان می‌دارد که سه استراتژی سازگار از نظر جسمی، اقتصادی و اجتماعی وجود دارد که بیشترین تأثیر اپیدمی کرونا بر بخش اقتصادی بوده است.

هارسونو^۴ (۲۰۲۰) در پژوهش خود به بررسی تأثیرات اپیدمی کرونا بر صنعت اکوتوریسم دریایی اندونزی پرداخته است. وی بیان می‌دارد بیماری همه‌گیر کرونا به مناطق مختلف جهان از جمله اندونزی نفوذ کرده است و صنعت گردشگری آن‌را قفل کرده است. این پژوهش به بررسی مقررات و سیاست‌های داخلی مرتبط با مواجهه با همه‌گیری کرونا در صنعت گردشگری پرداخته است و یافته‌های به‌دست آمده نشان می‌دهد که کووید-۱۹ تأثیر قابل توجهی در اکوتوریسم دریایی اندونزی داشته است.

اکولوژیکی می‌شود (مرادی و همکاران، ۱۳۹۹). این مفهوم به قصد بازدید از خاستگاه و زیستگاه‌های طبیعی به مثابه گزینه‌ی سودمند اقتصادی، تلقی می‌شود (کریمی‌کندزی، ۱۳۹۹). اکوتوریسم، گردشگری طبیعت است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم باعث حفاظت و حمایت از توسعه‌ی اقتصادی پایدار می‌شود (ویورا، ۱۹۹۹). اکوتوریسم نماینده ارزشمندترین شکل گردشگری پایدار است زیرا ارتباط نزدیکی با منابع طبیعی و خرده فرهنگ‌ها دارد (رونیزی^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). برخی محققان (فنل، ۲۰۲۰؛ ویورا، ۲۰۰۱) معتقدند که در اکوتوریسم باید این عوامل را مدنظر قرار گیرند: ۱- توسعه‌ی اکوتوریسم در مقیاس کوچک مانند گروه‌های متراکم از مسافران؛ ۲- پرورش رفتارهایی که بر حفظ تنوع زیست‌محیطی، به ویژه از طریق تقویت آگاهی، کمک می‌کنند؛ ۳- از نظر اقتصادی بر حفظ، نگهداری و ارتقای تنوع زیست‌محیطی کمک کنند؛ ۴- ضمن تعهد به ترویج فرهنگ محلی و حصول اطمینان از نگهداری از فرهنگ عامه، به یکپارچگی جوامع میزبان احترام بگذارند؛ ۵- ایجاد انگیزه‌های مثبت برای اقتصاد محلی و رفاه جوامع محلی؛ ۶- تعادل بین محیط زیست و رفتار انسان برای اطمینان از پایداری طولانی مدت گردشگری طبیعت؛ ۷- جنبه‌ی تجاری دادن به اکوتوریسم و گردشگری طبیعت. بنابراین، توسعه‌ی اکوتوریسم کار ساده‌ای نبوده و برنامه‌ریزان، مدیران و سیاست‌گذاران در صورت تمایل به دستیابی به توسعه‌ی پایدار در گردشگری، باید این ابعاد را درک و زمینه‌سازی کنند. از این‌رو، در این پژوهش سعی شده است تا به بررسی ذهنیت پاسخ‌دهندگان در زمینه‌ی مواجهه با اکوتوریسم پسا کرونا پرداخته شود.

^۳ Dewi

^۴ Harsono

^۱ Weaver

^۲ Ronizi

چشم‌انداز روشنی را برای بازنگری و تنظیم مجدد برنامه‌های گردشگری در جهت راهی بهتر برای آینده فراهم می‌کند. چنین دیدگاهی به یک چارچوب گردشگری جامعه‌محور نیاز دارد که براساس حقوق و منافع جوامع محلی و مردم محلی، گردشگری را دوباره تعریف و تغییر جهت دهد. این پژوهش چارچوبی را ارائه می‌دهد که بر چهار مولفه دولت، کسب و کارهایی که در زمینه ی صنعت گردشگری فعالیت دارند، گردشگران و خدمت دهندگان به گردشگران را شامل می‌شود.

کرمی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود به تحلیل نقش دولت در مدیریت و برنامه‌ریزی بحران کرونا در گردشگری پرداخته‌اند. در این پژوهش سعی شده است تا به بررسی پیامدهای بحران کرونا در صنعت گردشگری پرداخته و راه‌های مدیریت آن را تحلیل نمایند. برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش از روش کتابخانه‌ای استفاده شده و از طریق روش توصیفی تحلیلی به بررسی داده‌ها پرداخته شده است. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که دولت اولاً، باید برآورد درستی از میزان زیان ناشی از بحران کرونا در حوزه گردشگری داشته باشد و در ادامه با شناسایی حوزه‌هایی که کم و بیش دچار زیان و آسیب شده‌اند، بخش‌های مالیاتی را برای آن‌ها در نظر بگیرد. همچنین، آن‌ها بیان می‌دارند که دولت باید فضای مجازی را برای رونق بخش گردشگری مهیا ساخته و زیرساخت‌های این حوزه را فراهم نماید.

۴ روش‌شناسی تحقیق

یکی از ابزارهای صنعت گردشگری، بوم‌گردی یا اکوتوریسم می‌باشد که در این نوع گردشگری از منابع اکولوژیکی محافظت شده و به زندگی اکولوژیکی و اعتقادات ساکنان احترام گذاشته می‌شود، اما در ماه‌های اخیر با همه‌گیری ویروس کرونا، این صنعت دچار بحران‌ها و تأثیرات منفی

یوگر و آکبیک^۱ (۲۰۲۰) در پژوهش خود به بررسی تأثیر همه‌گیری ویروس کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری بین‌المللی پرداخته‌اند. در این پژوهش به بررسی واکنش مسافران در طول روند همه‌گیری ویروس کرونا با استفاده از تکنیک تحلیل متن پرداخته‌اند. آن‌ها در طول تقریباً سه ماه، نظرات بیش از هفتاد و پنج هزار نفر از مسافران را مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها بیان داشتند که خدمات بیمه مسافران و گردشگران، یکی از موضوعات مهم برای احیای صنعت گردشگری می‌باشد.

کیو^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود به بررسی هزینه‌های اجتماعی گردشگری در زمان همه‌گیری کرونا پرداخته‌اند. در این پژوهش به بررسی درک ساکنان و مردم محلی سه مورد از شهرهای چین در زمینه ی فعالیت‌های گردشگری و خطرات مربوط به بهداشت عمومی پرداخته‌اند. در این پژوهش پیشنهادهای در زمینه ی بهداشت محیط و آزمایشات بیماری از سفر، ارائه شده است.

هیگینس-دسیبولیس^۳ (۲۰۲۰ ب) در پژوهش خود به بررسی چالش‌های گردشگری پایدار پس از کرونا پرداخته است. در این پژوهش به بررسی مواردی مانند اصول اخلاقی، مسئولیت‌پذیری و پایداری توجه شده است و بر نقش مؤثر دانشکده‌های گردشگری تأکید شده است. همچنین در این پژوهش بر توسعه‌ی رشته‌هایی که بر آینده‌ی شیوه‌های گردشگری در زمان همه‌گیری‌ها و بحران‌های مربوط توجه دارند، تأکید می‌کند.

هیگینس-دسیبولیس (۲۰۲۰ الف) در پژوهشی دیگر به اجتماعی‌سازی گردشگری بر مبنای عدالت اجتماعی و اکولوژیکی در زمان همه‌گیری ویروس کرونا پرداخته است. وی بیان می‌دارد، از آنجا که اپیدمی کووید-۱۹ تأثیر منفی زیادی بر گردشگری در سطح جهان داشته است، ولی این بیماری

^۳ Higgins- Desbiolles

^۱ Uğur & Akbıyık

^۲ Qiu

افکار، احساسات و عقاید خبرگان است. سپس، مجموعه‌ی کیو ایجاد می‌شود که شامل عبارات استفاده شده برای تحلیل الگوهای ذهنی خبرگان می‌باشد. فضای گفتمان شامل کلیه مطالبی است که در مطالعات مرسوم، گفتمان هر روز زندگی، گزارش‌ها، و مجموعه‌ای از همه اظهارات پاسخ‌دهندگان در خصوص موضوع مورد نظر وجود دارد (برون و همکاران^۴، ۲۰۱۹: ۹). از طرفی نمونه کیو، جملات و عباراتی است که از فضای گفتمان انتخاب شده و باید طوری انتخاب شود که نماینده‌ی نظرات و نگرش‌های مختلف در خصوص موضوع و پدیده مورد بررسی باشد. در فاز اول روش‌شناسی کیو هدف اصلی، تأمین کفایت محتوای فضای گفتمان یا نظریه به منظور اخذ احساس‌ها، افکار، عقاید و نگرش‌های مشارکت‌کنندگان است که حتماً شامل حقایق نیست؛ بلکه عقاید و برداشت‌های شخصی افراد از متغیرها، رفتارها و مفاهیم را شامل می‌شود. بنابراین، عبارات یا گویه‌های جمع‌آوری شده را به اصطلاح تصورات و قضاوت‌های خود مرجع افراد گفته می‌شود که بیان‌گرایش‌ها و تجربیات درباره موضوع ذهنی بوده و بررسی نحوه‌ی تبادل افکار، گفتگوها و میزان خلاقیت مورد توجه قرار می‌گیرد. در رویکرد کیو، نمونه کیوها به شکل گزاره‌ها یا عباراتی درباره جنبه‌های گوناگون موضوع مورد پژوهش است.

۲. **مرتب‌سازی کیوه:** از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود تا در مورد سوالات، اندیشیده و آن‌ها را بر اساس ابعاد ذهنی خود دسته‌بندی و

حاصل از این ویروس بوده است. از این‌رو، پژوهش حاضر درصدد است تا به بررسی الگوهای ذهنی خبرگان در زمینه‌ی مواجهه با اکوتوریسم پسا کرونا بپردازد و برای این منظور از روش‌شناسی کیو استفاده شده است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و با رویکرد آمیخته می‌باشد. همچنین، از نظر نحوه‌ی گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پیمایشی می‌باشد. برای شناسایی ذهنیت خبرگان در زمینه‌ی مواجهه با اکوتوریسم پسا کرونا از روش‌شناسی کیو استفاده شده است. روش‌شناسی کیو از تحلیل عاملی برای رتبه‌بندی گزاره‌های کیفی در جهت شناسایی و درک دامنه‌ی دیدگاه‌های اجتماعی موجود در زمینه‌ی موضوع مورد مطالعه، استفاده می‌کند (وینکلر و نیکولاس^۱، ۲۰۱۶). ارزیابی ساختاریافته از ذهنیت پاسخ‌دهندگان در مطالعات کیو توسط چهار گام اصلی مورد بررسی قرار می‌گیرد:

۱. **طرح پژوهش**^۲: اولین قدم، شناسایی موضوعی است که دامنه‌ی مطالعه و سوالات کلی را برای پاسخ‌دهندگان تعیین کرده و لیست جامعی از گزاره‌ها را جمع‌آوری می‌کند که نظر ذهنی افراد در مورد موضوع را نشان می‌دهد. موارد مورد نظر، معمولاً، در راستای ادبیات موجود ساخته می‌شود؛ اما می‌تواند از طریق مصاحبه نیز ترسیم گردد (زابالا^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). در واقع، در این بخش فضای گفتمان و مجموعه‌ی کیو ساخته می‌شود. در فضای گفتمان از مجموعه‌ی جامعی از ادبیات پژوهش مانند مقالات علمی، روزنامه‌ها و مجلات، متون ادبی و دیگر رسانه‌های جمعی و یا در صورت لزوم از دیگر روش‌های مطالعات کمی مانند مصاحبه استفاده می‌شود. هدف از این مرحله، رسیدن به کفایت محتوای فضای گفتمان به منظور اخذ

^۴ Brown et al

^۵ Q-Sort

^۱ Winkler & Nicholas

^۲ Research design

^۳ Zabala

افرادی که دارای دیدگاه‌های ذهنی مشترک هستند پرداخته می‌شود.

بر اساس گام‌های فوق، روش‌شناسی کیو به روش‌های تحقیق کیفی نزدیک است، اما با این وجود، این روش‌شناسی بُعد کمی نیز دارد، به این دلیل که از روش‌های آماری مانند تحلیل عاملی و تحلیل مؤلفه‌های اصلی برای دسته‌بندی افراد کمک می‌گیرد.

۴/۱ اعتبار و اعتماد روش‌شناسی کیو

روایی^۴ یا اعتبار بدین معناست که روش یا ابزار به کار رفته تا چه حد می‌تواند خصوصیت موردنظر را به درستی اندازه‌گیری نماید. از آنجایی که مطالعات کیو در پی سنجش هیچ سازه‌ای نیست از این رو، اعتبار در روش‌شناسی کیو چندان معنا ندارد زیرا هیچ معیار بیرونی برای بررسی اعتقادات افراد وجود ندارد که بتوان از آن برای مقایسه استفاده کرد (ریبر^۵، ۲۰۲۰). ولی آنچه می‌تواند درباره‌ی مطالعه‌ی کیو مطرح شود، جامعیت عبارات نمونه کیو است؛ به گونه‌ای که، اعتبار محتوایی بر اساس رتبه‌ای که پاسخ‌دهندگان به عبارات و عبارات مجاور اختصاص می‌دهند قابل بررسی است (دانایی‌فرد و مولوی، ۱۳۹۹). همچنین، پایایی^۶ یا قابلیت اعتماد بر این اصل تاکید دارد که در شرایط یکسان، ابزار اندازه‌گیری تا چه اندازه نتایج یکسانی را نشان می‌دهد. برخی روش‌های رایج برای بررسی پایایی کیو شامل؛ آزمون - آزمون مجدد و روش دو نیمه کردن می‌باشد. همچنین، ضریب همبستگی بالاتر از ۰/۷ به‌عنوان پایایی خوب برای مطالعه‌ی کیو در نظر گرفته می‌شود (تارویردی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). در پژوهش حاضر برای بررسی پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است که در جدول شماره‌ی یک بیان شده است.

مرتب‌سازی کنند (فورنییر^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). در این گام، از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود که گویه‌ها را بر اساس دیدگاه خود، با توجه به برخی ترجیحات و قضاوت‌ها و غالباً با بکارگیری یک توزیع شبه‌نرمال مرتب نمایند (شیخی و همکاران، ۱۳۹۹). در پژوهش حاضر، برای مرتب‌سازی کیو از توزیع شبه‌نرمال که شکل استاندارد جدول مرتب‌سازی کیو می‌باشد، استفاده شده است. بازه رتبه‌بندی از «-۴» برای بسیار مخالف تا «+۴» برای بسیار موافق انتخاب شده است و عدد صفر در میانه بازه قرار می‌گیرد.

۳. **تجزیه و تحلیل کیو^۲**: دسته‌های کیو باعث می‌شود تا خوشه‌های افرادی که دارای دیدگاه‌های مشترک هستند، آشکار گردد (فورنییر و همکاران، ۲۰۲۰). لازم به ذکر است که تحلیل داده‌ها به کمک تحلیل عاملی انجام می‌گیرد که اصلی‌ترین روش برای تحلیل ماتریس داده‌های کیو می‌باشد. مبنای روش تحلیل عاملی، همبستگی میان افراد است. به این ترتیب، در روش تحلیل عاملی افراد به جای متغیرها دسته‌بندی می‌شوند که برای انجام این کار از چرخش واریماکس که نوعی چرخش متعامد است، استفاده می‌شود. اعداد استخراج شده از تحلیل عاملی کیو، به روش مؤلفه‌های اصلی هستند.

۴. **تفسیر نتایج^۳**: به تفسیر گویه‌های کیو و الگوهای شباهت بین پاسخ‌دهندگان پرداخته می‌شود (فورنییر و همکاران، ۲۰۲۰). در این بخش به تفسیر خوشه‌های مربوط به نظرات

⁴Validity

⁵ Rieber

⁶ Reliability

¹ Fournier

² Q-analysis

³ Interpretation



جدول ۱. پایایی ابزار پژوهش

تعداد مشارکت‌کننده	الفای کرونباخ
۶۰	۰/۸۸۷

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

۵ یافته‌های پژوهش

در این بخش، بر اساس مراحل روش‌شناسی کیو، به تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش پرداخته می‌شود. گام‌هایی که در فرایند روش‌شناسی کیو بررسی می‌شود در ادامه ذکر شده است:

الف) طرح پژوهش: در گام مربوط به طرح پژوهش، در ابتدا فضای گفت‌وگو با شناسایی زمینه ی گفت‌وگو و جامعه‌ی مربوط به آن، آغاز می‌شود. پس از بررسی و مطالعه نشریات معتبر، اسناد و دستورالعمل‌های بهداشتی مربوط به گردشگری و اکوتوریسم، در مجموع تعداد ۵۹ مقوله تأثیرگذار در زمینه ی اکوتوریسم پسا کرونا استخراج گردید. پس از حذف مقوله‌های تکراری و تلفیق موارد با مفهوم یکسان، تعداد ۴۲ گزاره ی اصلی شناسایی شد که به عنوان مجموعه ی کیو به کار گرفته شده است. جدول شماره دو مجموعه کیو مورد نظر برای بررسی ذهنیت خبرگان در زمینه ی مواجهه با اکوتوریسم پسا کرونا و مسائل بهداشتی آن را نشان می‌دهد.

بر اساس جدول فوق، مقدار آلفای کرونباخ همواره بالاتر از ۰/۷ بوده، بنابراین پایایی ابزار پژوهش مورد تأیید می‌باشد.

۴٫۲ جامعه آماری

بر اساس هدف پژوهش، جامعه‌ی مورد نظر برای جمع‌آوری داده‌ها شامل اعضای کانون انجمن‌های صنفی کارگری راهنمایان گردشگری (IFTGA) سراسر کشور می‌باشد. برای گردآوری داده‌های مورد نظر از کارت‌های کیو استفاده شده است، که تعداد ۶۰ خبره گردشگری و اکوتوریسم به این کارت‌ها پاسخ داده‌اند. نتایج تحلیل متغیرهای جمعیت‌شناختی نشان داد، ۵۰ درصد از خبرگان دارای تحصیلات کارشناسی، ۳۵ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر و ۱۵ درصد دارای تحصیلات کاردانی و کمتر می‌باشند. همچنین، سابقه‌ی فعالیت خبرگان نشان می‌دهد که ۱۰ درصد از آنان کمتر از دو سال سابقه ی فعالیت داشته، ۲۵ درصد بین سه تا پنج سال سابقه ی فعالیت، ۱۵ درصد بین شش تا ده سال سابقه فعالیت و ۱۰ درصد بیشتر از یازده سال سابقه ی فعالیت در بخش گردشگری بودند.

^۱ Iran Federation of Tourist Guide Associations

جدول ۲. خلاصه گفتمان مطالعات عوامل مؤثر بر مواجهه با اکوتوریسم پسا کرونا

ردیف	مقوله	ردیف	مقوله
Q۱	اهمیت آموزش بهداشتی مردم محلی و تربیت کارشناسان و ناظرین بهداشت	Q۲۲	اهمیت دسترسی به آب آشامیدنی سالم و بهداشتی
Q۲	اهمیت آموزش بهداشتی گردشگران	Q۲۳	اهمیت کیفیت بهداشتی رستوران‌ها و غذاها
Q۳	اهمیت نظریاتی مداوم از مردم محلی	Q۲۴	اهمیت اندازه کوچک گروه‌ها
Q۴	اهمیت نظریاتی مداوم از گردشگران	Q۲۵	اهمیت پاکیزگی و عدم آلودگی معابر و مکان‌های تفریحی
Q۵	اهمیت ضوابط مدون و منتشر شده برای آگاهی و راهنمایی مردم محلی	Q۲۶	اهمیت عدم آلودگی رودخانه‌ها، استخرها و محیط زیست
Q۶	اهمیت ضوابط مدون و منتشر شده برای آگاهی و راهنمایی گردشگران	Q۲۷	اهمیت میزان حمایت سازمان‌ها و نهادهای رسمی متولی گردشگری
Q۷	اهمیت جلب اعتماد بخش‌های عمومی و خصوصی فعال در زمینه اکوتوریسم و گردشگری	Q۲۸	اهمیت نظارت بهداشتی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و سازمان‌های تابعه
Q۸	اهمیت مسئولیت‌پذیری رفتاری و اجتماعی	Q۲۹	اهمیت استفاده از فرم‌های خوداظهاری برای گردشگران و مردم محلی
Q۹	اهمیت بازبینی اقدامات انجام شده و پندآموزی از تجربیات گذشته	Q۳۰	اهمیت استفاده از اقلام بهداشتی مورد نیاز جهت حفاظت فردی
Q۱۰	اهمیت آمادگی الکترونیکی گردشگران در ارتباط با گسترش گردشگری	Q۳۱	اهمیت قرار دادن لوازم و وسایل بهداشتی در اختیار گردشگران
Q۱۱	اهمیت فرهنگ‌سازی جامعه مقصد	Q۳۲	اهمیت استفاده از غذاهای کنسرو شده و آب آشامیدنی بسته‌بندی شده
Q۱۲	اهمیت سرمایه‌گذاری مردم محلی در ساخت اقامتگاه‌های بهداشتی بوم‌گردی	Q۳۳	اهمیت نظافت و ضدعفونی وسایل نقلیه قبل از سفر
Q۱۳	اهمیت رضایت گردشگران از میزبانی، امکانات و خدمات بهداشتی ارائه شده	Q۳۴	اهمیت نظافت و ضدعفونی اماکن اقامتی
Q۱۴	اهمیت توزیع بورشور و کتابچه‌ها و بنرهای مرتبط با رعایت بهداشت	Q۳۵	اهمیت رزرو اینترنتی هتل‌ها و محل اقامت و تهیه ی اینترنتی بلیط اماکن گردشگری
Q۱۵	اهمیت تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی مرتبط با رعایت بهداشت	Q۳۶	اهمیت ایجاد و بسط پوشش‌های امدادی، حمایتی و بیمه‌ای

تشخیص مناسب بودن داده‌ها در انجام تحلیل عاملی از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود. برای بررسی کفایت اندازه نمونه از شاخص KMO استفاده می‌شود که این شاخص همواره باید بالاتر از ۰/۷ باشد. همچنین، از آزمون بارتلت برای بررسی فرض یگه بودن ماتریس ضرایب همبستگی استفاده می‌شود. اگر آزمون بارتلت معنادار نباشد (یعنی مقدار سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ نباشد) این امکان برای ماتریس همبستگی وجود دارد که یک ماتریس یگه باید و این امر به معنای آن است که ماتریس مذکور برای تحلیل‌های بعدی مناسب نیست (شیخی و همکاران، ۱۳۹۹). جدول شماره ۱ سه مقادیر مربوط به شاخص KMO و آزمون بارتلت را نشان می‌دهد.

ج) تجزیه و تحلیل کیو: برای شناسایی الگوهای ذهنی، رتبه‌بندی و مرتب‌سازی نمودارهای انجام گرفته توسط خبرگان، از نرم‌افزارهای مختلف PCQ، PQMethod و SPSS می‌توان استفاده کرد. برای ارائه نتایج در دو نرم‌افزار اول از روش Centroid استفاده می‌شود ولی روش استفاده در نرم‌افزار SPSS شامل روش Varimax است. البته، نتایج روش Varimax با Centroid چندان متفاوت نیست، پس می‌توان از SPSS برای تحلیل داده‌ها استفاده کرد (خوشگویان‌فرد، ۱۳۸۹). از این‌رو، در پژوهش حاضر از روش تحلیل عاملی و نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. روش تحلیل عاملی اصلی‌ترین روش آماری برای تحلیل ماتریس داده‌های کیو می‌باشد. اما قبل از تحلیل عاملی، برای

جدول ۳. اعتبارسنجی داده‌ها

مقادیر	شاخص
۰/۷۲۴	KMO
۲۰۴۴/۴۲۱	کای اسکوئر تقریبی
۹۸۱	درجه آزادی
۰/۰۰	سطح معناداری

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

انجام تحلیل عاملی از ماتریس همبستگی استفاده می‌شود. بارهای عاملی استخراج شده در جدول شماره ۱ چهار نمایش داده شده است.

بر اساس جدول فوق، مقادیر شاخص KMO و آزمون بارتلت در محدوده‌ی قابل قبول قرار دارند و بنابراین تناسب داده‌ها مورد تأیید می‌باشد. از این‌رو، به بررسی و تحلیل عاملی پرداخته می‌شود. جهت



جدول ۴. ماتریس بارهای عاملی چرخشی درباره‌ی ذهنیت‌های شناسایی شده

عاملها	مشارکت کننده	بار عاملی	مشارکت کننده	بار عاملی	مشارکت کننده	بار عاملی	مشارکت کننده	بار عاملی
الگوی ذهنی ۱	P58	۰/۸۲۶	P33	۰/۸۱۱	P15	۰/۸۰۸	P35	۰/۸۰۷
	P24	۰/۷۹۷	P16	۰/۷۹۴	P18	۰/۷۹۳	P39	۰/۷۹۱
	P19	۰/۷۸۸	P28	۰/۷۸۲	P4	۰/۷۵۸	P45	۰/۷۵۷
	P34	۰/۷۵۶	P32	۰/۷۴۰	P6	۰/۷۲۵	P22	۰/۷۲۰
	P20	۰/۷۱۹	P41	۰/۷۱۶	P54	۰/۷۱۶	P2	۰/۷۰۰
	P52	۰/۶۹۳	P53	۰/۶۸۳	P3	۰/۶۷۵	P25	۰/۶۷۰
	P59	۰/۶۶۰	P48	۰/۶۲۴	P42	۰/۶۲۰	P13	۰/۶۱۲
P26	۰/۵۹۳	P30	۰/۵۸۶	P40	۰/۵۷۷	P23	۰/۵۵۰	
الگوی ذهنی ۲	P43	۰/۷۸۱	P11	۰/۷۶۲	P7	۰/۷۱۵	P10	۰/۷۰۴
	P9	۰/۶۵۳	P44	۰/۶۵۰	P31	۰/۶۵۰	P51	۰/۶۳۴
	P5	۰/۶۰۰	P38	۰/۵۷۶	P36	۰/۵۷۴	P1	۰/۵۲۶
الگوی ذهنی ۳	P55	۰/۸۱۴	P27	۰/۶۷۲	P37	۰/۵۹۴	P47	۰/۵۸۳
	P12	۰/۵۴۹	P56	۰/۵۴۵				
الگوی ذهنی ۴	P57	۰/۸۱۵	P21	۰/۶۴۴	P49	۰/۵۶۳	P29	۰/۵۴۰
	P14	۰/۵۳۵	P8	۰/۵۲۳				
الگوی ذهنی ۵	P17	۰/۶۰۴						
الگوی ذهنی ۶	P60	۰/۷۹۵						
الگوی ذهنی ۷	P46	۰/۹۰۴						
الگوی ذهنی ۸	P50	۰/۵۴۶						

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

معنادار هستند مشخص کرده، سپس، میانگین وزنی امتیازهای مخاطبان مذکور در هر کدام از گزاره‌های کیو را که امتیاز عاملی آن فاکتور است به دست آورد. برای این منظور ابتدا وزن هر مخاطب در قبال هر کدام از فاکتورهای عاملی از رابطه ی $w = f_1 / (f_1 + f_2)$ محاسبه می‌شود که در آن f مقدار بار عاملی و w وزن متناظر با آن است (شیخی و همکاران، ۱۳۹۹). جدول شماره ی پنج، امتیازهای عاملی برای هر کدام از گزاره‌ها را نشان می‌دهد.

در تحلیل عاملی معمولی، مستقیماً با مراجعه به بارهای عاملی، به تفسیر عاملها پرداخته می‌شود ولی در تحلیل عاملی کیو، به دلیل اینکه بارهای عاملی، رابطه ی مخاطبان کیو را با عاملها نشان می‌دهد، بنابراین نمی‌توان مستقیماً از بارهای عاملی برای تفسیر نتایج استفاده کرد. برای تفسیر نتایج بارهای عاملی کیو، بین محتوای گزاره‌های کیو و عاملهای کیو، امتیاز عاملی گزاره‌ها محاسبه می‌شود. برای محاسبه ی امتیاز عاملی، ابتدا گروهی از مخاطبان کیو که روی آن فاکتور دارای بار عاملی

جدول ۵. امتیازهای عاملی گزاره‌های مؤثر بر اکوتوریسم پسا کرونا

گزاره کیو	الگوی ذهنی ۱	الگوی ذهنی ۲	الگوی ذهنی ۳	الگوی ذهنی ۴	الگوی ذهنی ۵	الگوی ذهنی ۶	الگوی ذهنی ۷	الگوی ذهنی ۸
۱	-۰/۰۷۹	۰/۹۷۲	-۱/۱۳	-۰/۳۰۶	۰/۱۲۱	۱/۷۸	۰/۳۷۴	۱/۱۷
۲	۰/۲۲۹	۰/۳۴۷	۰/۲۰۷	۰/۲۰۳	۰/۴۲۷	-۰/۴۳۴	۰/۳۶۱	-۰/۷۱۱
۳	-۰/۱۲۲	۰/۲۸۵	۰/۴۷۴	-۰/۰۹۷	۰/۲۵۲	-۰/۱۴۳	۰/۵۹۳	-۰/۷۹۶
۴	-۰/۱۴	۰/۴۷۳	۰/۲۴۱	۰/۰۷۶	۰/۲۲۰	-۰/۲۱۸	۱/۵۹	-۱/۳۷
۵	-۰/۰۱۵	-۰/۴۰۴	-۰/۱۰۴	-۰/۸۵۱	۱/۶۴	۲/۲۴	۱/۲۳	-۱/۴۵
۶	-۰/۲۵	-۰/۸۵۴	-۰/۴۹۰	-۰/۶۳۹	۲/۲۱	-۰/۲۹۱	۱/۶۷	-۲/۱۰
۷	-۰/۲۳	۰/۳۹۱	-۰/۲۳۰	۰/۵۳۶	-۰/۱۱۴	-۰/۳۰۵	۱/۳۳	۰/۴۸۵
۸	-۰/۱۱	۰/۸۲۹	-۰/۴۳۰	۱/۱۱	-۰/۸۵۸	۰/۰۱۴	۰/۸۳۸	۰/۰۴۵
۹	-۰/۱۹	۰/۹۱۱	-۰/۶۹۹	-۰/۰۱۵	-۰/۲۶۶	-۰/۵۰۰	۱/۴۹	۲/۴۶
۱۰	-۰/۵۲۷	۰/۹۲۸	۰/۵۳۲	-۰/۱۰۹	۰/۲۵۸	-۱/۲۳	۱/۲۶	۱/۲۸
۱۱	-۰/۳۶۰	۰/۴۸۰	۰/۲۸۷	۱/۰۱	-۰/۷۳۲	۰/۰۴۷	۰/۰۹۲	۰/۷۳۱
۱۲	-۰/۰۷	-۰/۱۷۳	-۰/۸۹۱	۰/۴۳۸	۰/۶۷۵	۱/۶۱	۰/۲۰۹	-۰/۲۱۸
۱۳	۰/۲۳۱	-۰/۱۶۹	-۰/۰۸۱	۰/۴۱۶	۰/۵۱۱	-۰/۲۶۰	-۰/۰۰۳	۰/۷۸۶
۱۴	۰/۱۵۳	-۱/۹۳	۲/۰۷	-۲/۶۰	-۳/۸۰	۱/۳۳	۰/۲۳۸	۰/۲۷۰
۱۵	۰/۱۰۴	۰/۴۶۹	-۰/۲۴۵	-۰/۱۳۱	-۱/۴۲	-۰/۲۳۵	۱/۴۵	۱/۰۴
۱۶	-۰/۳۷۸	۰/۷۹۵	-۰/۷۰۲	۱/۴۶	-۱/۰۳	۱/۹۰	-۰/۴۹۹	-۰/۶۵۳
۱۷	-۰/۷۸۶	۰/۷۹۹	۰/۷۴۵	-۱/۲۶	۱/۰۴	۲/۲۲	۰/۴۰۹	۰/۲۳۴
۱۸	-۰/۴۵۳	۰/۲۴۴	۱/۲۲	-۰/۵۶۸	۰/۳۰۴	۰/۸۸۰	۰/۰۳۹	۰/۳۴۰
۱۹	-۰/۱۸۴	۰/۲۱۸	۰/۳۹۶	۱/۴۱	-۰/۶۹۲	۱/۰۹	-۰/۵۷۱	-۰/۸۷۴
۲۰	-۰/۲۴۹	۰/۴۴۵	۰/۴۰۶	-۰/۰۰۱	۰/۸۰۳	۰/۹۸۶	-۱/۱۱	۱/۴۲
۲۱	-۰/۳۰۰	۰/۴۳۸	۱/۳۹	۰/۰۶۴	۰/۱۳۸	۰/۱۴۱	-۰/۴۹۰	-۰/۳۶۲
۲۲	-۰/۰۳۲	۰/۰۳۹	۰/۳۸۳	۱/۴۳	۰/۶۰۹	-۰/۶۷۴	-۱/۴۰	۰/۳۷۶
۲۳	-۰/۴۸۰	۰/۳۱۶	۰/۷۶۸	۰/۰۹۶	۰/۱۵۵	۰/۰۸۳	-۱/۵۲	-۰/۰۹۳
۲۴	۱/۹۳	-۱/۳۹	-۲/۰۶	-۲/۹۸	۱/۴۱	-۰/۸۳۸	-۱/۰۱	۰/۳۳۰



گزاره کیو	الگوی ذهنی ۱	الگوی ذهنی ۲	الگوی ذهنی ۳	الگوی ذهنی ۴	الگوی ذهنی ۵	الگوی ذهنی ۶	الگوی ذهنی ۷	الگوی ذهنی ۸
۲۵	-۰/۴۰۲	۰/۱۶۸	۰/۱۲۳	۰/۶۸۷	-۰/۵۸۰	۰/۰۴۹	-۰/۵۹۳	-۰/۱۵۵
۲۶	۰/۳۰۰	۰/۷۹۱	۰/۵۳۱	-۱/۰۹	-۰/۰۳۹	-۰/۶۷۹	-۱/۲۹	۰/۵۹۰
۲۷	-۰/۱۲۴	۰/۹۴۵	۰/۱۱۵	-۰/۳۶۰	۱/۱۲	-۰/۳۲۱	-۱/۳۸	۱/۲۶
۲۸	۰/۵۰۵	-۰/۰۴۵	-۰/۵۲۵	-۰/۲۱۳	۱/۰۶	-۰/۱۷۵	-۰/۶۴۹	-۰/۲۹۰
۲۹	۱/۴۵	۰/۹۱۱	-۴/۰۷	-۰/۲۳۷	-۱/۵۱	۰/۰۹۷	۰/۰۴۲	۰/۹۶۷
۳۰	۰/۲۸۵	۰/۳۶۴	۰/۳۰۳	-۰/۱۵۴	۰/۵۰۸	-۰/۲۵۶	-۰/۸۵۴	۰/۲۹۷
۳۱	۰/۲۷۹	-۰/۲۸۱	۱/۱۶	۰/۱۰۱	۰/۰۰۴	-۰/۲۲۱	-۱/۷۳	-۰/۶۵۳
۳۲	۰/۲۷۱	۰/۳۸۷	۰/۵۳۸	۰/۳۶۹	-۰/۸۷۴	-۰/۳۱۳	-۰/۵۳۳	-۰/۵۳۱
۳۳	۰/۷۱۳	-۰/۰۲۶	۰/۳۰۶	۰/۱۸۹	-۰/۳۰۰	-۲/۲۱	۰/۰۵۲	-۱/۳۱
۳۴	۰/۵۸۳	-۰/۲۶۱	۰/۷۷۵	۰/۲۱۳	-۰/۰۶۸	-۰/۹۹۹	-۰/۰۸۲	-۰/۶۴۱
۳۵	۰/۲۷۵	۰/۳۱۱	۰/۲۵۶	۰/۱۳۲	۰/۰۰۰۷	-۲/۱۱	۱/۰۷	۰/۱۹۱
۳۶	۰/۲۰۲	۰/۳۷۱	۰/۵۶۱	-۰/۰۸۲	۰/۱۴۰	-۰/۸۳۱	۰/۴۵۷	۰/۷۴۱
۳۷	۰/۲۰۱	۰/۶۷۱	-۰/۱۱۰	-۰/۲۶۷	-۰/۴۳۱	-۰/۴۰۲	۰/۸۸۱	۱/۷۹
۳۸	۰/۷۵۹	-۰/۳۲۹	-۰/۸۷۸	۰/۸۹۶	-۰/۰۴۴	۰/۲۶۶	-۲/۱۲	-۰/۳۸۴
۳۹	۰/۳۴۷	-۱/۴۲	۰/۳۵۵	۰/۵۶۴	۰/۸۶۳	-۰/۰۰۲	۰/۷۶۷	۰/۱۲۰
۴۰	۰/۷۷۱	-۴/۳۳	-۰/۴۱۷	۲/۷۱	۰/۳۰۲	۰/۳۰۸	۰/۷۸۲	۱/۷۸
۴۱	-۳/۸۹	-۱/۰۵	-۱/۰۳	-۰/۴۰۱	-۱/۲۲	-۱/۱۲	-۱/۱۴	-۱/۳۵
۴۲	-۳/۵۵	-۱/۶۳	-۱/۰۴	-۱/۴۹	-۰/۳۵۵	-۰/۲۸۳	-۰/۲۵۹	۱/۰۶

گزاره‌ها انجام می‌شود تا اینکه تمام گزاره‌ها در نمودار کیو جای گیرند.

بعد از محاسبات نرم‌افزاری روی داده‌های گردآوری شده، مقدار واریانس در ماتریس همبستگی و چرخش عامل‌ها، تقریباً ۸۳ درصد می‌باشد که مقدار مناسبی برای توضیح ذهنیت خبرگان گردشگری و اکوتوریسم است. با استفاده از مقدار واریانس، هشت عامل کیو یا گونه ذهنی

بر اساس جدول شماره ۵ پنج، با امتیازبندی عاملی هر کدام از گزاره‌های کیو، می‌توان آن‌ها را بر اساس حداکثر (رنگ سبز) و حداقل امتیاز (رنگ قرمز) در نمودار کیو جایگزاری کرد. برای مثال، در الگوی ذهنی اول، گزاره ۲۴ دارای بیشترین امتیاز بوده که در سمت راست (+۴) نمودار کیو قرار گرفته و گزاره ۴۱ به دلیل کم بودن امتیاز در سمت چپ (-۴) نمودار کیو قرار می‌گیرد. این فرایند برای همه

استخراج گردید. جدول شماره ی شش بالاترین امتیازهای عاملی محاسبه شده با استفاده از تحلیل مقایسه‌ای را نشان می‌دهد.

جدول ۶. مقدار کل واریانس تبیین شده

گونه‌های ذهنی	مجموع چرخش بارهای مربعی		
	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی
گونه ذهنی ۱	۲۰/۶۶۹	۳۴/۴۴۹	۳۴/۴۴۹
گونه ذهنی ۲	۱۰/۱۸۸	۱۶/۹۸۱	۵۱/۴۳۰
گونه ذهنی ۳	۵/۸۲۵	۹/۷۰۹	۶۱/۱۳۹
گونه ذهنی ۴	۵/۴۵۲	۹/۰۸۶	۷۰/۲۲۵
گونه ذهنی ۵	۲/۹۷۴	۴/۹۵۷	۷۵/۱۸۲
گونه ذهنی ۶	۱/۸۹۱	۳/۱۵۲	۷۸/۳۳۴
گونه ذهنی ۷	۱/۷۷۳	۲/۹۵۴	۸۱/۲۸۸
گونه ذهنی ۸	۱/۰۶۴	۱/۷۷۳	۸۳/۰۶۱

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

در جهت برنامه‌ریزی و اهمیت نظافت و ضدعفونی وسایل نقلیه، در اولویت بعدی بوم‌گردی پسا کرونا قرار دارند. اهمیت نظافت و ضدعفونی اماکن اقامتی، اهمیت نظارت بهداشتی سازمان میراث فرهنگی، اهمیت کیفیت بهداشتی رستوران‌ها و غذاها، اهمیت عدم آلودگی معابر و تفرج‌گاه‌ها، تعیین نهاد مسئول در جهت نظارت بهداشتی، اهمیت عدم آلودگی محیط زیست، در اولویت سوم بوم‌گردی پسا کرونا قرار دارند. استفاده از اقلام بهداشتی برای حفاظت فردی، اهمیت قرار دادن وسایل بهداشتی در اختیار گردشگران، اهمیت رزرو اینترنتی هتل‌ها و اماکن اقامتی، اهمیت استفاده از غذاهای کنسرو شده، اهمیت رضایت گردشگران از حفاظت بهداشتی و اهمیت

بر اساس جداول چهار و پنج و با توجه به تجزیه و تحلیل‌های کمی انجام گرفته، بارهای عاملی هرکدام از گویه‌های کیو و رتبه‌های مربوط به هر یک از گزاره‌های کیو برای هر کدام از هشت ذهنیت شناسایی شده، به دست آمد.

(د) تفسیر نتایج: در ادامه به توصیف و تشریح هر کدام از ذهنیت‌های نمایان شده در زمینه ی اکوتوریسم پسا کرونا پرداخته می‌شود.

۱. تحلیل تشریحی گونه‌ی ذهنی اول: غالب خبرگان (بیش از ۳۴/۴۵ درصد) در این گروه قرار دارند. افراد حاضر در این گروه اعتقاد دارند، اندازه ی کوچک گروه‌ها، توزیع بورشور، کتابچه و بنر، دو سنجی مهم در توجه به بوم‌گردی پسا کرونا می‌باشد. استفاده از فرم‌های خود اظهاری، کاهش مدت‌زمان دوره ی بوم‌گردی، مشارکت و انسجام نهادهای دولتی و غیر دولتی

قرار دارند. بیشتر خبرگان در این گونه ذهنی، بر اهمیت اعتماد و مسئولیت‌پذیری مردم محلی و گردشگران تأکید داشته و فرهنگ‌سازی در زمینه ی دستورالعمل‌ها و مدیریت دفع کارآمد زباله‌ها را مهم می‌دانند.

۳. تحلیل تشریحی گونه‌ی ذهنی سوم: تقریباً ۹/۷۱ درصد از خبرگان در این گونه ذهنی قرار دارند. عمده خبرگان در این الگو بر گزاره‌هایی مانند اهمیت توزیع بورشور، کتابچه و بنرها، اهمیت مدیریت دفع کارآمد و بهداشتی زباله‌ها، اهمیت استقرار پایگاه‌های آموزش و اطلاع‌رسانی، اهمیت قرار دادن لوازم و وسایل بهداشتی در اختیار گردشگران، اهمیت نظافت و ضدعفونی اماکن اقامتی، اهمیت کیفیت بهداشتی رستوران‌ها و غذاها، اهمیت تدوین قوانین بهداشتی برای گردشگران و مردم محلی، اهمیت ایجاد و بسط پوشش‌های امدادی و حمایتی، اهمیت استفاده از غذاهای بسته‌بندی شده، اهمیت آمادگی الکترونیکی گردشگران اهمیت عدم آلودگی رودخانه‌ها و محیط زیست تأکید دارند. این گروه بیشتر بر آموزش، اطلاع‌رسانی و رعایت بهداشت فردی و محیطی تأکید دارند.

۴. تحلیل تشریحی گونه‌ی ذهنی چهارم: تقریباً ۹/۰۹ درصد مشارکت‌کنندگان در این گروه قرار دارند. افراد این گروه عمدتاً بر کاهش مدت زمان دوره ی بوم‌گردی، اهمیت احداث هتل‌ها و اقامت‌گاه‌ها مرتبط با دستورالعمل بهداشتی، اهمیت دسترسی به آب آشامیدنی سالم، اهمیت حمایت مالی دولت، اهمیت مسئولیت‌پذیری رفتاری و اجتماعی، اهمیت فرهنگ‌سازی جامعه مقصد، اهمیت مشارکت و انسجام نهادهای دولتی و خصوصی، اهمیت عدم الودگی معابر و تفرج‌گاه‌ها، اهمیت تعیین

آموزش بهداشتی گردشگران، در اولویت چهارم قرار دارند. بیشتر خبرگان در این گونه ذهنی، بر اهمیت کوچک بودن گروه‌ها، آموزش و اطلاع‌رسانی و نظارت بهداشتی محیط و مکان‌های تفریحی و گردشگری تأکید داشته و سازمان‌ها و نهادهای متولی را در جهت حمایت و رعایت موارد مذکور، مهم می‌دانند.

۲. تحلیل تشریحی گونه‌ی ذهنی دوم: حدوداً ۱۶/۹۸ درصد از خبرگان در این گونه ذهنی قرار دارند. افراد حاضر در این گروه اعتقاد دارند، اهمیت آموزش بهداشتی مردم محلی و میزان حمایت سازمان‌ها و نهادهای رسمی متولی متولی، دو سنجی مهم در توجه به بوم‌گردی پساکرونا می‌باشد. اهمیت آمادگی الکترونیکی گردشگران، اهمیت استفاده از فرم‌های خوداظهاری، اهمیت پندآموزی از تجربیات گذشته و اهمیت مسئولیت‌پذیری رفتاری و اجتماعی، در اولویت بعدی بوم‌گردی پساکرونا قرار دارند. اهمیت تدوین قوانین بهداشتی برای گردشگران و مردم محلی، اهمیت احداث هتل‌ها و اقامت‌گاه‌های بهداشتی، اهمیت عدم آلودگی رودخانه‌ها و محیط زیست، اهمیت ایجاد سیستم‌های اطلاع‌رسانی و اهمیت فرهنگ‌سازی جامعه ی مقصد، در اولویت سوم بوم‌گردی پساکرونا قرار دارند. اهمیت نظریاتی مداوم از گردشگران، اهمیت تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی مرتبط با دستورالعمل‌های بهداشتی، اهمیت مشارکت مردم محلی در جهت رعایت دستورالعمل‌ها، اهمیت مدیریت دفع کارآمد و بهداشتی زباله، اهمیت جلب اعتماد بخش‌های عمومی و خصوصی فعال در زمینه گردشگری و اهمیت استفاده از غذاهای کنسروی و بسته‌بندی شده، در اولویت چهارم

اهمیت نظریاتی مداوم از گردشگران، اهمیت بازبینی اقدامات انجام شده و پندآموزی از تجربیان، اهمیت تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی، اهمیت جلب اعتماد بخش‌های عمومی، اهمیت آمادگی الکترونیکی گردشگران، اهمیت ضوابط مدون برای آگاهی مردم محلی تاکید دارند.

۸. تحلیل تشریحی گونه‌ی ذهنی هشتم: در این گروه تقریباً ۱/۷۷ درصد مشارکت‌کنندگان قرار دارند. اعضای این گروه بر مواردی مانند اهمیت بازبینی اقدامات انجام شده و پندآموزی از تجربیات، اهمیت ایجاد سیستم‌های اطلاع‌رسانی بهداشتی، اهمیت کاهش مدت‌زمان دوره‌ی بوم‌گردی، اهمیت مشارکت مردم محلی در جهت مشارکت دستورات بهداشتی، اهمیت آمادگی الکترونیکی گردشگران، اهمیت سطح حمایت سازمان‌ها و نهادهای رسمی، اهمیت آموزش بهداشتی مردم محلی و تربیت ناظران بهداشت تاکید دارند.

۶ بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری جهان، با وجود همه‌ی قدرتی که دارد، یک بار در سال ۲۰۰۳، به دنبال شیوع بیماری سارس و بار دیگر در سال ۲۰۰۹، و به دلیل بحران اقتصادی آمریکا، با افول چشمگیری روبه‌رو شده بود. بیماری سارس در سال ۲۰۰۳، پس از کشتن ۷۰۰ نفر، ریشه کن شد. این بیماری ۲۹ کشور را آلوده کرد، ولی هتل‌ها تعطیل و پروازها لغو نشدند و تنها با افت تقاضا روبه‌رو شده و صنعت گردشگری جهان را با حدود ۵۰ میلیارد دلار ضرر مواجه کرد؛ اما همه‌گیری ویروس کرونا باعث شده است که در سه ماهه‌ی اول سال ۲۰۲۰، ۲۲ درصد از ورود گردشگران بین‌المللی، کاهش یابد. آخرین داده‌های سازمان جهانی گردشگری، نشان می‌دهد این بحران می‌تواند در مقایسه با ارقام سال ۲۰۱۹ بین ۶۰ تا ۸۰ درصد

مقام یا نهاد مسئول در امر اجرای قوانین بهداشتی، اهمیت جلب اعتماد بخش‌های عمومی و خصوصی فعال در زمینه‌ی توریسم تاکید دارند.

۵. تحلیل تشریحی گونه‌ی ذهنی پنجم: در این گروه تقریباً ۴/۹۶ درصد از مشارکت‌کنندگان قرار دارند. افراد این گروه بر اهمیت ضوابط مدون برای آگاهی و راهنمایی مردم محلی و گردشگران، اهمیت اندازه کوچک گروه‌ها، اهمیت سطح حمایت سازمان‌ها و نهادهای متولی، اهمیت نظارت بهداشتی سازمان میراث فرهنگی، اهمیت تدوین قوانین و مقررات بهداشتی، اهمیت تعیین مقام یا نهاد مسئول در اجرای قوانین، اهمیت مشارکت مردم محلی در اجرای دستورات بهداشتی تاکید دارند. در این گروه بیشتر بر قوانین و مقررات و اجرا و نظارت آن تاکید می‌شود.

۶. تحلیل تشریحی گونه‌ی ذهنی ششم: تقریباً ۳/۱۵ درصد مشارکت‌کنندگان در این گروه قرار می‌گیرند. اعضای این گروه بر مواردی مانند اهمیت ضوابط مدون برای آگاهی بهداشتی، اهمیت تدوین قوانین بهداشتی برای گردشگران، اهمیت احداث هتل‌ها و اقامتگاه‌های مرتبط با رعایت دستورات بهداشتی، اهمیت آموزش بهداشتی مردم محلی و تربیت ناظران بهداشتی، اهمیت سرمایه‌گذاری مردم محلی در ساخت اقامتگاه‌های بهداشتی، اهمیت توزیع بورشور و کتابچه‌های اطلاع‌رسانی بهداشتی تاکید دارند.

۷. تحلیل تشریحی گونه‌ی ذهنی هفتم: در این گروه تقریباً ۲/۹۵ درصد مشارکت‌کنندگان قرار دارند. اعضای این گروه بر مواردی مانند اهمیت ضوابط مدون برای راهنمایی و آگاهی گردشگران،



دسته‌بندی شده‌اند، قابل تفسیر شده است. عمده الگوی ذهنی خبرگان در گروه اول و دوم قرار دارند. با توجه به تفسیر الگوی ذهنی اول، بیش از ۳۴/۴۵ درصد از تغییرات واریانس کل تبیین شده در این الگوی ذهنی قرار دارد. افراد این گروه بیشتر بر آموزش‌های بهداشتی، اهمیت پندآموزی از تجارب و مسئولیت‌پذیری رفتاری و اجتماعی تأکید دارند. برای این منظور عمدتاً، بر مشارکت اجتماعی مردم محلی و حمایت سازمان‌ها و نهادهای متولی در امر نظارت بهداشتی تأکید می‌شود. براساس بررسی الگوی ذهنی دوم، بیشتر خبرگان بر اعتماد و مسئولیت‌پذیری رفتاری و اجتماعی مردم محلی و گردشگران تأکید دارند و این مهم از طریق فرهنگ‌سازی و حمایت سازمان‌های متولی اتفاق خواهد افتاد. بررسی الگوی ذهنی سوم نشان می‌دهد که خبرگان بر آموزش و اطلاع‌رسانی گردشگران از طریق توزیع بورشورها و کتابچه‌ها تأکید دارند و این الگو، ۹/۷۱ درصد از تغییرات واریانس کل را تبیین می‌کند. در این الگو عمدتاً بر آموزش و استفاده از افراد با تجربه و مجرب و همچنین تعیین مقام مسئول در زمینه‌ی نظارت بهداشتی تأکید می‌شود. بررسی الگوی ذهنی چهارم نشان داد که خبرگان عمدتاً بر زیرساخت‌های بهداشتی مانند اقامتگاه‌های بهداشتی، سرویس‌های بهداشتی و غیره تأکید داشته و از طرفی بر کاهش مدت زمان بوم‌گردی نیز تأکید داشتند. این الگو، ۹/۰۹ درصد از تغییرات واریانس کل را تبیین می‌کند. الگوی ذهنی پنجم، ۴/۹۶ درصد از تغییرات واریانس کل را تبیین می‌کند. خبرگان، در این الگو عمدتاً بر قوانین و مقررات مدون در زمینه‌ی رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی و اجرا و نظارت بر این قوانین تأکید دارند. بررسی الگوی ذهنی ششم، بر تدوین قوانین و ضوابط در زمینه‌ی سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی ساخت و احداث اقامتگاه‌ها و مکان‌های بهداشتی تأکید دارند. این الگو، ۳/۱۵ درصد از تغییرات واریانس کل را تبیین می‌کند. الگوی ذهنی هفتم و هشتم، ضعیف‌ترین الگوی ذهنی بوده و تقریباً ۴/۷۲ درصد از تغییرات واریانس کل را تبیین

کاهش در گردشگری جهانی داشته باشد. این بحران وضعیت کسب‌وکار میلیون‌ها نفری که در صنعت گردشگری مشغول به کار هستند را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. تصاویر خیابان‌ها و مراکز تفریحی خالی، خاموشی چراغ‌ها و بسته بودن فروشگاه‌ها در شهرهای جهان بسیار عجیب و گاهی دلهره‌آور است. براساس یک برآورد جهانی، تقریباً ۱۰۰ میلیون شغل در بخش گردشگری و سفر حذف شده‌اند و یا به زودی نابود خواهند شد و پیش‌بینی می‌شود درآمدهای مسافرت بین‌المللی، بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار کاهش یابد و از طرفی میزان اشغال تخت در هتل‌ها به شدت سقوط کرده که اکنون در حدود ۲۵ درصد شناور است. باید گفت نه تنها هم‌اکنون، بلکه در پسا کرونا و تا چندین سال، سفر و گردشگری دچار تغییرات اساسی و بنیادین شود. بالاخره بیماری همه‌گیر کووید ۱۹ به آرامی محو می‌شود، اما آثار مختلف فردی و اجتماعی به خصوص در صنعت گردشگری بر جای می‌گذارد. در ایران نیز صنعت گردشگری و اکوتوریسم به‌عنوان بهترین و بهینه‌ترین جایگزین برای نفت در اقتصاد تک‌محصولی مورد توجه است؛ از این‌رو، توجه به گردشگری و اکوتوریسم پسا کرونا در ایران حائز اهمیت بسیاری است. در این راستا، پژوهش حاضر به بررسی الگوهای ذهنی خبرگان در مواجهه با اکوتوریسم پسا کرونا با استفاده از روش‌شناسی کیو پرداخته است. با توجه به مطالعات انجام شده با استفاده از روش‌شناسی کیو، مقادیر بارهای عاملی با یکدیگر مقایسه شده و هشت عامل مهم یا عقایدی که دارای اهمیت بیشتری در مواجهه با اکوتوریسم پسا کرونا بودند، استخراج شدند. معیار اهمیت یک عامل و تحلیل آن به میزان واریانس کل تبیین شده بستگی دارد. این معیار، از مقایسه درصد ستون‌های قابل مشاهده حاصل می‌شود که در پژوهش حاضر تقریباً ۸۳ درصد می‌باشد که مقداری مناسب است. برای تحلیل عاملی و تفسیر عامل‌ها، معیار عامل‌های مهم مانند امتیاز عاملی و آرایه‌های عاملی در نظر گرفته شده‌اند و به این ترتیب دیدگاه خبرگان گردشگری که در الگوی ذهنی اول تا هشتم

متولی، نظارت بیشتری بر اماکن اقامتی داشته و همچنین، با استفاده از آموزش و فرهنگ‌سازی مردم محلی و گردشگران در جهت کاهش و از بین بردن آلودگی محیط زیست و تفرج‌گاه‌ها، اقدام نمایند. از طرفی، با توجه به اهمیت استفاده از فناوری اطلاعات در فرایند توسعه‌ی گردشگری و اکوتوریسم، پیشنهاد می‌شود تا زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، رزرو اینترنتی هتل‌ها و اقامتگاه‌ها توسعه‌ی بیشتری پیدا کنند. با توجه به تمرکز برخی خبرگان بر قوانین و مقررات بهداشتی و حمایت نهادها و سازمان‌های متولی، پیشنهاد می‌شود با تصویب مصوبات مناسب و ایجاد ضمانت اجرایی مطمئن، زمینه‌ی مساعد در جهت تربیت و آموزش مدیران و کارشناسان مجرب، نظارت هرچه مؤثرتر اجرای دستورالعمل‌های بهداشتی فراهم شود.

می‌کنند. در این دو الگو بر اهمیت آموزش‌های بهداشتی برای مردم محلی و گردشگران و پندآموزی از تجارب گذشته تأکید می‌شود و بر اهمیت استفاده از بورشورها و کتابچه‌های راهنمای بهداشتی اشاره می‌شود.

بر اساس تحلیل‌های انجام گرفته، دو الگوی ذهنی اول و دوم، دارای واریانس تبیین شده بیشتر از ۵۱ درصد دارند و الگوی سوم و چهارم تقریباً دارای ۱۸ درصد واریانس تبیین شده است. الگوی ذهنی پنجم به بعد بسیار ضعیف بوده و ۱۴ درصد واریانس تبیین شده به این چهار الگوی ذهنی تعلق می‌گیرد. با توجه به اینکه بیشترین تعداد خبرگان بر اهمیت کیفیت بهداشتی و عدم آلودگی مکان‌های عمومی تأکید داشته و عمده نگرانی خبرگان در این زمینه می‌باشد؛ از این‌رو، پیشنهاد می‌شود تا سازمان‌های

منابع

منابع فارسی

مطالعه‌ای براساس روش کیو. فصلنامه‌ی سیاستگذاری عمومی، ۱(۱۶)، ۱۱۱-۱۲۸.

دلپسند، افسون و محقق، نادر. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر هوش تجاری بر چابکی سازمان در بیمارستان‌های مقصد گردشگری سلامت (مطالعه‌ی موردی شهر تهران). رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۸(۲)، ۱-۱۲.

شیخی، محمد؛ مدیری، مهدی و رضانی، سارا. (۱۳۹۹). شناسایی و طبقه‌بندی عوامل موثر بر تغییرات کاربری و پوشش اراضی شهر دماوند با استفاده از روش‌شناسی کیو. برنامه ریزی و آمایش فضا، ۳۸(۲۴)، ۱۴۱-۱۶۸.

صالحی، صادق؛ ابراهیمی، لیلی و فتاحی، ناصر. (۱۳۹۷). مشارکت محلی و توسعه‌ی بوم‌گردی (مطالعه‌ی موردی روستای جنت

برنامه‌ی پنج‌ساله‌ی ششم توسعه. (۱۳۹۵). قانون برنامه‌ی پنج‌ساله‌ی ششم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه‌ی کشور.

تارویردی‌زاده، وحید؛ جعفری هفتخوانی، نادر و آذرفر، امیر. (۱۳۹۸). گونه‌شناسی ذهنیتهای مدیران درباره‌ی تعاملات بین‌المللی دانشگاه امام صادق(ع): روش‌شناسی مبتنی بر کیو. فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۹(۳۳)، ۵۲۷-۵۴۲.

خوشگویان‌فرد، علیرضا. (۱۳۸۹). روش‌شناسی کیو. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

دانایی‌فرد، حسن و مولوی، زینب. (۱۳۹۹). الگوهای ذهنی اعضای هیات علمی درباره‌ی پیامدهای سیاست رشد کمی دانشجویان:



بوم‌گردی شهرستان آران و بیدگل.
مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۶(۸)، ۲۲۳-۲۴۲.

مرادی، حشمت؛ پورسعید، علیرضا؛ واحدی، مرجان و آرایش، محمدباقر. (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه ی بوم گردی روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه. گردشگری و توسعه، ۹(۱)، ۲۵-۴۶.

میرزاده‌کوهشاهی، مهدی؛ شهدادی، علی و رستمی، منا. (۱۳۹۸). تحلیل ظرفیت‌های محلی برای توسعه ی بوم‌گردی در روستای بنگلایان بندرعباس. روستا و توسعه، ۸۵(۲۲)، ۴۵-۷۰.

یغفوری، حسین؛ حسینی، سیدعلی و حسینی، سیده مریم. (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای مؤثر بر توسعه ی گردشگری با رویکرد آینده‌نگاری مطالعه ی موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد. نشریه ی گردشگری شهری، ۱۷(۱)، ۱۰۷-۱۲۷.

رودبار). آموزش محیط زیست و توسعه ی پایدار، ۱۵(۶)، ۱۲۱-۱۳۶.

کرمی، آیت‌اله؛ بارانی، نادر و اسکندری، آذر. (۱۳۹۸). بررسی آثار بوم‌گردی کشاورزی بر توسعه ی اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی در مناطق روستایی سیستان. روستا و توسعه، ۲۲(۲)، ۶۵-۸۶.

کرمی، زین‌العابدین؛ حسن‌آبادی، داود و لطفی، شهرزاد. (۱۳۹۹). تحلیل و بررسی نقش دولت در مدیریت و برنامه‌ریزی بحران‌های گردشگری؛ مطالعه ی موردی بحران کرونا. نگرش های نو در جغرافیای انسانی، ۴۷(۱۲)، ۶۱۷-۶۳۹.

کریمی، داریوش؛ مهدی، عاطفه؛ فرشچی، پروین و پناهی، مصطفی. (۱۳۹۸). مدل ارزیابی سایت و برنامه‌ریزی اکوتوریسم در مناطق تحت حفاظت با رویکرد ظرفیت برد اکولوژیکی. تحقیقات جغرافیایی، ۱۳۵(۳۴)، ۴۴-۵۴.

کریمی‌کندزی، سجاده. (۱۳۹۹). توسعه ی بوم‌گردی و نقش آن در توسعه ی جاذبه‌های

منابع لاتین

- Arshad, M. I., Iqbal, M. A., & Shahbaz, M. (2018). Pakistan tourism industry and challenges: a review. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(2), 121-132.
- Carr, A., Ruhanen, L., & Whitford, M. (2016). Indigenous peoples and tourism: the challenges and opportunities for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8-9), 1067-1079.
- Dewi, L. (2020). Resilience Ecotourism in Papua Amid Covid 19 Pandemic. *E-Journal of Tourism*, 250-264.

- Fennell, D. A. (2020). *Ecotourism*. Routledge.
- Fournier, G., O'Neill, S., & Moreno Sala, M. T. (2020). Strategic approaches to learning sight-singing at college level: An investigation using Q Methodology. *Psychology of Music*, 0305735620964315.
- Harsono, S. (2020, August). The Impact of Covid-19 on Marine Ecotourism in Tegal City. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 202, p. 07020).
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological

- justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 1-14.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). The “war over tourism”: challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-19.
- Huang, C., Wang, Y., Li, X., Ren, L., Zhao, J., Hu, Y., ... & Cheng, Z. (2020). Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. *The lancet*, 395(10223), 497-506.
- Lee, J. H. (2019). Conflict mapping toward ecotourism facility foundation using spatial Q methodology. *Tourism Management*, 72, 69-77.
- Lemenih, M., Mesfin, D., Kindu, M., & Abebaw, D. (2009). Benefit Sharing Mechanisms for the Bale Eco-Region Sustainable Management. *Implemented by FARM-Africa/SOS Sahel collaboration with the Oromia region Forest Enterprises Supervisory Agency, a Final Report*, 1-50.
- Menbere, I. P., & Menbere, T. P. (2017). Opportunities and challenges for community-based ecotourism development: A case study in Dinsho and Goba Woredas, Southeast Ethiopia. *International Journal of Ecology and Ecosolution*, 4(1), 5-16.
- Mondino, E., & Beery, T. (2019). Ecotourism as a learning tool for sustainable development. The case of Monviso Transboundary Biosphere Reserve, Italy. *Journal of Ecotourism*, 18(2), 107-121.
- Parmawati, R., Kurnianto, A. S., Kontrayana, A., Cholis, A. F., Hidayat, H., & Al Aluf, W. (2018). Analysis of ecotourism development of sembilanan beach: characters, factors, and challenges. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 2(1), 59.
- Qiu, R. T., Park, J., Li, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84, 102994.
- Rieber, L. P. (2020). Q methodology in learning, design, and technology: an introduction. *ETRE&D- EDUCATIONAL TECHNOLOGY RESEARCH AND DEVELOPMENT*.
- Ronizi, S. R. A., Mokarram, M., & Negahban, S. (2020). Utilizing multi-criteria decision to determine the best location for the ecotourism in the east and central of Fars province, Iran. *Land Use Policy*, 99, 105095.
- Uğur, N. G., & Akbiyik, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100744.
- UNWTO. (2016). UNWTO Tourism Highlights. In.
- Wiranatha, A. S. (2015). Sustainable development strategy for ecotourism at Tangkahan, North Sumatera. *E-Journal of Tourism*, 2(1), 1-8.
- Weaver, D. B. (1999). Magnitude of ecotourism in Costa Rica and Kenya. *Annals of tourism research*, 26(4), 792-816.



- Weaver, D. B. (Ed.). (2001). *The encyclopedia of ecotourism*. Cabi.
- Webler, T., Danielson, S., & Tuler, S. (2009). Using Q method to reveal social perspectives in environmental research. *Greenfield MA: Social and Environmental Research Institute*, 54, 1-45.
- Winkler, K. J., & Nicholas, K. A. (2016). More than wine: Cultural ecosystem services in vineyard landscapes in England and California. *Ecological Economics*, 124, 86-98.
- Wiranatha, A. S. (2015). Sustainable development strategy for ecotourism at Tangkahan, North Sumatera. *E-Journal of Tourism*, 2(1), 1-8.
- Xu, D., & Xiao, H. (2020). The 13th UNWTO/PATA forum on tourism trends and outlook 17-19 october 2019, Guilin, China.
- Zabala, A., Sandbrook, C., & Mukherjee, N. (2018). When and how to use Q methodology to understand perspectives in conservation research. *Conservation Biology*, 32(5), 1185-1194.