


Research Paper

The Motivations of Domestic Travel During the Outbreak of Covid-19

Hamid Zargham Boroujeni¹, Maryam Naghavi^{*2} 

¹ Associate Professor in tourism management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

² PhD. Student in Tourism, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran



10.22080/JTPD.2022.21711.3568

Received:

June 10, 2021

Accepted:

October 25, 2021

Available online:

February 17, 2022

Keywords:

Travel motivations of domestic tourists, Push-Pull theory, Perception of travel risk, Social responsibility theory, Covid-19

Abstract

Health and safety strategies and protocols for covid-19 (including: travel restrictions, Stay-Home Campaigns, home and mandatory quarantine, Social Gatherings restrictions) have stopped travel and tourism activities around the world and have undeniably led to a decrease in international travel, followed by an increase in domestic travel demand. Although tourism is resilient, the unprecedented impacts of COVID-19 indicate a crisis in this socio-economic activity and industry. The crisis that is not only different, but can have profound and long-term structural changes in tourism. In this regard, the purpose of this study is to investigate the tourists' motivations to make domestic travel during the outbreak of Covid-19. For this purpose, The Push-Pull theory were used to shape the theoretical framework of the research. This study is a qualitative research. The sampling method was purposive and the number of statistical samples based on achieving theoretical saturation was 17 and the data were collected through semi-structured interviews. Data analysis was performed using MAXQDA in the framework of three steps; open, axial, and selective coding. The findings show that there are various motivation factors for travel during the Covid-19 outbreak. As a result of this research, it was found that the existence of tourist's push motivation has led to the formation of pull motivation for travel in this period. Inhibitory factors were also identified, although they did not stop the domestic tourists from traveling, made them change their usual travel patterns.

***Corresponding Author:** Maryam Naghavi

Address: PhD. Student in Tourism, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Email: naghavi.mm@gmail.com



Extended Abstract

1. Introduction

Health and safety strategies and protocols for covid-19 (including: travel bans, Stay-Home Campaigns, home and Mandatory quarantine) have stopped travel and tourism in the world and have undeniably led to a decrease in international travel, followed by an increase in domestic travel demand and led to changes in market behavior and travel patterns. There are also changes in people's behavior and lifestyle, and most of them prefer solo travels or travelling in small groups and choose safe and less active destinations and led to changes in market behavior and travel patterns. There are also changes in people's behavior and lifestyle, and most of them prefer solo travels or travelling in small groups and choose safe and less active destinations. Therefore, in order to seek changing the pattern of tourists' behavior, it is necessary to examine the motivation as the decisive factor of human behavior in order to identify the reason for their travel. In Iran, despite the critical condition and the high rate of mortality, applying restrictions and government policy actions taken in response to Covid-19 at various times, as well as warnings of the National Corona headquarters about increasing the possibilities of people become infected with Covid-19 while traveling, domestic travel continue on holidays and non-holidays in tourist destinations to the extent that this irresponsible behavior of tourists has led to the formation of negative attitudes and behavior in some local communities in the most visited tourist destinations. Therefore, according to the existing conditions; Limitations of supply and demand in the tourism sector, the perception of become infected with

Covid-19 and the necessity tourists' social responsibility, the question arises. What are the tourists' motivation to travel during the Covid-19 outbreak? Therefore, the present study seeks to identify the factors influencing travel decisions and destination selection during the outbreak of covid-19 and to examine the relationship between these determinants of travel, to explain travel motivations in the current unusual condition.

2. Research Methodology

This study is a qualitative research. The purpose of this study is to investigate the tourists' motivations to make domestic travel during the outbreak of Covid-19. The statistical population of this study was tourists who went on domestic travel during the outbreak of Covid-19. The sampling method was purposive and the number of statistical samples based on achieving theoretical saturation was 17 and the data were collected through semi-structured interviews. Interview questions were extracted from theoretical foundations (Push-Pull, stakeholder and social responsibility theory and perceived risk). Data analysis was performed using MAXQDA 2020 in the framework of three steps open, axial, and selective coding.

3. Research Findings

The research findings presented a variety of travel motivations during the Covid-19 outbreak, based on a combination of theories of Push-Pull, stakeholder and social responsibility theory. The results show that nine sub-categories and four main categories are obtained, each of which is related to each other and shows the motivations of domestic travel and inhibitory factors of travel. For the main category (push motivation), three sub-categories; general psychological needs (6 concepts), communication needs (2

concepts) and quarantine conditions (3 concepts); For other main category (pull motivation) two sub-categories; area capabilities (8 concepts) and environmental health assurance (5 concepts); for the main category of external inhibitors, two sub-categories; government health policies (3 concepts) and non-acceptance of the local community (2 concepts) and finally for the main category of internal inhibitors, two sub-categories; the sense of mental responsibility (8 concepts) and risk perception of COVID-19 (4 concepts) were determined.

4. Conclusion

According to the research findings, there are various travel motivations during the outbreak of Covid-19. The results indicate that nine sub-categories and four main categories were identified. In spite of despite the existence of inhibitors (tourists' perception of the dangers of the disease, the need for their social responsibility and health restrictions imposed by the government and the non-acceptance of the local community), the psychological pressures caused by the living conditions of Covid-19 period are the main reason and motives for tourists to travel. Also, the results of the present study are consistent with other studies on pull push theory, and most of the push motives include escape from busy life and loneliness, rest and relaxation, visiting friends and relatives, communication and some kind of socio-psychological needs. Natural and cultural attractions, special facilities and services of the destination, the uniqueness of the region, the pleasant weather are among the push motivations. However, the output model extracted in this study includes categories of travel inhibitors that can be examined according to the current context and conditions of

our country and is different from travel inhibitors in other studies. Interviewees in this study described two types of inhibitors. Internal inhibitors include a sense of mental responsibility and risk perception of COVID-19. But external inhibitors point to non-acceptance of the local community and government health policies. The results showed that the cultural, social and political conditions of our country have led to the creation of inhibitors and interfering factors in the process of pull and push motives and have had a significant impact on travel decisions. Finally, it can be said that the present study, by identifying the various motivations of tourists and inhibitors of domestic travel and their relationship with each other, can provide a better understanding of the reasons for travel during the outbreak of covid-19.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work

Conflict of Interest


Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the persons for scientific consulting in this paper.



انگیزه‌های سفرهای داخلی در دوران شیوع کووید-۱۹

حمید ضرغام بروجنی^۱، مریم نقوی^{۲*} 

^۱ دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
^۲ دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران



10.22080/JTPD.2022.21711.3568

چکیده

استراتژی‌ها و پروتکل‌های بهداشتی مربوط به پیشگیری از شیوع کووید-۱۹ (مشمول بر ممنوعیت سفر، تعطیلی مراکز تجمع، کمپین‌های در خانه می‌مانیم، قرنطینه خانگی یا اجباری، محدود کردن اجتماعات، ...) مسافرت، گردشگری و اوقات فراغت را در سطح جهان متوقف کرده و به شکل غیرقابل انکاری منجر به کاهش سفرهای خارجی و افزایش تقاضای سفرهای داخلی در شرایط فعلی شده است. اگرچه گردشگری کسب‌وکاری با تاب آوری بالا است اما، ماهیت، شرایط و اثرات بی‌سابقه COVID-19، نشان از بحران در این فعالیت اقتصادی-اجتماعی و صنعت دارد. بحرانی که نه تنها متفاوت است، بلکه می‌تواند تغییرات ساختاری عمیق و بلندمدتی در گردشگری داشته باشد. بررسی انگیزه‌های گردشگران برای انجام سفرهای داخلی در دوران شیوع کووید-۱۹ هدف این پژوهش است. به این منظور از تئوری رانشی و کششی جهت شکل‌دهی چارچوب نظری پژوهش استفاده شده است. پژوهش حاضر، اکتشافی و با روش تحلیل محتوای کیفی انجام شده است. تعداد نمونه آماری تا رسیدن به اشباع نظری ۱۷ نفر بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند به دست آمد و داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته با آنان گردآوری شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار تحلیل داده‌های کیفی مکس کیودا و در چارچوب سه مرحله، کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام شد. یافته‌های پژوهش، وجود انگیزه‌های متنوعی برای سفر در دوران شیوع کووید-۱۹ را نشان می‌دهد. در نتیجه‌ی این پژوهش مشخص شد که وجود انگیزه‌های رانشی در گردشگران منجر به شکل‌گیری انگیزه‌های کششی سفر در این دوران شده است. با این حال، عوامل بازدارنده‌ی نیز شناسایی شدند که با ایجاد اخلال در تصمیم سفر، اگرچه منجر به تصمیم به عدم سفر نشده، اما تغییر الگوی سفر را در پی داشته‌اند.

تاریخ دریافت:

۲۰ خرداد ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش:

۳ آبان ۱۴۰۰

تاریخ انتشار:

۲۸ بهمن ۱۴۰۰

کلیدواژه‌ها:

انگیزه‌های گردشگران داخلی،
تئوری رانشی-کششی، ادراک
خطر سفر، تئوری
مسئولیت‌پذیری اجتماعی،
کووید-۱۹

* نویسنده مسئول: مریم نقوی

آدرس: دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت ایمیل: naghavi.mm@gmail.com

و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۱ مقدمه

جنب و جوش تر را انتخاب کنند (Roy & Sharma, 2020).

به گفته‌ی کائوا (۲۰۱۹) برای جستجوی تغییر الگوی رفتار گردشگران، ضروری است "انگیزه" به عنوان عامل هدایت رفتار انسان، بررسی شود تا دلیل سفر آن‌ها شناسایی گردد. کیم و همکاران (۲۰۰۳) معتقدند تصمیمات مربوط به سفر، نتیجه‌ی انگیزه‌های درونی (عوامل رانشی) و انگیزه‌های کوششی (عوامل برونی مرتبط با مقصد) است؛ عوامل رانشی به عنوان نیازهای روانشناختی در نظر گرفته می‌شود و نقش زیادی در ایجاد احساس عدم تعادل در فرد دارند و این عدم هماهنگی نیز از طریق اشتیاق و میل به تجربه‌های گردشگری، اصلاح و تثبیت می‌شود (Roy & Sharma, 2020). در حال حاضر گردشگران در هنگام تصمیم‌گیری برای سفر با دو مسئله‌ی مهم مواجه‌اند؛ یکی مشکلات و چالش‌های اجتماعی-روانی ناشی از کووید-۱۹ که به عدم تعادل و توازن در ذهن افراد منجر شده و دیگری ترس از خطرات درک شده بیماری و تحرک و جا به جایی به عنوان محرکی برای انتقال ویروس (Jaquinto, 2020)، که مسئولیت اجتماعی گردشگران را به عنوان یکی از ذی‌نفعان اصلی گردشگری دوچندان کرده است.

در ایران نیز با وجود وضعیت بحرانی کشور و میزان بالای مرگ و میر، اعمال محدودیت‌ها و اقدامات سلبی دولت در بازه‌های زمانی مختلف، کاهش و تعلیق فعالیت‌های عرضه‌کنندگان خدمات گردشگری نظیر هتل‌ها و همچنین هشدار ستاد ملی کرونا در خصوص افزایش شانس ابتلای افراد به کووید-۱۹ در زمان مسافرت و درگیر شدن جامعه‌ی میزبان با این ویروس، همچنان سفرهای داخلی در ایام تعطیل و غیرتعطیل در مقصدهای گردشگری کشور از جمله استان‌های شمالی و جنوبی و شهرهای زیارتی ادامه دارد؛ تا جایی که این رفتار غیرمسئولانه گردشگران، به شکل‌گیری نگرش و رفتار منفی در برخی جوامع محلی در مقصدهای

در نتیجه‌ی شیوع جهانی کووید-۱۹، دنیا با سخت‌ترین بحران بهداشت عمومی قرن مواجه شده که تأثیرات منفی آن مستقیماً به اقتصاد جهانی نیز کشیده شده است (Lee, 2020). هیچ صنعت خاصی از این بیماری در امان نبوده، با این حال صنعت گردشگری بیشترین آسیب و پیامد منفی را از این جهت متحمل شده (European Commission, 2020) و یکی از جدی‌ترین بحران‌های عملیاتی، تجاری و مالی را تجربه کرده است (Thams et al, 2020). برآورد تأثیر اقتصادی عظیم و بین‌المللی این همه‌گیری نشان می‌دهد: گردشگری بین‌المللی ۷۸٪ کاهش می‌یابد و باعث از دست دادن ۱٫۲ تریلیون دلار درآمد صادراتی می‌شود؛ ۱۲۰ میلیون کاهش مستقیم شغل گردشگری نمایانگر هفت برابر تأثیر ۱۱ سپتامبر و بیشترین افت تاریخ است (UNWTO, ۲۰۲۰). همزمان با گسترش این بیماری در سراسر جهان و در راستای آن محدودیت سفر و تعطیلی مرزها در بسیاری از کشورها و نیز فاصله‌ی اجتماعی و قرنطینه‌خانی (Chua et al, 2020; Qiu et al, 2020; Gössling et al, 2020; Depoux et al, 2020)، مکانیسم‌های بازار نئولیبرال گردشگری جهانی مختل و قالب‌های معمول و اصلی رو به افول رفته و همین شرایط به ایجاد تحول در رفتار بازار و دگرگونی الگوهای سفر منجر شده است (Ioannides & Gyimóthy, 2020)، به طوری که محدودیت‌های سفر به شکل غیرقابل انکاری منجر به کاهش سفرهای خارجی و افزایش تقاضای سفرهای داخلی شده است (Chua et al, 2020). علاوه بر این در رفتار و سبک زندگی افراد نیز تغییراتی ایجاد شده و اغلب ترجیح می‌دهند به صورت انفرادی و یا در گروه‌های کوچک و خانوادگی سفر کنند و مقصدهای نزدیک‌تر، امن‌تر و کم

¹ Cao



داشته باشند. این مطالعه همچنین بیانگر آن است که ترس و استرس سبک زندگی قرنطینه‌ای می‌تواند به عنوان مانعی در تصمیم‌گیری برای تور یک‌روزه باشد. دین و سوهارتنتو^۳ (۲۰۱۹) عوامل رانشی (تعطیلات، فرار از زندگی معمول و تجربه) و کششی (اقامت در شهر و تبلیغات رسانه‌ای مقصد) را به عنوان عوامل تعیین‌کننده نیت رفتاری در نظر گرفتند. زنگ^۴ (۲۰۱۸) در پژوهش خود به ارزیابی تصمیم‌های دانشجویان آمریکایی برای سفر براساس انگیزه‌های سفر و خطر ادراک شده پرداخت. او دریافت که گردشگران با ویژگی‌های شخصیتی مختلف، انگیزه‌های مختلفی (گشت و گذار، اوقات فراغت، دیدار با دوستان و اقوام، اماکن تاریخی، فرهنگ بی نظیر و تجربه‌ی ماجراجویی) دارند که بر ملاحظات آن‌ها برای بازدید از مقصدهای مختلف تأثیر می‌گذارد. سو^۵ و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه‌ی خود عوامل تأثیرگذار بر انتخاب مقصد (تایوان) را بررسی و اولویت‌بندی کردند و از بین ۲۲ انگیزه‌ی شناسایی شده، شش عامل: دیدار دوستان و خویشان، ایمنی شخصی، فرار از زندگی روزمره، تصویر مقصد و کیفیت محیط، را مهم‌ترین عوامل برای گردشگری ورودی تعیین کردند. در این میان، نیروهای درونی (فرار از روزمرگی، استراحت و آرامش، دیدار دوستان و خویشان) بیانگر آن است که گردشگران ورودی به دنبال استراحت و آرامشی (هم از نظر جسمی و هم از نظر روحی) بودند که توسط مقصد ارائه می‌شود.

در خصوص بحران کووید-۱۹ و تأثیر آن بر سفر و گردشگری نیز پژوهش‌های متعددی انجام شده است که در این بخش به چند مورد که با موضوع پژوهش حاضر در ارتباط است اشاره می‌شود: لی و ایتو^۶ (۲۰۲۱) در پژوهش خود با تأکید بر موانع روانی در هنگام تصمیم‌گیری سفر دریافتند که خطر ادراک شده از کووید-۱۹ تأثیر منفی بر سفر گردشگران در دو کیس مورد مطالعه در چین داشته است. آن‌ها

پربازدید منجر شده است (میرتقیان^۱ و همکاران، ۱۳۹۹). با توجه به شرایط موجود؛ محدودیت‌های دو طرف عرضه و تقاضا در بخش گردشگری، خطرات ادراکی نسبت به ابتلای کووید-۱۹ و مسئولیت‌پذیری اجتماعی گردشگران، این سوال مطرح می‌شود که دلایل و انگیزه‌های گردشگران برای انجام سفر در دوران شیوع کووید-۱۹ چیست؟ پژوهش حاضر درصدد است عوامل تأثیرگذار بر تصمیم سفر و انتخاب مقصد در دوران شیوع این بیماری را شناسایی و رابطه‌ی این عوامل تعیین‌کننده سفر را بررسی کند، و انگیزه‌های سفر در شرایط نامتعارف فعلی را تبیین نماید؛ زیرا شناسایی روشن‌تر انگیزه‌های سفر می‌تواند به برنامه‌ریزان و مدیران کمک کند تا الگوهای تغییر یافته رفتارهای گردشگران را در این دوران پیش‌بینی و استراتژی‌ها و تصمیم‌های درستی را به منظور برون رفت از شرایط متناقض موجود (سردرگمی و بلاتکلیفی شرایط سفر) اتخاذ نمایند.

۲ مروری بر ادبیات پژوهش

در ادبیات گردشگری، مطالعات قابل‌توجهی در خصوص انگیزه‌های گردشگری صورت گرفته است. در بسیاری از پژوهش‌های انجام شده به فراخور موضوع، از تئوری‌های مختلف انگیزش (سلسله‌مراتب نیازهای مازلو، عوامل انگیزشی رانشی و کششی دان (۱۹۷۷) و کرامپتون (۱۹۷۹)، و ...) استفاده شده است. روی و شارما^۲ (۲۰۲۰) با استفاده از تئوری رانشی و کششی به مطالعه‌ی انگیزه‌های سفر یک روزه در دوران پاندمی کووید-۱۹ از طریق متن‌کاوی (وبلاگ‌های سفر) پرداختند. آنها دریافتند ترس از این بیماری و سبک زندگی قرنطینه‌ای، افسردگی، تنهایی (به عنوان عوامل رانشی ویژه در این دوران) باعث شده افراد به سفرهای یک روزه به مقصدهای تمیز به صورت پیک نیک خانگی تمایل

⁴ Zheng

⁵ Hsu

⁶ Li & Ito

¹ Mirtaghian

² Roy & Sharma

³ Dean & Suhartanto

یکی از ذی‌نفعان این صنعت، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تعهد و اقدامات مسئولانه‌ی آنان در خصوص اثرات سفر در شرایط موجود و مسئله‌ی ادراک خطر ابتلای به بیماری کووید-۱۹، سه تئوری: ذی‌نفعان، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ادراک خطر سفر، مورد بررسی قرار گرفت.

۳ مبانی نظری

۳.۱ تئوری‌های انگیزش

انگیزه‌های سفر از عوامل مهم تأثیرگذار بر رفتار گردشگران تلقی می‌شوند (Botha, 2011; Sinulingga, 2021; Cao, 2019). به گفته‌ی فوندس^۳ (۱۹۹۴) رفتار گردشگر یک ساختار پیچیده است و انگیزه برای تجزیه و تحلیل رفتار گردشگر مهم در نظر گرفته می‌شود، زیرا به‌عنوان یک نیروی قدرتمند در پس زمینه‌ی همه‌ی اقدامات قرار دارد (Roy & Sharma, 2020). درک انگیزه‌های سفر گردشگران و اینکه چه عواملی بر اهداف سفر آنها تأثیر می‌گذارد، اطلاعات اساسی برای توسعه‌ی محصول گردشگری فراهم و به تصمیم‌گیران و مدیران مقصدها کمک می‌کند تا رفتار گردشگر و روند انتخاب مقصد را بهتر پیش‌بینی کنند (Zheng, 2018). پژوهشگران مختلف هنگام مطالعه‌ی انگیزه‌های سفر، از سلسله‌مراتب نیاز مازلو^۴ به عنوان یک چارچوب استفاده کرده‌اند؛ این تئوری نشان می‌دهد رفتار انسان با توانایی تأمین نیازهای خاص تعیین می‌شود؛ این نیازها به ترتیب افزایش انگیزه، به دسته‌های مختلف سلسله‌مراتبی تقسیم می‌شوند (Botha, 2011). سلسله‌مراتب نیازهای مازلو را می‌توان چارچوب نظری انگیزشی اصلی دانست که مهم‌ترین تئوری‌های انگیزه‌ی گردشگری از آن تکامل یافته‌اند (Yousaf et al, 2018) از جمله: عوامل انگیزشی رانشی و کششی دان^۵ (۱۹۷۷) و

همچنین اظهار داشتند این تأثیر ممکن است کوتاه مدت و موقتی باشد و بعد از مدتی، ادراک خطر تأثیر چندانی بر قصد سفر نداشته باشد. مویا کالدرون^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش خود، تغییرات و پیامدهای برنامه‌های سفر را به دلیل شیوع کووید-۱۹ بررسی کردند و در توصیف رفتار گردشگری داخلی کاستاریکا دریافتند که عوامل مرتبط با ایمنی و امنیت به‌عنوان محرک‌های کلیدی موثر بر تصمیمات سفر ظاهر می‌شوند. نوبرگر و اگر^۲ (۲۰۲۰) در پژوهش خود در منطقه DACH (آلمان، اتریش و سوئیس) دریافتند که با احساس ذهنی خطر سفر به واسطه‌ی افزایش موارد ابتلا و مرگ و میر ناشی از کووید-۱۹، تمایل به تغییر زمان و یا لغو سفر افزایش پیدا می‌کند. همچنین نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد افرادی که تجربه‌ی سفر بیشتری دارند، دارای کمترین ادراک خطر سفر هستند و تمایل کمی برای تغییر یا اجتناب از سفر دارند.

بررسی پیشینه‌ی پژوهش به طور کلی نشان می‌دهد پژوهش‌های زیادی در خصوص انگیزه‌های سفر صورت گرفته که عمدتاً به صورت کمی و متمرکز بر عوامل رانشی و کششی بوده و به ندرت در خصوص عوامل بازدارنده‌ی سفر در کنار انگیزه‌های گردشگر بحث شده است. نکته‌ی قابل توجه آن است که اغلب این پژوهش‌ها در شرایط معمول سفر صورت گرفته و به بررسی شرایط نامتعارف نپرداخته‌اند و همچنین باوجود این که شیوع گسترده این بیماری در ایران، شرایط خاص و غیرمعمولی را برای سفر به وجود آورده است، هیچ پژوهشی در خصوص دلایل و عوامل بازدارنده‌ی سفر در این دوران انجام نشده است. بدین ترتیب این پژوهش درصدد کشف مقوله‌های مختلف انگیزه‌ی سفر در دوران شیوع کووید-۱۹ با بهره‌گیری از روش پژوهش کیفی است. تئوری انگیزشی مناسب برای موضوع این پژوهش، تئوری رانشی و کششی است؛ همچنین با توجه به ضرورت مطالعه‌ی گردشگران به عنوان

⁴ Maslow's hierarchy of needs

⁵ Dann

¹ Moya Calderón

² Neuburger & Egger

³ Fondness



و کشف چیزهای جدید و تعامل اجتماعی است که نشان از نیازهای اجتماعی- روانی افراد دارد (Yousaf et al, 2018; Paskova, & Zelenka, 2019; Seebaluck et al, 2015). این عوامل، نقش مهمی در ایجاد احساس عدم تعادل در ذهن فرد دارند؛ و گردشگری می‌تواند به عنوان یک عامل قابل توجه در اصلاح این چالش به کمک فرد بیاید (Roy & Sharma, 2020). در مقابل، عوامل کششی (محرک بیرونی) بیشتر با امکانات و جذابیت مقصد مرتبط هستند (Naidoo et al., 2015; Xiao-jing, 2014) و می‌توانند به تحریک عوامل رانشی کمک کنند. بنابراین مقصد باید بتواند انتظارات مشتری از نظر قیمت، تسهیلات و خدمات (محل اقامت، حمل و نقل، خوراک و نوشیدنی، و پارک‌های تفریحی) و از همه مهم‌تر سطح کیفیت ارائه‌ی خدمت را برآورده کند (Yousaf et al, 2018).

۳٫۳ تئوری ذی‌نفعان و مسئولیت‌پذیری اجتماعی

ذی‌نفع به گروه یا فردی گفته می‌شود که می‌تواند بر دستیابی به اهداف سازمان تأثیرگذار باشد یا تحت‌تأثیر آن قرار گیرد (Dabphet, 2013). ذی‌نفعان گردشگری همیشه به عنوان بازیگران اصلی در نظر گرفته می‌شوند و موفقیت یا عدم موفقیت در یک مقصد گردشگری را تعیین می‌کنند؛ از این روی مشارکت آنها در طول برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری ضروری است؛ به همین دلیل از تئوری ذی‌نفعان برای ارزیابی مشارکت سهام‌داران در برنامه‌ریزی گردشگری استفاده می‌شود (Ho et al, 2013). ذی‌نفعان اصلی در زمینه‌ی گردشگری شامل دولت و نهادهای گردشگری، گردشگران، ساکنان، صنایع و سازمان‌های غیردولتی هستند (Lee & Hsieh, 2016; Swanson, 2014; Woo et al, 2016) و هر گروه از این ذی‌نفعان نقش‌های

کرامپتون^۱ (۱۹۷۹)، نردبان خط سیر سفر^۲ (TCL)، پیرس^۳ (۱۹۸۸)، خط سیر سفر^۴ (TCP)، پیرس و لی^۵ (۲۰۰۵) (Yousaf et al, 2018). به گفته‌ی گوسنز^۶ (۲۰۰۰) تئوری‌های انگیزش نشان می‌دهند که افراد به طور مداوم برای دستیابی به یک وضعیت متعادل و با ثبات (هموستاز^۷) تلاش می‌کنند. به عبارت دیگر، انگیزه هنگامی مؤثر می‌شود که وضعیت متعادل مختل شود و آگاهی از کمبود نیاز به وجود آید (Jiang, 2019). بدین‌ترتیب می‌توان گفت اغلب تئوری‌های مطرح شده در این خصوص، تأکید بر عواملی انگیزشی رانشی و کششی سفر دارند که به عنوان دو عامل مختل‌کننده و متعادل‌کننده‌ی ذهن گردشگر همسو با یکدیگر در جریان‌های گردشگری نقش دارند.

۳٫۲ تئوری رانشی و کششی

تئوری عوامل انگیزشی رانشی و کششی که توسط دان (۱۹۷۷) ارائه شده یکی از چارچوب‌های نظری پذیرفته شده در ادبیات گردشگری است که به طور گسترده‌ای برای توضیح انگیزه‌های سفر مورد مطالعه قرار گرفته است (Roy & Sharma, 2020; Yousaf et al, 2018). به گفته‌ی او عوامل متعددی، گردشگران و/ یا مسافران را ترغیب می‌کنند تا از مکان یا مقصدی خاص بازدید کنند، این عوامل را می‌توان به عنوان انگیزه‌های رانشی یا کششی دسته‌بندی کرد (Yousaf et al, 2018). این عوامل همچنین به عنوان مفاهیمی کلیدی برای توضیح رفتار گردشگری و دلایل تصمیم‌گیری افراد برای سفر مطرح می‌شوند (Tinakhath, 2020). عوامل رانشی را می‌توان در ابتدایی‌ترین سطح، به عنوان عوامل ذاتی یا محرک‌های درونی در نظر گرفت که افراد را ترغیب و تشویق به سفر می‌کنند و در برگیرنده‌ی عواملی مانند اشتیاق و میل به استراحت، تفریح، ماجراجویی و فرار و میل به "دور شدن از همه چیز"

⁵ Lee

⁶ Goossens

⁷ homeostasis

¹ Crompton

² Travel Career Ladder

³ Pearce

⁴ Travel Career Patterns

۳٫۴ گردشگر و خطرات ادراکی

به گفته‌ی روزا^۳ (۲۰۰۳) خطر را می‌توان به عنوان عدم اطمینان در مورد وضعیت یا رویدادی توصیف کرد که در آن چیزی با ارزش انسانی در معرض خطر باشد (Adeloye & Brown, 2017). در گردشگری، خطر درک شده شرایطی را توصیف می‌کند که به تصمیم‌های منطقی در مورد سفر یا انتخاب مقصد جایگزین منجر می‌گردد (Sánchez-Cañizares et al, 2020). گردشگران عمدتاً تصمیم‌های سفر خود را براساس خطر ادراک شده اتخاذ می‌کنند (Carballo et al, 2017). طبق مطالعات جوناس^۴ و همکاران (۲۰۱۱) ادراک خطر مربوط به سلامتی بعد از خطر ناشی از جرم و جنایت در هنگام برنامه‌ریزی سفر به کشورهای درحال توسعه از اهمیت بالایی برخوردار است؛ اما در شرایط بحرانی امروز و پاندمی کووید-۱۹، ادراک این خطر بیشتر از قبل، قابل تامل است (Li, & Ito, 2021). به گفته‌ی فلوید^۵ و همکاران (۲۰۰۰) خطر ادراک شده سلامتی، شامل حساسیت درک شده فرد نسبت به یک بیماری و شدت درک شده آن است؛ حساسیت، به خطر ابتلا به بیماری اشاره دارد؛ درحالی که شدت درک شده را می‌توان به عنوان درک شخص از شدت بیماری در نظر گرفت. هر چه میزان حساسیت و شدت درک شده بالاتر باشد، احتمال بروز رفتارها و اقداماتی جهت کاهش خطر (از جمله لغو سفر و یا تغییر مقصد) وجود دارد (Neuburger & Egger, 2020). به عبارت دیگر، ادراک خطر به عنوان محرکی برای اقدامات پیشگیرانه عمل می‌کند (Cori et al, 2020). باوجود این که خطر ادراک شده بر تصمیم‌گیری در مورد سفر تاثیرگذار است و اغلب گردشگران تمایل دارند از سفر به مناطق پرخطر اجتناب کنند، اما هستند گردشگرانی که هنوز به چنین مقصدهائی سفر می‌کنند (Adeloye & Brown, 2017). به طور خاص، افرادی که انگیزه‌ی

بسزایی در توسعه‌ی مقصد دارند (Salimon et al, 2019). دولت‌ها به عنوان یکی از ذی‌نفعان اصلی، نقش مهمی در ایجاد بستر و تحریک اقدامات برای اطمینان از توسعه‌ی پایدار گردشگری دارند، آنها باید محیطی را فراهم کنند که بخش خصوصی، جامعه‌ی محلی، گردشگران و سایر ذی‌نفعان را قادر به پاسخگویی در خصوص فعالیت‌های خود کنند (Brokaj, 2014).

مفهوم مسئولیت اجتماعی دارای سه بعد اصلی اقتصادی، زیست محیطی و فرهنگی اجتماعی است که به عنوان ابزاری برای حل اثرات منفی زیست محیطی و فرهنگی - اجتماعی استفاده می‌شود (Paskova, & Zelenka, 2016). گردشگران نیز به‌عنوان یکی از ذی‌نفعان گردشگری دارای مسئولیت اجتماعی نسبت به محیط و جامعه میزبان هستند، آنها با تصمیم‌گیری خود بر پایداری و سودآوری مقصد گردشگری تأثیرگذارند (Slivar, 2018). آگاهی گردشگران از مسئولیت‌های خود جهت محافظت و بهبود مقصد گردشگری در روند مشارکت گردشگری تأثیر بازدارنده‌ای بر رفتارهای منفی احتمالی آنها دارد؛ آگاهی از مسئولیت اجتماعی گردشگران دارای دو بعد آگاهی از مسئولیت شخصی^۱ (SRA) و آگاهی از مسئولیت عمومی^۲ (PRA) است. مسئولیت شخصی به آگاهی از مسئولیت در تنظیم سخنان و رفتارهای فرد اشاره دارد؛ مانند مسئولیت پیروی از مقررات مقصد و مسئولیت عمومی به آگاهی از مسئولیت‌های حفظ محیط برای کالاهای عمومی، مانند مسئولیت حفاظت از محیط زیست، عدم مزاحمت برای سایر گردشگران و ساکنان محلی اشاره دارد (Luo et al, 2016).

⁴ Jonas

⁵ Floyd

¹ self-responsibility awareness

² Public responsibility awareness

³ Rosa



اشباع نظری درباره‌ی تعداد نمونه‌ها تصمیم‌گیری شد. همچنین داده‌ها از طریق مصاحبه‌ی نیمه ساختاریافته جمع‌آوری شدند.

از طریق مرور محتوایی مبانی نظری (تئوری انگیزش، تئوری ذی‌نفعان، مسئولیت اجتماعی و خطر ادراک شده) و پیشینه‌ی موجود، مولفه‌ها و ابعاد مختلف شناسایی و در نهایت پنج سوال به منظور دریافت اطلاعات عمیق از مصاحبه‌شوندگان طراحی شد که در جدول (۲) گزارش شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار تحلیل داده‌های کیفی مکس‌کیودا (MAXQDA 2020) و در چارچوب سه مرحله، کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام شد. به‌منظور ارتقای روایی، چندین استراتژی از جمله روایی ماکسول در ارتباط با مراحل مختلف پژوهش، استفاده شد: روایی توصیفی (متن نویسی بلافاصله‌ی مصاحبه، حداقل مداخله در توصیف)، روایی تفسیری (ارائه تفسیرها و نتایج به مشارکت‌کنندگان و اصلاح مواردی که به‌درستی درک نشده)، روایی تئوریک (برخورداری پژوهش از پشتوانه نظری مناسب و تکرار تئوری و دریافت نظرات همکاران).

بیشتری برای سفر دارند، خطر کمتری را قبل یا در طول سفر درک می‌کنند (Zheng, 2018).

۴ روش تحقیق

پژوهش حاضر، به لحاظ هدف از نوع اکتشافی بوده و با روش تحلیل محتوای کیفی انجام شده است. هدف آن نیز کشف انگیزه‌های سفر گردشگران در دوران شیوع کووید-۱۹ است. تحلیل محتوا از روش‌های عمده‌ی مشاهده‌ی اسنادی است که به وسیله‌ی آن می‌توان متون و اسناد و مدارک را، خواه مربوط به گذشته و خواه مربوط به زمان حال، مورد ارزیابی و تحلیل منظم و دقیق قرار داد (طیبی ابولحسنی^۱، ۱۳۹۸). جامعه‌ی آماری این پژوهش، گردشگرانی بودند که در دوران شیوع کووید-۱۹ به سفرهای داخلی رفته‌اند. برای انتخاب نمونه نیز از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک گلوله برفی استفاده شد. فرایند انتخاب نمونه‌ها تا زمانی استمرار پیدا کرد که پاسخ‌ها یکنواخت و تکراری شدند و پژوهشگر به حداکثر اطلاعات در مورد پدیده دست پیدا کرد و در نهایت، با استفاده از

¹ Tayebi Abolhasani

جدول ۱ اطلاعات جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در مصاحبه

کد مشارکت کننده	جنسیت	سن (سال)	وضعیت تاهل	وضعیت شغلی
P1	زن	۳۲	متاهل	خانه دار
P2	زن	۴۲	متاهل	دولتی
P3	زن	۳۲	مجرد	آزاد
P4	زن	۲۶	مجرد	دولتی
P5	زن	۳۶	متاهل	خانه دار
P6	زن	۳۴	متاهل	دولتی
P7	مرد	۴۰	متاهل	آزاد
P8	زن	۳۰	مجرد	آزاد
P9	زن	۲۲	مجرد	دانشجو
P10	مرد	۳۲	مجرد	آزاد
P11	زن	۲۳	مجرد	آزاد
P12	زن	۱۹	مجرد	دانشجو
P13	زن	۲۴	مجرد	دانشجو
P14	مرد	۵۲	متاهل	آزاد
P15	زن	۲۴	مجرد	دانشجو
P16	مرد	۲۵	مجرد	آزاد
P17	زن	۵۸	متاهل	آزاد

جدول ۲ ساختار سوال های مصاحبه

عناصر	سوال متناظر	منابع
رانشی	Q1- فکر می کنید، چه عوامل و نیازهای شخصی و ذهنی شما را ترغیب به سفر کرده است؟	Yousaf et al, 2018; Xiao-jing, 2014; Salimon et al, 2019; Roy & Sharma, 2020; Abdul-Talib & Ramlee, 2020
کششی	Q2- به نظر شما، چه ویژگی های از مقصد بر انتخاب شما تاثیرگذار بوده است؟	& Xiao-jing, 2014; Dean Hsu et al, 2009; Suhartanto, 2019; Salimon et al, 2019; Abdul-Talib & Ramlee, 2020
بازدارنده	Q3- چه عواملی در تصمیم گیری شما برای سفر، ممانعت ایجاد کرده و نقش بازدارنده داشته است؟ به نظر شما سفر در این دوران به خطر افتادن سلامت جامعه ی محلی منجر نمی شود؟ آیا مسافران احساس مسئولیت نسبت به مقصد سفر خود و جامعه بومی آن دارند؟	Brokaj, 2014; Lee & Hsieh, 2016; Slivar, 2018; Nicolaidis, 2015; Paskova, & Zelenka, 2019; Luo et al, 2016; Schroeder et al, 2016; Carballo et al, 2017; Adeloje & Brown, 2017; Cori et al, 2020; Sánchez-Cañizares et al, 2020; Neuburger & Egger, 2020; al, 2020;

۵ یافته ها

۵٫۱ کدگذاری باز

مبتنی بر عناصری که بر اساس مبانی نظری بدست آمده، داده ها خط به خط تحلیل و از این طریق در قالب مفاهیم نشان داده شدند. کدگذاری در این مرحله به دو صورت، با استفاده از واژگان مصاحبه شونده ها

در این مرحله، پس از انجام مصاحبه ها، آنچه به صورت گفتار بود، در قالب متن پیاده سازی گردید و

مفهوم از متن مصاحبه‌ها استخراج شد. برای نمونه و نشان دادن اینکه روند استخراج مفاهیم در کدگذاری به چه صورت بوده، جدول (۳) به شرح زیر ارائه می‌شود.

و دیگری از طریق پژوهشگر بر مبنای مفاهیم موجود در داده‌ها انجام گرفت (جدول (۴)): کدگذاری باز. کد مفهوم با حرف (T) و کد مصاحبه‌شونده با حرف (P) می‌باشد. پس از اتمام کدگذاری، به طور کلی، ۴۱

جدول ۳ نمونه کدگذاری باز (سوال یک)

مصاحبه-شونده	متن	کدها (مفاهیم)
P6	قبل از کرونا ما همیشه هفته‌ای به بار می‌رفتیم خونه دوستامون یا اونا میومدن خونه ما. محدودیتا و قرنطینه باعث شد از هم دور بمونیم. دیگه خیلی دلمون برای هم تنگ شد تصمیم گرفتیم بریم ببینمشون. از طرف دیگه فشاری کاری زیاد بود و درسای بچم که به باری شده تو این چند وقت، کلافم کرده بود، قرار شد به سفر باهم بریم حالمون خوب شه	(T3) دلتنگی برای اقوام و آشنایان (T2) فشار کاری (T5) خستگی و فشار ناشی از تحمیل شدن درس بچه‌ها بر والدین (T4) تعامل اجتماعی

جدول ۴ کدگذاری باز

سوال	کدهای استخراجی (مصاحبه‌شونده) - مفاهیم (تعداد تکرار)
Q1	(T1) فشار روحی ناشی از طولانی شدن قرنطینه و محدودیت‌ها (۱۱ تکرار)؛ (T2) دور هم بودن خانوادگی (۶ تکرار)؛ (T3) دلتنگی برای اقوام و آشنایان (۵ تکرار)؛ (T4) تعامل اجتماعی (۴ تکرار)؛ (T5) دوری از استرس و فشار کاری (۵ تکرار)؛ (T6) خستگی و فشار ناشی از تحمیل شدن درس بچه‌ها بر والدین (۳ تکرار)؛ (T7) آرامش (۳ تکرار)؛ (T8) استراحت (۳ تکرار)؛ (T9) ماجراجویی (۲ تکرار)؛ (T10) فرار از روزمرگی (۲ تکرار)؛ (T11) تفریح و سرگرمی (۲ تکرار)؛
Q2	(T12) جاذبه‌های طبیعی (۹ تکرار)؛ (T13) خانه اقوام و آشنایان (۶ تکرار)؛ (T14) مقصد خلوت و کم‌خطر (۴ تکرار)؛ (T15) برخورداری آب و هوای مطبوع (۴ تکرار)؛ (T16) داشتن خانه دوم (۳ تکرار)؛ (T17) امکانات و تسهیلات مقصد (۳ تکرار)؛ (T18) وجود مراکز ارزان قیمت خرید (۲ تکرار)؛ (T19) امکانات انجام فعالیت‌های ماجراجویانه (۲ تکرار)؛ (T20) جاذبه‌های معنوی و فرهنگی (۲ تکرار)؛ (T21) مناظر زیبا (۲ تکرار)؛ (T22) میهمان‌نوازی جامعه میزبان (۲ تکرار)؛ (T23) خلوت بودن هتل‌ها (۲ تکرار)؛ (T24) توصیه نزدیکان به امن بودن مقصد (۲ تکرار)
Q3	(T25) ماسک زدن (۱۴ تکرار)؛ (T26) رعایت فاصله اجتماعی (۱۰ تکرار)؛ (T27) استفاده از مواد ضد عفونی (۷ تکرار)؛ (T28) ترس از ابتلای به بیماری در هنگام استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی (۷ تکرار)؛ (T29) عدم تمایل سفر به مناطق پرخطر (۷ تکرار)؛ (T30) ترس ابتلای به بیماری در مراکز اقامتی عمومی (۶ تکرار)؛ (T31) ترجیح سفر به مناطق طبیعی و خلوت (۶ تکرار)؛ (T32) مدت اقامت کوتاه (۴ تکرار)؛ (T33) عدم توقف بین راهی برای بازدید از جاذبه‌ها (۴ تکرار)؛ (T34) عدم استفاده از مراکز پذیرایی بین راهی (۴ تکرار)؛ (T35) ترس ابتلای به بیماری در تورها (۴ تکرار)؛ (T36) ترس ابتلای به بیماری در مراکز پذیرایی (۴ تکرار)؛ (T37) محدودیت‌های تردد محورهای مواصلاتی برخی استان‌ها (۳ تکرار)؛ (T38) جریمه تردد برای خودروهای غیر بومی (۳ تکرار)؛ (T39) ناراحتی و برخورد جامعه محلی با گردشگر (۳ تکرار)؛ (T40) جلوگیری از ورود اتومبیل‌های شخصی به برخی مناطق (۲ تکرار)؛ (T41) بی‌توجهی نسبت به گردشگران (۲ تکرار)

ترتیب در این مرحله، چهار مقوله‌ی اصلی و نه مقوله‌ی فرعی تاثیرگذار بر تصمیم‌گیری سفر شناسایی شدند. برای مقوله اصلی (رانشی)، سه مقوله‌ی فرعی؛ نیازهای روانشناختی عمومی (۶ مفهوم) نیاز ارتباطاتی (۲ مفهوم) شرایط قرنطینه (۳)

۵٫۲ کدگذاری محوری

پس از کدگذاری باز و استخراج ۴۱ مفهوم، در این مرحله، مفاهیم استخراج شده با یکدیگر مقایسه و ارتباط هر یک از آنها نیز مشخص شد. سپس مفاهیم مشابه در یک طبقه قرار گرفتند. بدین

بومی (۲ مفهوم) و در نهایت برای مقوله‌ی اصلی بازدارنده‌ی درونی دو مقوله‌ی فرعی؛ احساس مسئولیت ذهنی (۸ مفهوم) و خطر ادراکی کووید-۱۹ (۴ مفهوم)، تعیین شد (جدول ۵)). در ادامه این مفاهیم و مقوله‌های فرعی و اصلی به تفسیر مطرح می‌شود.

مفهوم؛ برای مقوله‌ی اصلی (کششی) دو مقوله فرعی؛

قابلیت‌های منطقه (۸ مفهوم) و اطمینان از سلامت محیط (۵ مفهوم)؛ برای مقوله‌ی اصلی بازدارنده‌ی بیرونی دو مقوله‌ی فرعی؛ سیاست‌های بهداشتی دولت (۳ مفهوم) و عدم پذیرش جامعه

جدول ۵ کدگذاری محوری

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم
	نیازهای روانشناختی عمومی	(T5) دوری از استرس و فشار کاری (۵ تکرار)؛ (T7) آرامش (۳ تکرار)؛ (T11) تفریح و سرگرمی (۲۲ تکرار)؛ (T8) استراحت (۳ تکرار)؛ (T9) ماجراجویی (۲ تکرار)؛ (T10) فرار از روزمرگی (۲ تکرار)؛
رانشی	نیاز ارتباطی	(T2) دور هم بودن خانوادگی (۶ تکرار)؛ (T4) تعامل اجتماعی (۴ تکرار)
	شرایط قرنطینه	(T1) فشار روحی ناشی از طولانی شدن قرنطینه و محدودیت‌ها (۱۱ تکرار)؛ (T3) دل‌تنگی برای اقوام و آشنایان (۵ تکرار)؛ (T6) خستگی و فشار ناشی از تحمیل شدن درس بچه‌ها بر والدین (۳ تکرار)؛
	قابلیت‌های منطقه	(T12) جاذبه‌های طبیعی (۹ تکرار)؛ (T15) برخورداری آب و هوای مطبوع (۴ تکرار)؛ (T17) امکانات و تسهیلات مقصد (۳ تکرار)؛ (T18) وجود مراکز ارزان قیمت خرید (۲ تکرار)؛ (T19) امکانات انجام فعالیت‌های ماجراجویانه (۲ تکرار)؛ (T20) جاذبه‌های معنوی و فرهنگی (۲ تکرار)؛ (T21) مناظر زیبا (۲ تکرار)؛ (T22) میهمان‌نوازی جامعه میزبان (۲ تکرار)؛
کششی	اطمینان از سلامت محیط	(T13) خانه اقوام و آشنایان (۶ تکرار)؛ (T16) داشتن خانه دوم (۳ تکرار)؛ (T14) مقصد خلوت و کم خطر (۴ تکرار)؛ (T24) خلوت بودن هتل‌ها (۲ تکرار)؛ (T24) توصیه نزدیکان به امن بودن مقصد (۲ تکرار)
	احساس مسئولیت ذهنی	(T25) ماسک زدن (۱۴ تکرار)؛ (T26) رعایت فاصله‌ی اجتماعی (۱۰ تکرار)؛ (T27) استفاده از مواد ضد عفونی (۷ تکرار)؛ (T29) عدم تمایل سفر به مناطق پرخطر (۷ تکرار)؛ (T31) ترجیح سفر به مناطق طبیعی و خلوت (۶ تکرار)؛ (T32) مدت اقامت کوتاه (۴ تکرار)؛ (T33) عدم توقف بین راهی برای بازدید از جاذبه‌ها (۴ تکرار)؛ (T34) عدم استفاده از مراکز پذیرایی بین‌راهی (۴ تکرار)
بازدارنده درونی	خطر ادراکی کووید-۱۹	(T28) ترس از ابتلای به بیماری در هنگام استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی (۷ تکرار)؛ (T30) ترس ابتلای به بیماری در مراکز اقامتی عمومی (۶ تکرار)؛ (T35) ترس ابتلای به بیماری در تورها (۴ تکرار)؛ (T36) ترس ابتلای به بیماری در مراکز پذیرایی (۴ تکرار)
	سیاست‌های بهداشتی دولت	(T37) محدودیت‌های تردد محورهای مواصلاتی برخی استان‌ها (۳ تکرار)؛ (T38) جریمه تردد برای خودروهای غیر بومی (۳ تکرار)؛ (T40) جلوگیری از ورود اتومبیل‌های شخصی به برخی مناطق (۲ تکرار)
بازدارنده بیرونی	عدم پذیرش جامعه بومی	(T39) ناراحتی و برخورد جامعه‌ی محلی با گردشگر (۳ تکرار)؛ (T41) بی‌توجهی نسبت به گردشگران (۲ تکرار)

می‌دهند این نیازهای درونی گردشگران، عامل اصلی تصمیم و اقدام به سفر است. در پژوهش حاضر مشارکت‌کنندگان از یک سری نیازهای درونی به عنوان عوامل ترغیب به سفر نام بردند که اغلب از

۵٫۳ انگیزه‌ی رانشی

۵٫۳٫۱ نیازهای روانشناختی عمومی

انگیزه‌های رانشی را می‌توان به عنوان عواملی در نظر گرفت که نیازهای اجتماعی و روانی افراد را نشان



نیازی که فرد را وادار به عملی می‌کند که به رضایت مطلوب ختم شود. سبک زندگی قرنطینه ای، محدودیت‌های مسافرتی تحمیل شده توسط دولت، انزوای اجتماعی، ترس از ابتلای به بیماری سبب شده مردم احساس تنهایی و افسردگی داشته باشند و برای رهایی و خلاص شدن از این تنش‌ها و فشارهای ناشی از قرنطینه و محدودیت‌های این بیماری، تصمیم به سفر بگیرند. به عبارت دیگر، این موارد نیز از عوامل رانشی مطرح شده در تئوری رانشی کششی دان است که برای توضیح رفتار گردشگر به کار می‌رود.

مشارکت‌کننده (P5) نیازهای برخاسته از این بیماری و سبک زندگی در این دوران را این گونه توضیح می‌دهد: "از طولانی شدن قرنطینه و روند ادامه دار این بیماری خسته شدم تا کی سفر نریم، تنهای چیزی که باعث میشه از این حالت افسردگی و خستگی خارج بشیم سفر رفتنه، از صبح تا شب تو خونه ام، سر تکالیف مدرسه بچه‌ها، همش در حال حرص خوردن و سرو کله زدنم".

بدین ترتیب این محرک داخلی همیشه و در همه شرایط چه قبل از شیوع کووید-۱۹ و چه در زمان بحران سلامت امروز، به عنوان عاملی در نظر گرفته می‌شود که موجب عدم تعادل ذهن می‌شود و برای اصلاح این عدم توازن، گردشگران نیاز به سفر و تجربه-ی گردشگری را الزامی می‌دانند.

۵٫۴ انگیزه‌ی کششی

۵٫۴٫۱ قابلیت‌های منطقه

طبق تئوری رانشی کششی دان (۱۹۷۷)، عوامل کششی به عنوان محرک خارجی در نظر گرفته می‌شود که بیشتر اشاره به جذابیت، کیفیت منابع و امکانات مقصد اشاره دارد. این عوامل دارای ویژگی‌هایی هستند که توانایی جلب تامین و رضایت نیازهای رانشی گردشگران را دارند. در این پژوهش نیز یکی از عواملی که در انتخاب مقاصد سفر تاثیرگذار بود، قابلیت‌های منطقه است که شامل

عوامل شناخته شده ذاتی سفر هستند و در تئوری رانشی و کششی دان (۱۹۷۷) از آن به عنوان انگیزه‌ی رانشی نام برده شده است. این عوامل شناسایی شده شامل: دوری از استرس و فشار کاری، آرامش، تفریح و سرگرم، استراحت، ماجراجویی، فرار از روزمرگی می‌باشد. همچنین هر کدام از مشارکت‌کنندگان پژوهش دارای یک یا چندین انگیزه روانشناختی برای سفر بودند.

برای مثال، مشارکت‌کننده (P۶) برای توصیف نیازهای درونی خود برای سفر، این گونه پاسخ می‌دهد: "بعد از چند ماه کار کردن "حس می‌کردم نیاز دارم از استرس فضای کار دور بشم، دنبال آرامش و استراحت بودم، یکم حال و هوام عوض شه، با انرژی بیشتر برگردم سرکار و زندگی معمولم".

۵٫۳٫۲ نیاز ارتباطاتی

انگیزه‌ی اجتماعی بیانگر این دیدگاه سنتی است که انسان ذاتا اجتماعی هستند و بنابراین تمایل دارند در کنار افراد دیگر باشند، به ویژه با افرادی که اشتراکات نزدیک شخصی، فرهنگی و اجتماعی دارند (مانند اقوام و دوستان). بنابراین افراد به دلیل وابستگی تمایل به تعامل و همراهی با آن‌ها دارد. این نیاز نیز یکی از عواملی رانشی است که دان (۱۹۷۷) آن را به عنوان انگیزه‌ی سفر عنوان کرده است و در شرایط بحرانی جدید نیز به دلیل کاهش فاصله‌ی اجتماعی، نیاز آن کاملا حس می‌شود.

مشارکت‌کننده (P17) در خصوص این انگیزه این گونه توضیح می‌دهد: "ما در طول سال مشغول کارای روزمره و دلمشغولی‌هامون هستیم و وقت در کنار هم بودن رو نداریم برای همین حس می‌کنم نیاز به چند روزی رو فارغ از هر مسئله ای دورهم و در کنار هم باشیم".

۵٫۳٫۳ شرایط قرنطینه

انگیزه را می‌توان به عنوان قدرت روانی یا درونی تاثیرگذار بر تصمیم‌ها و انتخاب‌های فرد توصیف کرد،

۵٫۵ عوامل بازدارنده‌ی درونی

۵٫۵٫۱ احساس مسئولیت ذهنی

طبق تئوری ذی‌نفعان، تمامی ذی‌نفعان گردشگری اعم از گردشگر، جامعه بومی، دولت‌های و نهادها و ... در توسعه‌ی مقصد گردشگری نقش دارند و هر یک در قبال مقصد و سایر ذی‌نفعان وظایفی دارند و باید مسئولیت اجتماعی خود را در این خصوص به درستی انجام دهند تا به اثرات منفی جبران ناپذیر منجر نشود. شرایط بحرانی امروز نیز مسئولیت اجتماعی این ذی‌نفعان را بیشتر کرده است. یکی از این ذی‌نفعان، گردشگران هستند که می‌بایست با توجه به موقعیت پرخطر امروز، احساس مسئولیت شدیدی در قبال سایرین به خصوص جامعه بومی داشته باشند. احساس مسئولیتی که در حال حاضر جامعه و دولت از آن‌ها انتظار دارد شامل انجام رفتارهایی است که مانع شیوع بیماری، آسیب مالی و جانی به جامعه و کادر درمان می‌شود مانند: عدم سفر در این دوران، ماندن در خانه و رعایت پروتکل‌های بهداشتی (ماسک زدن، رعایت فاصله‌ی اجتماعی). با این حال در این پژوهش مشخص شد که گردشگران تعریفی دیگری از احساس مسئولیت دارند، آن‌ها معتقدند با طولانی شدن روند شیوع کووید-۱۹ و ادامه‌دار بودن آن، دیگر نمی‌توان این سبک زندگی قرنطینه‌ای را تحمل کرد و باید روند تازه‌ای را برای سفر اتخاذ کرد. آن‌ها اظهار داشتند هر چند دیگر مانند گذشته و با خیال راحت و بدون قید و بند نمی‌توان به هر مقصدی سفر کرد و عوامل بازدارنده‌ی زیادی در این شرایط وجود دارد؛ اما با رعایت یک‌سری مسائل، سفر به برخی مقاصد امکان‌پذیر است. احساس مسئولیت از نظر آن‌ها به این شکل تعبیر شده است: ماسک زدن، رعایت فاصله‌ی اجتماعی، استفاده از مواد ضدعفونی، عدم تمایل سفر به مناطق پرخطر، ترجیح سفر به مناطق طبیعی و خلوت، مدت اقامت کوتاه، عدم توقف بین راهی برای بازدید از جاذبه‌ها، عدم استفاده از مراکز پذیرایی بین راهی. به زعم اغلب آن‌ها رعایت این

جاذبه‌های طبیعی، برخورداری آب و هوای مطبوع، امکانات و تسهیلات مقصد، وجود مراکز ارزان قیمت خرید، امکانات انجام فعالیت‌های ماجراجویانه، جاذبه‌های معنوی و فرهنگی، مناظر زیبا، میهمان‌نوازی جامعه میزبان می‌باشد.

مشارکت‌کننده (P4) در توضیح دلایل انتخاب مقصد خود گفته است: "جاذبه‌های طبیعی منطقه مثل دریا، ساحل زیبا باعث شده این مقصد ... رو انتخاب کنم، و این که تو اون منطقه امکان این وجود داشت فعالیت‌های ماجراجویانه و هیجان آور داشته باشم تا بی هیجانی و روزمرگی این چندوقته از بین بره".

۵٫۴٫۲ اطمینان از سلامت محیط

صنعت گردشگری به ایمنی و امنیت وابسته است. گردشگران عمدتاً از مکان‌هایی بازدید می‌کنند که برداشت‌های مثبتی از آن داشته باشند. اطمینان از سلامت محیط نقش مهمی در انتخاب مقصد در دوران شیوع کووید-۱۹ برای گردشگران دارد. آن‌ها سعی می‌کنند مقصدهائی را انتخاب کنند که از نظر بهداشتی قابل اطمینان و تایید شده باشد و تهدیدی برای سلامت آنها نباشد. اغلب مشارکت‌کنندگان این پژوهش معتقد بودند مراکز اقامتی عمومی (مانند هتل‌ها و مسافرخانه‌ها) و مقصدهای شلوغ، امکان ابتلای به بیماری را افزایش می‌دهند. لذا آن‌ها سعی کردند مکان‌هایی را انتخاب کنند که خلوت و کم خطرتر باشد و یا اولویت‌شان اقامت در خانه اقوام و آشنایان یا ویلای شخصی خودشان در مقصد بود، زیرا این مکان‌ها از نظر خودشان از لحاظ بهداشتی قابل اطمینان‌تر می‌باشند.

برای مثال، شرکت‌کننده (P12) در خصوص این مقوله این گونه اظهار نظر داشته: "ما در شهر ... ویلای شخصی داریم و از بابت بحث سلامت و بهداشت خیالمون راحت‌تره، خودمون موارد بهداشتی و ضدعفونی کردن رو رعایت می‌کنیم و دیگه ترس هتل رفتن رو نداریم و تو خونه شخصی خودمون هستیم و از آب و هوای خوب منطقه هم استفاده می‌کنیم."



۵٫۶ عوامل بازدارنده بیرونی

۵٫۶٫۱ سیاست‌های بهداشتی دولت

یکی دیگر از ذی‌نفعان گردشگری، دولت‌ها و نهادهای گردشگری هستند که نقش هماهنگ‌کننده و کنترل‌کننده را ایفا می‌کنند. آن‌ها موظف هستند جهت دهی و تأثیرگذاری‌های لازم را برای ایجاد امنیت و ایمنی از طریق سیاست‌ها و برنامه‌های عمومی به انجام برسانند. به عبارتی، دولت مسئول است در این شرایط بحرانی یک سری سیاست‌های بهداشتی را اتخاذ و بستری را برای اطمینان از اجرای آن فراهم کند و با اقدامات سلبی و ایجابی، دیگر اعضای جامعه را وادار کند تا از این هنجارها پیروی کنند. در حال حاضر دولت به منظور کاهش سفرها به مقاصد گردشگری، یک سری سیاست‌ها و اقدامات را در نظر گرفته که تاحدی در حال اجرا است شامل: محدودیت‌های تردد محورهای مواصلاتی برخی استان‌ها؛ جریمه تردد برای خودروهای غیربومی، جلوگیری از ورود اتومبیل‌های شخصی به برخی مناطق. همین اقدامات و اعمال سیاست‌های تنبیهی منجر شده، اغلب گردشگران از سفر به مناطق قرمز و شهرهای ممنوع و دارای ملاحظات سفر، صرف نظر کنند.

مشارکت‌کننده (P7) در خصوص محدودیت اعمال شده از سوی دولت معتقد است: " یک سری مقصد رو دیگه خودم تمایلی ندارم برم دردسرش زیاده، راحت نمیشه تردد کرد تازه جریمه هم میشم. الان سفر رفتن به مقاصد ... راحت تره، کم تر از این محدودیت‌های دست و پا گیر هست".

۵٫۶٫۲ عدم پذیرش جامعه بومی

جامعه‌ی بومی علاوه بر این که از توسعه‌ی گردشگری منفعت کسب می‌کند، به تغییراتی و اثرات منفی ناشی از آن نیز، واکنش نشان می‌دهد. رفتار غیرمسئولانه گردشگران در دوران شیوع این بیماری نیز منجر به واکنش‌های رفتاری متفاوت جامعه بومی نسبت به گردشگران شده است. آن‌ها

موارد جدید، بسیار سخت است و چالش‌هایی را برای آن‌ها به وجود آورده است.

مشارکت‌کننده (P14) در پاسخ به بحث احساس مسئولیت گردشگران، این‌گونه احساس مسئولیت خود را توصیف می‌کند: " در مناطق طبیعی به دلیل این که فضا بازه و افراد پراکنده هستند نیازی به رعایت تمامی پروتکل‌ها نیست و فرد با خیال راحت میتونه بره سفر چون که امکان ابتلا کمه، اینجوری میشه سفر رفت و دیگه تو خونه حبس نباشیم. من سعی می‌کنم تاجایی که میشه مکان‌های شلوغ و پرخطر نرم یا آگه میرم ماسک بزنم هرچند خود جامعه‌ی محلی هم همشون رعایت نمی‌کنن بعضی وقتا هم نمیشه رعایت کرد مثلا رستوران میری همیشه ماسک زد".

۵٫۵٫۲ خطر ادراکی کووید-۱۹

مطالعات در خصوص خطر درک شده نشان می‌دهد بین درک خطر گردشگران و تصمیم‌گیری در مورد سفر رابطه وجود دارد. گردشگران تمایل دارند از مقصدها و اماکنی که خطر بالقوه آن‌ها را تهدید می‌کند، اجتناب کنند. در پژوهش حاضر گردشگران معتقدند، درست است که امکان ابتلای بیماری در سفر وجود دارد، اما در صورت تمایل به سفر، می‌توان از رفتن به مقصدها و محیط‌هایی که پر خطر هستند و امکان ابتلای بیماری در آن‌ها زیاد است صرف نظر کرد. از دید آنها دیگر نمی‌توان با خیال راحت و بدون ترس، از وسایل حمل و نقل عمومی، مراکز اقامتی عمومی، مراکز پذیرایی استفاده کرد و همچنین با تورها به سفر رفت، چرا که در این محیط‌ها امکان رعایت مناسب موارد بهداشتی وجود ندارد.

مشارکت‌کننده (P1) شرایط را این‌گونه توضیح می‌دهد: " دیگه از ترس این بیماری نمیشه با تور سفر رفت. اون یکی دو بار سفری که رفتیم با ماشین شخصی بوده همراه خودمونم غذا بردیم که مجبور نشیم تو رستوران غذا بخوریم."

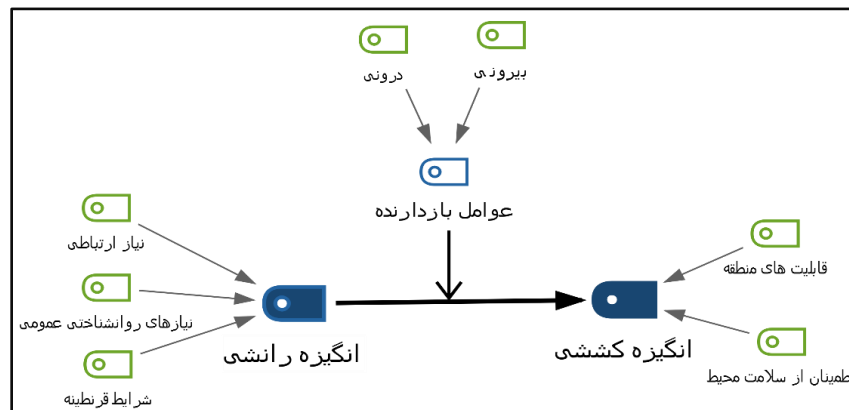
منطقه هستیم. برای همین من دیگه اون منطقه نمیرم، یه جا میرم که از این مسائل نداشته باشه".

۵٫۷ کدگذاری گزینشی

در آخرین مرحله از کدگذاری‌ها، بعد از مشخص شدن مقوله‌های فرعی و اصلی، نیاز است داده‌ها و کدهای قبلی دقیق بررسی شود تا داده‌هایی، شناسایی و انتخاب شود که از طبقات کدگذاری مفهومی ایجاد شده، حمایت کند. در نهایت با تلفیق و توأم کردن مقوله‌ها، خط سیر اصلی داستان و ارتباط مقوله‌های اصلی با سایر مقوله‌ها ترسیم شد (شکل ۱).

گردشگران را مسئول شیوع بیماری در مقصد خود می‌دانند و معتقدند در این شرایط، هزینه‌های بالایی به مقصد تحمیل خواهند کرد؛ از این رو، به آن‌ها به دید هنجارشکن نگاه می‌کنند و در مواجهه با گردشگران رفتارهای خشن و تدافعی و یا دوری‌گزینی (بر حسب شرایط خانوادگی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی) از خود نشان می‌دهند. بنابراین عدم استقبال و تمایل نسبت به سفر و گردشگری در این مناطق موجب می‌شود اغلب گردشگران چنین مقاصدی را به‌عنوان مقصد سفر انتخاب نکنند.

مشارکت‌کننده (P10) در خصوص رفتار جامعه‌ی بومی در مواجهه با گردشگران می‌گوید: " در مقاصد ... مردم محلی دید خیلی بدی به مسافر دارند، طوری نگات می‌کنند که انگار ما مسئول بیماری این



شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش

جریان برای احساس وجود عوامل کششی فراهم می‌شود. بدین ترتیب گردشگران در تصمیم‌گیری سفر خود، مقاصدی را انتخاب می‌کنند که با انگیزه‌ی رانشی آن‌ها مطابقت داشته باشد و بتواند نیازهای آن‌ها را تامین و منجر به جلب رضایت شود و احساس گردشگری را در آن‌ها افزایش دهد. در این پژوهش مشخص شد، نیازهای روانشناختی عمومی، ارتباطاتی و نیازهای ناشی از شرایط قرنطینه، گردشگران را ترغیب کرده به منظور رسیدن به تعادل

با توجه به یافته‌های پژوهش، چهار مقوله‌ی اصلی بدین شرح شناسایی شد: انگیزه رانشی (سه مقوله- بیرونی (دو مقوله فرعی) و بازدارنده درونی (دو مقوله فرعی). ارتباط بین این مقوله‌ها در قالب کدگذاری گزینشی حاکی از آن است که وجود انگیزه‌های رانشی منجر به ایجاد انگیزه‌ی کششی سفر در گردشگران شده است. به عبارت دیگر، در صورتی که انگیزه‌های رانشی به سطح مطلوبی از تحریک برسد،

۲۰۲۰) (دین و سوهارتنتو، ۲۰۱۹)، (زنگ، ۲۰۱۸) و (سو و همکاران، ۲۰۰۹) مطابقت دارد و اغلب انگیزه‌های رانشی شامل فرار از روزمرگی و تنهایی، استراحت و آرامش، دیدار با دوستان و اقوام، ارتباطات و به نوعی نیازهای اجتماعی- روانی می‌باشند و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، امکانات و خدمات خاص مقصد، منحصر به فرد بودن منطقه، آب و هوای مطبوع از جمله انگیزه‌های کششی محسوب می‌شوند. با این حال مدل خروجی استخراج شده در این پژوهش، شامل مقولاتی در عوامل بازدارنده‌ی سفر است که با توجه به بستر و شرایط کنونی کشور ما قابل بررسی است و متفاوت از عوامل بازدارنده‌ی سفر، مطرح شده در پژوهش‌های صورت گرفته در سایر کشورها (بحث خطر ادراکی نسبت به ابتلای بیماری و قرنطینه) مانند پژوهش‌های (روی و شارما، ۲۰۲۰) و (نوبرگر و اگر، ۲۰۲۰) می‌باشد. مصاحبه‌شوندگان در این پژوهش دو نوع عوامل بازدارنده را برشمردند. عوامل بازدارنده‌ی درونی شامل احساس مسئولیت ذهنی است؛ در اینجا گردشگر خود را ملزم به رعایت یکسری اصول و دستورالعمل‌های بهداشتی می‌داند که از نظر خودش، با وجود این که فرایند سفر را سخت‌تر می‌کند و مانعی برای رفتن به مکان‌هایی سابق می‌باشد اما به نوعی نشان‌دهنده تعهد به مسئولیت اجتماعی وی می‌باشد و مانع از آسیب و زیان به خود و جامعه‌ی محلی مقصد می‌شود و در واقع گردشگر درصدد توجیهی برای تصمیم به سفر خود در این شرایط می‌باشد. دیگر عوامل بازدارنده درونی، خطر ادراکی کووید-۱۹ است؛ حساسیت نسبت به ابتلای بیماری و شدت درک شده آن، به عبارتی درک گردشگر از خطرناک بودن این بیماری، بر رفتار سفر وی تاثیر می‌گذارد و او را از سفر به مناطق شلوغ و با ریسک بالا منع می‌کند و در عوض به سمت مقصدهای طبیعت‌گردی و کم جنب و جوش سوق می‌دهد. اما عوامل بازدارنده‌ی بیرونی اشاره به عدم پذیرش جامعه‌ی بومی و سیاست‌های بهداشتی دولت دارد. جامعه‌ی بومی حضور گردشگران در مقصد را در شرایط فعلی که هنوز مداخلات غیر دارویی (مانند فاصله‌ی اجتماعی و

ذهنی و جسمی، تصمیم به سفر بگیرند. آن‌ها دریافتند برای پاسخ به نیازهای درونی خود می‌بایست مقاصدی را انتخاب کنند که قابلیت‌های لازم را برای جذب و تامین آن‌ها داشته باشد و درعین حال این اطمینان را برای گردشگران ایجاد کنند که سفری امن و کم‌خطری را با توجه به شرایط بحران سلامتی امروز تجربه خواهند کرد. با این حال، در این پژوهش، مشارکت‌کنندگان معتقدند، چندین عامل بازدارنده وجود دارد که مانع سفر آن‌ها همانند روال گذشته شده و الگوی سفر آن‌ها را تغییر داده است. آن‌ها اظهار داشتند سیاست‌های بهداشتی دولت و محدودیت‌هایی که در این دوران اعمال شده و عدم پذیرش و استقبال جامعه‌ی بومی از گردشگران به عنوان عوامل بازدارنده‌ی بیرونی و احساسات منفی و خطرات درک شده در خصوص ترس از ابتلای بیماری و همچنین احساس مسئولیت ذهنی آن نسبت به مقصد سفر و جامعه‌ی بومی (عوامل بازدارنده درونی) سبب شده، گردشگران نتوانند به راحتی به سفر بروند و مقاصد متداول قبل را انتخاب کنند. از این رو، آن‌ها با وجود این عوامل بازدارنده دست به گزینش مقاصدی می‌زنند که با وجود محدودیت‌های تحمیل شده، تا حد مطلوبی نیازهای درونی آن‌ها را تامین کنند.

۶ بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های پژوهش، انگیزه‌های متنوعی برای سفر در دوران شیوع کووید-۱۹، وجود دارد که گردشگران را ترغیب به سفر می‌کند. نتایج حاکی از شناسایی نه مقوله‌ی فرعی و چهار مقوله‌ی اصلی می‌باشد. در این میان علی‌رغم وجود عوامل بازدارنده (ادراک گردشگران از خطرات ناشی از ابتلای به بیماری، ضرورت داشتن مسئولیت‌پذیری اجتماعی آن‌ها و محدودیت‌های اعمال شده بهداشتی دولت و عدم پذیرش جامعه محلی)، فشارهای روحی و روانی ناشی از شرایط زندگی کرونایی، دلیل و انگیزه‌ی اصلی گردشگران به سفر می‌باشد. همچنین نتایج پژوهش حاضر با سایر مطالعات انجام گرفته در خصوص تئوری رانشی و کششی سفر (روی و شارما،

و سایر ذی‌نفعان، استراژی و برنامه‌های معقولانه و هوشمندانه‌تری را ارائه دهند و نسبت به چالش موجود واکنش مناسب‌تری را اتخاذ کنند. از این رو، طبق یافته‌های پژوهش، نتایج کاربردی و مدیریتی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- دولت، سیاست‌ها و اقدامات بهداشتی با ثبات‌تری در مرحله‌ی تدوین و اجرا اتخاذ نماید؛ در حال حاضر ما شاهد اقدامات و راهبردهای موقتی و مبتنی بر لحظه و موقعیت خاص هستیم و همین امر موجب می‌شود تا گردشگران لزومی برای رعایت قوانین و پروتکل‌های بهداشتی نداشته باشند و با عادی‌انگاری شرایط، تصمیم به سفر بگیرند.

- همچنین ناهماهنگی تصمیمات در بین دو وزارتخانه بهداشت و درمان و میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، منجر به کاهش اعتماد نهادی شده و میزان تعهد مردم به مسئولیت اجتماعی را به صورت منفی تحت الشعاع قرار داده است. بنابراین ضروری است هماهنگی و همکاری‌ها درون بخشی و بین بخشی به شکلی مناسب اعمال شود تا اعتماد و اطمینان در بین تمامی سطوح ایجاد و به ارتقای کارآمدی سیاست‌های بازدارنده منجر شود.

در پایان باید گفت این پژوهش مانند هر پژوهش دیگری دارای محدودیت‌های نیز بوده است: با توجه به این که سفر رفتن در این دوران کار عقلانی نیست و واکنش منفی نسبت به افرادی که سفر می‌روند وجود دارد. از این رو، بعضی از افراد از مصاحبه در این خصوص اجتناب کردند. همچنین امکان مصاحبه حضوری مقدور نبود و اغلب مصاحبه‌ها به صورت تلفنی انجام شد. در نهایت، این یافته‌ها با توجه به انگیزه‌های سفر در شرایط بحران کووید-۱۹ در ایران انجام شده و امکان تعمیم آن در شرایط غیرمشابه وجود ندارد.

ماسک‌زدن) ادامه دارد، نوعی تهدید در نظر می‌گیرند و هزینه‌های حضور گردشگران را بیشتر از مزایایی آن‌ها درک می‌کنند؛ از این رو، در مواجهه با آن‌ها رفتار منفی از خود نشان می‌دهند. به همین دلیل گردشگران سعی می‌کنند چنین مقاصدی را برای سفر انتخاب نکنند. همچنین گردشگران اعمال محدودیت‌های سفر از سوی دولت را مانعی برای سفر می‌دانند. این اقدامات موجب شده برخی مناطق قرمز و پرخطر مشمول عدم تردد و اعمال محدودیت‌های سخت‌تری (مانند جریمه‌ی خودروهای غیر بومی) شوند. بدین ترتیب شرایط فرهنگی و اجتماعی و سیاسی کشور منجر به ایجاد عوامل بازدارنده و مداخله‌گر در جریان تصمیم‌گیری سفر گردشگران شده است. اگرچه این شرایط به تصمیم به عدم سفر منجر نشده، اما الگوی و ترجیحات سفر آن‌ها را تغییر داده است.

در نهایت این نکته قابل تامل است که در بحران کووید-۱۹، ما با سناریوی اقتصادی و اجتماعی جدیدی رو به رو هستیم که نیاز به تعریف مجدد استراتژی‌ها و بازنگری تصمیم‌ها و اقدامات توسط تمامی ذی‌نفعان گردشگری و تعهد و اقدامات مسئولانه آن‌ها در مواجهه با این تهدید جهانی دارد. بنابراین بررسی انگیزه‌های گردشگران برای سفر در شرایط نامعمول و پر ریسک امروز ضروری است و از آنجایی که انگیزه یک مفهوم پویا می‌باشد و در هر فرد متفاوت از فرد دیگر است و حتی موقعیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگر نیز در ایجاد انگیزه‌های متنوع تاثیرگذار می‌باشد؛ بنابراین لازم است که این مفهوم در هر کشوری با توجه به شرایط زندگی افراد آن کشور یا منطقه به درستی شناسایی شود. پژوهش حاضر با شناسایی انگیزه‌های مختلف گردشگران و بازدارنده‌های سفر داخلی و رابطه آن‌ها با یکدیگر می‌تواند درک بهتری از دلایل سفر در دوران شیوع بیماری ارائه دهد.

یافته‌های پژوهش همچنین می‌تواند به مدیران و برنامه‌ریزان دست‌اندرکار در تصمیم‌گیری سفر کمک کند با آگاهی بیشتری نسبت به نیازهای گردشگران



عمیق‌تر می‌توان احساسات مصرف‌کنندگان را شناسایی کرد. همچنین می‌توان با استفاده از رویکرد کمی، مدل این پژوهش را براساس پاسخ‌های مختلف از گروه‌هایی با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مختلف تجزیه و تحلیل کرد.

با این وجود، در خصوص پژوهش‌های آینده، می‌توان بررسی جامع‌تری از انگیزه‌های رانشی و کششی سفر در دوران پاندمی کووید-۱۹ را از طریق تحلیل محتوای رسانه‌های اجتماعی پیشنهاد داد؛ چرا که سبک زندگی قرنطینه‌ای منجر به استفاده زیاد از اینترنت و فضای مجازی شده است؛ پس بهتر و

منابع

- Adeloye, D., & Brown, L. (2017). Terrorism and domestic tourist risk perceptions. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1-18.
- Botha, B. (2011). Travel motives of tourists to selected national parks in South Africa. Master thesis, North-west University.
- Brokaj, R. (2014). Local government's Role in The Sustainable Tourism Development of a Destination. *European Scientific Journal*, 10(31):103-117.
- Cao, S. (2019). The motivation of the Chinese post-90s generation for travelling abroad, master thesis, Victoria University of Wellington.
- Carballo, R.R., Carmelo J. León, C.L., & Carballo, M.M. (2017). The perception of risk by international travelers, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(5):534-542.
- Chua, B., Al-Ansi, A., Lee, M. J. & Han, H. (2020). Tourists' outbound travel behavior in the aftermath of the COVID-19: role of corporate social responsibility, response effort, and health prevention. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-29.
- Cori, L., Bianchi, F., Cadum, E., & Anthonj, C. (2020). Risk Perception and COVID-19, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 1-6.
- Dabphet, S. (2013). The Key Stakeholders in The Implementation of Sustainable Tourism Development in Two Rural Towns of Thailand. Department of Tourism, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, Thailand.
- Dean, D., & Suhartanto, S. (2019): The formation of visitor behavioral intention to creative tourism: the role of push-Pull motivation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1-11.
- Depoux, A., Martin, Sam., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(3):1-4



- European Commission. (2020). Behavioural changes in tourism in times of COVID-19. the Joint Research Centre (JRC).
- Fredvig-Erichsen, C. (2020). Norm-Activation Theory and Tourists' Perception of Responsibility, Master's Thesis, University of Stavanger.
- Franco, M., & Estevão, C. (2010). The role of tourism public-private partnerships in regional development: a conceptual model proposal. *Cadernos EBAPE.BR*. 8(4):601-612.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C.M. (2020): Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. 1-20.
- Ho, J.A., Chia, K.W., Ng, S. I., & Ramachandran, S. (2013). Problems and Stakeholder Responsibilities in Island Tourism: The Case of Tioman Island in Malaysia. 1-30.
- Hsu, T., Tsai, Y., & Wu, H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. *Tourism Management*. 30:288-297
- Ioannides, D., & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*. 1-11.
- Iaquinto, L.B. (2020). Tourist as vector: Viral mobilities of COVID-19. *Dialogues in Human Geography*. 10(2) 174-177.
- Jiang, S. (2019). Exploring Experience and Motivation Using Means-end Chain Theory. In N. Scott., J. Gao., & J. Ma (eds) *Visitor Experience Design*. CABI, UK.
- Lee, T.H., & Hsieh, H. (2016). Indicators of sustainable tourism: A case study from a Taiwan's wetland. *Ecological Indicators*. 67: 779-787.
- Lee, S. (2020). Corporate social responsibility and COVID-19: Research implications. *Tourism Economics*. 1-7.
- Li, S.R., & Ito, N. (2021). "Nothing Can Stop Me!" Perceived Risk and Travel Intention Amid the COVID-19 Pandemic: A Comparative Study of Wuhan and Sapporo. In W. Wörndl., C. Koo., & J. L., Stienmetz. *Information and Communication Technologies in Tourism 2021* (490-503), Springer Nature Switzerland.
- Luo, W., Tang, P., Jiang, L., & Su, M.M. (2020). Influencing mechanism of tourist social responsibility awareness on environmentally responsible behavior. *Journal of Cleaner Production*. 1-11.
- Mirtaghian Rudsari, S., Farokhian, F., Naghavi, M. (2020). Investigation of Residents' Behavior towards Tourists during COVID-19 Outbreak. *Tourism Management Studies*, 15(0), 115-143. doi:



- 10.22054/tms.2020.52929.2332. [In persian]
- Moya Calderón, M., Chavarría Esquivel, K., Arrieta García, M. M., & Lozano, C. B. (2021). Tourist behaviour and dynamics of domestic tourism in times of COVID-19. *Current Issues in Tourism*, 1-5.
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrin, P., Seebaluck, N., & Janvier, S. (2015). Investigating the motivation of baby boomers for adventure tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 175, 244-251.
- Neuburger, L., & Egger, R (2020). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*.1-14.
- Paskova, M., & Zelenka, J. (2016). Social Responsibility Role in Tourism Sustainability, in Jedlic ka, P. (Ed.), *Proceedings of International Conference Hradec Economic Days*.
- Paskova, M., & Zelenka, J. (2019). How crucial is the social responsibility for tourism sustainability?, *Social responsibility Journal*. 15(4):534-552.
- Qiu, T.R.R., Parkb, J., Lic, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*. 84:1-14.
- Roy, G., & Sharma, S. (2020). Analyzing one-day tour trends during COVID 19 disruption – applying push and pull theory and text mining approach. *Tourism Recreation Research*. 1-16.
- Sánchez-Cañizares, S.M., Cabeza-Ramírez, L.J., Muñoz- Fernández, G., Fuentes-García, F.G. (2020). Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. *Current Issues in Tourism*. 1-18.
- Salimon, M. G., Kareem, O., Mokhtar, S.S.M., Yusoff, R.Z., & Gorondutse, A.H. (2019). Tourism Intention: The Empirical Investigations of Pull, Push and Perceived Security Factors in Nigeria. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 25(2):358-374.
- Schroeder, A., & Pennington-Gray, L. (2016). Moving the Travel Risk Literature Forward Conceptually and Operationally, *ttra International Conference*. 1-11.
- Seebaluck, N. V., Munhurrin, P. R., Naidoo, P., & Rughoonauth, P. (2015). An analysis of the push and pull motives for choosing Mauritius as “the” wedding destination. *Social and Behavioral Sciences*. 175: 201 – 209.
- Slivar, I. (2018). Stakeholders in a Tourist Destination – Matrix of Possible Relationships Towards Sustainability. *Open Journal for Research in Economics*. 1(1), 1-10.

- Sinulingga, S. (2021) Tourism & Covid-19 (Coronavirus Impact Inventory to Tourism Stakeholders in North Sumatera). *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*. 4(1):170-179.
- Swanson, K. (2014). *Souvenirs, Tourists, and Tourism*. In A. A. Lew., C. M. Hall., & A. M. Williams, Wiley Blackwell Companions to Tourism, Wiley Blackwell.
- Tayebi Abolhasani, A. (2019). Introduction to Research Methodology: Standard procedures for qualitative data analysis. *Journal of Science and Technology*. 9(2):67-94 [In Persian]
- Thams, A., Zech, N., Rempel, D., & Ayia-Koi, A. (2020). An initial assessment of economic impacts and operational challenges for the tourism & hospitality industry due to COVID-19. *IUBH Discussion Papers - Tourismus & Hospitality*. 2 (2): 1-16.
- Tinakhat, P. (2020). A Study of Tourist Motivation toward Destination Loyalty: Targeting European Tourists Travelling to Phuket. *Thammasat Review*. 23(2): 22-46.
- Ting, H., Jean, L.X., Meng, L.C., Cheah, J., & Cheer, J.M. (2020). Responsible Tourism: A Call to Action for Turbulent Times, *Asian Journal of Business Research*. 10(2):1-13
- UNWTO. (2020). International Tourism and covid-19. <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>
- Woo, E., Uysal, M., & Sirgy, M.J. (2016). Tourism Impact and Stakeholders' Quality of Life. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 42(2):1-27.
- Xiao-jing, X., Hong-zhi, G., Chang-fu, L., Yan., H., & Xin, Z. (2014). The elderly travel motivation empirical research based on the theory of push and pull. *BTAIJ*. 10(16): 9391-9397.
- Yousaf, A., Amin, I., & Santos, J.A.C. (2018). Tourist's Motivations to Travel: A Theoretical Perspective on the Existing Literature. *Tourism and Hospitality Management*. 24(1):197-211.
- Zheng, S. (2018). Evaluating The Impact of Travel Motivations, Sensation Seeking, Destination Percived Risk on Consumer Choice, Master's Thesis, Shanghai Normal University.