



## Original Research Paper

## A comparative study of dimensions of animal ecotourism from the perspective of tourism marketers and environmental experts (case of Alvand Khomein protected area)

*Abolfazl Khosravi <sup>\*1</sup>, Mohammad Reza Fathi <sup>1</sup>, Mohammad Karim Zarchi <sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, Tehran University, Qom, Iran

<sup>2</sup>Faculty of Management, Tehran University, Tehran, Iran

### Key Words

Animal Ecotourism  
Social Dimension  
Environmental  
Dimension  
Cultural Dimension  
Economic Dimension

### Abstract

**Introduction:** Every year, more and more people are eager for nature tourism, especially the animal environment in the world, so that nature tourism is known as one of the main areas of tourism. The prerequisite for entering animal ecotourism is to understand the fundamental challenges in this area. On the one hand, countless tourists count the time to attend animal ecotourism, and on the other hand, environmentalists do not consider animal ecotourism to be in the best interest of a protected area. This study aims to investigate the attitudes of tourism marketers and environmental experts towards the dimensions of animal ecotourism in the Alvand Khomein protected area.

**Materials & Methods:** The statistical sample of the research was 230 environmental experts and fans, as well as those in charge of tourism marketing who were well acquainted with the Alvand region.

**Result:** After surveying these two groups, it was found that there is a difference of opinion between the attitudes of both groups on the dimensions of animal ecotourism. The social, cultural and economic dimensions were dimensions in which both groups disagreed, and only in the environmental dimension of animal ecotourism were the views of the two groups the same. Environmental experts did not consider the presence of numerous tourists in the form of tourist tours for the region to be socially, culturally and economically beneficial to the region and the animal environment.

**Conclusion:** Tourism marketers, on the other hand, believed that maintaining the Alvand Protected Area required investments and costs that animal ecotourism could make possible.

\* Corresponding Author's email: [Khosravi\\_a@ut.ac.ir](mailto:Khosravi_a@ut.ac.ir)

Received: 28 July 2020; Reviewed: 8 October 2020; Revised: 10 November 2020; Accepted: 15 December 2020

(DOI): [10.22034/AEJ.2020.258965.2414](https://doi.org/10.22034/AEJ.2020.258965.2414)

## مقاله پژوهشی

## بررسی مقایسه‌ای ابعاد اکوتوریسم جانوری از نظر بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست (مورد پیمایش منطقه حفاظت‌شده الوند خمین)

ابوالفضل خسروی<sup>۱\*</sup>، محمد رضا فتحی<sup>۱</sup>، محمد کریمی زارچی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

<sup>۲</sup> دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران

## چکیده

## کلمات کلیدی

**مقدمه:** هر ساله بر افراد مشتاق به طبیعت گردی به‌ویژه محیط زیست جانوری در دنیا اضافه می‌شود به نحوی که طبیعت گردی یکی از حوزه‌های اصلی گردشگری شناخته شده است. لازمه ورود به اکوتوریسم جانوری این است که چالش‌های اساسی این حوزه درک شود. از یک سو گردشگران بی‌شماری برای حضور در اکوتوریسم جانوری لحظه‌شماری می‌کنند و از سوی دیگر طرفداران محیط‌زیست اکوتوریسم جانوری را به صلاح یک منطقه حفاظت‌شده نمی‌دانند. این پژوهش با هدف بررسی نگرش بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست نسبت به ابعاد اکوتوریسم جانوری در منطقه حفاظت‌شده الوند خمین شکل گرفته است.

**مواد و روش‌ها:** نمونه آماری پژوهش ۲۳۰ نفر از کارشناسان و طرفداران محیط‌زیست و هم‌چنین متولیان امر بازاریابی گردشگری که با منطقه الوند کاملاً آشنا بودند.

**نتایج:** بعد از پیمایش این دو گروه مشخص شد بین نگرش‌های هر دو گروه در ابعاد اکوتوریسم جانوری اختلاف نظر وجود دارد. ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی ابعادی بودند که هر دو گروه در آن اختلاف نظر داشتند و تنها در بعد محیط زیست اکوتوریسم جانوری نظرات دو گروه یکسان بود. کارشناسان محیط زیست حضور متعدد گردشگران سازمان‌یافته در قالب تورهای گردشگری را برای منطقه از نظر اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را به نفع منطقه و محیط زیست جانوری نمی‌دانستند.

**نتیجه‌گیری و بحث:** در مقابل بازاریابان گردشگری براین باور بودند که نگاه‌داشت منطقه حفاظت‌شده الوند نیازمند سرمایه‌گذاری‌ها و هزینه‌هایی که اکوتوریسم جانوری می‌تواند این امر را ممکن سازد.

## مقدمه

بیش از ۲۰ درصد از بازار سفر جهانی را اکوتوریسم شکل می‌دهد. این نوع از گردشگری سفر به مناطق نسبتاً دست‌نخورده برای مطالعات علمی، لذت بردن یا کمک‌های داوطلبانه است و سفری است که دغدغه آن گیاهان، جانوران، زمین و اکوسیستم یک منطقه و نیز نیازهای مردم این منطق، فرهنگ‌شان و ارتباط آن‌ها با زمین است و یکی از اصول آن نگهداری و مدیریت مناطق حفاظت شده قانونی و مناطق طبیعی دیگر می‌باشد (Fennell, ۲۰۱۴). اکوتوریسم در مناطق حفاظت‌شده در برگیرنده رفتار مسئولانه محیط‌زیستی است (Castellanos verdugo و همکاران، ۲۰۱۶) و اکوتوریست‌ها باید برای اجتناب از آسیب‌رساندن به محیط‌زیست طبیعی، مقررات محلی را رعایت کنند و رفتارهای مسئولانه محیط‌زیستی از خود نشان دهند (Chiu و همکاران، ۲۰۱۴). اما نکته‌حایز اهمیت اینجاست که تصمیم‌گردشگران برای رفتار کردن به شیوه‌های خاص و یا شکل‌گیری تمایلات رفتاری آن‌ها، باید مطابق با دانش و نگرش‌های آنان باشد (Powell و Ham, ۲۰۰۸). گردشگری در حکم فعالیتی اقتصادی، راهی است برای توسعه با آثار منفی نسبتاً کم زیست محیطی و بستری برای توسعه اجتماعی و اقتصادی، اما نباید تنها محیط را ابزاری برای توسعه اقتصادی تلقی کرد، بلکه باید در این راستا به تمام عوامل فیزیکی و فرهنگی منطقه نیز توجه کرد. تجربه نشان داده که هر کجا گردشگری اتفاقی و بدون برنامه‌ریزی و راهبرد مشخص توسعه یابد، مشکلات زیست محیطی و اجتماعی متعددی ظهور پیدا می‌کند و در درازمدت مشکلات گردشگری بیش‌تر از فواید آن می‌شود (اصغری‌سراسکانرود، ۱۳۹۷). از جمله عواملی که می‌تواند صنعت توریسم کشور را توسعه بخشد، به‌کارگیری ابزارها و پارامترهای مؤثر بازاریابی می‌باشد، در گردشگری ایران تنها کمبود بودجه این صنعت را دچار مشکل نکرده است. یکی از ضعف‌های توریسم و گردشگری کشورهای اسلامی، عدم تبلیغات وسیع جهت جذب بازار هدف است به‌گونه‌ای که بسیاری از گردشگران دنیا از ظرفیت‌های گردشگری کشورهای اسلامی بی‌اطلاع بوده و تنها دیدگاهی که از این کشورها دارند بحران و جنگ است. عوامل اقتصادی از دو نقطه نظر و دیدگاه مورد توجه قرار می‌گیرند، یکی از نظر بالا رفتن درآمد سرانه که موجب می‌گردد تا فضای بالقوه توریست‌ها تبدیل به تقاضای بالفعل شود و دیگری از نظر اقتصاد کلی، بدین ترتیب که در دوره رونق اقتصادی مقداری از اعتبارات دولت صرف تهیه و اجرای برنامه‌های عمرانی و تأسیسات زیربنایی جهانگردی شده که این امر در ایجاد امکانات بیش‌تر درخصوص توسعه توریسم مؤثر خواهد بود، عوامل اجتماعی و فرهنگی نیز به‌صورت افزایش جمعیت و توسعه شهرنشینی

در توسعه توریسم اثر مستقیم به‌جای می‌گذارند. کاهش ساعات کار و افزایش طول مدت مرخصی‌ها و بازدید از نقاط مختلف و ناشناخته در توسعه جهانگردی مؤثر هستند (اشتری، ۱۳۹۲). صنعت گردشگری اگرچه به اشتغال و توسعه اقتصادی کمک می‌کند، اما تأثیرات محیطی و اجتماعی مخربی نیز بر جای می‌گذارد که برخی از آن‌ها عبارتند از مصرف منابع، آلودگی و تولید ضایعات، فساد و تخریب فرهنگ بومی، گسترش استفاده از مواد مخدر و سایر مسائل اخلاقی. در اینجاست که بحث گردشگری پایدار مطرح می‌شود. گردشگری پایدار عبارت است از گردشگری که نیازهای نسل حاضر را پاسخ دهد، بدون این‌که از ظرفیت‌های مربوط به نسل آینده برای پاسخگویی به نیازهای خود مایه بگذارد. گردشگری پایدار به‌نحوی برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود که بر محیط زیست، اقتصاد و فرهنگ جامعه میزبان اثر منفی نگذارد. توسعه پایدار و گردشگری سبز تنها به معنای نجات منابع اکوتوریستی نیست، بلکه به‌عنوان نجات جهان مطرح است (شهبان، ۱۳۹۰). توسعه گردشگری از سویی، می‌تواند اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی در جامعه گردشگری پذیر داشته باشد و از سوی دیگر، اثرات منفی در تمام ابعاد و به‌خصوص در بعد زیست محیطی ایجاد می‌کند. فلسفه گردشگری پایدار نشأت گرفته از توسعه پایدار می‌باشد و لذا با توجه به این‌که توسعه پایدار از اصول و مبانی پیشرفت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در جهان محسوب می‌شود و به‌دلیل نقشی که گردشگر می‌تواند در این زمینه به‌خصوص در کشورهایی مانند ایران ایفا نماید، لزوم و ضرورت توجه به گردشگری پایدار حائز اهمیت فراوان می‌باشد در عین حال گردشگری پایدار نتیجه ضرورت و نیاز به پاسخگویی و مقابله با اثرات منفی این صنعت در کشورها و یا مقاصد گردشگری پذیر می‌باشد (زاهدی، ۱۳۸۹). اگر ارتباط بین طبیعت‌گردی و حفظ منابع طبیعی رابطه‌ای دو طرفه باشد سودمند خواهد بود. ولی در واقع اکوتوریسم یک فرآیند مخرب نسبت به منابع طبیعی به حساب می‌آید. به‌علاوه نیازهای حال و آینده جمعیت میزبان باید پیش‌بینی شده و نسل‌های اکوتوریست‌ها بتوانند تجربه‌های تازه زیست محیطی را که متفاوت از تجربیات افراد بومی است، کسب نمایند (رهبر، ۱۳۷۹). نابودی تنوع زیستی به معنای از بین رفتن زیستگاه‌ها، گونه‌های گیاهی و جانوری و ساده شدن گوناگونی اشکال حیاتی است. تنوع زیستی شامل اکوتوریسم، گونه و ژن است که هر سه با هم ارتباط تنگاتنگ دارند. کاهش تنوع زیستی یکی از تهدیدهای زیست محیطی محسوب می‌شود که خطرناک‌ترین عامل آن تخریب زیستگاه‌ها می‌باشد (زاهدی، ۱۳۹۰). ایده هم‌سازی دوباره با طبیعت واقعی منجر به پیدایش گردشگری طبیعی شده است (Thampi, ۲۰۰۵) که به حمایت از منابع طبیعی و تفاوت‌های بیولوژیک در طول توسعه گردشگری تأکید می‌کند (Bin, ۲۰۰۸). ترویج گردشگری

در مناطق حفاظت شده، به‌عنوان سازوکاری برای خودگردانی مالی، پشتوانه‌ای برای حفاظت و ایزاری برای تسهیل مدیریت این مناطق محسوب می‌شود (ابگر و همکاران، ۱۳۸۷). اثرات طرح‌های گردشگری بر حیات‌وحش ممکن است مستقیم یا غیرمستقیم باشد. اثرات مستقیم شامل تاثیر بر حیوانات که منجر به ایجاد موقعیت‌های تنش‌زا برای حیات‌وحش می‌گردد. اثرات غیرمستقیم طرح‌های گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن بر روی حیات‌وحش بیش‌تر به‌صورت تخریب زیستگاه اتفاق می‌افتد. یکی دیگر از عواملی که باعث آسیب اکوسیستم منطقه و حیات‌وحش وابسته به آن می‌گردد معرفی گونه‌های جدید و غیربومی و در نتیجه برهم زدن نظم اکولوژیک منطقه می‌باشد. فعالیت‌های گردشگری باعث جابه‌جایی گونه‌ها از طرق مختلف می‌گردد. مهم‌ترین آن‌ها جابه‌جایی مستقیم گونه‌ها به‌صورت عمدی برای مثال، جمع‌آوری و تصاحب گیاهان و جانوران به‌عنوان یادگاری (زنده یا مرده) و هم‌چنین به‌صورت غیرعمدی شامل جابه‌جایی ویروس‌ها، باکتری‌ها، پروتوزا، حشرات و ارگانسیم‌های کوچک دیگر توسط وسایل مختلف حمل و نقل، وسایل همراه گردشگران و ... می‌باشد. در اثر فعالیت‌های مرتبط با توسعه گردشگری از جمله تولید و انباشته شدن زباله به‌خصوص در مناطق طبیعی باعث تغییر در رفتار و ذائقه حیات وحش و تغییر عادات غذایی طبیعی بسیاری از حیوانات در نواحی گردشگری خواهد شد. بسیاری از جانوران با انسان و محیط انسان ساخت وارد نوعی هم‌زیستی شده و این به‌دلیل فقدان دشمنان طبیعی در محیط انسان ساخت با نرخ تولیدمثل بیش‌تری زاد و ولد می‌کنند و در برخی موارد به‌صورت آفت ظاهر می‌شوند. سگ و گربه، موش، کلاغ و غیره از جمله این حیوانات می‌باشند. عمدتاً پیامدهای فعالیت‌های گردشگری در منطقه باعث کاهش تنوع گونه‌ای تغییر در ترکیب و ساختار جوامع حیات‌وحش می‌گردد. تمرکز فعالیت‌های تفریحی آبی و ساحلی در دریاچه و رودخانه‌ها باعث ایجاد اثرات مستقیم و غیر مستقیم بر روی ارگانیزم‌های آبی می‌گردد. اثرات مستقیم به‌صورت تغییر مکان جمعیت‌ها، تحت تاثیر معرفی گونه جدید و یا تمرکز فعالیت‌های ماهیگیری مشاهده می‌شود. اکثر فعالیت‌های گردشگری ساحلی و وابسته به محیط‌های آبی به‌واسطه اثرات غیرمستقیم بر روی کیفیت آب و اکوسیستم بر جوامع آبی موثر واقع می‌شوند. علاوه بر موارد فوق تعامل انسان و حیات‌وحش باعث تبادل پاتوژن‌ها و عوامل بیماری‌زا بین آن‌ها می‌شود که این عمل باعث ایجاد وضعیت مخاطره‌آمیزی از نظر بهداشتی می‌گردد. تخریب حیات‌وحش و میزان صدمه به آن و سایر اثرات مورد اشاره تحت تاثیر میزان استفاده نوع استفاده و فعالیت، میزان آگاهی و بینش گردشگران و جوامع محلی و هم‌چنین ماهیت زیستگاه و حیات‌وحش و زمان استفاده می‌باشد. شدت تاثیر فعالیت‌های گردشگری بر روی حیات‌وحش در زیستگاه‌های

حساس شبیه زیستگاه تولیدمثل و جوجه‌آوری، مکان‌های تغذیه حیات وحش، مکان‌های زمستان‌گذرانی پرندگان آبی، زیستگاه‌های گونه‌های نادر و در خطر انقراض، مکان‌های تمرکز حیات‌وحش و در فصل‌های زادآوری و تولیدمثل و فصل‌های مهاجرت یا آشیان‌سازی و ... چشمگیرتر است (شاکری، ۱۳۸۴). انتخاب و مدیریت مناطق حفاظت‌شده مهم‌ترین راهکار برای حفاظت از تنوع زیستی در برابر تخریب‌های روزافزون بشر است (شمس‌اسفندآباد و کابلی، ۱۳۹۷). منطقه حفاظت‌شده الوند با مساحت ۸۶۱۸ هکتار واقع در شهرستان خمین می‌باشد که در سال ۱۳۸۱ از سوی سازمان حفاظت محیط زیست به‌عنوان منطقه حفاظت‌شده اعلام شد. منطقه شامل رشته کوه الوند و دشت‌های اطراف آن با دامنه ارتفاعی ۳۰۸۰-۲۰۴۰ متر است. بارندگی و دمای متوسط سالانه ۳۰۸ میلی‌متر و ۱۰ درجه سانتی‌گراد، منطقه را دارای اقلیم مدیترانه‌ای معتدل نموده است. این ناحیه جزو رویشگاه‌های ایرانی- تورانی به‌شمار می‌رود. الوند منطقه‌ای کوهستانی است که به طور مایل از شمال‌غرب به سمت جنوب‌شرق امتداد یافته و در بخش جنوبی استان مرکزی قرار گرفته است. کوه الوند در ۲۰ کیلومتری غرب شهرستان خمین واقع است. منطقه‌ای کوهستانی با کمربند‌های ارتفاعی متفاوت است که دارای کوه‌ها و تپه‌ماهورهای بلند و دره‌های متعددی می‌باشد. تنوع زیستی موجود در منطقه الوند در هیچ نقطه دیگری از محدوده‌های جنوبی استان نظیر ندارد و این منطقه ۱۲ درصد پرندگان ایران و ۴۴ درصد پرندگان استان مرکزی را در خود جای داده و بیش از ۳۰ درصد پرندگان این منطقه، پرندگان شکاری حمایت شده‌اند. از پستانداران مهم منطقه می‌توان به بز و پازن، قوچ و میش، پلنگ، گرگ، سوسمار و از پرندگان مهم می‌توان به شاه‌بوف، سنقر سفید، دال، عقاب طلایی و قرقی اشاره کرد (درویش‌صفت، ۱۳۸۵). حذف برخی گونه‌های جانوری می‌تواند باعث اختلال در زنجیره غذایی و چرخه انرژی در اکوسیستم‌ها شود (شمسی و کریم‌زادگان، ۱۳۹۶). قطعه قطعه شدن زیستگاه‌ها و کاهش اندازه آن‌ها سبب جدا افتادن برخی گونه‌ها گشته است. اثرات منفی قطعه قطعه شدن زیستگاه‌ها بر جوامع و گونه‌ها، با قطعه قطعه شدن زیستگاه‌ها، نواحی با ساختار جغرافیایی متفاوت به‌وجود می‌آید که برخی از افراد گونه قادر به تطبیق خود با آن زیستگاه‌ها نیستند، بیش‌ترین عامل تهدید کننده تنوع زیستی انفعال زیستگاه‌هاست با تقسیم زیستگاه‌های بزرگ به مناطق جدا از هم تنوع زیستی به مخاطره افتاده است (انصاری و همکاران، ۱۳۹۲). توسعه گردشگری در مناطق حفاظت‌شده، هم برای مدیریت منطقه و هم برای گردشگران مزایای فراوانی به‌همراه دارد، اما باید در نظر داشت انجام فعالیت‌های گردشگری در غیاب برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح می‌تواند بر تجارب گردشگران و از آن مهم‌تر بر کیفیت مناطق مقصد اثر منفی داشته باشد (جعفری و همکاران،

به نظر می‌رسد عنصر آداب و رسوم (فرهنگ مادی)، محل سکونت و طبیعت بیش از دیگر عناصر در تعیین اکوتوریسم دخالت دارند و می‌توانند در کنار سایر اختصاصات فرهنگی، نمادها، ارزش‌ها، هنجارها و مناسک اجتماعی، در قالب روابط درون گروهی و کنش‌ها، تعلقات و گرایش‌های خاص گرایانه ظهور و بروز یابند (ابوالحسنی و متقی، ۱۳۹۷). اکوتوریسم یک نیروی قدرتمند بازار، نوعی از گردشگری مبتنی بر طبیعت و کم‌تاثیر است که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم منجر به نگهداری از گونه‌ها و زیستگاه‌ها می‌شود. دانش و نگرش نسبت به محیط زیست با تمایل رفتار گردشگر در حفاظت از محیط زیست ارتباط مستقیمی دارد (نجارزاده و همکاران، ۱۳۹۷). براساس یافته‌های پژوهشی، سطح پایین دانش زیست‌محیطی در میان تصمیم‌گیرندگان و مدیران، چندگانگی مدیریتی و کمبود منابع مالی مورد نیاز دو عامل پیشگیری به‌سوی دستیابی به توسعه اکوتوریسم پایدار هستند (بزم‌آرابلشتی و همکاران، ۱۳۹۶). اهداف اکوتوریسم شامل حفاظت از محیط زیست از طریق بهبود در اقتصاد محلی و افزایش احترام به فرهنگ و سنت مردم محلی می‌باشد اکوتوریسم به‌طور گسترده به حفاظت از محیط زیست از طریق فراهم کردن مزایای اقتصادی، توانمندسازی اجتماعی و غرور فرهنگی مردم کمک می‌کند. هدف آن بهبود فعالیت‌های معیشتی و درآمد می‌باشد که به نوبه خود منجر به حفاظت از منابع طبیعی خواهد شد. منابع طبیعی تنها شامل حیوانات وحشی نیست بلکه پرندگان، رودخانه‌ها، درختان و جنگل‌ها را نیز شامل می‌شود. اشتغال و درآمد ایجاد شده از طریق کسب و کار گردشگری موجب انگیزه و نگرش مثبت به حفاظت از محیط زیست خواهد شد (Chatterjee و Das، ۲۰۱۵).

## مواد و روش‌ها

این پژوهش به دلیل استفاده از پرسشنامه به منظور نگرش‌سنجی نمونه آماری، در زمره پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی جای دارد. قلمرو مکانی این پژوهش منطقه حفاظت شده الوند خمین واقع در ۲۰ کیلومتری غرب شهرستان خمین و در محدوده این شهرستان می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه افراد گردشگر و یا آشنا با منطقه حفاظت شده الوند خمین که زمینه شغلی یا علائق‌شان به شکل مستقیم یا غیرمستقیم با این موضوع مرتبط بود. در جهت تبیین نگرش‌ها، دو گروه در نظر گرفته شد. گروه اول بازاربایان گردشگری که شامل مدیران و کارکنان هتل‌ها، رستوران‌ها، آژانس‌های مسافرتی، موزه‌ها و مقاصد گردشگری می‌باشند. گروه دوم کارشناسان مرتبط با موضوع محیط زیست شامل منابع طبیعی، محیط زیست، دهیاری‌ها، محیط‌بانان و طرفداران محیط‌زیست بودند. از آنجایی که

در نتیجه ترویج اکوتوریسم باید براساس سازگار با محیط طبیعی باشد، زیرا توسعه موفقیت‌آمیز این صنعت وابسته به حفظ محیط‌زیست در بالاترین سطح ممکن است بنابراین، توجه به این نکته اهمیت بسیار دارد که در صورت بهره‌برداری غیراصولی و هم‌چنین استفاده نکردن منطقی از منابع طبیعی این مناطق، با مشکلات بسیاری روبرو می‌شوند که برای پرهیز از چنین سرانجام ناخوشایندی فقط از طریق اتخاذ سیاست‌های تلفیقی مابین محیط‌زیست و توسعه و خردورزی بیش‌تر در بهره‌برداری از منابع طبیعی در سطوح بالای تصمیم‌گیری امکان‌پذیر است. رایج‌ترین شیوه‌های مدیریت پایدار محیطی ارزیابی اکولوژیک محیط‌زیست می‌باشد (احسنی و همکاران، ۱۳۸۶) که معمولاً طیفی از روش‌های سیستمی در مدیریت محیطی را دربر می‌گیرد. در این رابطه، ارزیابی اکوتوریسم باید به‌عنوان یک ابزار مهم برای توسعه پایدار گردشگری در منطقه حفاظت شده در نظر گرفته شود، پتانسیل‌یابی تفریحی در گردشگری متکی به طبیعت نه تنها به عنوان ابزاری برای ارتقاء سطوح اجتماعی و اقتصادی مردم بومی تلقی می‌شود بلکه به‌علت کارکردهای حفاظتی تفریح به‌عنوان راهکار مدیریتی تجربه‌شده، برنامه‌ریزی آن در عرصه‌های منابع طبیعی زمینه حفاظت پویای آن‌ها را نیز مهیا می‌کند (Laurance و همکاران، ۲۰۰۵). توریسم در سطح محلی ایجاد اشتغال می‌کند. این اشتغال مستقیماً مربوط به بخش توریسم و نیز مربوط به بخش‌های متنوع حمایت و مدیریت منابع می‌شود. توریسم، صنایع سودآور محلی را توسعه می‌بخشد و در سطح محلی از طریق احداث هتل‌ها، رستوران‌ها، سیستم‌های حمل و نقل، صنایع دستی و ارمغان‌های محلی و خدمات راهنما به منطقه رونق می‌دهد. توریسم سبب جذب ارز خارجی می‌شود و از این طریق به اقتصاد محلی و منطقه نیز کمک می‌کند، توریسم به اقتصاد محلی به‌ویژه در مناطق روستایی تنوع بخشیده، زیرا شغل کشاورزی ممکن است متمرکز یا پراکنده باشد و می‌تواند سبب تنوع و وسعت اشتغال شود (برومندامید، ۱۳۹۷). توریسم به اقتصاد محلی از طریق ایجاد تقاضا به تولیدات کشاورزی مساعدت کرده و سبب تزریق سرمایه می‌شود، توریسم یا گردشگری سبب بهبود شبکه حمل و نقل، ارتباطات و عوامل زیربنایی شده و به‌همراه خود به مردم محلی سود می‌رساند، چنان‌چه توریسم خوب هدایت شود می‌تواند به‌عنوان مکانیسمی برای خودگردانی محیط‌های طبیعی فرهنگی و در نتیجه ابزاری جهت حفاظت از میراث‌های طبیعی به‌شمار آید، توریسم، امکانات تفرجگاهی مناسبی را فراهم کرده و می‌تواند مورد استفاده جوامع محلی و هم‌چنین بازدیدکنندگان داخلی و خارجی قرار گیرد. توریسم به‌دلیل دستاوردهای ملموس خود وسیله‌ای برای متقاعد کردن مسئولین و مقامات دولتی و عموم مردم در خصوص اهمیت حفاظت از مناطق طبیعی است (سقای، ۱۳۸۶).

جدول ۲: توزیع فراوانی متغیر سن پاسخ‌دهندگان

گروه سنی	فراوانی	درصد
کم‌تر از ۲۰ سال	۲۴	۱۰/۴٪
۲۱ تا ۳۰ سال	۶۶	۲۸/۷٪
۳۱ تا ۴۰ سال	۱۰۴	۴۵/۲٪
۴۱ تا ۵۰ سال	۲۴	۱۰/۵٪
بیش‌تر از ۵۰ سال	۱۲	۵/۲٪
مجموع	۲۳۰	۱۰۰٪

با توجه به جدول ۳ تعداد ۲۳ نفر که معادل با ۱۰ درصد افرادند تحصیلات زیر دیپلم دارند. تعداد ۸۸ نفر که ۳۸/۳ درصد از پاسخ‌دهندگان هستند تحصیلات دیپلم، ۹۹ نفر معادل ۴۳ درصد پاسخ‌دهندگان در مقطع کارشناسی تحصیل کرده‌اند. ۲۰ نفر (۸/۷ درصد) نیز مدرک کارشناسی‌ارشد و بالاتر دارند.

جدول ۳: توزیع فراوانی متغیر میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان

تحصیلات	فراوانی	درصد
زیر دیپلم	۲۳	۱۰/۰
دیپلم	۸۸	۳۸/۳
لیسانس	۹۹	۴۳/۰
فوق لیسانس و دکترا	۲۰	۸/۷
کل	۲۳۰	۱۰۰

با توجه به جدول ۴، تعداد ۹۰ نفر (۳۹/۱ درصد افراد) در شغل آزاد فعالیت دارند. ۳۷ نفر (۱۶/۱ درصد) کارمند هستند. ۵۳ نفر که ۲۳ درصد از افراد نمونه را تشکیل می‌دهند خانه‌دار هستند. ۱۹ نفر معادل با ۸/۳ درصد افراد بیکار و ۳۱ نفر (۱۳/۵ درصد) محصل می‌باشند. در مدل اندازه‌گیری نرمال بودن داده‌ها (براساس کشیدگی و چولگی)، اعتبار مدل (براساس بارهای عاملی) و برازش مدل (براساس شاخص‌های نیکویی برازش) مورد بررسی قرار می‌گیرد. شکل ۱ مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. شاخص‌های نیکویی برازش مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش در جدول ۴ نشان داده شده است. اگر حداقل سه شاخص از این شاخص‌ها، در محدوده پذیرش قرار گیرند، مدل به صورت مناسب برازش شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود پنج شاخص در ناحیه پذیرش قرار دارند و مدل اندازه‌گیری از برازش مناسب برخوردار است. جدول ۵ همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. همان‌طوری که در جدول ۵ مشاهده می‌گردد همبستگی بین ابعاد بیش‌تر از ۰/۹ نمی‌باشد و نیاز به ادغام یا حذف آن‌ها نیست. نتایج به دست آمده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف مربوط به متغیر اکوتوریسم جانوری نشان می‌دهد که متغیر اکوتوریسم جانوری از توزیع نرمال پیروی می‌کنند زیرا سطح معنی‌داری بیش

حجم جامعه آماری نامحدود می‌باشد، برای محاسبه حجم نمونه آماری از فرمول کوکران در حالت نامشخص بودن اندازه جامعه آماری استفاده شده است که عبارت است:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \cdot \sigma^2}{d^2}$$

در این فرمول  $\sigma^2$  بیش‌ترین واریانس به دست آمده از متغیرهای پژوهش می‌باشد. این واریانس براساس تعداد ۴۰ عدد پرسشنامه‌ای که در ابتدا به صورت آزمایشی توزیع شده است، محاسبه گردید و عدد ۲۳۰ به دست آمد.

$z$ : مقدار متغیر نرمال واحد، متناظر با سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $Z = 1.96$ ),  $d$ : مقدار خطای مجاز ( $\epsilon = 0.1$ ) با جایگزین کردن اعداد بالا در فرمول به این حجم نمونه یعنی ۲۳۰ نفر به دست آمده است.

$$\frac{1.96^2 \times 599}{0.1^2} = 230.11184 \approx 230$$

فرضیه اصلی، ابعاد اکوتوریسم جانوری منطقه حفاظت شده الوند خمین در پرتو نگرش بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط‌زیست با هم تفاوت دارند.

فرضیه فرعی ۱: بعد اجتماعی اکوتوریسم جانوری از نظر بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط‌زیست الوند خمین تفاوت معنی‌دار دارد. فرضیه فرعی ۲: بعد زیست اکوتوریسم جانوری از نظر بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط‌زیست الوند خمین تفاوت معنی‌دار دارد. فرضیه فرعی ۳: بعد فرهنگی اکوتوریسم جانوری از نظر بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط‌زیست الوند خمین تفاوت معنی‌دار دارد. فرضیه فرعی ۴: بعد اقتصادی اکوتوریسم جانوری از نظر بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط‌زیست الوند خمین تفاوت معنی‌دار دارد.

## نتایج

با توجه به جدول ۱ تعداد ۹۶ نفر از پاسخ‌دهندگان زن هستند که ۴۱/۷ درصد از کل نمونه را تشکیل می‌دهند. هم‌چنین ۱۳۴ نفر مرد هستند که ۵۸/۳ درصد از کل نمونه را دربر می‌گیرند.

جدول ۱: توزیع فراوانی متغیر جنسیت پاسخ‌دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد
زن	۹۶	۴۱/۷
مرد	۱۳۴	۵۸/۳
کل	۲۳۰	۱۰۰

با توجه به جدول ۲ تعداد ۲۴ نفر از پاسخ‌دهندگان زیر ۲۰ سال سن دارند، ۶۶ نفر بین ۲۱ تا ۳۰ سال، ۱۰۴ نفر ۳۱-۴۰ سال، ۲۴ نفر ۴۱-۵۰ سال و ۱۲ نفر نیز بیش از ۵۰ سال سن دارند.

که بعد فرهنگ‌ی اکوتوریسم جانوری از توزیع نرمال پیروی نمی‌کند زیرا سطح معنی‌داری کم‌تر از ۵ درصد است و فرض صفر رد می‌شود. بنابراین برای آزمون فرضیه فرعی سوم پژوهش از آزمون من ویتنی استفاده گردید. همان‌طور که در جدول ۹ نشان داده شد، مقدار معنی‌داری کوچک‌تر از ۵ درصد است، بنابراین ادعای عدم تساوی میانگین بعد فرهنگ‌ی اکوتوریسم جانوری در بین بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست پذیرفته می‌شود. نتایج به‌دست آمده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف مربوط به بعد اقتصادی اکوتوریسم جانوری نشان می‌دهد که بعد بشر دوستانه متغیر اقتصادی اکوتوریسم جانوری از توزیع نرمال پیروی نمی‌کند زیرا سطح معنی‌داری کم‌تر از ۵ درصد است و فرض صفر رد می‌شود. بنابراین برای آزمون فرضیه فرعی چهارم پژوهش از آزمون من ویتنی استفاده گردید. همان‌طور که در جدول ۱۰ نشان داده شد، مقدار معنی‌داری کوچک‌تر از ۵ درصد است، بنابراین ادعای عدم تساوی میانگین بعد اقتصادی اکوتوریسم جانوری بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست پذیرفته می‌شود.

جدول ۴: شاخص‌های نیکویی برازش مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

نام شاخص	مقدار قابل قبول	مقدار کسب شده	وضعیت
Chi-Square	Sig>0.05	۰/۰۰۰	رد
GFI	GFI>0/9	۰/۹۲۹	قبول
AGFI	AGFI>0/8	۰/۸۶۶	قبول
RMR	RMR<0.08	۰/۲۳۶	رد
TLI	0.90<TLI<1	۰/۸۸۰	رد
NFI	0.90<NFI<1	۰/۹۰۷	قبول
CFI	0.90<CFI<1	۰/۹۱۹	قبول
RFI	0.90<RFI<1	۰/۸۶۲	رد
IFI	0.90<IFI<1	۰/۹۱۹	قبول
CMIN/DF	مقدار کم‌تر از ۵	۵/۳۹۹	رد
RMSEA	RMSEA<0.08	۰/۱۰۹	رد

جدول ۵: همبستگی بین ابعاد پژوهش

ابعاد اکوتوریسم جانوری	اجتماعی	زیست محیطی	فرهنگی	اقتصادی
اجتماعی	-			
زیست محیطی	۰/۴۴۶	-		
فرهنگی	۰/۳۷۴	۰/۵۰۲	-	
اقتصادی	۰/۶۰۱	۰/۴۸۵	۰/۷۵۸	-

از پنج درصد است و فرض صفر رد نمی‌شود. بنابراین برای آزمون فرضیه اصلی پژوهش از آزمون تی مستقل استفاده شد. همان‌طور که در جدول ۶ دیده می‌شود، برای آزمون برابری واریانس‌ها دو جامعه از نتایج آزمون لوین استفاده شد. با توجه به این که مقدار sig برای این آزمون بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است، پس فرض برابری واریانس‌ها تایید می‌شود. بنابراین باید از سطر اول جدول برای بررسی تفاوت میانگین در دو جامعه (بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط‌زیست) استفاده کرد. با توجه به این که مقدار معنی‌داری کم‌تر از ۰/۰۵ است، می‌توان نتیجه گرفت تفاوت میانگین در دو جامعه معنی‌دار است و به عبارتی می‌توان گفت تفاوت معنی‌داری میان این عامل در دو جامعه وجود دارد. لذا اکوتوریسم جانوری در گروه بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست تفاوت معنی‌داری دارد. نتایج به‌دست آمده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف مربوط به بعد اجتماعی اکوتوریسم جانوری نشان می‌دهد که بعد اجتماعی اکوتوریسم جانوری از توزیع نرمال پیروی نمی‌کند زیرا سطح معنی‌داری بیش از ۵ درصد است و فرض صفر رد نمی‌شود. بنابراین برای آزمون فرضیه فرعی اول پژوهش از آزمون تی مستقل استفاده شد. همان‌طور که جدول ۷ نشان می‌دهد برای آزمون برابری واریانس‌ها دو جامعه از نتایج آزمون لوین استفاده شد. با توجه به این که مقدار sig برای این آزمون بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است، پس فرض برابری واریانس‌ها تایید می‌شود. بنابراین باید از سطر اول جدول برای بررسی تفاوت میانگین در دو جامعه استفاده کرد. با توجه به این که مقدار معنی‌داری کم‌تر از ۰/۰۵ است، می‌توان نتیجه گرفت تفاوت میانگین در دو جامعه معنی‌دار است و می‌توان گفت تفاوت معنی‌داری میان بعد اجتماعی اکوتوریسم جانوری در دو جامعه وجود دارد. لذا بعد اجتماعی اکوتوریسم جانوری در بین بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط‌زیست تفاوت معنی‌داری دارد. نتایج مربوط به بعد زیست‌محیطی اکوتوریسم جانوری نشان می‌دهد که نتایج این بعد از توزیع نرمال پیروی نمی‌کند زیرا سطح معنی‌داری کم‌تر از ۵ درصد است و فرض صفر رد می‌شود. بنابراین برای آزمون فرضیه فرعی دوم پژوهش از آزمون من ویتنی استفاده گردید. همان‌طور که در جدول ۸ نشان داده شد، مقدار آماره Z معادل ۰/۹۱۲- به‌دست آمده که از مقدار جدول توزیع نرمال یعنی ۱/۹۶ کم‌تر است و هم‌چنین مقدار معنی‌داری ۰/۳۶۲ به‌دست آمده که از ۰/۰۵ بیش‌تر است لذا دلیلی برای رد فرض صفر وجود ندارد، به عبارتی تفاوت معنی‌داری بین بعد زیست محیطی اکوتوریسم جانوری دو گروه بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست وجود ندارد. نتایج به‌دست آمده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف مربوط به بعد فرهنگی اکوتوریسم نشان می‌دهد

جدول ۶: آزمون تی مستقل ابعاد اکوتوریسم جانوری بین بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست

عامل	میانگین		برابری / نابرابری		T تست برای تساوی میانگین	
	بازاریابان گردشگری	کارشناسان محیط‌زیست	واریانس	F	df	t
اکوتوریسم جانوری	۳/۳۸	۳/۱۲	برابری واریانس	۰/۰۳۹	۲۲۸	۴/۱۶۶
			عدم برابری واریانس		۱۹۱	۴/۱۴۶

جدول ۷: آزمون تی مستقل بعد اجتماعی اکوتوریسم جانوری در بین بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست

عامل	میانگین		برابری / نابرابری		T تست برای تساوی میانگین	
	بازاریابان گردشگری	کارشناسان محیط زیست	واریانس	F	df	t
بعد اجتماعی اکوتوریسم جانوری	۳/۴۳	۳/۰۴	برابری واریانس	۰/۹۸۳	۲۲۸	۵/۴۷۱
			عدم برابری واریانس		۱۹۸	۵/۴۹۷

جدول ۸: آزمون من ویتنی بعد زیست محیطی اکوتوریسم جانوری در بین بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست

بعد	میانگین رتبه		
	بازاریابان گردشگری	کارشناسان محیط زیست	U آماره
زیست محیطی اکوتوریسم جانوری	۱۱۸/۷۵	۱۱۰/۶۲	۵۸۹۹

جدول ۹: آزمون من ویتنی بعد فرهنگی اکوتوریسم جانوری در بین بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست

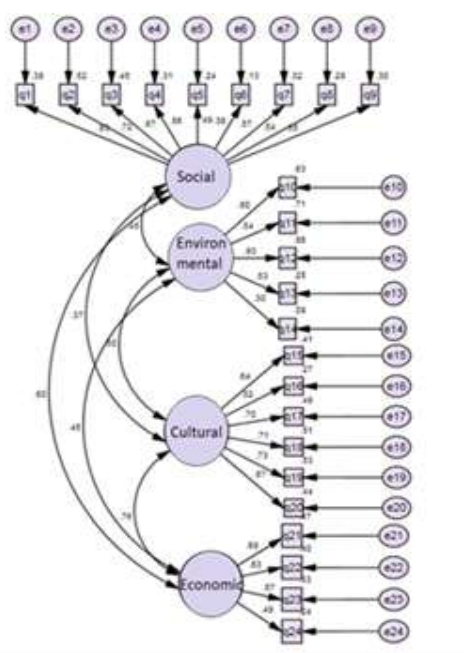
بعد	میانگین رتبه		
	بازاریابان گردشگری	کارشناسان محیط زیست	U آماره
فرهنگی اکوتوریسم جانوری	۱۲۵/۱۴	۱۰۱/۰۳	۵۰۱۷

جدول ۱۰: آزمون من ویتنی بعد اقتصادی اکوتوریسم جانوری در بین بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست

بعد	میانگین رتبه		
	بازاریابان گردشگری	کارشناسان محیط زیست	U آماره
اقتصادی اکوتوریسم جانوری	۱۳۱/۵۰	۹۱/۵۱	۴۱۴۰/۵۰۰

## بحث

براساس یافته‌های این پژوهش و با تایید فرضیه اول مشخص شد بین نگرش بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست در مورد ابعاد اکوتوریسم جانوری منطقه حفاظت‌شده الوند خمین اختلاف نظر معنی‌داری وجود دارد. به این معنا که جهت‌گیری‌های دو گروه باهم یکسان نیست. شاید کارشناسان محیط‌زیست به دلیل حساسیت‌های خاص خود تمایل به محافظه‌کاری بیش‌تری نسبت به ورود گردشگر و امکان استفاده از آن را دارند و در مقابل بازاریابان گردشگری از رویکرد گردشگری پایدار به‌عنوان روشی برای مواجهه با عوارض نامطلوب اکوتوریسم جانوری و گیاهی استفاده می‌کنند. طبق پژوهش‌های اخیر پژوهشگرانی هم‌چون Diaz و Norman (۲۰۱۶) و هم‌چنین Glavic (۲۰۱۵) بر این باورند که برای بهره‌وری پایدار در گردشگری باید پیوند و هم‌سویی بین ابعاد مختلف اکوتوریسم یعنی بعد اجتماعی، زیست محیطی، فرهنگی و اقتصادی برقرار باشد. برقراری نگاهی



شکل ۱: مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش



نظام‌مند و جامع به مقوله گردشگری برای انتفاع اقتصادی بیش‌تر و پرداخت هزینه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی-فرهنگی کم‌تر، ضرورت پرداخت می‌تواند دستیابی به یک اکوتوریسم جانوری معقول، که هدف اصلی گردشگری پایدار است را تامین نماید. علاوه بر سهم اندک کشور از قابلیت‌های بالقوه گردشگری خارجی، فقدان نگرش‌های مدیریت سازمانی و اجرایی یک‌پارچه نیز بر هدر رفت توانمندی‌های اقتصادی و ارزآوری آن افزوده است. در این سطح، به‌نظر می‌رسد که در لایه‌های مدیریتی، رهیافت‌های یک‌پارچه‌ای برای ترویج و تفکیک انواع گردشگری متناسب با مقتضیات و شرایط داخلی و بین‌المللی مشاهده نمی‌شود. در این پژوهش نیز مشخص گردید اگر چه هر دو گروه کارشناسان محیط زیست به‌عنوان متولیان طبیعت و بازاریابان گردشگری به‌عنوان مجریان گردشگری طبیعت هر دو در یک زمینه مشترک کار می‌کنند اما نحوه سیاست‌گذاری و اجرای هر دو گروه متاسفانه هم‌سو نیست. کارشناسان محیط زیست تمایلی به توسعه گردشگری ندارند و آن را مخالف حفظ طبیعت می‌دانند و در مقابل بازاریابان گردشگری وجود چنین منطقه بکر که سرشار از مواهب طبیعی و زیست‌محیطی است و نیز وجود فرهنگ غنی مردم منطقه الوند خمین با آداب و رسوم مختلف را یک پتانسیل خوب برای یک اکوتوریسم پایدار تلقی می‌کنند و بر این باورند که توسعه اکوتوریسم جانوری که نگاه محدودی به آن شده می‌تواند نگرش و باور افراد را نسبت به محیط‌زیست به‌ویژه حیات‌وحش تغییر دهد. همان‌طوری‌که در دستاوردهای این پژوهش مشاهده شد در فرضیه دوم و در بعد اجتماعی اکوتوریسم بین نگرش‌های بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست اختلاف نتیجه دیده شد و میانگین نمرات بازاریابان گردشگری میزان بالاتری نسبت به کارشناسان محیط زیست بود. معمولاً تاکید بازاریابان گردشگری بر مقوله اجتماعی اکوتوریسم بر محور یادگیری می‌چرخد. به‌ویژه الوند که هنوز در بعد اجتماعی اکوتوریسم در حال رشد است. بازاریابان بر این باورند که حضور گردشگران در منطقه حفاظت شده الوند می‌تواند بخش مهمی از مراودات اجتماعی را برای تسهیل‌سازی گردشگری ایجاد نماید. قطعاً زمانی که حضور گردشگران در روستاهای کنار منطقه حفاظت‌شده الوند بیش‌تر به چشم بخورد، کسب و کار گردشگری را پررونق خواهد کرد. ارتباطات اجتماعی همیشه با خود دستاوردهای اقتصادی را هم به‌همراه خواهد داشت. هم‌چنین دوری نکردن از اجتماعات گردشگران می‌تواند زمینه مناسبی را برای کاهش سو تفاهم و سو ادراکات برای دو طرف باشد. بسیاری از مردم روستاهای هم‌جوار بر این باورند که حضور تعداد زیاد گردشگر می‌تواند منطقه حفاظت‌شده و بکر الوند را به یک مکان پر ازدحامی تبدیل کند که مخاطرات زیادی را برای حیات‌وحش آن‌جا به‌همراه داشته باشد. شاید اگر همین مراودات

اجتماعی و تبلیغات آموزشی به شیوه‌های متعدد چه مستقیم از طریق اهالی منطقه الوند و یا غیرمستقیم از طریق نصب تابلوهای متعدد در مسیر گردشگری صورت پذیرد، میزان تنش و برداشت‌های ناصحیح را هم برای کارشناسان محیط‌زیست و هم برای اهالی که از حضور پرنرگ گردشگر میل و رغبتی ندارند، کاهش دهد و آن‌ها را به سوی یک مفاهمه خوب تشویق نماید. برپایی چادرها و یا ایستگاه‌های مختلف در مسیر گردشگری حیات‌وحش و طبیعت‌گردی الوند و نیز تبلیغات آموزشی می‌تواند شکاف اجتماعی بین گردشگران و اهالی منطقه را کاهش دهد. بنابراین اگرچه کارشناسان محیط زیست به شکل محافظه کارانه‌ای حضور گردشگر را برای حیات وحش گیاهی و جانوری مضر می‌دانند اما بازاریابان گردشگری تاکید دارند که یک درک جمعی از دو طرف می‌تواند چالش‌ها و ریسک‌های این موضوع را به حداقل برساند. در فرضیه دوم میانگین نظرات هر دو گروه تفاوتی را نشان نمی‌داد. به‌عبارت دیگر هم بازاریابان گردشگری و هم کارشناسان محیط‌زیست، معتقدند که بعد زیست‌محیطی اکوتوریسم اگه در آن ملاحظاتی رعایت نشود می‌تواند پیامدهای ناخوشایندی را برای منطقه حفاظت شده الوند به بار بیاورد. بر این اساس لازم است برنامه‌ریزان و متولیان حفاظت از منطقه الوند ضمن داشتن یک نگاه پایدار به این منطقه، در زمان برنامه‌ریزی، از یک‌سو نیازهای اساسی گردشگران و طبیعت‌گردان را برطرف نمایند و از سوی، به اثرات منفی که این گردشگران ممکن است در طبیعت به‌جای بگذارند نیز بپایندیشند. تنوع زیستی موجود در منطقه الوند در هیچ نقطه دیگری از محدوده‌های جنوبی استان نظیر ندارد و این منطقه ۱۲ درصد پرنندگان ایران و ۴۴ درصد پرنندگان استان مرکزی را در خود جای داده و بیش از ۳۰ درصد پرنندگان این منطقه، پرنندگان شکاری حمایت شده‌اند و از نظر پستانداران نیز ۰/۸ درصد پستانداران کشور را در خود جای داده است. این منطقه دارای تنوع رویشگاهی خوبی بوده و از لحاظ تنوع گیاهی نیز نسبت به مناطق هم‌جوار خود ارزش بیش‌تری دارد و تنوع زیست محیطی منطقه در هیچ نقطه دیگر از محدوده‌های جنوبی استان مرکزی تکرار نشده و وجود ۹ تیپ گیاهی با ۱۱۵ گونه که ۲۰ درصد آنان آندمیک است. بر این اساس تمام دغدغه‌های بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط زیست، حفظ چنین حیات وحش بکری است. نکته قابل توجه در مورد این منطقه آن است که در آسیب‌شناسی منطقه الوند خمین مردم محلی و تعرض برخی از آن‌ها به محیط زیست جانوری و گیاهی کاملاً نادیده گرفته شده است. این در حالی است که در یک گزارش از سازمان حفاظت محیط زیست خمین، متاسفانه برخی از کشاورزان و سودجویان به بهانه‌های کشت‌های فصلی این اراضی را مورد تصرف خود قرار می‌دهند به‌نحوی که در یک مورد حدود ۲۴ هکتار مورد تصرف قرار

گرفته بود که بعدها از طریق مراجع قضایی و انتظامی این زمین‌ها آزادسازی شد (شریفی، ۱۳۹۵). بنابراین، دست‌اندازی به زمین‌های منطقه حفاظت‌شده الوند خمین، نه فقط آثار تخریب خاک و پوشش گیاهی را فراهم می‌کند بلکه باعث می‌شود که زیستگاه جانوری الوند دستخوش تغییراتی گردد که حیات وحش آن منطقه را تهدید کند. باز هم نکته قابل تامل در حفاظت از این منطقه طبق گزارش‌های اعلامی و مشاهدات، متأسفانه علی‌رغم وجود ساختمان فیزیکی برای محیط‌بانان، اما اثری از وجود محیط‌بان در منطقه دیده نشده است که این نشان می‌دهد هنوز در مورد پیشگیری، موضوع جدی گرفته نشده است. در فرضیه سوم که بعد فرهنگ اکوتوریسم جانوری را مورد بررسی قرار داد، نتیجه گرفته شد که نقطه نظرات بازاریابان گردشگری با کارشناسان محیط زیست متفاوت است. قطعاً دغدغه تمام کارشناسان محیط زیست و طرفداران طبیعت و حیات‌وحش در این است که حضور گردشگران در محیط‌زیست الوند باعث برهم خوردن نظم عمومی این زیست‌جانوری خواهد شد. کارشناسان محیط زیست بر این باورند که حضور گردشگران یک فرهنگ جدیدی را در منطقه حفاظت‌شده جایگزین خواهد کرد که ممکن است تبعات زیادی را برای محیط زیست داشته باشد. نبود زیرساخت‌های گردشگری در منطقه الوند مثل استراحت‌گاه‌ها یا مراکز اقامتی در منطقه و نیز سخت‌افزارهای لازم برای حضور گردشگر باعث می‌شود که گردشگران ناگزیر از امکانات طبیعی منطقه برای اسکان و اقامت خود استفاده کنند. هم‌چنین نبود امکاناتی که بتواند پیامدهای حضور گردشگر را مدیریت کند قطعاً باعث لطمه دیدن زیست گیاهی و به‌ویژه جانوری خواهد شد. بسیاری از گردشگران زباله‌های خوراکی یا مصرفی خود را بعد از اتمام کار در طبیعت رها می‌کنند و این خود می‌تواند خطری جدی برای وحوش باشد. در موارد زیادی وجود قوطی‌های کنسرو یا سطل‌های پلاستیکی باعث خفگی بسیاری از جانوران شده است که این موضوع بسیار جدی تلقی می‌شود. از طرفی نگاه بازاریابان گردشگری به این مساله کاملاً متفاوت است. بازاریابان گردشگری بر این باورند که حفاظت از محیط‌زیست گیاهی و جانوری منطقه الوند مستلزم هزینه‌هایی است که هیچ‌کدام از سازمان‌های دولتی و حتی مردم نهاد تمایلی به پرداخت آن ندارند. فراهم کردن زیرساخت‌های متعدد برای این محیط زیست بکر فقط محدود به ایجاد یک پاسگاه کوچک با چند محیط‌بان نمی‌شود. منطقه وسیع حفاظت‌شده الوند با انواع جاذبه‌های آن نمی‌تواند با چنین زیرساخت‌های کوچکی محافظت شود. گستره منطقه به حدی است که باید پای سازمان‌های مردم نهاد و داوطلبانه و نیز شرکت‌های مشارکت‌کننده در امر گردشگری و متولیان بخش خصوصی گردشگری، به میان کشیده شود. بازاریابان گردشگری بر این باورند که حضور این دسته از گروه‌های پشتیبانی

کننده اکوتوریسم در منطقه الوند می‌تواند فرهنگ گردشگری پایدار را در منطقه جا بیندازد به نحوی که کم‌ترین آثار زیست‌محیطی به‌جای بگذارد. قطعاً توسعه گردشگری در این منطقه با توجه به مراودات اجتماعی با روستاهای اطراف می‌تواند زمینه‌ساز یک تعامل فرهنگی خوب برای حفظ محیط زیست به‌جای بگذارد. وجود آداب و آیین‌ها و مراسم‌های محلی مثل مانند «جشن ناقلی» در دهمین روز بهمن ماه و «جشن تخ تخی» یکی از کارکردهای فرهنگی اکوتوریسم را برای گردشگران به ارمغان می‌آورد. قطعاً حضور گردشگران و مشارکت آنان در تعامل اجتماعی و فرهنگی با منطقه بومی الوند می‌تواند هرچه بهتر آن‌ها را نسبت به حفاظت از این منطقه بکر متقاعد کند. کاری که سازمان‌های اجرایی حفظ محیط‌زیست شاید هیچ‌گاه نتوانند آن را عملی سازند. هم‌چنین باید به این نکته توجه داشت که یکی از مقوله‌های جدی و مهم در اکوتوریسم آموزش و فرهنگ‌سازی استفاده از مواهب طبیعی و دیدن حیات وحش جانوری است. قطعاً امر آموزش گردشگر و نیز اهالی روستاهای اطراف منطقه الوند خمین موضوعی نیست که سازمان حفاظت محیط زیست بتواند آن را اجرا کند. نه توان آن را دارد و نه تمایلی به امر آموزش. چرا که آموزش گردشگران امری مستمر خواهد بود که باید به شکل یادگیری مستمر صورت گیرد. بنابراین شاید سازمان محیط زیستگاهی در درگاه‌های اینترنتی وابسته به خود بروشورها یا مطالب آموزشی را منتشر کند اما قطعاً امر آموزش گردشگر امری تخصصی است که باید متولیان اصلی گردشگری آن را آموزش دهند و آموزش با حضور گردشگر در منطقه الوند تحقق پیدا خواهد کرد. در فرضیه چهارم که بعد اقتصادی اکوتوریسم جانوری را مطرح می‌کند باز هم اختلاف نگرش در بین کارشناسان محیط زیست و بازاریابان گردشگری به چشم می‌خورد. طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری امروزه این صنعت دومین منبع درآمد بیش از ۴۹ کشور جهان است (قره‌نژاد، ۱۳۸۸). سال ۲۰۲۰ میلادی تعداد گردشگران در سرتاسر دنیا به رقمی حدود یک میلیارد و پانصد و شصت میلیون نفر خواهد رسید که ۱۰ درصد درآمدهای جهانی را دربر می‌گیرد (UNWTO، ۲۰۰۷). در طی سال‌های ۱۹۵۰ تا ۲۰۰۵، گردشگری بین‌المللی با نرخ رشد سالانه ۶۵ درصد، از ۲۵ میلیون گردشگر در سال ۱۹۵۰ به ۸۰۶ میلیون نفر در سال ۲۰۰۵ (طیبه، ۱۳۸۷) و در سال ۲۰۱۵ به نزدیک ۱ میلیارد و دویست میلیون نفر رسیده است (Thompson، ۲۰۱۷). کشور ایران با وجود بر خوررداری از مزیت‌ها و ظرفیت‌های انبوه گردشگری به‌دلایل متعددی نتوانسته است از بهره‌وری‌های اقتصادی این صنعت بهره‌مند گردد. درآمد ارزی گردشگری خارجی ایران از یک‌هزار و ۲۵۰ میلیارد دلار، تنها نیم درصد یعنی نزدیک به ۷ میلیارد دلار است (ضیاء‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۵). همان‌طور که در بخش‌های قبل بحث شد یکی از

- کارکردهای اقتصادی اکوتوریسم کمک به توسعه زیرساخت‌های گردشگری و نیز کمک به توسعه زیرساخت‌های لازم برای نگاهداشت محیط‌زیست جانوری و حفظ وحوش در طبیعت می‌باشد. قطعاً ایجاد چنین تجهیزات و زیرساخت‌هایی همراه به به کارگماری منابع انسانی شایسته که به این امر متعهد باشند نیازمند سرمایه‌گذاری‌هایی است که فقط با توسعه اکوتوریسم امکان‌پذیر است. طبق مشاهدات و گزارش‌های رسانه‌های گروهی، بسیاری از فعالیت‌های داوطلبانه برای حفظ جانوران و گیاهان از طریق بسیاری از افراد علاقمند به گردشگری در طبیعت انجام می‌شود. اگر تعداد این گردشگران افزایش یابد قطعاً نگاهداشت این منابع خدادادی بسیار آسان‌تر خواهد شد. طبق گزارشات مردمی و نیز سازمان‌های مردم‌نهاد علاقمند به محیط‌زیست جانوری و گیاهی، بسیاری از مناطق حفاظت شده حتی یک محیط‌بان برای سرکشی‌های روزانه هم ندارند. چه برسد به امکانات لازم و زیربنایی مثل آب‌شخورهای متعدد، توزیع علوفه و غذای وحوش در فصول سرما یا بحرانی، نبود هشدارهای لازم برای جلوگیری از بحران‌های بیماری برای وحوش، به‌نحوی که در برخی مناطق حفاظت‌شده استان مرکزی، بسیاری از جانوران زنده در این منطقه به دلیل گرفتار شدن در بیماری‌های خطرناک تلف شدند. بنابراین برای مقابله با چنین چالش‌هایی که محیط زیست با آن روبروست، اکوتوریسم جانوری می‌تواند راه حل مناسبی برای حفظ و نگاهداشت گونه‌های مختلف نایاب و کمیاب در منطقه الوند باشد. پژوهشگر بر این باور است که شهرستان خمین به دلیل وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی متعدد و نیز پتانسیل نهفته در منطقه زیبا و طبیعی الوند می‌تواند راه را برای ورود به اکوتوریسم جانوری در این منطقه باز کند. اگرچه مخاطرات اولیه ورود به اکوتوریسم جانوری در منطقه الوند را باید پذیرفت اما می‌توان برای آینده آن چشم‌انداز خوبی را تصور کرد. به‌نحوی که هم دغدغه محیط‌زیست جانوری برطرف گردد و هم دوستداران طبیعت گردی و بوم‌گردی‌ها بتوانند از دیدن وحوش زیبا و کمیاب در منطقه الوند خمین بهره‌مند شوند.
- منابع**
- ابگزی، پ؛ مک‌کول، ا. و هینس، ک.، ۱۳۸۷. راهنمای مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری پایدار در مناطق حفاظت شده، ترجمه: مزدک دربیگی، انتشارات سازمان حفاظت محیط زیست.
  - ابوالحسنی، ا. و متقی، س.، ۱۳۹۷. بررسی ابعاد و زوایای اقتصادی-مدیریتی اکوتوریسم، توریسم مذهبی-تاریخی و مدرن در ایران. نشریه مدیریت‌فردا. سال ۱۷، شماره ۳، صفحات ۹۷ تا ۱۰۸.
  - احسنی، ن.؛ اولادی، ج.؛ قصریانی، ف. و درویش، م.، ۱۳۸۶. معرفی شیوه‌ای برای اعمال مدیریت پایدار بر سرزمین بر مبنای معیارهای IUCN در استان کردستان. فصلنامه تحقیقات مرتع و بیابان ایران. جلد ۱۱، شماره ۱، صفحات ۹۳۵ تا ۹۹۳.
  - اشتری، ف.، ۱۳۹۲. ارزیابی پتانسیل‌های اکوتوریستی شهرستان ایزه. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته اکوتوریسم، دانشگاه اصفهان.
  - اصغری سراسکانرود، ص.؛ تقی‌لو، ع. و اصغری سراسکانرود، ع.، ۱۳۹۷. تحلیل و ارزیابی آثار بالقوه زیست‌محیطی اجرای طرح گردشگری در بخش صفییه خوی. فصلنامه گردشگری و توسعه. سال ۷، شماره ۱، صفحات ۱۱۸ تا ۱۳۴.
  - انصاری، ا.؛ کرمی، م.؛ رضایی، ح. و ریاضی، ب.، ۱۳۹۲. مدل سازی قطعه‌قطعه شدن ایستگاه پازن در نیمه‌جنوبی استان مرکزی. فصلنامه محیط‌زیست جانوری. سال ۵، شماره ۴، صفحات ۱ تا ۹.
  - برومندامید، م.، ۱۳۹۲. تاثیر مشارکت مردم محلی بر توسعه اکوتوریسم (بخش اطاقرود شهرستان لنگرود). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ.
  - بزم‌آرابلشتی، م.؛ توکلی، م. و جعفرزاده، ک.، ۱۳۹۶. ارزیابی پهنه‌های مناسب توسعه اکوتوریسم در مناطق حفاظت‌شده مطالعه موردی: منطقه حفاظت شده خاییز. نشریه برنامه‌ریزی و آمایش فضا. دوره ۲۱، شماره ۳، صفحات ۱ تا ۲۴.
  - جعفری، ض.؛ میکائیلی تبریزی، ع.؛ محمدزاده، م. و عبدی، ا.، ۱۳۹۰. ارزیابی توان طبیعت‌گردی پارک ملی گلستان با استفاده از روش ارزیابی چندمعیاره و GIS. تحقیقات منابع طبیعی تجدید شونده. سال ۲، شماره ۴، صفحات ۲ تا ۳۷.
  - درویش‌صفت، ع.، ۱۳۸۵. اطلس مناطق حفاظت شده ایران. انتشارات سازمان حفاظت محیط زیست. ۱۷۰ صفحه.
  - رهبر، د.، ۱۳۷۹. اثرات زیست محیطی صنعت گردشگری. ماهنامه توسعه مدیریت. شماره ۱۹.
  - زاهدی، ش.، ۱۳۹۰. مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار با تاکید بر محیط زیست. انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
  - زاهدی، ش.، ۱۳۸۹. توسعه پایدار. انتشارات سمت.

- درک شده. فصلنامه آموزش محیط زیست و توسعه پایدار. سال ۷، شماره ۱، صفحات ۱۲۷ تا ۱۴۲.
۱۴. **سقای، م.**، ۱۳۸۶. امکان‌سنجی اکوتوریسم در ایران. مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار. اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر. صفحات ۸۱ تا ۸۷.
۱۵. **شاکری، ر.**، ۱۳۸۴. مطالعه و تدوین راهنمای ارزیابی پیامدهای زیست‌محیطی طرح‌های توسعه گردشگری. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۱۶. **شریفی، ع.**، ۱۳۹۵. گزارش روابط عمومی سازمان حفاظت محیط زیست خمین. تاریخ ۱۳۹۵/۱۲/۲۳. درگاه سازمان حفاظت محیط زیست استان مرکزی.
۱۷. **شمس‌اسفندآباد، ب. و کابلی، م.**، ۱۳۹۷. توسعه شبکه مناطق حفاظتی با به‌کارگیری رویکرد برنامه‌ریزی سیستماتیک در ایران. فصلنامه محیط زیست جانوری. سال ۱۰، شماره ۴، صفحات ۱۴۷ تا ۱۶۲.
۱۸. **شمسی، ح. و کریم‌زادگان، ح.**، ۱۳۹۶. متغیرهای زیستگاهی موثر بر پراکنش سوسماران منطقه حفاظت شده الوند شهرستان خمین. نشریه علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره ۱۹، شماره ۲، صفحات ۱۴۹ تا ۱۶۰.
۱۹. **شهبان، پ.**، ۱۳۹۰. بررسی نقش و اثرات گردشگری در توسعه پایدار. نشریه آرمان شهر. شماره ۷.
۲۰. **ضیاءآبادی، م.**؛ **زارع‌مهرجردی، م.**؛ **جلائی، س.** و **مهرابی بشرآبادی، ح.**، ۱۳۹۵. سنجش گردشگری پایدار با استفاده از شاخص ترکیبی پایداری و مدل برنامه‌ریزی ریاضی. فصلنامه نظریه‌های کاربردی اقتصاد. دوره ۲، شماره ۳، صفحات ۷۷ تا ۱۰۰.
۲۱. **طیبه، س.**، ۱۳۸۷. بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای OPEC به‌علاوه کشورهای منتخب). فصلنامه دانش و توسعه. سال ۱۲، شماره ۲۴، صفحات ۶۴ تا ۷۳.
۲۲. **قره‌نژاد، ح.**، ۱۳۸۸. صنعت گردشگری و تحلیل‌های اقتصادی آن. اصفهان. انتشارات دانشگاه آزاد واحد نجف آباد.
۲۳. **نجاززاده، م.**؛ **جعفری، س.**؛ **جعفری، ن.** و **رجبی، ن.**، ۱۳۹۷. رابطه ساختاری نگرش و دانش محیط زیستی با تمایلات رفتاری در حفاظت از محیط‌زیست: نقش میانجی رضایت گردشگر و فایده
24. **Bin, I.; Soucheng, D. and Mei, E., 2008.** Ecotourism Model and Benefits of Periphery Region in Western Sichuan Province. Chinese Journal of Population. Resource and Environment. Vol. 6, No. 2, pp: 80-86.
25. **Chiu, Y.H.; Lee, W. and Chen, T., 2014.** Environmentally responsible behavior in ecotourism: antecedents and implications. Tourism Management (Tour Manag). Vol. 40, pp: 321-329.
26. **Castellanos-Verdugo, M.; Vega-Vázquez, M.; Oviedo García, M.A. and Orgaz-Aguera, F., 2016.** The relevance of psychological factors in the ecotourism experience satisfaction through ecotourism site perceived value. Journal of Cleaner Production. Vol. 124, pp: 226-235.
27. **Das, M. and Chatterjee, B., 2015.** Ecotourism: A panacea or a predicament? Tourism Management Perspectives. Vol. 14, pp: 3-16.
28. **Diaz, G. and Norman, A., 2016.** Climate change and doom tourism: Advertising destinations before they disappear. Symposium conducted at the meeting of the New Zealand Tourism & Hospitality Research Conference.
29. **Fennell, D.A.; 2014.** Ecotourism. Fourth edition. New York: Routledge.
30. **Glavic, S., 2015.** Sustainability indicators for managing community tourism. Tourism Economy. Vol. 13, No. 27, pp: 120-129.
31. **Gobena, A., 2008.** Assessment of Ecotourism Potentials for Sustainable Natural Resources Management in and Around Abijata-Shala Lakes National Park in the Central Ethiopian Rift Valley.
32. **Laurance, W.; Alonso, M. and Campbell, M., 2005.** Challenge for forest conservation in Gabon. Central Africa. Futures. Vol. 38, pp: 454- 474.
33. **Powell, R.B. and Ham, S.H., 2008.** Can Ecotourism Interpretation Really Lead to Pro-Conservation Knowledge, Attitudes and Behaviour? Evidence from the Galapagos

Islands. Journal of Sustainable Tourism. Vol. 16, No. 4, pp: 467-489.

- 34. Thampi, S.P.; 2005,** Ecotourism in Keral India: Lesson from Eco Development Project in Periyar Tiger Reserve. No. 13.
- 35. Thompson, J.; Curran, R. and O'Gorman, K., 2017.** A modern day panoptic on: Using power and control theory to manage volunteer tourists in Bolivia. Tourism Management Perspectives. Vol. 22, No. 16, pp: 34-43.
- 36. UNWTO. 2007.** Tourist Highlights Edition, Available at [www.unwto.com](http://www.unwto.com) Vila, M., Costa, G. and Rovira, X. (2010). The creation and use of scorecards in tourism planning: A Spanish example. Tourism Management. Vol. 2, No. 31, pp: 232-239.