

گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار



گردشگری فرهنگی - هنری؛ مطالعه‌ی انگیزش‌های اقتصادی بازدیدکنندگان جوان از فروشگاه‌های هنری در مراکز گردشگری شهر یاسوج

حسین خلیلی^۱، مهدی منتظر قائم^۲، الهام حسینی^۳، محسن محمدی^۴، وحید شاکر^۵

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد هنر، دانشگاه امام رضا (ع) مشهد. (۰۹۳۹۷۰۵۲۹۵۱). Hoseinkhalili.didar@gmail.com

^۲ عضو هیات علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران. Mmontazer@ut.ac.ir

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد. Hoseinielham129@yahoo.com

^۴ دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد هنر، دانشگاه امام رضا (ع) مشهد. Mohsen_mohamadi_62@yahoo.com

^۵ کارشناس ارشد نقاشی، پردیس هنرهای زیبای دانشگاه تهران. Neveesa@yahoo.com

چکیده

صنعت گردشگری، امروزه به‌ویژه در ابعاد اقتصادی و فرهنگی خویش، نقشی تعیین‌کننده در توسعه یافتگی کشورها ایفا می‌نماید، به‌طوری‌که اقتصاددانان به آن، لقب «صادرات نامرئی» داده‌اند. در ایران نیز، با تکیه بر پشتوانه‌ی عظیم فرهنگی، قابلیت‌های زیادی در زمینه‌ی گردشگری فرهنگی و به‌خصوص گردشگری هنری، وجود دارد. براین اساس، نگارندگان جستار حاضر، پژوهشی بنیادی با روش تحقیق کیفی و میدانی، مبتنی بر پیمایش توصیفی راتحت‌عنوان «مطالعه‌ی انگیزش‌های اقتصادی بازدیدکنندگان جوان از فروشگاه‌های هنری در مراکز گردشگری شهر یاسوج»، با هدف تولید علم در اقتصاد گردشگری فرهنگی کشور، به انجام رسانیده و در پی پاسخ‌گویی به این سوال بوده‌اند که چه عواملی بر ایجاد انگیزش‌های گردشگران جوان در مواجهه با وجوه اقتصادی گردشگری فرهنگی - هنری، مهم‌ترین نقش را ایفا می‌نماید. شهر یاسوج، به لحاظ توسعه‌ی گردشگری در سالین اخیر بسیار مورد توجه بوده و وجود جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و هنری خاص منطقه، قابلیت‌های ویژه‌ای را برای توسعه‌ی گردشگری فرهنگی - هنری فراهم نموده است. در این راستا، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته که از تفسیر داده‌های آن بتوان به مهم‌ترین انگیزش‌های گردشگران جوان دست‌یافت، تنظیم گردید و در محدوده‌ی زمانی تحقیق (۱ تا ۱۰ فروردین ۱۳۹۳) تعداد ۵۰۰ نسخه از آن، به‌صورت تصادفی ساده و حضوری، ضمن ارائه توضیحات لازم، در اختیار نمونه‌های تحقیق (فاصله‌ی سنی ۲۰ تا ۳۰ ساله، دختر و پسر) قرار داده شد و در نهایت، داده‌های به‌دست‌آمده، مورد تحلیل تاملی قرار گرفت. نتایج پژوهش، حاکی از این مهم است که علیرغم عوامل اقتصادی، عوامل تربیتی و آموزشی در بُعد خانوادگی و اجتماعی و عوامل رسانه‌ای، نسبت به سایر عوامل، میزان تاثیرگذاری بالاتری را بر انگیزش‌های اقتصادی گردشگران مورد مطالعه، در مواجهه با وجوه اقتصادی گردشگری فرهنگی - هنری منطقه‌ی هدف، به خود اختصاص می‌دهند. امید می‌رود، نتایج این پژوهش در روند تولید علم اقتصاد گردشگری فرهنگی - هنری کشور، و بالتبع اقتصاد هنر، موثر واقع شده و زمینه را جهت انجام مطالعاتی گسترده در این حوزه، فراهم نماید.

واژه‌های کلیدی: اقتصاد گردشگری، اقتصاد فرهنگ و هنر، انگیزش‌های اقتصادی، بازدیدکنندگان جوان، شهر یاسوج، فروشگاه‌های هنری، گردشگری فرهنگی، گردشگری هنری.