



Investigating the intention of beach seine cooperatives fishermen to participate in fisheries tourism in the Caspian Sea Coastline

Jaber Pariab¹, Enayat Abbasi², Hassan Sadighi³, Shahla Choobchian⁴,
Homayoun Hosseinzadeh Sahafi⁴

1. Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. Email: j.pariab@modares.ac.ir

2. Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. Email: enayat.abbasi@modares.ac.ir

3. Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Tarbiat Modarse University, Tehran, Iran. Email: sadigh_h@modares.ac.ir

4. Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. Email: shchoobchian@modares.ac.ir

5. Iranian Fisheries Science, Research Institute, Tehran, Iran. Email: h_hosseinzadeh@yahoo.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Fisheries tourism is a relatively new style of tourism in many countries, which has brought many benefits to both sectors by merging the tourism and fishing sectors. To create and develop fisheries tourism, the participation of the local community, including the fishermen community, as one of the most important groups related to fisheries tourism, is considered an effective tool and an important element. Among the most important prerequisites for the participation of communities in the development of fisheries tourism is the intention of these communities to participate. Therefore, this research was conducted with the general purpose of investigating the intention of fishermen to participate in fisheries tourism and the factors affecting it. This research is practical in terms of purpose, is descriptive - correlational in terms of analysis, and has been carried out through survey relying on the theory of planned behavior. The statistical population in this research was fishermen who are members of beach seine cooperatives in the Caspian Sea Coastline (N=9594). Due to the distribution of fishermen in the three provinces of Golestan, Mazandaran and Gilan, the sample size of the study was determined to be 209 fishermen and the samples were selected using the multi-stage random sampling method. Data collection was done using a researcher-made questionnaire, which was designed based on the theoretical framework of the research and based on the The Decomposed Theory of Planned Behavior (DTPB). The results showed that fishermen who are members of beach seine cooperatives in the Caspian Sea Coastline have a high intention to accept and participate in the implementation of fisheries tourism. The results also showed that participation in the program "watching the local fish markets by fisheries tourists" has the highest level of intention among all fisheries tourism activities among the fishermen of beach seine cooperatives. They also expressed their intention to participate in programs for "watching beach seine fishing and throwing nets". "staying in the house of local people and being familiar with local fishing communities (cultures and customs)" and cooperation to "participation in local festivals related to fisheries" were other activities that fishermen were interested in participating them.
Article history: Received: 27 August 2023 Received in revised form: 21 November 2023 Accepted: 27 November 2023 Published online: 22 December 2023	
Keywords: <i>Beach seine cooperatives, intention, sustainable tourism, fisheries tourism.</i>	

Cite this article: Pariab, J., Abbasi, E., Sadighi, H., Choobchian, Sh. & Homayoun Hosseinzadeh Sahafi, H. (2023). Investigating the intention of beach seine cooperatives fishermen to participate in fisheries tourism in the Caspian Sea Coastline. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 54-2 (4), 761-788. DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2023.362361.669238>



© The Author(s).

Publisher: The University of Tehran Press.

DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2023.362361.669238>

Extended Abstract

Objectives

To identify the factors affecting the intention of fishermen to participate in fisheries tourism in the Caspian Sea Coastline, it is necessary to conduct exploratory research so that finally solutions can be proposed to attract fishermen to participate in fisheries tourism. Therefore, this research was conducted with the main purpose of

investigating the intention of fishermen to participate in fisheries tourism and the factors affecting it. The results of this research can be very significant. First of all, Iran has not made any progress in this field, despite its great potential in the field of tourism and fisheries. Therefore, the results of this study can be used by tourism and fisheries policymakers. Secondly, this research develops the literature on fisheries tourism in Iran. Because the review of tourism literature shows that so far, no separate and comprehensive research has been done on fisheries tourism in Iran. Finally, the results of this research determine what principles and items should be considered in planning and implementation for the development of fisheries tourism in the Caspian Sea Coastline.

Methods

This research is practical in terms of purpose, is descriptive-correlational in terms of analysis, and has been carried out through a survey relying on the DTPB. The statistical population of this research were fishermen who were members of beach seine cooperatives in the Caspian Sea Coastline (N=9594). The sample size was determined to be 209 fishermen. Data were collected by a researcher-made questionnaire based on the DTPB. The questionnaire was validated based on the views of experts and the reliability of the questionnaire calculated based on Cronbach Alpha coefficient. Data were analyzed using SPSS₂₇.

Results

The results of the research showed that fisheries tourism can increase the employment rate of young people and women in coastal areas, it plays a role in creating added value for local fishing products, traditional fishing and handicrafts, and developing environmental activities, from the point of view of the fishermen studied. In addition, fisheries tourism can preserve and strengthen the customs of the region. The results of the total average variable of resource facilitating conditions showed that there are enough attractions in the studied area for fisheries tourism and the climate of this area is suitable for fisheries tourism. The average score of the intention for fisheries tourism by the fishermen who are members of beach seine cooperatives in the Caspian Sea Coastline was 3.59. The results showed that the item "I would like to take fishing tourists to see the local fish markets" with an average of 4.36 was assigned the highest rank among the items related to the intention of fishermen in fisheries tourism. After that, the item "I tend to take tourists to watch beach seine fishing and throwing nets " with an average of 4.18, and the item "I tend to have tourists stay at my home or local natives and learn about the cultures, traditions and fishing crafts of local fishing communities" with an average of 4.01, and the item "I am willing to cooperate for the participation of tourists in local festivals related to fisheries" with an average of 3.92 was in the next ranks. The results of multiple regression showed that the three variables of attitude, mental norm and perceived behavioral control are able to explain nearly half of the percentage changes of the tendency variable (0.498).

Discussion

One of the most important aspects of the concept of fisheries tourism is local fishermen as providers of fisheries tourism services. Fishermen will look for logical reasons to do or not do any action, behavior and action to accept fisheries tourism in addition to their fishing work as a source of income that will reduce the pressure on marine resources. According to the results, it is essential to provide various facilities to fishermen to start fisheries tourism. The use of practical methods will be more welcomed by the fishing community to increase the knowledge and skills of fishermen. It is suggested that by benefiting from the opinions of key and influential people in the Caspian Sea Coastline, the role of those around fishermen should be used in persuading them to accept fisheries tourism. The comparison of fishermen's intention to activities and attractions of fisheries tourism and the feasibility of these activities shows that there is a great similarity between the ranking of activities and attractions of fisheries tourism in terms of the intention of fishermen to accept and participate in it and their understanding of the feasibility of that activity. Fishery tourism policymakers and planners should keep in mind that before starting the development of fisheries tourism in the Caspian Sea Coastline, fishermen and local groups should be well justified regarding the benefits of fisheries tourism from the economic, environmental and social aspects.

بررسی تمایل صیادان عضو تعاونی‌های پره برای مشارکت در گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر

جابر پاریاب^۱ | عنایت عباسی^۲ | حسن صدیقی^۳ | شهلا چوبچیان^۴ | همایون حسین‌زاده‌صحافی^۵

۱. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: j.pariab@modares.ac.ir
۲. نویسنده مسئول، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: enayat.abbasi@modares.ac.ir
۳. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: sadigh_h@modares.ac.ir
۴. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: shchoobchian@modares.ac.ir
۵. مؤسسه تحقیقات علوم شیلاتی کشور، تهران، ایران. رایانامه: h_hosseinzadeh@yahoo.com

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۰۵

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۰۶

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۰/۰۱

کلیدواژه‌ها:

تعاونی‌های پره صیادی، تمایل، گردشگری پایدار، گردشگری شیلات.

گردشگری شیلات سبکی نسبتاً جدید از گردشگری در بسیاری از کشورها است که با ادغام دو بخش گردشگری و شیلات توانسته است منافع بسیاری را برای هر دو بخش به ارمغان بیاورد. گردشگری شیلات می‌تواند شرایط را برای دید مشترک بین گردشگران و مردم محلی ایجاد کند. برای ایجاد و توسعه گردشگری شیلات، مشارکت جامعه محلی و از جمله جامعه صیادان به عنوان یکی از مهمترین گروه‌های مرتبط با گردشگری شیلات، ابزاری مؤثر و عنصری مهم در نظر گرفته می‌شود. از جمله مهمترین پیش‌نیازهای مشارکت جوامع در توسعه گردشگری شیلات، تمایل این جوامع به مشارکت است. بنابراین این پژوهش با هدف کلی بررسی تمایل صیادان به مشارکت در گردشگری شیلات و عوامل تأثیرگذار بر آن انجام شده است. این مطالعه از نظر هدف کاربردی، به لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی و از نظر تحلیل، همبستگی بوده و با اتکا بر نظریه تجزیه رفتار برنامه‌ریزی شده، انجام پذیرفته است. جامعه آماری در این تحقیق صیادان عضو تعاونی‌های پره در مناطق ساحلی دریای خزر بودند ($N=9594$). با توجه به پراکندگی صیادان در سه استان گلستان، مازندران و گیلان، حجم نمونه مورد مطالعه به تعداد ۲۰۹ نفر صیاد تعیین و نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای تصادفی انتخاب شدند. جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته انجام شد که بر اساس چارچوب نظری تحقیق و مبتنی بر نظریه تجزیه رفتار برنامه‌ریزی شده طراحی شده است. نتایج نشان داد که صیادان عضو تعاونی‌های پره صیادی در مناطق ساحلی دریای خزر تمایل بالایی برای پذیرش و مشارکت در اجرای گردشگری شیلات دارند. نتایج همچنین نشان داد که مشارکت در برنامه "تماشای بازارچه‌های محلی فروش آبزیان توسط گردشگران شیلات" بالاترین میزان تمایل در بین همه فعالیت‌های گردشگری شیلات را در بین صیادان تعاونی‌های پره دارد. آن‌ها همچنین ابراز کردند که تمایل زیادی دارند در برنامه‌هایی برای «تماشای صید پره و تورکشی» مشارکت کنند. «اقامت گردشگران در خانه صیادان و یا نزدیکان و بومیان محلی و آشنا شدن با فرهنگ‌ها و رسوم و صنایع دستی شیلاتی جوامع صیادی محلی» و همچنین همکاری برای «شرکت کردن گردشگران در جشنواره‌های محلی مرتبط با شیلات»، از دیگر فعالیت‌هایی بود که صیادان تمایل بالایی به مشارکت در آن‌ها داشتند.

استناد: پاریاب، جابر؛ عباسی، عنایت؛ صدیقی، حسن؛ چوبچیان، شهلا و حسین‌زاده‌صحافی، همایون (۱۴۰۲). بررسی تمایل صیادان عضو تعاونی‌های پره برای مشارکت در گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ۲(۴)، ۷۸۸-۷۶۱. DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2023.362361.669238>



© نویسندگان.

DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2023.362361.669238>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه

پیوند قوی بین ماهیگیری در مقیاس کوچک و گردشگری و تبدیل صنعت ماهیگیری به گردشگری به یک روند جهانی تبدیل شده است که عمدتاً ناشی از کاهش درآمد حاصل از ماهیگیری و جستجوی گزینه‌های متنوع اقتصادی توسط ماهیگیرانی است که به فعالیت‌های گردشگری شیلات متوسل می‌شوند (Chen and Chang, 2017; Rogelja and Spreizer, 2017; Herrera-Racionero *et al.*, 2018). امروزه بخش شیلات، صیادان و جامعه محلی در مناطق ساحلی با مشکلات عمده‌ای مواجه هستند؛ آلودگی آبها، کاهش صید به دلیل صید بی‌رویه، رقابت با ماهیگیران غیرمجاز، همه از عوامل کاهش روزافزون درآمد ماهیگیری و ماهیگیران در مناطق ساحلی هستند که ضرورت متنوع‌سازی درآمد و یافتن فرصتی برای کسب درآمد بویژه از طریق گردشگری شیلات را مشخص می‌کند. بنابراین، روابط بین ماهیگیری در مقیاس کوچک و فعالیت‌های توریستی به عنوان منبع درآمد مکمل برای جمعیت جوامع ساحلی به طور فزاینده‌ای متداول شده است (Voyer *et al.*, 2017). گردشگری ماهیگیری فعالیتی نسبتاً جدید در گردشگری پایدار است که در آن گردشگران این فرصت را دارند که در عملیات ماهیگیری شرکت کنند و ماهی تازه صید شده را طبخ و بچشند (Tsafoutis and Metaxas, 2021). در سال‌های اخیر، گرایش به شکل‌های جایگزین گردشگری بیشتر شده است، همچنین بسیاری از گردشگران علاقه خود را به گردشگری‌های معمولی از دست داده‌اند و در عوض به دنبال تجربه جذاب‌تری هستند. یکی از این فعالیت‌ها گردشگری شیلات است که یک فعالیت تفریحی پایدار با مزایای فراوان است (Tsafoutis and Metaxas, 2021).

گردشگری شیلات سبکی نسبتاً جدید از گردشگری در بسیاری از کشورها است که با ادغام دو بخش گردشگری و شیلات توانسته است منافع بسیاری را برای هر دو بخش به ارمغان بیاورد. گردشگری شیلات می‌تواند شرایط را برای دید مشترک بین گردشگران و مردم محلی ایجاد کند. ماهیگیران محلی این فرصت را دارند تا از محیط زیستی که در آن زندگی می‌کنند، محافظت کنند و آن‌ها را از تأثیرات منفی که ممکن است در نتیجه توسعه گردشگری در ابعاد زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی، ایجاد شود، حفظ کنند (Tsafoutis and Metaxas, 2021). گردشگری شیلات به عنوان یک منبع درآمد مکمل در نظر گرفته می‌شود که ماهیگیری را به میزان قابل توجهی کاهش می‌دهد، از اکوسیستم دریایی محافظت می‌کند و در عین حال علاقه فرهنگی را در جوامع ساحلی افزایش می‌دهد. همچنین هم‌افزایی بین ماهیگیری و گردشگری وجود دارد که به نفع فعال‌سازی دانش ماهیگیران و شیوه‌های سنتی است و استفاده از میراث فرهنگی ماهیگیری را به عنوان منبعی برای جامعه تشدید می‌کند و به ترویج میراث دریایی و ارزش‌گذاری صنایع دستی شیلاتی کمک می‌کند (Rogelja and Spreizer, 2019; Jiménez de Madariaga and García del Hoyo, 2017; Bellia, 2011). در مطالعه خود استدلال کرده است که این شکل از گردشگری نمونه‌ای از پایداری در ابعاد زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی است. گردشگری شیلات، با متنوع‌سازی درآمد، ایجاد درآمد تکمیلی برای صیادان، و ایجاد فرصت‌های جدید شغلی (Miret Pastor, 2015)، به پایداری مالی مناطق شیلاتی کمک می‌کند. در انجام این کار، ماهیگیران در طول سفرهای خود از ابزارهای ماهیگیری کمتری استفاده می‌کنند و در نتیجه مقدار صید کمتری نسبت به مقدار صید تجاری معمولی دارند و فشار بر منابع ماهیگیری را کاهش می‌دهند. بنابراین گردشگری شیلات نقش مهمی نیز در پایداری زیست محیطی ایفا می‌کند. در نهایت، گردشگری شیلات به دلیل توجه به میراث فرهنگی ماهیگیری و شیلات، به شناخت این حرفه کمک می‌کند. به این ترتیب، ماهیگیران به نقطه کانونی این تلاش تبدیل می‌شوند، زیرا نه تنها ذخایر ماهی را حفظ می‌کنند، بلکه با کمک گردشگری، حرفه خود را زنده نگه می‌دارند. بنابراین گردشگری شیلات موجب پایداری اجتماعی هم می‌شود. بنابراین با توجه به مزایای گردشگری شیلات برای جوامعی که شیلات و ماهیگیری در مقیاس کوچک، نقش مهمی در اقتصاد آن ایفا می‌کند، گردشگری شیلات به عنوان یک روش گردشگری با پتانسیل زیاد است (González and Piñeiro Antelo, 2020).

استان‌های شمالی کشور شامل مازندران، گیلان و گلستان یکی از مناطق مهم صید و صیادی در ایران به شمار می‌روند. بر اساس آخرین مطالعات انجام شده، طول نوار ساحلی دریای خزر در ایران از نقطه صفر مرزی ایران با جمهوری ترکمنستان

تا نقطه صفر مرزی ایران با جمهوری آذربایجان ۹۰۱/۱ کیلومتر محاسبه شده است. صرف‌نظر از پیکره‌های آبی مانند تالاب انزلی و خلیج میانکاله، طول نوار ساحلی ۶۳۹/۱ کیلومتر و مقدار آن به تفکیک استان‌های گیلان، مازندران و گلستان به ترتیب ۲۶۵/۶، ۲۹۱/۹ و ۸۱/۶ کیلومتر می‌باشد (Daryanebard, 2018). آمار تعداد شرکت‌های تعاونی صیادی پره دارای مجوز فعالیت در آب‌های ایرانی دریای خزر که بالغ بر ۱۰ هزار نفر صیادان پره در آن‌ها مشغول فعالیت بوده‌اند، نشان می‌دهد که متأسفانه به دلیل مشکلات زیادی که گریبانگیر این تعاونی‌ها است، هر ساله از تعداد این تعاونی‌ها کاسته شده است. نکته قابل تأمل اینکه در فصل صید، تعداد شرکت‌های تعاونی پره فعال، کمتر از این تعداد بوده و برخی از این شرکت‌ها به دلیل کاهش مقدار صید و مقرون به صرفه نبودن درآمد حاصل از آن، فعالیت صیادی ندارند. این موضوع زندگی بسیاری از ساکنین این مناطق را تحت تأثیر قرار داده است. چراکه، علاوه بر صیادان پره که اشتغال و امرار معاش آن‌ها وابسته به ذخایر ماهیان استخوانی دریای خزر می‌باشد، گروهی از ساکنین سواحل دریای خزر نیز از طریق ساخت و فروش ادوات صیادی و یا از طریق تجارت ماهیان، درآمد اقتصادی خود را در گرو پایداری ذخایر این ماهیان می‌دانند. متأسفانه در سال‌های اخیر، صید و برداشت بی‌رویه از ذخایر ماهیان در دریای خزر، برداشت بیش از حد آب رودخانه‌ها در فصل زراعت، برداشت بیش از حد شن و ماسه و تخریب مصب رودخانه‌ها و مناطق چراگاهی، کاهش سطح آب دریای خزر، افزایش آلودگی رودخانه‌ها و تخریب مناطق تخم-ریزی، ذخایر بسیاری از گونه‌ها ماهیان کاهش یافته و به مخاطره افتاده است (Daryanebard, 2018). از بین رفتن بسیاری از گونه‌ها و خطر انقراض برخی گونه‌های ماهی، کاهش درآمد شدید صید و صیادی و در نتیجه از دست دادن شغل برخی صیادان، تبعات شدید اقتصادی و اجتماعی بر کل جامعه خواهد داشت. به طور گسترده اذعان شده است که مشکل ماهیگیری بیش از حد، به طور کلی و ظرفیت مازاد، به طور خاص، پایداری منابع شیلات جهان را برای نسل‌های فعلی و آینده تهدید می‌کند. بنابراین با توجه به تجربیات سایر کشورها در زمینه حل برخی مشکلات جامعه صیادی از طریق گردشگری و از سوی دیگر ظرفیت‌های بکر گردشگری در بخش شیلات، توسعه گردشگری شیلات به عنوان یک راهکار اساسی برای ایجاد درآمد پایدار و بهبود معیشت ساحل نشینان (González and Piñeiro Antelo, 2020; Miller, 2022; Nicolosi et al., 2016; Rodrigues et al., 2017)، می‌تواند بخشی از راه‌حل مسایل و مشکلات بخش شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر باشد.

بر اساس تحقیقات انجام شده، مشارکت جامعه محلی ابزاری مؤثر و به عنوان عنصری مهم برای ایجاد انگیزه در توسعه گردشگری در نظر گرفته می‌شود (Tosun, 2006; Aref and Redzuan, 2008). جامعه محلی نقش بسزایی در توسعه گردشگری در یک مقصد گردشگری ایفا می‌کند؛ جامعه محلی کمک‌های مهمی در حفظ منابع اصلی گردشگری، که هویت‌های فرهنگی و روستاهای سنتی صنایع دستی است، ایفا می‌کند. این جوامع در توسعه محصولات گردشگری، جامعه محلی خدماتی را ارائه می‌دهد که محصولات گردشگری کاملی را ایجاد می‌کند. همچنین جامعه محلی مستقیماً در برنامه‌ریزی برنامه‌ها و پروژه‌های گردشگری مشارکت دارد. علاوه بر این، جامعه محلی مسئول حفاظت از منابع گردشگری و محیط زیست است (Huong et al., 2021). تحقیقات قبلی در مورد گردشگری پایدار نشان می‌دهد که یکی از دلایل مهمی که گردشگری باعث ایجاد مزایای پایدار برای جوامع محلی می‌شود، حمایت محلی از فعالیت‌های گردشگری است. بنابراین، نگرش ساکنان به توسعه گردشگری یکی از جامع‌ترین حوزه‌های مورد مطالعه گردشگری است و بیش از ۳۰ سال است که موضوع مطالعه بوده است (McGehee and Andereck, 2004). بسیاری از مطالعات در مورد این موضوع معمولاً سطح حمایت ساکنان از توسعه گردشگری در یک یا چند منطقه و عوامل مؤثر بر نگرش‌های محلی را جستجو می‌کنند (Perdue et al., 1990; Ko and Stewart, 2002; McGehee and Andereck, 2004; Vargas-Sánchez et al., 2009; Látková and Vogt, 2012). به این ترتیب، مردم محلی عامل ایجاد جذابیت برای گردشگران و در عین حال سوژه‌هایی برای برآوردن تقاضای آن‌ها هستند. بنابراین، مشارکت و حمایت مردم محلی در توسعه گردشگری نه تنها برای خود منافع به همراه دارد، بلکه باعث جذب بازدیدکنندگان، ارتقای کیفیت خدمات گردشگری و تصویر مقاصد در بازار گردشگری می‌شود (Huong et al., 2021).

به عنوان مثال نتایج مطالعه نجاتی و فلاح‌لجیمی (Nejat and Fallah Lajimi, 2022) نشان داد که رفتار و فرهنگ مردم محلی در یک مقصد گردشگری مهمترین عامل برای گردشگران در سوق دادن آن‌ها به بازدید مجدد از آن مقصد است. از طرف دیگر مشارکت جامعه در برنامه‌های توسعه در حال حاضر به عنوان یک استراتژی توسعه پایدار در سراسر جهان در نظر گرفته می‌شود و با گذشت زمان، به وضوح به عنوان یکی از پرکاربردترین رویکردهای توسعه که بر بسیاری از رویکردهای توسعه دیگر تسلط یافته و دوام آورده است، تکامل یافته است. مشارکت ذینفعان به عنوان راهی برای تضمین پایداری توسعه محسوب می‌شود. بنابراین نیاز است که دولت‌ها و سیاست‌گذاران درک روشنی از رویکرد مشارکتی از سطح مردم داشته باشند و رویکردی ساختارمند در شناسایی عوامل مؤثر بر مشارکت موفق جامعه داشته باشند و این استراتژی را در سیاست‌ها و پروژه‌های توسعه برای پروژه‌های توسعه محلی مؤثر و پایدار بگنجانند (Maharjana and Lal, 2021). صیادان و تعاونی‌های صید پره در مناطق ساحلی دریای خزر نقش بسزایی در توسعه گردشگری شیلات در این مناطق خواهد داشت. اولاً نگاه گردشگری شیلات به صیادان خرد است تا صیادان صنعتی. دوماً شغل صیادی و فوت و فن‌های صیادی‌های سنتی به عنوان یکی از جذابیت‌های گردشگری شیلات محسوب می‌شود و امید است گردشگری شیلات نقش ویژه‌ای در حفظ هویت فرهنگی مناطق شیلاتی داشته باشد. در واقع صیادان و شغل صیادی سنتی از جذابیت‌های مورد علاقه گردشگران شیلاتی خواهند بود. صیادان علاوه بر این می‌توانند با خدماتی همچون تولید صنایع دستی شیلاتی و کمک به توسعه محصولات گردشگری، در ارایه پکیج کامل‌تر گردشگری به گردشگران نقش داشته باشند.

بررسی مطالعات پیشین نشان می‌دهد برای توسعه گردشگری، جنبه‌های مختلف مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری بایستی مدنظر قرار گیرد. عوامل مختلفی بر تصمیمات مردم محلی برای مشارکت در توسعه گردشگری تأثیرگذار است. بنابراین، به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل صیادان برای شرکت در گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر، نیاز به انجام تحقیقات اکتشافی در مورد عوامل مؤثر با فرضیه‌های تحقیقاتی مختلف دارد تا در نهایت بتوان راه‌هایی برای جذب صیادان برای مشارکت در گردشگری شیلات پیشنهاد داد. بنابراین این پژوهش با هدف کلی بررسی تمایل صیادان به مشارکت در گردشگری شیلات و عوامل تأثیرگذار بر آن انجام شده است. نتایج این تحقیق می‌تواند بسیار قابل توجه باشد. چراکه اولاً کشور ایران علی‌رغم پتانسیل‌های فراوان در حوزه گردشگری و شیلات تاکنون پیشرفتی در این مسیر نداشته است. بنابراین نتایج این مطالعه می‌تواند توسط سیاست‌گذاران حوزه گردشگری و شیلات بکار گرفته شود. ثانیاً این پژوهش ادبیات گردشگری شیلات در ایران را توسعه می‌دهد. چرا که بررسی ادبیات گردشگری نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی مجزا و جامع در مورد گردشگری شیلات در ایران انجام نشده است. در نهایت نتایج این پژوهش مشخص می‌کند برای توسعه گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر چه اصول و مواردی بایستی در برنامه‌ریزی و اجرا مورد توجه قرار گیرد. در این پژوهش منظور از گردشگری شیلات، پذیرش و مشارکت گردشگران در ۱۲ فعالیت و جذابیت بخش شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر است که این فعالیت‌ها و جذابیت‌ها در مطالعه‌ای توسط پاریاب و همکاران (Pariab et al., 2024) شناسایی و معرفی شدند. این ۱۲ فعالیت و جذابیت عبارتند از:

تماشای بنادر صیادی، صید تفریحی با قلاب، شرکت در جشنواره‌های محلی مرتبط با شیلات، تماشای زیستگاه‌های دریایی، صید پره و تورکشی، بازدید از رستوران‌های شیلاتی و مجتمع‌های پذیرایی تخصصی شیلاتی و تجربه طبخ و تناول غذاهای دریایی محلی، تور گردشگری دریایی و آشنایی با سیستم پرورش ماهی در دریا، اقامت در خانه بومیان محلی و آشنایی با جوامع صیادی محلی (فرهنگ‌ها و رسوم و صنایع دستی شیلاتی)، بازدید از قفس‌های دریایی پرورش ماهی، صید ماهی کیلکا با کشتی و تورهای قیفی، آشنایی با صید ماهی آزاد و سفید در فصل تکثیر و تماشای بازارچه‌های محلی فروش آبیان.

پژوهشگران عقیده دارند که از طریق مطالعات روان‌شناسی، محققان می‌توانند نتایج مهمی در مورد رفتار گردشگران و پذیرندگان، فرآیند تصمیم‌گیری و رضایت کلی ارائه شده توسط محصولات مختلف گردشگری به دست آورند (Tsafoutis and Metaxas, 2021). به باور صاحب‌نظران روند پذیرش نوآوری از شرایط خاصی پیروی می‌کند که نظریه‌ها و مدل‌های

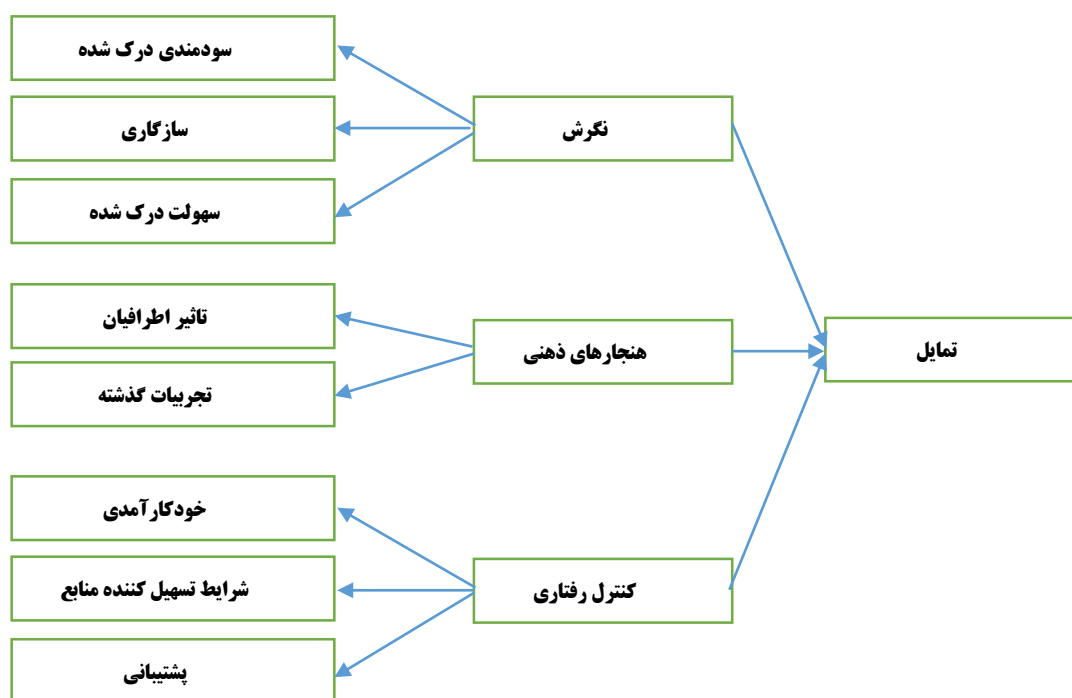
مختلفی به تبیین چگونگی این جریان پرداخته‌اند (Azami and Hasanpoor, 2020). این نظریه‌ها و مدل‌ها، ابعاد مختلف نوآوری و عامل‌های مؤثر بر پیشبرد آن را در قالب دو دسته از عامل‌های ناظر بر ویژگی‌های نوآوری و عامل‌های برگرفته از ویژگی‌های پذیرندگان بحث کرده‌اند. عناصر مختلفی بر تصمیمات مردم محلی برای مشارکت در توسعه گردشگری به طور کلی و گردشگری شیلات به طور خاص تأثیر می‌گذارد. تنوع این عناصر به شرایط خاص توسعه و همچنین زمینه‌های هر محل بستگی دارد. برای پیش‌بینی عوامل مؤثر بر پذیرش یک نوآوری تاکنون مدل‌های مختلفی از مدل‌های پیش‌بینی کننده رفتار ارایه شده است. در زمینه نظریه‌های رفتاری پذیرش فناوری‌های جدید چندین مدل برای کمک به پیش‌بینی پذیرش فناوری توسعه داده شده است (Legris *et al.*, 2003). در میان این مدل‌ها، مدل تجزیه رفتار برنامه‌ریزی شده^۱، از مدل‌های پرکاربرد در توضیح و پیش‌بینی رفتار است که اعتبارسنجی گسترده‌ای در مطالعات پذیرش فناوری دارد. این مدل شامل مهمترین عواملی است که می‌تواند بر قصد رفتاری کاربر نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات تأثیر بگذارد. همچنین، تصویر کاملی برای درک قصد رفتاری کاربر برای پذیرش ارائه می‌دهد. این مدل شامل تمام عوامل مهم از مدل پذیرش فناوری^۲ و نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده^۳ است (Chien *et al.*, 2014). مدل تجزیه رفتار برنامه‌ریزی شده در درجه اول مبتنی بر نظریه عمل منطقی^۴، مدل پذیرش فناوری و نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده است. در این مدل از سه پیشینه قصد یعنی نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده مستقیماً از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده برای مدل تحقیق استفاده شده است (Liao and Shi, 2009; Pavlou and Fygenson, 2006). قصد ساختاری است که در سطح خرد برای پذیرش نوآوری پذیرفته شده است (Gefen *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2003). نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده نیز در پذیرش نوآوری در سطح فردی نقش ایفا می‌کنند (Ajzen and Madden, 1986; Davis *et al.*, 1989). نظریه تجزیه شده رفتار برنامه‌ریزی شده قدرت پیش‌بینی بیشتری نسبت به نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده دارد (Taylor and Todd, 1995). یک مدل تجزیه شده چندین مزیت را نسبت به یک ساختار اعتقادی تک بعدی ارائه می‌دهد، زیرا همانطور که نشان داده شده است که باور یک ساختار یکپارچه نیست. تجزیه همچنین انعطاف‌پذیری را در یافتن مجموع‌های از باورها فراهم می‌کند که می‌توانند در شرایط مختلف اعمال شوند (Taylor and Todd, 1995). در این مدل نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده به عوامل بیشتری تجزیه می‌شوند. نگرش به سودمندی درک شده، سهولت درک شده و سازگاری تجزیه می‌شوند. باورهای هنجاری به تجربیات گذشته و تأثیری که توسط دوستان، هم‌پیمانان و خانواده اعمال می‌شود تجزیه می‌شود. باور کنترل نیز به خودکارآمدی، شرایط تسهیل کننده منابع و پشتیبانی فنی تجزیه می‌شود.

1Decomposed Theory of Behavior Planned

2Technology Acceptance Model

3Theory of planned behavior

4Theory of Reasoned Action



شکل ۱. چارچوب نظری پژوهش: تئوری تجزیه رفتار برنامه‌ریزی شده (Chien *et al.*, 2014)

روش تحقیق

مطالعه حاضر از نظر هدف کاربردی، به لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی و از نظر تحلیل، همبستگی بوده و با اتکا بر نظریه تجزیه رفتار برنامه‌ریزی شده، انجام پذیرفته است. جامعه آماری در این تحقیق صیادان عضو تعاونی‌های پره در مناطق ساحلی دریای خزر بودند ($N=9594$) و با توجه به پراکندگی صیادان در سه استان گلستان، مازندران و گیلان، حجم نمونه مورد مطالعه، بر اساس جدول بارتلت و همکاران (Bartlett *et al.*, 2001) به تعداد ۲۰۹ نفر صیاد تعیین شد که با استفاده از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای با انتساب متناسب تعداد نمونه موردنظر در هر استان مشخص و سپس به روش تصادفی در تعاونی‌های پره در هر استان نمونه‌های موردنظر انتخاب شدند (جدول ۳). جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته مبتنی بر نظریه تجزیه رفتار برنامه‌ریزی شده جمع‌آوری شده است. برای سنجش متغیرها از طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای شامل بسیار کم، کم، متوسط، زیاد و بسیار زیاد، استفاده شد. همچنین برای سنجش تمایل به گردشگری شیلات از ۱۲ گویه مربوط به فعالیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر که در پژوهش پاریاب و همکاران (Pariab *et al.*, 2024) شناسایی شده بودند، استفاده شد. روایی ظاهری و تشخیصی پرسشنامه با استفاده از نظرات اعضای هیات علمی ترویج و آموزش کشاورزی مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز با انجام مطالعه پیش‌آزمون با ۳۰ نفر از صیادان خارج از جمعیت نمونه و با محاسبه آلفای کرونباخ تأیید گردید. جدول ۲ متغیرها به همراه گویه‌های مربوط به سنجش هر متغیر و ضرایب آلفای کرونباخ هر کدام از متغیرها را نشان می‌دهد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۷ انجام گرفت. در بخش آمار توصیفی از آماره‌های میانگین و انحراف معیار استفاده شد. همچنین در بخش آمار استنباطی از آزمون‌های همبستگی، مقایسه میانگین و رگرسیون چندگانه استفاده شد.

جدول ۱. متغیرها و گویه‌های مربوط به هر متغیر و مقدار آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف پرسشنامه

متغیر	مولفه‌ها	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
نگرش	ادراک از سودمندی	۱۱	۰/۷۲
	سازگاری	۴	۰/۶۹
هنجارهای ذهنی (شامل)	ادراک از سهولت	۱۲	۰/۸۳
	تأثیر اطرافیان	۶	۰/۷۶
	تجربیات گذشته	۱۲	۰/۹۳
کنترل رفتار ادراک شده	خودکارآمدی	۷	۰/۷۸
	شرایط تسهیل کننده منابع	۹	۰/۸۵
	پشتیبانی	۵	۰/۸۵
تمایل		۱۲	۰/۹۳

جدول ۳. جامعه و نمونه آماری

استان	تعداد تعاونی پره	تعداد صیاد	نمونه	پرسشنامه پر شده
گلستان	۲۰	۱۳۹۴	۳۰	۳۱
مازندران	۴۹	۴۰۰۰	۸۷	۸۷
گیلان	۵۴	۴۲۰۰	۹۲	۹۲
جمع	۱۲۳	۹۵۹۴	۲۰۹	۲۱۰

یافته‌ها

الف. توزیع فراوانی ویژگی‌های فردی پاسخگویان

یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که میانگین سن پاسخگویان ۴۱/۷۷ سال است. جوان‌ترین و مسن‌ترین صیاد مورد مطالعه به ترتیب، دارای ۱۹ و ۶۷ سال سن می‌باشند. بیش از ۶۰ درصد صیادان در این مطالعه در گروه سنی بیشتر از ۳۵ تا ۵۵ سال قرار داشتند. نتایج همچنین نشان داد که بیشترین فراوانی مربوط به افراد با تحصیلات سیکل (۳۹ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به افراد با تحصیلات لیسانس و بالاتر است (۷/۱ درصد). بیش از یک سوم پاسخگویان (۴۴/۳ درصد) بیشتر از ۵ تا ۱۰ سال سابقه کار شیلاتی دارند و میانگین سابقه کار شیلاتی صیادان مورد مطالعه ۱۰/۶ سال بود. همچنین نتایج نشان داد که میزان درآمد شیلاتی نزدیک به نیمی از پاسخگویان کمتر از یک میلیون تومان در ماه است. بیش از ۸۰ درصد (۸۲/۹ درصد) از پاسخگویان بیان کرده‌اند که میزان تلاش صیادی آن‌ها نسبت به گذشته ثابت بوده است. همچنین بیش از ۹۰ درصد (۹۳/۸ درصد) افراد مورد مطالعه ابراز کرده‌اند که درآمد آن‌ها نسبت به گذشته کاهش یافته است.

جدول ۴. ویژگی‌های فردی صیادان مورد مطالعه (N=۲۱۰)

متغیر	سطوح تغییر (سال)	فراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
سن	کمتر از ۲۵	۲۲	۱۰/۵	۴۱/۷۷	۱۰/۹۰	۱۹	۶۷
	۲۵-۳۵	۳۴	۱۶/۲				
	بیشتر از ۳۵ تا ۴۵	۶۱	۲۹/۰				
	بیشتر از ۴۵ تا ۵۵	۶۸	۳۲/۴				
	بیشتر از ۵۵	۲۵	۱۱/۲				
تحصیلات	بی سواد	۲۴	۱۱/۴	۱۰/۶۰	۴/۴۲	۴	۲۵
	خواندن و نوشتن	۴۲	۲۰/۰				
	سیکل	۸۲	۳۹/۰				
	دیپلم	۴۷	۲۲/۴				
	لیسانس و بالاتر	۱۵	۷/۱				
سابقه شیلاتی	کمتر از ۵	۳۰	۱۴/۳	۱۰/۶۰	۴/۴۲	۴	۲۵
	بیشتر از ۵ تا ۱۰	۹۳	۴۴/۳				
	بیشتر از ۱۰ تا ۱۵	۵۲	۲۴/۸				
درآمد ماهانه شیلاتی (میلیون تومان)	بیشتر از ۱۵	۳۵	۱۶/۷	۱/۶۶۷	۱/۰۹۴	۰/۴	۴/۵
	کمتر از یک	۱۰۰	۴۷/۶				
	بیشتر از ۱ تا ۲	۵۱	۲۴/۳				
تلاش صیادی	بیشتر از ۲ تا ۳	۳۳	۱۵/۷	۱/۶۶۷	۱/۰۹۴	۰/۴	۴/۵
	بیشتر از ۳	۲۶	۱۲/۴				
	افزایش	۳۴	۱۱/۴				
تغییر درآمد	ثابت	۱۷۴	۸۲/۹	۱/۶۶۷	۱/۰۹۴	۰/۴	۴/۵
	کاهش	۱۲	۵/۷				
	افزایش	۶	۲/۹				
تلاش صیادی	ثابت	۷	۳/۳	۱/۶۶۷	۱/۰۹۴	۰/۴	۴/۵
	کاهش	۱۹۷	۹۳/۸				

منبع: یافته‌های پژوهش

ب. بررسی وضعیت مؤلفه‌های اصلی پژوهش رتبه‌بندی گویه‌های نگرش صیادان نسبت به گردشگری شیلات ادراک از سودمندی

نتایج نشان داد که میزان میانگین نمره کل ادراک از سودمندی گردشگری شیلات از دیدگاه صیادان مورد مطالعه در این پژوهش ۳/۷۷ با انحراف معیار ۰/۶۸ در سطح مثبت بالایی قرار دارد. رتبه‌بندی گویه‌های ادراک از سودمندی از دیدگاه صیادان در جدول ۵ آمده است. مطابق با نتایج به دست آمده، گویه‌های «گردشگری شیلات می‌تواند موجب افزایش نرخ اشتغال جوانان و زنان، در مناطق ساحلی گردد» با میانگین ۴/۱۲، «گردشگری شیلات در ایجاد ارزش افزوده برای محصولات شیلات محلی، شیلات سنتی و صنایع دستی، نقش دارد» با میانگین ۴/۰۲ و «توسعه فعالیت‌های محیط زیستی و آموزش‌های فرهنگی از دیگر مزایای گردشگری شیلات است» با میانگین ۴/۰۱ و «گردشگری شیلات می‌تواند موجب حفظ و تقویت آداب و رسوم منطقه شود» با میانگین ۴/۰۱ بالاترین رتبه‌ها در بین گویه‌های ادراک از سودمندی گردشگری شیلات از دیدگاه صیادان بودند. همچنین نتایج نشان داد که گویه‌های «گردشگری شیلات موجب کاهش مصرف سوخت توسط صیادان می‌شود» با میانگین

۳/۲۳ و «کاهش ساعات کاری صیادان، از دیگر مزایای گردشگری شیلات است» با میانگین ۳/۰۸ در رتبه‌های آخر گویه‌های سودمندی گردشگری شیلات از دیدگاه صیادان بودند.

سازگاری

میانگین کل متغیر سازگاری ۳/۲۳ با انحراف معیار ۰/۸۶ بود. نتایج همچنین نشان داد که گویه «مشارکت در اجرای گردشگری شیلات با روحیه‌ی مشارکتی و تعاملی بومیان محلی سازگار است» با میانگین ۳/۳۴ در رتبه اول و گویه «گردشگری شیلات با شرایط و امکانات در منطقه ما هماهنگی دارد» با میانگین ۲/۹۶ در رتبه آخر متغیر سازگاری قرار گرفت.

ادراک از سهولت

نتایج نشان داد که میزان میانگین کل متغیر ادراک از سهولت گردشگری شیلات از دیدگاه صیادان ۳/۶۱ با انحراف معیار ۰/۶۷ بوده است. گویه‌های «تماشای صید پره و تورکشی برای گردشگران، به آسانی انجام خواهد شد» با میانگین ۴/۱۲، «گردشگران شیلات به راحتی می‌توانند در بازارچه‌های محلی فروش آبزیان به گشت و گذار بپردازند» با میانگین ۴/۱۰ و «گردشگران شیلات به آسانی می‌توانند در جشنواره‌های محلی مرتبط با شیلات شرکت کنند» با میانگین ۳/۹۷ رتبه‌های یک تا سه در بین گویه‌های مربوط به ادراک از سهولت را دارند. در ادامه یافته‌های مطالعه نشان داد که گویه‌های «گردشگران شیلات می‌توانند به سادگی از تماشای صید ماهی کیلکا با کشتی و تورهای قیفی لذت ببرند» با میانگین ۲/۹۲ و «گردشگران شیلات می‌توانند به سادگی از قفس‌های دریایی پرورش ماهی بازدید کنند» با میانگین ۲/۸۲ آخرین رتبه در بین گویه‌های ادراک از سهولت گردشگری شیلات از دیدگاه صیادان را دارا بودند.

جدول ۵. رتبه‌بندی گویه‌های متغیر نگرش نسبت به گردشگری شیلات

رتبه	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۸۸	۴/۱۲	گردشگری شیلات می‌تواند موجب افزایش نرخ اشتغال جوانان و زنان، در مناطق ساحلی گردد.
۲	۰/۹۴	۴/۰۲	گردشگری شیلات در ایجاد ارزش افزوده برای محصولات شیلات محلی، شیلات سنتی و صنایع دستی، نقش دارد.
۳	۱/۹۰	۴/۰۱	توسعه فعالیت‌های محیط زیستی و آموزش‌های فرهنگی از دیگر مزایای گردشگری شیلات است.
۴	۱/۰۱	۴/۰۰	گردشگری شیلات می‌تواند موجب حفظ و تقویت آداب و رسوم منطقه شود.
۵	۱/۰۵	۳/۹۸	اجرای گردشگری شیلات در منطقه موجب تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی و بازار کار می‌شود.
۶	۰/۹۰	۳/۹۳	اجرای گردشگری شیلات می‌تواند موجب بهبود وضعیت اقتصادی منطقه شود.
۷	۱/۰	۳/۸۴	گردشگری شیلات، با کاهش ماهیگیری به پایدارتر شدن منابع شیلات کمک می‌کند.
۸	۱/۱۱	۳/۶۶	گردشگری شیلات باعث توسعه یک مفهوم نوآورانه از گردشگری، می‌شود.
۹	۱/۰	۳/۶۰	گردشگری شیلات باعث افزایش آگاهی نسبت به فعالیت‌ها و تولیدات ماهیگیران یک منطقه می‌شود.
۱۰	۱/۳۶	۳/۲۳	گردشگری شیلات موجب کاهش مصرف سوخت توسط صیادان می‌شود.
۱۱	۱/۲۳	۳/۰۸	کاهش ساعات کاری صیادان، از دیگر مزایای گردشگری شیلات است.
کل			
	۰/۶۸	۳/۷۷	
ادراک از سودمندی			
۱	۱/۳۱	۳/۳۴	مشارکت در اجرای گردشگری شیلات با روحیه‌ی مشارکتی و تعاملی بومیان محلی سازگار است.
۲	۱/۲۲	۳/۳۲	با توانایی که دارم امکان اجرای گردشگری شیلات برای من وجود دارد.
۳	۱/۱۷	۳/۲۸	اجرای گردشگری شیلات با روحیات من و خانواده‌ام سازگار است.
۴	۱/۱۹	۲/۹۶	گردشگری شیلات با شرایط و امکانات در منطقه ما هماهنگی دارد.
کل			
	۰/۸۶	۳/۲۳	
سازگاری			
۱	۰/۸۷	۴/۱۲	تماشای صید پره و تورکشی برای گردشگران، به آسانی انجام خواهد شد.
۲	۰/۹۰	۴/۱۰	گردشگران شیلات به راحتی می‌توانند در بازارچه‌های محلی فروش آبزیان به گشت و گذار بپردازند.
۳	۰/۹۰	۳/۹۷	گردشگران شیلات به آسانی می‌توانند در جشنواره‌های محلی مرتبط با شیلات شرکت کنند.
۴	۱/۰۳	۳/۷۵	تماشای بنادر صیادی کار ساده‌ای برای گردشگران شیلات خواهد بود.
۵	۱/۱۸	۳/۶۹	اقامت در خانه بومیان محلی و آشنایی با جوامع صیادی محلی (فرهنگ‌ها و رسوم و صنایع دستی شیلاتی) از فعالیت‌های گردشگری شیلات است که به سادگی قابل انجام است.
۶	۰/۹۵	۳/۶۸	گردشگران شیلات می‌توانند به راحتی تجربه صید تفریحی یا قلاب را در منطقه ما داشته باشند.
۷	۱/۰۸	۳/۶۷	بازدید از رستوران‌های شیلاتی و مجتمع‌های پذیرایی تخصصی شیلاتی و تجربه طبخ و تناول غذاهای دریایی محلی برای گردشگران به راحتی می‌تواند انجام شود.
۸	۱/۰۸	۳/۶۴	تماشای زیستگاه‌های دریایی، فعالیتی است که گردشگران به سادگی می‌توانند انجام دهند.
۹	۱/۰۷	۳/۵۸	یکی از فعالیت‌های گردشگری شیلات، آشنا شدن گردشگران شیلات با صید ماهی آزاد و سفید در فصل تکثیر است که به سادگی می‌تواند انجام شود.
۱۰	۱/۳۱	۳/۳۹	تور گردشگری دریایی و آشنایی با سیستم پرورش ماهی در دریا برای گردشگران به سهولت می‌تواند انجام شود.
۱۱	۱/۲۴	۲/۹۲	گردشگران شیلات می‌توانند به سادگی از تماشای صید ماهی کیلکا با کشتی و تورهای قیفی لذت ببرند.
۱۲	۱/۱۷	۲/۸۲	گردشگران شیلات می‌توانند به سادگی از قفس‌های دریایی پرورش ماهی بازدید کنند.
کل			
	۰/۶۷	۳/۶۱	
ادراک از سهولت			

منبع: یافته‌های پژوهش

رتبه‌بندی گویه‌های هنجارهای ذهنی صیادان نسبت به گردشگری شیلات

۲-۱. تأثیر اطرافیان

نتایج نشان داد که گویه «من به نظر خانواده و دوستانم و سایر افراد در این مورد که چه کار انجام دهم، اهمیت می‌دهم» با میانگین ۳/۶۸ و گویه «کارشناسان شیلات، بومیان و صیادان را به توسعه‌ی گردشگری شیلات تشویق می‌کنند» با میانگین ۲/۹۳ در آخرین رتبه تأثیر اطرافیان از دیدگاه صیادان مورد مطالعه قرار گرفتند.

۲-۲. تجربیات گذشته

نتایج نشان داد که میزان میانگین کل متغیر ادراک از سهولت گردشگری شیلات از دیدگاه صیادان ۳/۶۱ با انحراف معیار ۰/۴۳ بوده است (جدول ۶). همچنین یافته‌ها نشان داد که گویه «تجربه صید ماهی آزاد و سفید را دارم» با میانگین ۴/۳۲، گویه «من در گذشته دوستانم را به تماشای صید پره و تورکشی برده‌ام» با میانگین ۴/۱۴ و گویه «هنگام میزبانی از میهمان‌هایم، آن‌ها را به بازدید از رستوران‌های شیلاتی و مجتمع‌های پذیرایی شیلاتی می‌برم و آن‌ها امکان تجربه طبخ و تناول غذاهای دریایی محلی را دارند» با میانگین ۴/۰۵ رتبه‌های یک تا سه در بین گویه‌های مربوط به تجربیات گذشته صیادان مورد پژوهش بودند. از طرف دیگر، گویه‌های «من تجربه شرکت در تور گردشگری دریایی و آشنایی با سیستم پرورش ماهی در دریا را دارم» با میانگین ۳/۱۵، گویه «سابقه بازدید از قفس‌های دریایی پرورش ماهی را دارم» با میانگین ۳/۰۹ و گویه «تاکنون صید ماهی کیلکا با کشتی و تورهای قیفی را از نزدیک مشاهده کرده‌ام» با میانگین ۲/۷۸ به ترتیب پایین‌ترین میانگین را در بین گویه‌های تجربیات گذشته صیادان قرار داشتند.

جدول ۶. رتبه‌بندی گویه‌های متغیرها هنجارهای ذهنی

رتبه	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۹۹	۳/۶۸	من به نظر خانواده و دوستانم و سایر افراد در این مورد که چه کار انجام دهم، اهمیت می‌دهم.
۲	۰/۹۸	۳/۵۹	اعضای خانواده و دوستانم مرا به انجام گردشگری شیلات ترغیب می‌کنند.
۳	۱/۱۴	۳/۰۲	تعاونی‌های پره، اعضا را به اجرا و توسعه گردشگری شیلات ترغیب می‌کنند.
۴	۱/۱۲	۳/۰	خانواده‌ام به منظور تنوع‌بخشی به درآمد به اجرای گردشگری شیلات تأکید می‌کنند.
۵	۱/۱۶	۲/۹۸	اعضای خانواده و همسایگان علاقه زیادی به توسعه گردشگری شیلات در منطقه دارند.
۶	۱/۰۹	۲/۹۳	کارشناسان شیلات، بومیان و صیادان را به توسعه‌ی گردشگری شیلات تشویق می‌کنند.
	۰/۷۴	۳/۲۰	کل
۱	۰/۶۸	۴/۳۲	تجربه صید ماهی آزاد و سفید را دارم.
۲	۰/۹۰	۴/۱۴	من در گذشته دوستانم را به تماشای صید پره و تورکشی برده‌ام.
۳	۰/۹۰	۴/۰۵	هنگام میزبانی از میهمان‌هایم، آن‌ها را به بازدید از رستوران‌های شیلاتی و مجتمع‌های پذیرایی شیلاتی می‌برم و آن‌ها امکان تجربه طبخ و تناول غذاهای دریایی محلی را دارند.
۴	۰/۸۹	۳/۸۷	تجربه میزبانی از گردشگران در منزل خودم را دارم.
۵	۱/۰۳	۳/۸۶	تاکنون پیش آمده است که میهمان‌هایم را به تماشای بازارچه‌های محلی فروش آبزیان ببرم.
۶	۰/۹۶	۳/۸۰	در گذشته دوستانم را به تماشای بنادر صیادی برده‌ام.
۷	۱/۰۲	۳/۷۶	دوستانم از شهرهای دیگر برای تماشای جشنواره‌های سنتی، میهمان من می‌شوند.
۸	۱/۰۲	۳/۶۴	سابقه تماشای زیستگاه‌های دریایی را دارم.
۹	۰/۹۹۶	۳/۵۷	تجربه صید تفریحی با قلاب را دارم.
۱۰	۱/۲۴	۳/۱۵	من تجربه شرکت در تور گردشگری دریایی و آشنایی با سیستم پرورش ماهی در دریا را دارم.
۱۱	۱/۱۰	۳/۰۹	سابقه بازدید از قفس‌های دریایی پرورش ماهی را دارم.
۱۲	۱/۱۹	۲/۷۸	تاکنون صید ماهی کیلکا با کشتی و تورهای قیفی را از نزدیک مشاهده کرده‌ام.
	۰/۴۸	۳/۶۷	کل

منبع: یافته‌های پژوهش

رتبه‌بندی گویه‌های کنترل رفتار ادراک شده صیادان نسبت به گردشگری شیلات

۳-۱. خودکارآمدی

نتایج این بخش که در جدول ۷ آمده است، نشان داد که گویه «اگر من بخواهم می‌توانم به راحتی گردشگران را به تماشای فعالیت‌های مختلف گردشگری شیلات ببرم» با میانگین $4/09$ و گویه «با توجه به تجربه‌ام، اگر بخواهم می‌توانم سایرین را به اجرای گردشگری شیلات در محل خود تشویق کنم» با میانگین $3/71$ بالاترین رتبه در بین گویه‌های مربوط به خودکارآمدی بودند. همچنین نتایج نشان داد که گویه «موانع و مشکلات نمی‌توانند مانع از انگیزه‌ی من برای گردشگری شیلات در منطقه خود شوند» با میانگین $3/08$ و گویه «من دانش و آگاهی لازم برای گردشگری شیلات را دارم» با میانگین $3/02$ در آخرین رتبه گویه‌های خودکارآمدی قرار گرفتند. همچنین نتایج نشان داد که میزان میانگین کل متغیر خودکارآمدی صیادان $3/45$ با انحراف معیار $0/59$ بوده است.

۳-۲. شرایط تسهیل کننده منابع

نتایج این بخش نشان داد که میانگین کل متغیر شرایط تسهیل کننده منابع از دیدگاه صیادان مورد مطالعه $3/39$ با انحراف معیار $0/42$ بوده است. هم چنین یافته‌ها نشان داد که بالاترین میانگین در بین گویه‌های شرایط تسهیل مربوط به گویه «در منطقه ما جاذبه‌های کافی برای انجام گردشگری شیلات وجود دارد» با میانگین $4/15$ ، گویه «آب و هوای این منطقه برای انجام گردشگری شیلات مناسب است» با میانگین $3/97$ و گویه «برای مسافرت به منطقه ما، وضعیت راه و ناوگان حمل و نقل مناسب است» با میانگین $3/94$ بالاترین رتبه در بین گویه‌های شرایط تسهیل کننده منابع را داشتند. همچنین نتایج نشان داد که گویه «می‌توانم هزینه‌های مربوط به تهیه‌ی زیرساخت‌های لازم برای اجرای برنامه‌های گردشگری شیلات (محل اسکان، حمل و نقل، وسایل ماهیگیری و ..) را پرداخت کنم» با میانگین $2/51$ و گویه «در منزل فضای کافی برای اسکان گردشگران را در اختیار دارم یا می‌توانم تهیه کنم» با میانگین $2/42$ به ترتیب آخرین رتبه‌های گویه‌های شرایط تسهیل کننده منابع را داشتند.

۳-۳. پشتیبانی

نتایج نشان داد که میانگین نمره متغیر پشتیبانی از دیدگاه صیادان مورد مطالعه $3/39$ با انحراف معیار $0/64$ بوده است. همچنین یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که گویه‌های «فکر می‌کنم اعضای خانواده‌ام برای اجرای برنامه‌های گردشگری شیلات با من همکاری می‌کنند» با میانگین $3/89$ ، بالاترین رتبه در بین گویه‌های مربوط به متغیر پشتیبانی را داشت. در سوی دیگر گویه «می‌توانم به نشریه‌های محلی و منابع اطلاعاتی و آموزشی در فضای مجازی برای کسب اطلاعات درباره گردشگری شیلات دسترسی داشته باشم» با میانگین $2/85$ و گویه «می‌توانم با مراجعه به اداره شیلات و تعاونی‌های پره نیازهای اطلاعاتی خود را درباره‌ی گردشگری شیلات برطرف سازم» با میانگین $2/70$ آخرین رتبه را در بین گویه‌های پشتیبانی داشتند.

جدول ۷. رتبه‌بندی گویه‌های متغیرها کنترل رفتار ادراک شده

رتبه	امتیاز معیار	میانگین	گویه‌ها	
۱	۰/۹۹	۴/۰۹	اگر من بخواهم می‌توانم به راحتی گردشگران را به تماشای فعالیت‌های مختلف گردشگری شیلات ببرم.	خودکارآمدی
۲	۱/۱۲	۳/۷۱	با توجه به تجربه‌ام، اگر بخواهم می‌توانم سایرین را به اجرای گردشگری شیلات در محل خود تشویق کنم.	
۳	۰/۸۳	۳/۶۹	برای اجرای برنامه‌های گردشگری شیلات می‌توانم مدیریت زمان داشته باشم.	
۴	۰/۹۸	۳/۲۸	همکاری و کمک اعضای خانواده و همسایگان باعث تمایل من به انجام گردشگری شیلات می‌شود.	
۵	۰/۹۹	۳/۲۵	سعی می‌کنم با مطالعه منابع در دسترس و یا کسب اطلاعات از طریق کانال‌های ارتباط جمعی آگاهی خودم و اعضای خانواده و دوستانم را نسبت به مزایای گردشگری شیلات افزایش دهم.	
۶	۱/۱۳	۳/۰۸	موانع و مشکلات نمی‌توانند مانع از انگیزه‌ی من برای گردشگری شیلات در منطقه خود شوند.	
۷	۱/۱۳	۳/۰۲	من دانش و آگاهی لازم برای گردشگری شیلات را دارم.	
کل				
	۰/۵۹	۳/۴۵		
۱	۰/۹۰	۴/۱۵	در منطقه ما جاذبه‌های کافی برای انجام گردشگری شیلات وجود دارد.	شرایط تسهیل کننده مانع
۲	۰/۹۵	۳/۹۷	آب و هوای این منطقه برای انجام گردشگری شیلات مناسب است.	
۳	۰/۸۳	۳/۹۴	برای مسافرت به منطقه ما، وضعیت راه و ناوگان حمل و نقل مناسب است.	
۴	۱/۱۵	۳/۹۱	منطقه ما برای پذیرش گردشگران شیلات، از آب سالم و بهداشتی برخوردار است.	
۵	۰/۷۷	۳/۷۳	در صورتی که کلاس‌های آموزشی درباره‌ی گردشگری شیلات در محله برگزار شود، زمان کافی برای شرکت در آن را دارم.	
۶	۰/۹۹	۳/۶۷	وقت آزاد و کافی برای انجام گردشگری شیلات را دارم.	
۷	۱/۰۶	۲/۹۴	در منطقه ما دسترسی به اینترنت وجود دارد.	
۸	۰/۸۴	۲/۵۱	می‌توانم هزینه‌های مربوط به تهیه‌ی زیرساخت‌های لازم برای اجرای برنامه‌های گردشگری شیلات (محل اسکان، حمل و نقل، وسایل ماهیگیری و ..) را پرداخت کنم.	
۹	۱/۰۹	۲/۴۲	در منزل فضای کافی برای اسکان گردشگران را در اختیار دارم یا می‌توانم تهیه کنم.	
کل				
	۰/۵۰	۳/۴۷		
۱	۱/۰۵	۳/۸۹	فکر می‌کنم اعضای خانواده‌ام برای اجرای برنامه‌های گردشگری شیلات با من همکاری می‌کنند.	بیشترین
۲	۰/۸۹	۳/۹۶	تبلیغاتی که از سوی اداره شیلات در رابطه با گردشگری شیلات انجام می‌شود، می‌تواند من و خانواده‌ام را به انجام گردشگری شیلات ترغیب کند.	
۳	۰/۹۸	۳/۵۴	اگر میان محله‌ها رقابتی برای انجام گردشگری شیلات ایجاد شود، با سایر صیادان و بومیان محل، مشارکت می‌کنم و تلاش می‌کنم تا منطقه ما در مسابقه اول شود.	
۴	۱/۱۲	۲/۸۵	به نشریه‌های محلی و منابع اطلاعاتی و آموزشی در فضای مجازی برای کسب اطلاعات درباره گردشگری شیلات دسترسی دارم.	
۵	۱/۱۲	۲/۷۰	می‌توانم با مراجعه به اداره شیلات و تعاونی‌های پره نیازهای اطلاعاتی خود را درباره‌ی گردشگری شیلات برطرف سازم.	
کل				
	۰/۶۴	۳/۳۹		

منبع: یافته‌های پژوهش

رتبه‌بندی گویه‌های تمایل صیادان نسبت به گردشگری شیلات

میانگین نمره تمایل به گردشگری شیلات از سوی صیادان عضو تعاونی‌های پره در مناطق ساحلی دریای خزر ۳/۵۹ با انحراف معیار ۰/۵۸ بود. نتایج یافته‌ها نشان داد که گویه «مایلم گردشگران شیلات را به تماشای بازارچه‌های محلی فروش آبیان ببرم» با میانگین ۴/۳۶ بالاترین رتبه در بین گویه‌های مربوط به تمایل صیادان در گردشگری شیلات را به خود اختصاص داد. پس از آن گویه «تمایل دارم گردشگران را برای تماشای صید پره و تورکشی ببرم» با میانگین ۴/۱۸ و گویه «تمایل دارم گردشگران در خانه من یا نزدیکان و بومیان محلی اقامت کنند و با فرهنگ‌ها و رسوم و صنایع دستی شیلاتی جوامع صیادی محلی آشنا شوند» با میانگین ۴/۰۱، و گویه «تمایل دارم برای شرکت گردشگران در جشنواره‌های محلی مرتبط با شیلات،

همکاری کنم» با میانگین ۳/۹۲ در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. نتایج همچنین نشان داد که گویه «تمایل دارم برنامه بازدید از قفس‌های دریایی پرورش ماهی را برای گردشگران شیلاتی اجرا کنم» با میانگین ۲/۷۷ و گویه «مایلم در برنامه صید ماهی کیلکا با کشتی و تورهای قیفی گردشگران را همراهی کنم» با میانگین ۲/۵۴ در رتبه آخر گویه‌های مربوط به متغیر تمایل قرار داشت.

رتبه‌بندی گویه‌های امکان‌پذیری گردشگری شیلات از دیدگاه سیادان

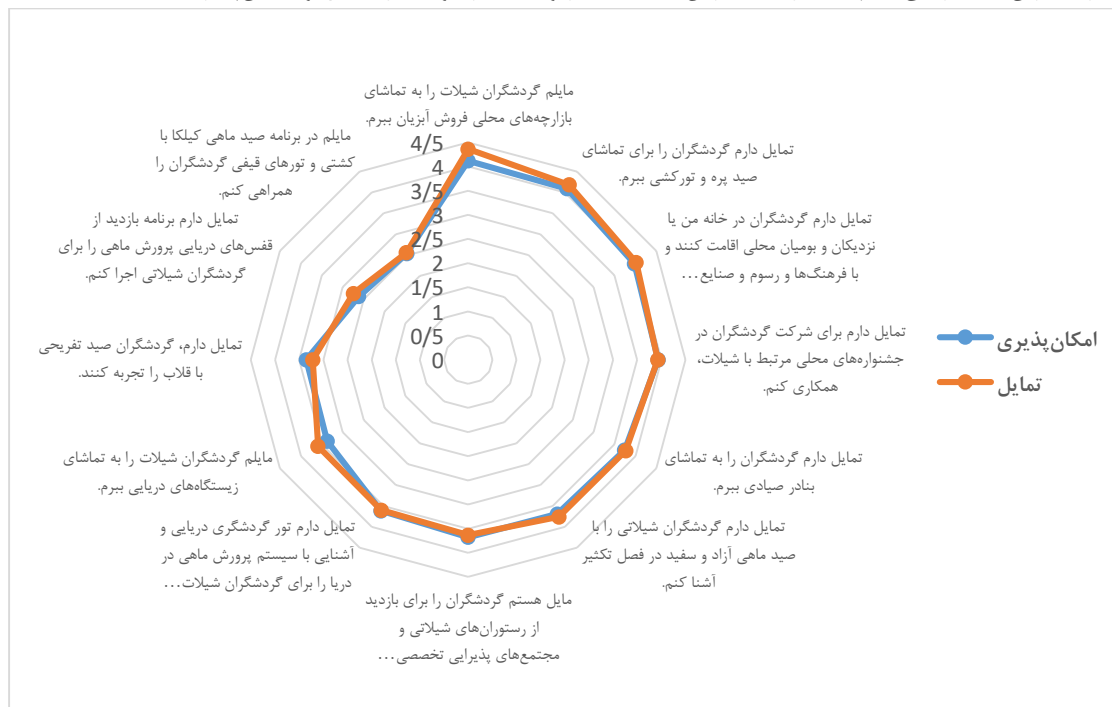
نتایج بررسی امکان‌پذیری گردشگری شیلات از دیدگاه سیادان نشان داد که میانگین کل نمره این گویه ۳/۴۶ با انحراف معیار ۰/۴۷ بوده است. نتایج همچنین نشان داد که گویه‌های «مایلم گردشگران شیلات را به تماشای بازارچه‌های محلی فروش آبزیان ببرم» با میانگین ۴/۱۱ در رتبه اول امکان‌پذیری فعالیت‌های گردشگری شیلات از دیدگاه سیادان عضو تعاونی‌های پره در مناطق ساحلی دریای خزر قرار گرفت. گویه‌های «تمایل دارم گردشگران را برای تماشای صید پره و تورکشی ببرم» با میانگین ۴/۰۹، «تمایل دارم برای شرکت گردشگران در جشنواره‌های محلی مرتبط با شیلات، همکاری کنم» با میانگین ۳/۹۷ و «گویه «تمایل دارم گردشگران در خانه من یا نزدیکان و بومیان محلی اقامت کنند و با فرهنگ‌ها و رسوم و صنایع دستی شیلاتی جوامع صیادی محلی آشنا شوند» با میانگین ۳/۹۳ در رتبه بعدی قرار داشتند. همچنین یافته‌ها نشان داد که آخرین گویه‌های متغیر امکان‌پذیری، گویه «تمایل دارم برنامه بازدید از قفس‌های دریایی پرورش ماهی را برای گردشگران شیلاتی اجرا کنم» با میانگین ۲/۶۱ و گویه «مایلم در برنامه صید ماهی کیلکا با کشتی و تورهای قیفی گردشگران را همراهی کنم» با میانگین ۲/۵۳ است (جدول ۸).

جدول ۸. رتبه‌بندی گویه‌های تمایل و امکان‌پذیری گردشگری شیلات

تمایل		امکان‌پذیری		
رتبه	میانگین	رتبه	میانگین	گویه‌ها
۱	۴/۳۶	۰/۶۱	۴/۱۱	مایلم گردشگران شیلات را به تماشای بازارچه‌های محلی فروش آبزیان ببرم.
۲	۴/۱۸	۰/۷۹	۴/۰۹	تمایل دارم گردشگران را برای تماشای صید پره و تورکشی ببرم.
۳	۴/۰۱	۰/۹۸	۳/۹۳	تمایل دارم گردشگران در خانه من یا نزدیکان و بومیان محلی اقامت کنند و با فرهنگ‌ها و رسوم و صنایع دستی شیلاتی جوامع صیادی محلی آشنا شوند.
۴	۳/۹۲	۰/۸۶	۳/۹۷	تمایل دارم برای شرکت گردشگران در جشنواره‌های محلی مرتبط با شیلات، همکاری کنم.
۵	۳/۷۷	۰/۹۸	۳/۶۷	تمایل دارم گردشگران را به تماشای بنادر صیادی ببرم.
۶	۳/۷۶	۰/۹۵	۳/۷۴	تمایل دارم گردشگران شیلاتی را با صید ماهی آزاد و سفید در فصل تکثیر آشنا کنم.
۷	۳/۶۳	۱/۰۱	۳/۶۹	مایلم هستم گردشگران را برای بازدید از رستوران‌های شیلاتی و مجتمع‌های پذیرایی تخصصی شیلاتی برای تجربه طبخ و تناول غذاهای دریایی محلی، ببرم.
۸	۳/۶۰	۱/۰۵	۳/۳۷	تمایل دارم تور گردشگری دریایی و آشنایی با سیستم پرورش ماهی در دریا را برای گردشگران شیلات اجرا کنم.
۹	۳/۵۹	۱/۰۹	۳/۳۵	مایلم گردشگران شیلات را به تماشای زیستگاه‌های دریایی ببرم.
۱۰	۳/۲۱	۱/۱۲	۳/۶۱	تمایل دارم، گردشگران صید تفریحی با قلاب را تجربه کنند.
۱۱	۲/۷۴	۱/۱۰	۲/۶۱	تمایل دارم برنامه بازدید از قفس‌های دریایی پرورش ماهی را برای گردشگران شیلاتی اجرا کنم.
۱۲	۲/۵۵	۱/۱۵	۲/۵۳	مایلم در برنامه صید ماهی کیلکا با کشتی و تورهای قیفی گردشگران را همراهی کنم.
	۳/۵۹	۰/۵۸	۳/۴۶	کل

منبع: یافته‌های پژوهش

بررسی مقایسه‌ای میزان تمایل صیادان به فعالیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری شیلات و میزان امکان‌پذیری این فعالیت‌ها (نمودار ۱) نشان می‌دهد که گوپه «مایلم گردشگران شیلات را به تماشای بازارچه‌های محلی فروش آبیان بیرم» بالاترین رتبه را هم در بین گوپه‌های متغیر میزان تمایل و هم متغیر میزان امکان‌پذیری، دارا می‌باشد. علاوه بر این، گوپه «تمایل دارم گردشگران را برای تماشای صید پره و تورکشی بیرم» نیز دومین رتبه در بین گوپه‌های هر دو متغیر میزان تمایل و امکان‌پذیری را به خود اختصاص داده است. این شباهت دیدگاه صیادان در مورد تمایل و امکان‌پذیری فعالیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری شیلات در گوپه‌های دارای آخرین رتبه نیز قابل ملاحظه است. بدین ترتیب که گوپه‌های «تمایل دارم برنامه بازدید از قفس‌های دریایی پرورش ماهی را برای گردشگران شیلاتی اجرا کنم» و «مایلم در برنامه صید ماهی کیلکا با کشتی و تورهای قیفی گردشگران را همراهی کنم» به ترتیب آخرین رتبه‌های مربوط به هر دو متغیر تمایل و امکان‌پذیری را دارند.



نمودار ۱. بررسی مقایسه‌ای میزان تمایل و امکان‌پذیری جذابیت‌های گردشگری شیلات از دیدگاه صیادان

رتبه‌بندی گوپه‌های منبع ترجیحی دریافت اطلاعات صیادان در زمینه گردشگری شیلات

نتایج این بخش نشان داد که «بازدید از نمونه‌هایی که قبلاً گردشگری شیلات را انجام داده‌اند» مهمترین منبع اطلاعاتی ترجیحی صیادان برای افزایش اطلاعات خود در زمینه گردشگری شیلات است. در کنار این روش، پرسش از کسانی که تجربه انجام گردشگری شیلات را دارند و «مشاهده برنامه‌های تلویزیونی» و «اینترنت و شبکه‌های مجازی مانند اینستاگرام» در رتبه‌های بعدی قرار دارند. کمترین میزان تمایل صیادان به منبع علمی کسب دانش و اطلاعات لازم در زمینه گردشگری شیلات مربوط به «انجام گردشگری شیلات با آزمون و خطا و کسب تجربه از این طریق» است.

جدول ۱۱. رتبه‌بندی گویه‌های منابع اطلاعاتی ترجیحی صیادان در زمینه گردشگری شیلات

رتبه	انحراف معیار	میانگین	منبع اطلاعاتی
۱	۰/۹۱	۴/۴۸	بازدید از نمونه‌هایی که قبلاً گردشگری شیلات را انجام داده‌اند
۲	۰/۹۲	۴/۴۸	پرسش از کسانی که تجربه انجام گردشگری شیلات را دارند
۳	۱/۰۵	۴/۴۳	مشاهده برنامه‌های تلویزیونی
۴	۰/۸۱	۳/۶۰	اینترنت و شبکه‌های مجازی مانند اینستاگرام
۵	۰/۶۸	۳/۳۶	مراجعه به ادارات گردشگری
۶	۰/۹۵	۳/۳۰	ملاقات حضوری با کارشناسان گردشگری و شیلات
۷	۱/۳۰	۲/۸۸	گوش دادن به رادیو
۸	۰/۹۶	۲/۳۹	مطالعه جزوه و بروشورهای منتشر شده در این رابطه
۹	۱/۰۷	۲/۰۷	شرکت در کلاس‌های آموزشی و ترویجی
۱۰	۱/۰۱	۱/۶۸	انجام گردشگری شیلات با آزمون و خطا و کسب تجربه از این طریق

۷. نتایج تحلیلی/استنباطی

به منظور تعیین همبستگی متغیرهای اصلی تحقیق از ماتریس ضرایب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد که تمام متغیرهای پژوهش از قبیل: تمایل صیادان به مشارکت در گردشگری شیلات، نگرش صیادان به گردشگری شیلات، هنجارهای ذهنی در خصوص گردشگری شیلات، و کنترل رفتار ادراک شده در خصوص مشارکت در گردشگری شیلات، همگی در سطح یک درصد دارای همبستگی مثبت و معنی‌داری با همدیگر بودند (جدول ۱۲).

جدول ۱۲. ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرهای اصلی تحقیق

مؤلفه	تمایل	نگرش	هنجارهای ذهنی	کنترل رفتار ادراک شده
تمایل	۱			
نگرش	۰/۶۷۰*	۱		
هنجارهای ذهنی	۰/۶۶۷*	۰/۸۳۲*	۱	
کنترل رفتار ادراک شده	۰/۶۲۷*	۰/۷۰۷*	۰/۷۹۳*	۱

$P \leq 0.001$

برای انجام مقایسه میانگین میزان تمایل در گروه‌های مختلف سنی، با توجه به رتبه‌ای بودن و بیش از دو سطح بودن متغیر سن و فاصله‌ای بودن مقیاس متغیر وابسته، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه و برای تعیین میزان اختلاف بین میانگین گروه‌ها، با توجه به اینکه واریانس‌ها یکسان می‌باشند، از آزمون LSD استفاده شد. نتایج نشان می‌دهند که بین میزان تمایل صیادان به مشارکت در گردشگری شیلات و میزان سن آنها، اختلاف معنی‌داری در سطح پنج درصد وجود دارد. بنابراین، می‌توان گفت سن صیادان بر میزان تمایل آن‌ها به گردشگری شیلات تأثیرگذار است. در ادامه آزمون تعقیبی LSD نشان داد که بین میانگین تمایل صیادانی که در بازه سنی ۳۶ تا ۴۵ قرار دارند (میانگین = $3/87$) و صیادانی که در بازه سنی ۴۶ تا ۵۵ (میانگین = $3/42$) و بالاتر از ۵۵ قرار دارند (میانگین = $3/43$)، تفاوت معنی‌داری در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد. به عبارت دیگر، تمایل به مشارکت در گردشگری شیلات صیادانی با سن ۳۶ تا ۴۵ سال، از صیادانی که در بازه سنی ۴۶ تا ۵۵ و بالاتر از ۵۵ سال قرار دارند، به شکل معنی‌داری بیشتر است.

جدول ۱۳. مقایسه میزان تمایل صیادان به مشارکت در گردشگری شیلات بر حسب سطح تحصیلات

متغیر	سطح متغیر گروه بندی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	مقدار f	سطح معنی داری
سن	کمتر از ۲۵	۲۲	۳/۷۰	۰/۵۲۷	۴	۶/۳۲۳	۰/۰۰۰
	۲۵ تا ۳۵	۳۴	۳/۵۹	۰/۵۹۶			
	۳۶ تا ۴۵	۶۱	۳/۸۷	۰/۶۹۵			
	۴۶ تا ۵۵	۶۸	۳/۴۲	۰/۴۰۲			
	بالتر از ۵۵	۲۵	۳/۴۳	۰/۴۰۸			
	کل	۲۱۰	۳/۶۱	۰/۵۷۴			

برای انجام مقایسه میانگین میزان تمایل در گروه‌های مختلف تحصیلی، با توجه به ترتیبی بودن و بیش از دو سطح بودن متغیر سطح تحصیلات و فاصله‌ای بودن مقیاس متغیر وابسته، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه و برای تعیین میزان اختلاف بین میانگین گروه‌ها، با توجه به اینکه واریانس‌ها یکسان می‌باشند، از آزمون LSD استفاده شد. نتایج نشان می‌دهند که بین میزان تمایل صیادان به مشارکت در گردشگری شیلات و میزان تحصیلات آنها، اختلاف معنی داری در سطح یک درصد وجود دارد. بنابراین، می‌توان گفت تحصیلات صیادان بر میزان تمایل آن‌ها به گردشگری شیلات تأثیرگذار است. در ادامه آزمون تعقیبی LSD نشان داد که بین میانگین تمایل صیادانی که سطح تحصیلات دیپلم (میانگین = ۳/۸۵) و لیسانس و بالاتر (میانگین = ۴/۲۱) دارند و صیادانی که تحصیلات سیکل (میانگین = ۳/۵۳) و خواندن و نوشتن (میانگین = ۳/۴۷) و بی‌سواد (میانگین = ۳/۲۷) دارند، تفاوت معنی داری وجود دارد. به عبارت دیگر، تمایل به مشارکت در گردشگری شیلات صیادانی که سطح تحصیلات دیپلم و لیسانس و بالاتر دارند، از صیادانی که سطح تحصیلی سیکل و ابتدایی و کمتر برخوردار هستند، به شکل معنی داری در سطح اطمینان ۹۹ درصد، بیشتر است.

جدول ۱۴. مقایسه میزان تمایل صیادان به مشارکت در گردشگری شیلات بر حسب سطح تحصیلات

متغیر	سطح متغیر گروه بندی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	مقدار f	سطح معنی داری
تحصیلات	بی‌سواد	۲۴	۳/۲۷	۰/۵۶۷	۴	۱۲/۲۳۲	۰/۰۰۰
	خواندن و نوشتن	۴۲	۳/۴۷	۰/۴۱۶			
	سیکل	۸۲	۳/۵۳	۰/۶۴۸			
	دیپلم	۴۷	۳/۸۵	۰/۳۹۶			
	لیسانس و بالاتر	۱۵	۴/۲۱	۰/۲۷۰			
	کل	۲۱۰	۳/۵۹	۰/۵۷۴			

برای انجام مقایسه میانگین میزان تمایل در بین صیادان با میزان سابقه کار شیلاتی، و درآمد صیادان از صیادی، با توجه به رتبه‌ای بودن و بیش از دو سطح بودن متغیر مستقل (میزان سابقه کار شیلاتی، و درآمد صیادان از صیادی) و فاصله‌ای بودن مقیاس متغیر وابسته، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. نتایج نشان می‌دهند که بین میزان تمایل صیادان به مشارکت در گردشگری شیلات و میزان سابقه کار شیلاتی آنها، و درآمد صیادان از صیادی اختلاف معنی داری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود ندارد ($F=2.342$, $Sig=0.153$).

به منظور تعیین عوامل مؤثر بر تمایل صیادان به گردشگری شیلات، پس از بررسی همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته، متغیرهایی که با نگرش همبستگی داشتند (نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده) به عنوان متغیر پیش‌بینی کننده و متغیر تمایل به عنوان متغیر وابسته وارد معادله رگرسیون شدند. نتایج رگرسیون چندگانه (جدول ۱۵) نشان

داد که سه متغیر نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده در مجموع قادرند نزدیک به نیمی از درصد تغییرات متغیر تمایل (۰/۴۹۸) را تبیین کنند. همچنین متغیر نگرش بیشترین درصد تبیین متغیر وابسته ($\beta = 0/333$) و به عبارتی بیشترین تأثیر را بر تمایل صیادان داشته است. پس از آن، متغیرهای کنترل رفتار ادراک شده با $\beta = 0/266$ درصد تبیین و متغیر هنجارهای ذهنی با $\beta = 0/239$ درصد تبیین متغیر وابسته را به خود اختصاص دادند. با توجه به این موارد، معادله رگرسیون حاصل از تحلیل رگرسیون بر اساس ضرایب B بصورت زیر بدست آمد:

$$Y = 0.649 + 0.333(X_1) + 0.239(X_2) + 0.266(X_3)$$

جدول ۱۵. عوامل مؤثر بر تمایل صیادان به گردشگری شیلات

متغیر	B	S.E.	β	t	Sig.	Constant	Adjusted R square
نگرش (X_1)	۰/۳۳۳	۰/۰۸۸	۰/۳۳۹	۳/۸۰۲	۰/۰۰۰		
هنجارهای ذهنی (X_2)	۰/۲۳۹	۰/۱۱۷	۰/۲۱۱	۲/۰۳۴	۰/۰۴۳	۰/۶۴۹	۰/۴۹۸
کنترل رفتار ادراک شده (X_3)	۰/۲۶۶	۰/۰۹۹	۰/۲۲۰	۲/۷۰۵	۰/۰۰۷		

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یکی از مهمترین ابعاد مفهوم گردشگری شیلات، صیادان محلی به عنوان ارایه دهندگان خدمات گردشگری شیلات هستند. تا زمانی که صیادان نسبت به گردشگری شیلات تمایل نداشته باشند، تلاش برای توسعه گردشگری شیلات در کشور با مانع جدی روبه رو خواهد بود. اما صیادان برای انجام یا عدم انجام هر کنش، رفتار و اقدامی برای پذیرش گردشگری شیلات در کنار کار صیادی خود به عنوان منبع درآمدی که باعث کاهش فشار بر منابع دریایی شود، به دنبال دلایل منطقی خواهند بود. لذا شناخت دلایل تمایل به پذیرش یا عدم پذیرش گردشگری شیلات توسط صیادان، برای بکارگیری در برنامه ریزی‌های توسعه گردشگری شیلات در کشور بسیار دارای اهمیت است. بررسی میزان تمایل صیادان عضو تعاونی‌های پره در مناطق ساحلی دریای خزر به پذیرش و مشارکت در گردشگری شیلات و عوامل مؤثر بر آن هدف کلی این پژوهش بود. در این راستا چارچوب نظری مورد استناد، تئوری تجزیه رفتار برنامه‌ریزی شده از طریق وارد کردن اجزای تشکیل دهنده سازه‌های نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده بر تمایل رفتاری بود. یافته‌های توصیفی نشان داد که سن اکثر کشاورزان در محدوده میانسالی است. بنابراین، نیاز است که اصول آموزش بزرگسالان در تهیه و اجرای برنامه‌ها آموزشی و ترویجی مد نظر طراحان برنامه‌ها قرار گیرد. همچنین با توجه به یافته‌ها که نشان داد سطح تحصیلات اکثر صیادان مورد مطالعه، سیکل است، لذا استفاده از روش‌های میدانی و عملی مانند نمایش‌های نتیجه‌ای و طریقه‌ای از طرف کارشناسان کارایی بالاتری دارد. همچنین نتایج نشان داد که میزان درآمد شیلاتی نزدیک به نیمی از پاسخگویان کمتر از یک میلیون تومان در ماه است. این یافته نشان می‌دهد که با توجه به وضعیت مالی اکثر صیادان، سرمایه‌گذاری صیادان در برنامه گردشگری شیلات که نیاز به سرمایه مالی داشته باشد، بدون حمایت مالی از سوی سازمان‌های مرتبط، انجام نخواهد شد. نتایج تحقیقات مشابه نیز مؤید این موضوع است، از جمله در پژوهش عادل‌ساردویی و همکاران (Adeli-Sardooei et al., 2021)، درآمد ماهیانه به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر تمایل به پذیرش شناخته شده است. لذا اعطای تسهیلات متنوع به صیادان برای شروع گردشگری شیلات از ضروریات است. این حمایت می‌تواند به شکل هوشمند و در راستای اجرای برنامه‌های گردشگری شیلات (که دارای مزیت نسبی و سازگاری بیشتری با وضعیت صیادان دارد) از بین فعالیت‌های شناسایی شده صورت گیرد. نتایج یافته‌های اقتصادی پژوهش نشان می‌دهد که وضعیت اقتصادی صیادان پره در وضعیت نامطلوبی است و بررسی مشکلات این قشر و یافتن راه حل‌های ممکن بسیار ضروری است. بنابراین برای شروع پروژه گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر، فعالیت‌هایی از گردشگری شیلات که نیاز به سرمایه‌گذاری کمتری داشته باشند، بایستی در اولویت باشد. نتایج این پژوهش نشان داد که

۱۷/۱ درصد صیادانی که حداقل آشنایی با گردشگری شیلات را داشتند، گزینه مشاهده برنامه تلویزیونی را به عنوان منبع اطلاعاتی انتخاب کرده‌اند. اینترنت و شبکه‌های مجازی مانند اینستاگرام در رده‌ی بعدی قرار داشت. این موضوع نشان دهنده ضریب نفوذ بالای این دو رسانه در بین جامعه صیادان در مناطق ساحلی دریای خزر است. بنابراین لازم است که سیاست‌گذاران عرصه گردشگری شیلات بهره‌گیری از تلویزیون و شبکه‌های مجازی و اینترنت را در اولویت کانال‌های مورد استفاده جهت افزایش دانش و ارتقای نگرش صیادان و مردم محلی نسبت به گردشگری شیلات قرار دهند. این رسانه‌ها - با توجه به جمعیت گسترده تحت پوشش - می‌تواند برای ترغیب و آشنا کردن گروه هدف با گردشگری شیلات مورد استفاده قرار بگیرد. همچنین نتایج نشان داد که «بازدید از نمونه‌هایی که قبلاً گردشگری شیلات را انجام داده‌اند» و «پرسش از کسانی که تجربه انجام گردشگری شیلات را دارند» مهمترین منبع اطلاعاتی ترجیحی صیادان برای افزایش اطلاعات خود در زمینه گردشگری شیلات است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده از روش‌های عملی همچون برگزاری تورهایی برای افزایش دانش و مهارت صیادان نسبت به گردشگری شیلات، مورد استقبال بیشتری از سوی جامعه صیادان قرار خواهد گرفت. به همین منظور پیشنهاد می‌شود به منظور افزایش اثرگذاری دوره‌های آموزشی از افراد مطلع، برگزار کنندگان برتر و نمونه گردشگری، جهت نشر و پذیرش گردشگری شیلات حداکثر بهره برداری صورت پذیرد.

نتایج یافته‌ها از بخش توصیفی نگرش نشان می‌دهد که صیادان عضو تعاونی‌های پره نگرش مثبتی (با میانگین ۳/۶۲) نسبت به گردشگری شیلات دارند. نتایج نشان می‌دهد که صیادان اعتقاد دارند که گردشگری شیلات می‌تواند موجب افزایش نرخ اشتغال جوانان و زنان، در مناطق ساحلی گردد، در ایجاد ارزش افزوده برای محصولات محلی، شیلات سنتی و صنایع دستی، نقش مثبتی داشته باشد و موجب تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی و بازار کار شود (سودمندی درک شده). صیادان اعتقاد دارند که گردشگری شیلات تا حدودی با شرایط منطقه آن‌ها سازگاری دارد. این سازگاری البته در بخش توانایی آن‌ها برای اجرای گردشگری شیلات است، اما آن‌ها اذعان دارند که برای اجرای گردشگری شیلات در منطقه آن‌ها نیاز به شرایط و امکانات بهتری وجود دارد (سازگاری). همچنین یافته‌ها نشان داد که از نظر صیادان، گردشگری شیلات به‌ویژه برخی از فعالیت‌ها و جذابیت‌های مورد استفاده در این پژوهش به سادگی قابل انجام است و بسیاری از فعالیت‌های گردشگری شیلات پیچیدگی چندانی ندارد. تماشای صید پره و تورکشی برای گردشگران، گشت و گذار گردشگران در بازارچه‌های محلی فروش آبیان و شرکت کردن گردشگران شیلات در جشنواره‌های محلی مرتبط با شیلات از ساده‌ترین فعالیت‌های گردشگری شیلات است که به سادگی قابل انجام هستند. البته آن‌ها اعتقاد دارند که برای بهره‌مند شدن گردشگران شیلات از تماشای صید ماهی کیلکا با کشتی و تورهای قیفی، بازدید از قفس‌های دریایی پرورش ماهی به سادگی سایر فعالیت‌های گردشگری شیلات نیستند (ادراک از سهولت). بر اساس تئوری راجرز یکی از ویژگی‌های مؤثر در پذیرش نوآوری پیچیدگی است. چنانچه کشاورزان درک مناسبی از میزان سهولت ایده نو داشته باشند به‌طور قطع احتمال پذیرش آن‌ها بیشتر خواهد بود. این یافته با تحقیق پادل و لامپکین (Padel and Lampkin, 2011) و نیز مبنای تئوریک نظریه راجرز همخوان است. بنابراین پیشنهاد می‌شود با استفاده از روش‌های پخش فیلم آموزشی و استفاده از نمایش طریقه‌ای نسبت به ارتقای نگرش صیادان به سهولت اجرای گردشگری شیلات اقدام شود.

نتایج یافته‌های بخش توصیفی هنجارهای ذهنی نشان می‌دهد که صیادان عضو تعاونی‌های پره هنجارهای ذهنی مثبتی (با میانگین ۳/۵۱) نسبت به گردشگری شیلات دارند. نتایج نشان می‌دهد که صیادان به نظر خانواده و دوستانشان در مورد اینکه چه کاری انجام دهند بسیار اهمیت می‌دهند (تأثیر اطرافیان). این یافته موافق و مؤید کارکرد یکی از اجزای مدل پارک (Park, 2003) است و نشانگر اثرگذاری کانال‌های ارتباطی غیررسمی نظیر اطرافیان در شکل‌گیری هنجارهای ذهنی نسبت به واقعیات محیطی است. پیشنهاد می‌شود با بهره‌مندی از نظرات افراد کلیدی و تأثیرگذار در مناطق ساحلی دریای خزر، از نقش اطرافیان صیادان در متقاعدسازی ایشان برای پذیرش گردشگری شیلات استفاده شود.

همچنین نتایج نشان می‌دهد که صیادان عضو تعاونی‌های پره تجربیاتی دارند که می‌تواند به آن‌ها در مسیر اجرای گردشگری شیلات بسیار کمک کند. آن‌ها تجربه صید انواع ماهیان را دارند، در گذشته دوستانشان را به تماشای صید پره و تورکشی برده‌اند و هنگام میزبانی از میهمان‌هایشان، آن‌ها را به بازدید از رستوران‌های شیلاتی و مجتمع‌های پذیرایی شیلاتی برده‌اند (تجربیات گذشته).

نتایج یافته‌ها در بخش توصیفی کنترل رفتار برنامه‌ریزی شده نشان می‌دهد که به گفته صیادان عضو تعاونی‌های پره، مناطق ساحلی دریای خزر جاذبه‌های کافی برای انجام گردشگری شیلات را دارا است، آب و هوای این منطقه نیز برای انجام گردشگری شیلات بسیار مناسب است. از دیگر شرایط تسهیل کننده منابع، وضعیت مناسب راه و ناوگان حمل و نقل و برخورداری منطقه از آب سالم و بهداشتی است که بنابر گفته صیادان، مناطق ساحلی دریای خزر از این زیرساخت برخوردار هستند. البته تعداد کمی از صیادان گفتند که در منزل، فضای کافی برای اسکان گردشگران را در اختیار دارند یا می‌توانند تهیه کنند. همچنین بیشتر صیادان بیان کردند که هزینه‌های مربوط به تهیه‌ی زیرساخت‌های لازم برای اجرای برنامه‌های گردشگری شیلات (محل اسکان، حمل و نقل، وسایل ماهیگیری و ..) خارج از توان مالی آن‌ها است (شرایط تسهیل کننده منابع).

یافته‌های این بخش همچنین نشان داد که اغلب صیادان احتمال می‌دهند اعضای خانواده‌شان، آن‌ها را برای اجرای برنامه‌های گردشگری شیلات حمایت می‌کنند. آن‌ها البته احتمال این پشتیبانی از سوی سازمان‌های مرتبط را کمتر می‌دانستند. به گفته صیادان دسترسی به نشریه‌های محلی و منابع اطلاعاتی و آموزشی در فضای مجازی برای کسب اطلاعات درباره گردشگری شیلات کمتر از متوسط است. آن‌ها همچنین اعتقاد دارند برای برطرف کردن نیازهای اطلاعاتی خود درباره گردشگری شیلات از طریق مراجعه به اداره شیلات و تعاونی‌های پره چندان کارساز نیست (پشتیبانی). صیادان برای ورود به فاز پذیرش نهایی و اقدام به اجرای گردشگری شیلات بایستی از سطح قابل قبول دسترسی به منابع، امکانات، ابزار و ادوات برخوردار باشند. این نتیجه با مطالعات ملک سعیدی و همکاران (Maleksaeidi et al., 2010) در زمینه اهمیت دسترسی به اطلاعات کشاورزی، پژوهش ویلر (Wheeler, 2005) در خصوص ضرورت وجودی اطلاعات در دسترس، مطالعه فردریش و همکاران (Friedrich et al., 2009) در رابطه با محدودیت‌های زیربنایی و دانشی که مانع پذیرش محصولات سالم می‌گردند، با مطالعه تیرفلدر و همکاران (Thierfelder et al., 2012) در زمینه وجود نهادهای مناسب و قابل دسترس و ضرورت وجود بازار و اطلاعات مناسب، با پژوهش رضایی و همکاران (Rezaei et al., 2021) در رابطه با تأثیر خودکارآمدی بر پذیرش، و نیز با مطالعه وان هالست و پوستوماس (Van-Hulst and Posthumus, 2016) که نقش کنترل رفتاری درک شده در پذیرش عملیات کشاورزی ارگانیک را مهم می‌دانند، همخوانی دارد. چوپچیان و همکاران (Choobchian et al., 2017) در پژوهشی که به بررسی چرایی نبود زمینه پذیرش فناوری آبیاری قطره‌ای توسط کشاورزان پرداخته‌اند اظهار می‌دارند که عامل‌هایی مانند سطح‌های متفاوت پشتیبانی دولت، نبود زمینه وفای به عهد دولت و یا صداقت دولت در سیاست‌های حکومتی، در نبود پذیرش نوآوری‌ها مؤثر بوده‌اند. همچنین کشاورزان به تسهیلات ارائه شده توسط دولت، آسانی در دسترسی بودن آن و به صرفه بودن قاعده‌ی بازی برای کشاورز اطمینان نداشتند. همچنین نبود زمینه پشتیبانی مناسب و به هنگام دولت از نظر کمک‌های کارشناسی و مشاوره‌ای می‌تواند از نبود توفیق کشاورزان نیز قلمداد شود. می‌توان گفت سیاست‌گذاری نامناسب دولت می‌تواند یکی از دلایل اصلی برای رد نوآوری باشد. همچنین نتایج به دست آمده، گاهی اوقات به دلیل بی‌توجهی مروجان در معرفی درست یک نوآوری و یا حمایت‌های بعدی از آن در هنگامی که پذیرنده با مشکل روبه‌رو می‌شوند سبب شکست یک نوآوری می‌شود که این نیز خود باعث بی‌اعتمادی جامعه به کارشناسان و مروجان می‌شود و پذیرش را برای دیگر نوآوری‌هایی که در آینده معرفی می‌شوند، دشوارتر می‌کند. بنابراین پیش از ارائه و معرفی یک نوآوری و فناوری به گروه هدف باید زیرساخت‌های لازم فراهم شود و تسهیلاتی برای پشتیبانی از آن در نظر گرفته شود تا جامعه هدف را تشویق به استفاده و پذیرش فناوری‌ها و نوآوری‌ها کند. بنابراین وجود زیرساخت‌ها و حمایت‌های دولتی مانند دسترسی به بازار و یا دسترسی به ابزار مورد نیاز گردشگری شیلات از ضروریات توسعه گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر است. پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان و

سیاست‌گذاران گردشگری شیلات، شرایط تسهیل دسترسی به تکنولوژی و اطلاعات و منابع را برای صیادان در اولویت قرار دهند. همچنین پشتیبانی‌های فنی از دیگر مواردی است که دوام و پایداری فعالیت گردشگری شیلات را در پی خواهد داشت. مقایسه میزان تمایل صیادان به فعالیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری شیلات و میزان امکان‌پذیری این فعالیت‌ها نشان می‌دهد که تشابه بسیار زیادی بین رتبه فعالیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری شیلات از نظر میزان تمایل صیادان برای پذیرش و مشارکت در آن و میزان درک آن‌ها از امکان‌پذیر بودن آن فعالیت وجود دارد. به عبارت دیگر، بیشترین تمایل صیادان، به امکان‌پذیرترین برنامه‌های گردشگری شیلات از دیدگاه خودشان بود. فعالیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری شیلات در رتبه یک تا چهارم، بر اساس هردو شاخص تمایل و امکان‌پذیری عبارت بودند از: «مشارکت در برنامه تماشای صید پره و تورکشی»، «تماشای بازارچه‌های محلی فروش آبیان توسط گردشگران شیلات»، «اقامت گردشگران در خانه صیادان و یا نزدیکان و بومیان محلی و آشنا شدن با فرهنگ‌ها و رسوم و صنایع دستی شیلاتی جوامع صیادی محلی» و «شرکت کردن گردشگران در جشنواره‌های محلی مرتبط با شیلات». در سمت مقابل نیز کمترین تمایل صیادان بین فعالیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری شیلات، فعالیت‌هایی بود که از دیدگاه صیادان کمترین امکان‌پذیری را داشتند.

نتایج به دست آمده مقایسه میانگین‌ها نشان می‌دهد که بین میزان تمایل صیادان به مشارکت در گردشگری شیلات بر اساس محل سکونت، سابقه کار شیلات و درآمد اختلاف معناداری وجود ندارد. این در حالی است که میان میزان تمایل صیادان به گردشگری شیلات بر حسب میزان تحصیلات آن‌ها اختلاف معناداری وجود دارد که با نتایج تحقیقات داوونز و هاسنبلاس (Downs and Hausenblas, 2005) همسو است. همچنین بین میزان تمایل به گردشگری شیلات در گروه‌های سنی مختلف نیز اختلاف معنی‌داری وجود دارد. کومار (Kumar, 2012) نیز در نتایج پژوهش خود تجربه کشاورزی و سن را به عنوان عامل‌های تأثیرگذار در پذیرش آبیاری قطره‌ای معرفی کرده است و بر این باور است که هر چقدر تجربه کشاورزان بیشتر باشد، بیشتر به پذیرش فناوری گرایش دارند.

نتایج رگرسیون چندگانه نشان داد که سه متغیر نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده بر تمایل صیادان به گردشگری شیلات مؤثر هستند و در مجموع قادرند ۴۹/۸ درصد تغییرات متغیر تمایل را تبیین کنند که این نتیجه با تحقیقات ترانو و همکاران، ۲۰۱۵؛ فیلدینگ و همکاران، (Fielding et al., 2008)، کافمن و همکاران، (Kaufmann et al., 2009)؛ و یزدان‌پناه و فروزانی (Yazdanpanah and Forouzani, 2015) همسو است. همچنین نتایج نشان داد که متغیر نگرش که از سه بخش؛ سودمندی ادراک شده، سازگاری و سهولت ادراک شده تشکیل شده است، مهمترین عامل تأثیرگذار بر تمایل صیادان به گردشگری شیلات خواهد بود. اعظمی و حسن‌پور (Azami and Hasanpoor, 2020) در مطالعه‌ای نشان داد که انتظار عملکرد (سودمندی ادراک شده) مهمترین عامل در پذیرش نوآوری‌ها از جانب آنان می‌باشد. بدین ترتیب چنانچه یک نوآوری از نقطه نظر آنان دارای عملکرد بالاتری باشد با اقبال پذیرش بیشتری روبه‌رو خواهد شد. در این راستا اولیورا و همکاران (Oliveira et al., 2016) نیز اذعان می‌کنند که انتظار عملکرد عامل مهمی است که پذیرش فناوری‌ها و نوآوری‌ها را به یک اندازه تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین وی انتظار عملکرد را با گویه‌های افزایش عملکرد، تولید و سودمندی در صورت پذیرفتن نوآوری، مجهز شدن به دانش و فناوری روز، داشتن مهارت برای تغییر و استفاده از نوآوری می‌سنجد. بنابراین، در هنگام معرفی یک فناوری و معرفی یک شیوه نو و جایگزینی آن با شیوه مرسوم یا سنتی باید روی جنبه مزیت نسبی و سوددهی آن برای جامعه هدف تأکید کرد. تأثیر سودمندی نوآوری در افزایش پذیرش نوآوری با مطالعات پارک و لی (Park and Lee, 2008)، بختیاری و همکاران (Bakhtiari et al., 2018) و کومار (Kumar, 2012) همسو است. موحدی و همکاران (Movahedi et al., 2017) در نتایج بررسی‌های خود عنوان کرده‌اند که هرچه کشاورز برتری و سودمندی فناوری را بیشتر درک کند و نسبت به برتری‌های به کارگیری بیشتر توجیه شود، نگرش بهتری نسبت به استفاده از فناوری پیدا می‌کند. بنابراین، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان گردشگری شیلات باید در نظر داشته باشند که پیش از شروع توسعه گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر، باید صیادان و گروه‌های محلی نسبت به مزایای گردشگری شیلات چه از بعد اقتصادی و چه از نظر

زیست محیطی و هم از بعد اجتماعی بخوبی توجیه شوند. توجه به هنجارهای ذهنی از دیگر مؤلفه‌ای است که با توجه به نتایج رگرسیون این پژوهش باید مدنظر قرار گیرد. یادآور و همکاران (Yadavar *et al.*, 2018) نیز در نتایج پژوهش خود عنوان می‌کنند که تأثیر اطرافیان (اجتماع پیرامون) در پذیرش نوآوری توسط هر یک از کشاورزان اهمیت بسیاری دارد. به عبارت دیگر، آنان پذیرش کشاورزان را تا حد زیادی متأثر از نوع کنش و واکنش همسایگان نسبت به پذیرش می‌دانند. دیکسون و همکاران (Dixon *et al.*, 2006) نیز بر پایه نتایج به دست آمده از پژوهش خود عنوان می‌کنند که انتشار فناوری از طریق گروه‌های محلی موجب افزایش پذیرش نوآوری در نظام کشاورزی بخش مرکزی نپال شده است. لذا پیشنهاد می‌شود شروع توسعه گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر، با تمرکز بر صیادان بانفوذ، اعضا و هیأت مدیره تعاونی‌های پره صیادی باشد.

اگرچه این تحقیق بینش دقیقی از تمایل ماهیگیران برای مشارکت در فعالیت‌های گردشگری شیلات و عوامل مؤثر بر تمایل آنها ارائه می‌کند، اما محدودیت‌هایی دارد. شایان ذکر است که این یافته‌ها مربوط به صیادان عضو تعاونی‌های پره در نواحی ساحلی دریای خزر ایران است و ممکن است این میزان تمایل به گردشگری شیلات و یا عوامل مؤثر بر آن در سایر مناطق، متفاوت باشد. نکته دیگری که در تصمیم‌گیری بر اساس نتایج این تحقیق باید به آن اشاره کرد این است که در این تحقیق، میزان تمایل مربوط به یک گروه مرتبط با گردشگری شیلات در نواحی ساحلی دریای خزر مورد ارزیابی قرار گرفت. علیرغم اهمیت نظرات صیادان و نقش مهم تعاونی‌های پره در صید در مناطق ساحلی دریای خزر، در نهایت ممکن است نظرات سایر گروه‌های مرتبط با گردشگری شیلات به ویژه گردشگران متفاوت یا مشابه این یافته‌ها باشد. بنابراین پیش از برنامه‌ریزی برای ایجاد و توسعه گردشگری شیلات، لازم است نظرات سایر گروه‌های مرتبط با گردشگری اعم از گردشگران، سایر ماهیگیران، جوامع محلی، کارشناسان گردشگری، سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، نهادهای دولتی و سایر سازمان‌های مرتبط، مورد توجه قرار گیرد. بنابراین، مطالعات آتی می‌تواند تمایل سایر گروه‌های مرتبط با گردشگری شیلات را مورد بررسی قرار دهند.

REFERNCES

- Adeli-Sardoei, M., Asadi, A., Kalantari, K., Barati, A., and Khosravi, H. (2021). Identifying the Determinants of Jiroft Farmers' Willingness to Adoption Levels of Crop Pattern Based on Water Resources. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*. doi: 10.22059/ijaedr.2021.313636.668974
- Ajzen, I. (1985). From intention to actions: A theory of planned behavior. In: J. Kuhl and J. Beckman (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. McGraw-Hill International. Retrieved from http://books.google.co.uk/books?hl=en&andlr=andid=ZbDIAAAQBAJ&andoi=fnd&andpg=PP1&anddq=Attitudes,+Personality,+and+Behavior&andots=hr_b4vcnbHandsig=gDd4yFNRh4KIgJLJxoEFqnqGQog#v=onepage&andq=Attitudes%2C+Personality%2C+and+Behavior&andf=true
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behavior. *Reactions and reflections. Journal of Psychology and Health*, 26(9), 1113-1127.
- Ajzen, I., and Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitudes, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison Wesley Publishing
- Ajzen, I., and Fishbein, M. (1980). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41(4), 607-627.
- Ajzen, I., and Madden, J. T. (1986). Prediction of goal-related behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Psychology*, 22(5), 453° 474.
- Aref, F., and Redzuan, M. B. (2008). Barriers to Community Participation toward Tourism Development in Shiraz, Iran, Pakistan. *Journal of Social Sciences*, 5(9).

- Azami, M., and Hasanpoor, K. (2020). Applying an integrated acceptance model and using technology for accepting innovations among farmers in Delfan County). *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 12(52), 157-176. doi: 10.22092/jaeear.2020.342593.1718
- Bakhtiari, Z., Yazdanpanah, M., Forouzani, M., and Kazemi, N. (2018). Investigating Factors affecting Agricultural Experts' Intention toward the extension of Biofuels for rural development in Khuzestan province. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 49(1), 94-104. doi: 10.22059/ijaedr.2018.66049
- Bartlett, J. E. Kotrlik, J. W., and Higgins, C. C. (2001) Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19, 43-50.
- Bellia, R. (2011). Pescaturism, a sustainable tourist experience. *J. Clean. Prod.* 133, 1034–1042.
- Chen, C., and Chang, Y. (2017). A transition beyond traditional fisheries: Taiwan's experience with developing fishing tourism. *Mar. Policy*, 79, 84–91.
- Chien, S. P. Wu, H. K., and Hsu, Y. S. (2014). An investigation of teachers' beliefs and their use of technology-based assessments. *Computers in Human Behavior*, 31, 198–210. doi:10.1016/j.chb.2013.10.037
- Choobchian, P., Kiamehr, M., and Maleki, A. (2017). Impediments to Adoption of Agricultural Technologies in Regions with Water Shortage from the Viewpoint of Farmers: The Case of Drip Irrigation in SALMAS. *Innovation Management Journal*, 6(3), 141-168.
- Daryanebard, Gh. (2018). Assessment of white fish stocks (Rutilus Kutumin) in the Caspian Sea Coastline (2015-2017). Iranian Fisheries Science Research Institute, Agriculture Research, Education and Extension Organization (AREEO), p 67.,
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Q.* 13; 319–340, <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Davis, F. D. Bagozzi, R. P., and Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8):982–1003.
- Davis, F. D. Bagozzi, R. P., and Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35:8. pp. 982-1003.
- Davis, J. (2010). *Rebuilding fisheries: Challenges for fisheries managers*. The Economics of Rebuilding Fisheries: Workshop Proceedings, OECD.
- Dixon, J. Nalley, L. Kosina, P. La Rovere, R. Hellin, J., and Aquino, P. (2006). Adoption and economic impact of improved wheat varieties in the developing world. *The Journal of Agricultural Science*, 144(6), 489-502.
- Downs, D. S., and Hausenblas, H. A. (2005). Elicitation studies and the theory of planned behavior: a systematic review of exercise beliefs. *Psychology of Sport and Exercise*, 6(1); 1-31
- Engelman, R. (2004). Chasing too few fish: Addressing the Core Constraints of Human Population Expansion on Environmental Sustainability", Sustainable Management of North American Fisheries. *Amer. Fish. Soc. Symp.*, Vol. 43, pp. 31-43.
- Fielding, K. S. Terry, D. J. Masser, B. M., and Hogg, M. A. (2008). Integrating social identity theory and the theory of planned behavior to explain decisions to engage in sustainable agricultural practices. *Journal of Social Psychology*, 47(1), 23-48.
- Friedrich, T. Kassam, A. H., and Taher, F. (2009). Adoption of conservation agriculture and the role of policy and institutional support. International consultation on no-till with soil cover and crop rotation. *Shortandy, Kazakhstan*. 1-38.
- Gefen, D., Karahanna, E., and Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1):51–90.
- González, R. C. L., and Piñeiro Antelo, M. d. l. A. (2020). Fishing tourism as an opportunity for sustainable rural development, the case of Galicia, Spain. *Land*, 9(11): 437.
- Herrera-Racionero, P. Miret-Pastor, L. and Lizcano, E. (2018). Viajar con la tradición: Los Pescadores artesanales ante la pesca-turismo en la Comunidad Valenciana (España). *Cuad. Tur.* 41.

- Huong, N. NHAN, B. Huy, D. T. N., and TU, N. (2021). Factors affecting the decisions of local people to participate in community tourism in the NorthWest of Vietnam. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(2), 226-232.
- Jiménez de Madariaga, C. and García del Hoyo, J. J. (2019). Enhancing of the cultural fishing heritage and the development of tourism: A case study in Isla Cristina (Spain). *Ocean. Coast. Manag.* 168, 1–11.
- Kaufmann, P., Stagl, S., and Franks, D. W. (2009). Simulating the diffusion of organic farming practices in two New EU Member States. *Journal of Ecological Economics*, 68(10), 2580-2593.
- KO, D. W., and Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Manage.* 23(5):521–530. doi: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00006-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00006-7)
- Kumar, D. S. (2012). Adoption of drip irrigation system in India: Some experience and evidence. *The Bangladesh Development Studies*, 61-78.
- Latkova, P., and Vogt, C. A. (2012). Resident's attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *J Travel Res.* 51(1):50–67. Doi: 10.1177/0047287510394193
- Legris, P. Ingham, J., and Collette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information and Management*, 40(3), 1–14.
- Liao, Z., and Shi, X. (2009). Consumer perceptions of internet-based E-retailing: an empirical research in Hong Kong. *Journal of Services Marketing*, 23(1):24–30.
- Liveira, T. Thomas, M. Baptista, G., and Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414.
- Maharjana, B., and Lal, A. C. (2021). Reaching the Unreached: Factors Affecting Community Participation in Local Development Project-A case of Taukhel. Proceedings of 10th IOE Graduate Conference, Peer Reviewed, ISSN: 2350-8914 (Online), 2350-8906 (Print). Volume: 10
- Maleksaeidi, H. Rezaei-Moghaddam, K., and Ajili, A. (2010). Study of professionals' knowledge towards organic farming in the Agri-Jihad organization of Fars province. *Iran Agricultural Extension and Education Journal*, 6 (2) 49–61. (In Persian).
- McGehee, N. G., and Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140.
- Miller, K. M. (2022). Disentangling tourism impacts on small-scale fishing pressure. *Mar. Policy*. 137: 104960.
- Miret-Pastor, L. Zamora, C. M. Herrera-Racionero, P., and Novo, R. M. (2015). Regional analysis of the fishing tourism in Spain. *J. Tour. Anal.*, 20: 23-28.
- Morris, M. G., and Venkatesh, V. (2000). Age differences in technology adoption decisions: Implications for a changing workforce. *Personnel Psychology*, 53(2), 375–403.
- Movahedi, R., Izadi, N., and Vahdat-Adab, R. (2017). Investigating Factors Affecting Farmers' Adoption of Pressurized Irrigation Technology in Asadabad County, Hamedan Province. *Journal of Water Research in Agriculture*, 31(2), 287-300. doi: 10.22092/jwra.2017.113172
- Nejat, S., and Fallah Lajimi, H. (2022). Identifying and prioritizing Factors Affecting the Revisit Intention of the Destination Brand in Iran with the Best-Worst Method. *Journal of International Marketing Modeling*, 3(1), 62-84.
- Nicolosi, A. Sapone, N. Cortese, L., and Marcianò, C. (2016). Fisheries-related tourism in southern Tyrrhenian coastline. *Procedia. Soc. Behav. Sci.* 223: 416-421.
- Padel, S., and Lampkin, C. (2011). Conversion to Organic Farming: An Overview in the Economics of organic farming and international perspective. *Wallingford, CAB International*: 295-313.
- Pariab, J. Abbasi. E. Sadighi, H. Choobchian, Sh., and Hosseinzadeh-Sahafi. H. (In Press). Identify Attractive Fisheries Tourism Activities in the Caspian Sea Coastline: Using Delphi Technique. *Journal of Agricultural Science and Technology*.

- Park, D. H., and Lee, J. (2008). EWOM overload and its effect on consumer behavioral intention depending on consumer involvement. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(4), 386-398.
- Park, J. (2003). Understanding consumer intention to shop online: A model comparison, dissertation presented to the faculty of the Graduate school partial fulfillment of the requirements for the degree of doctor of philosophy. University of Missouri- Columbia. Available at: <http://proquest.umi.com/login>.
- Park, S. H. Hsieh, C. M., and Lee, C. K. (2017). Examining Chinese college students' intention to travel to Japan using the extended theory of planned behavior: Testing destination image and the mediating role of travel constraints. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34(1), 113-131.
- Pavlou, P. A., and Fygenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly*, pages 115-143.
- Ramadan, Z. B. Farah, M. F., and Mrad, M. (2017). An adapted TPB approach to consumers' acceptance of service-delivery drones. *Technology Analysis and Strategic Management*, 29(7), 817-828. <https://doi.org/10.1080/09537325.2016.1242720>
- Rauniar, R. Rawski, G. Yang, J., and Johnson, B. (2014). Technology acceptance model (TAM) and social media usage: An empirical study on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management*, 27(1), 6-30. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2012-0011>
- Rezaei, R., Mokhtari, A., and Shababali Fami, H. (2021). Analysis of Psychological Factors Affecting Farmers' Behavior in Using Low-pressure Irrigation System in the East Azarbaijan Province. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 52(3), 469-487. doi: 10.22059/ijaedr.2021.311867.668961
- Rodrigues Capítulo, L., Carretero, S. C., and Kruse, E. E. (2017). Comparative study of urban development and groundwater condition in coastal areas of Buenos Aires, *Argentina. Hydrogeol. J.*, 25(5): 1407-1422.
- Rogelja, N., and Spreizer, A. J. (2017). *Fish on the Move*. MARE Publication Series; Springer Science and Business Media LLC: Berlin/Heidelberg, Germany, 11.
- Saarinen J. (2010). Local tourism awareness: community views in Katutura and King Nehale Conservancy, Namibia. *Development Southern Africa*. 27(5):713-724. doi: 10.1080/0376835x.2010.522833.
- Sitthisak, O., Gilbert, L., and Davis, H. C. (2008). An evaluation of pedagogically informed parameterized questions for self-assessment. *Learning. Media and Technology*, 33(3), 235-248. Doi: 10.1080/17439880802324210
- Taylor, S. and Todd, P. (1995). Assessing its usage: The role of prior experience, *MIS Quarterly*, 19(4): 561- 570.
- Taylor, S. and Todd, P. (1995). Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: a study of consumer adoption intentions. *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 12, pp. 137-55.
- Taylor, S., and Todd, P. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*. doi:10.1287/isre.6.2.144
- Thierfelder, C. Mutenje, M. Mujeyi, A., and Mupangwa W. (2015). Where is the limit? Lessons learned from long-term conservation agriculture research in Zimuto Communal area, Zimbabwe. *Food Security*, 7(1):15-31.
- Tosun, C. (2006). Expected nature of community participation in tourism development. *Tourism Management*, 27(3), 493-504.
- Tsafoutis, D.; Metaxas, T. (2021). Fishing Tourism in Greece: Defining Possibilities and Prospects. *Sustainability*, 13, 13847. <https://doi.org/10.3390/su132413847>
- Van-Hulst, F. J. and Posthumus. H. (2016). Understanding non-adoption of conservation agriculture in Kenya using the reasoned action approach. *Land Use Policy*, 56: 303-314.
- Vargas-Sánchez A, de los Ángeles Plaza-Mejía M, Porrás-Bueno N. (2009). Understanding

- residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *J Travel Res.* 47(3):373–387.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: integrating control, motivation and emotion into the technology acceptance model. *Information System Research*, 11, 4, 342-365.
- Venkatesh, V. and Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, vol. 46, no. 2, (2000), pp. 186-204.
- Venkatesh, V. and Morris, M. G. (2000). Why don't men ever stop to ask for directions? Gender, social influence, and their role in technology acceptance and usage behavior. *MIS Quarterly*. 24(1), 115-139.
- Venkatesh, V. Morris, M. G. Davis, G. B., and Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3): 425-478.
- Voyer, M. Barclay, K., and McIlgorm, A. (2017). Mazur, N. Connections or conflict? A social and economic analysis of the interconnections between the professional fishing industry, recreational fishing and marine tourism in coastal communities in NSW, Australia. *Mar. Policy*. 76: 114–121.
- Way, A. (2012). The Use of E-assessments in The Nigerian Higher Education System. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 13(1), 140–152.
- Wheeler, S. (2005). Factors influencing agricultural professionals' Attitudes towards organic agriculture and biotechnology. *Ecological Economics*, 65: 145-154.
- Yadavar, H., Nami, M., Zarifiyan, S. (2018). Applying the Analysis of Planned Behavior Theory on Adoption of Organic Farming. *JOURNAL OF AGRICULTURAL SCIENCE AND SUSTAINABLE PRODUCTION*, 28(1), 169-183.
- Yang, J. Wang, J. Zhang, L., and Xiao, X. (2020). How to promote ethnic village residents' behavior participating in tourism poverty alleviation a tourism empowerment perspective. *Frontiers in Psychology*, 11, 2064.
- Yazdanpanah, M. Zobeidi Mohamadi, F. and Yaghoobi, J. (2016). Effective Factors Influencing the Intention of Greenhouse Owners Cooperatives in Adopting Clean Technologies in Bandar Abbas (A Cse of Biological Control Methods). *Co-Operation and Agriculture*, 4(16), 1-19.
- Yazdanpanah, M., and Forouzani, M. (2015). Application of the Theory of planned behavior to predict Iranian Students' intention to purchase organic food. *Journal of Cleaner Production*, 107, 342-352.
- Zhang, M. Li, Q. Du, X. Zuo, D. Ding, Y., and Tan, X. (2020). Health behavior toward COVID-19: the role of demographic factors, knowledge, and attitude among Chinese college students during the quarantine period. *Asia Pacific Journal of Public Health*, 32(8), 533–535. Doi: 10.1177/1010539520951408