

شناسایی عوامل موثر بر جذب گردشگران خارجی به مناطق بیابانی و کویری (مطالعه موردی صادق آباد بافق)

دکتر سید سعید هاشمی^۱، محسن پورشاطری^۲

چکیده

جاذبه های طبیعی گردشگری یکی از سرمایه های اصلی هر کشور یا منطقه برای توسعه اکوتوریسم به شمار می رود. در میان منابع متنوع گردشگری ایران، کویرها و بیابانها از جاذبه های خاصی برخوردار است و هریک دارای ویژگیهای تاریخی- فرهنگی و طبیعی خاص خود هستند که می تواند مانند بسیاری از کشورهای آسیایی سالانه اکوتوریستهای فراوانی را جذب کرد. پژوهش حاضر در نظر دارد به شناسایی و اولویت بندی ویژگیها و جاذبه های بیابانی و کویری که عوامل موثر در جذب گردشگران خارجی به این مناطق به شمار می روند، بپردازد. این پژوهش که به مطالعه موردی مناطق بیابانی و کویری منطقه صادق آباد بافق پرداخته است، از نظر روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی و از نظر هدف کاربردی است. جامعه آماری گردشگران خارجی ورودی به منطقه صادق آباد تا آذر سال ۱۳۹۳ و ۲۰۰ گردشگر خارجی به عنوان حجم نمونه به صورت تصادفی انتخاب شده است. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه و جهت تجزیه تحلیل داده ها از تکنیک تحلیل عاملی و آزمون فریدمن استفاده شده است. نتایج حاصل از تحلیل عاملی شاخص ها را به ۷ عامل با درصد واریانس جمعی ۵۶/۸۳ تقلیل داده است و عامل ها به عامل درمانی، طبیعی و آموزشی، ورزشی-تفریحی، تسهیلات، اطلاع رسانی و تبلیغات، اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی نامگذاری شده اند. همچنین آزمون فریدمن نشان داد مهمترین عامل از نظر گردشگران، عامل اجتماعی که شاخص امنیت را در خود جای داده است با میانگین رتبه ای ۶/۱۰ در رتبه اول می باشد و سپس عوامل طبیعی -آموزشی با میانگین رتبه ای ۶/۰۸ و عامل ورزشی-تفریحی با میانگین رتبه ای ۴/۳۲ دارای بالاترین اهمیت در جذب گردشگران به مناطق بیابانی و کویری صادق آباد می باشند.

کلید واژگان: اکوتوریسم، عوامل جذب، گردشگر خارجی، بیابان، کویر

۱ استادیار گروه برنامه ریزی گردشگری دانشکده علوم گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ. hashemi@usc.ac.ir

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد اکوتوریسم دانشگاه علم و فرهنگ. pourshateri@usc.ac.ir

مقدمه

د گردشگری پدیده‌ای است که از دیر باز در جوامع مختلف انسانی وجود داشته اما با ورود بشر به عرصه مدرن به صورت یک صنعت درآمده است. در عصر کنونی از گردشگری به عنوان پایه مشترک نزدیکی روابط بین ملتها و تمدنها ی دنیا یاد می گردد و از آن به عنوان میراث مشترک بشریت در گذشته و حال و وسیله‌ای جهت نزدیکی روابط صلح و آرامش استفاده می شود. از نظر اقتصادی نیز اهمیت موضوع صنعت گردشگری بر هیچ کس پوشیده نیست چرا که گردشگری از پویا ترین بخش‌های اقتصادی و ملی هر کشور به حساب می آید.

در جهان امروز گردشگری رویکرد گسترده ای به اکوتوریسم دارد. سرزمین چهار فصل ایران دارای ظرفیت ها و جاذبه های طبیعی فراوان است به طوری که هر کدام از آنها به تنهایی می توانند گردشگران زیادی را به خود جلب نمایند. قرار گرفتن کشورمان در عرض های پرفشار سینوپتیکی و حاکمیت اقلیم خشک و نیمه خشک باعث شده تا مناطق وسیعی از کشور ایران را مناطق کویری و بیابانی در بر گیرند (منصوری و همکاران، ۱۳۸۹). وجود آثار تاریخی و فرهنگی، اقلیم و گونه های خاص گیاهی و جانوری این مناطق را از بسیاری جهات قابل توجه ساخته است ولی برخی مشکلات باعث شده است بر کمیت و کیفیت گردشگری در این مناطق تاثیر سوء داشته باشد. هم اکنون بسیاری از کشور های آسیای مشابه کشور ما نظیر شیخ نشین های اطراف ما از سرزمین های شنی و سوزان خود درآمدهای هنگفتی از طریق جذب گردشگران خارجی کسب می کنند. تا جایی که بخش قابل توجهی از درآمد ملی آنها از همین راه تامین می گردد (رنجبر و محمدزاده، ۱۳۹۰). نکته ای که تا کنون بر اساس شواهد و مستندات در کشور ما توجه زیادی به آن نشده است. این در حالی است که مناطق بیابانی و کویری ایران سرشار از جاذبه های گردشگری هستند. نمکزارها و بیابانهای منطقه صادق آباد بافق به دلیل داشتن ویژگیهای منحصر به فرد از جالب ترین مناظر و دیدنی های زیبا محسوب می شوند. وجود آثار تاریخی و فرهنگی، اوضاع خاص اقلیمی و گونه های خاص گیاهی و جانوری و دریاچه نمک این منطقه را از بسیاری جهات قابل توجه ساخته است اما بر اساس اطلاعات موجود تا کنون تحقیقات و پژوهش های علمی قابل توجه و اثر بخش زیادی در خصوص شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر جذب گردشگران خارجی در مناطق کویری ایران صورت نگرفته است. محقق در این پژوهش در نظر دارد ضمن شناسایی و اولویت بندی ویژگیها و جاذبه های کویری و بیابانی منطقه که می توانند بعنوان عوامل موثر بر جذب گردشگران خارجی به ایران و منطقه صادق آباد باشد را مورد بررسی قرار دهد.

سوالات پژوهش

- ۱- عوامل موثر در جذب گردشگران خارجی به منطقه کویری و بیابانی صادق آباد کدام است؟
- ۲- ترتیب اولویت عوامل فوق در جذب گردشگران خارجی به منطقه کویری و بیابانی صادق آباد چگونه است؟

مروری بر تحقیقات پیشین

گردشگری در کویر در مقایسه با دیگر مقاصد از جمله کوهستانها، شهرها یا بناهای تاریخی نسبتا دیر شروع شد. یک دلیل فقدان زیر بنای لازم و نیز تصورات و خطرات مرتبط با کویر بود. از اواخر قرن بیستم به بعد گردشگری در کویر و بیابان به عنوان نوع خاصی از

گردشگری در جهان مطرح شد و کم کم مورد توجه قرار گرفت. برگزاری تورهای عظیم گردشگری کویر و بیابان سازماندهی مناطق کویری و بیابانی، ایجاد تسهیلات گردشگری در این مناطق و بهره برداری از جاذبه های طبیعی این مناطق سالانه درآمدهای زیادی را نصیب کشورهایی میکند که از این جاذبه طبیعی بهره مند و در این زمینه سرمایه گذاری کرده اند (ابراهیمی سلامی و غلامی، ۱۳۹۰: ۳۳).

آریان پور و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی تحت عنوان شناسایی و اولویت بندی مولفه های موثر بر جذب گردشگران با استفاده از روش تحلیل عاملی و AHP (مطالعه موردی دریاچه زریوار) با توجه به اهمیت دریاچه زریوار در جذب گردشگران به شهرستان مریوان به شناسایی و اولویت بندی این مولفه ها پرداخته است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق از نوع توصیفی و تحلیلی است. داده های مورد نیاز از طریق پرسشنامه جمع آوری گردیده است. جامعه مورد مطالعه گردشگران ورودی به شهرستان مریوان در سال ۱۳۹۰ و حجم نمونه ۳۰۰ نفر از گردشگران عادی و ۳۰ نفر از تحصیل کرده ها می باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از تکنیک تحلیل عاملی و AHP استفاده شده است. نتایج تحلیل عاملی شاخص ها را به ۴ عامل با ۶۶/۵۹ درصد واریانس تقلیل داد. که در بین عوامل، عامل طبیعی در رتبه اول، عامل زیرساخت دوم عامل فرهنگی - اقتصادی سوم و عامل خدماتی در رتبه چهارم و از میان شاخصها، جذابیت معماری تاریخی با وزن ۰/۱۵۸ در راس شاخص هایی هست که بیشترین تاثیر را در جذب گردشگران به دریاچه زریوار دارند.

هزارجریبی و نجفی (۱۳۹۱) در تحقیقی تحت عنوان بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر توسعه گردشگری در ایران با رویکرد جذب گردشگران خارجی به تبیین جایگاه، رضایتمندی گردشگران خارجی نسبت به میزبانان (ایرانیان) در توسعه صنعت گردشگری پرداختند. در این تحقیق شاخص عینی سنجش توسعه گردشگری میزان تمایل مجدد گردشگران خارجی برای سفر مجدد به ایران است. جامعه آماری این تحقیق را گردشگران خارجی از پنج قاره جهان تشکیل می دهند که با اهداف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تفریحی به ایران مسافرت کرده اند. تعداد گردشگر به عنوان افراد نمونه انتخاب شدند برای سنجش رضایتمندی از ۶ معرف، مکان اقامت، برخورد عمومی مردم، تمیز بودن خیابان ها، رعایت قوانین و مقررات رانندگی، احترام به حقوق دیگران، رعایت نظافت از سوی مردم استفاده شده است. طبق نتایج ۸۶٪ از گردشگران دارای رضایت خوب و زیاد به مردم ایران داشته اند که ۹۵٪ دارای تمایل خوب و زیاد برای سفر مجدد به ایران هستند.

وانک زین و همکاران (۲۰۱۲) در آخرین تحقیق خود که در تحقیق تحت عنوان مطالعه رفتار گردشگر بیابان بر اساس درک تصویر آن نشان داد که چشم انداز بازار توریسم کویر-بیابان گسترده شده است و عموم مردم اشتیاق برای توریسم کویر نوردی دارند دارند و همچنین تمایل دارند تا هزینه بالایی را برای مسافرت در مدت زمان طولانی برای کویر نوردی بپردازند. اما تصورات حساسی را روی توریسم کویر نوردی دارند به طوری که این تصورات باعث شده تا کویر نوردی توسعه کمی یافته است. این مطالعه نشان می دهد که عدم بازاریابی کافی و دسترسی به سیستم حمل و نقل ضعیف مهمترین مانع موجود در توسعه توریسم کویر نوردی و بیابان گردی

فرهنگهای مختلف و حقوق بشر احترام گذارد.» (درام و مور، ۱۳۸۷: ۵)

بیابان گردی:

«بازدید گردشگران از نواحی بیابانی رو به افزایش است و نیازهای روحی، روانی، تفریحی، و گذراندن اوقات فراغت گردشگر به گونه ای است که آرامش، پاکیزگی و سکوت محیط بیابانی به آن پاسخ می دهد وجود دشت های گسترده و هموار برای انجام ورزش های متنوع و از جمله اتومبیل رانی، موتور سیکلت و دوچرخه سواری روی ماسه زارها، شتر سواری روی، پیاده روی، استفاده از هوا و فضای آرام شب های بیابان، فرصت مطالعات گیاهی و جانوری (فون و فلور) بیابانی، زمین شناسی منحصر به فرد و چشم اندازی شگفت انگیز از اهمیت زیادی برخوردار است» (خالدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۹۶).

جاذبه های کویرها و بیابانها

پدیده های طبیعی مناطق بیابانی و کویری به عنوان یک جاذبه بسیار مهم اکوتوریستی محسوب می شود وجود چشم اندازهای طبیعی چون روزهای آفتابی و شبهای خشک، تپه های ماسه ای و ماسه های روان، شوره زارها، بوته های گیاهی خشکی پسند همراه با پدیده های خاص ژئومورفولوژیکی نظیر فرونشست زمین، سنگفرش بیابانی، نیکاه، رمپل مارکها و دیگر پدیده های ناشی از عملکرد فرسایش بادی از جمله جاذبه های مهم کویری. بیابانی می باشد. به طور کلی جاذبه های بیابانی و کویری را می توان به مولفه های زیر تقسیم بندی کرد.

۱- ورزشی و تفریحی (شامل پیاده روی بر روی ماسه ها، شتر سواری، ماشین سواری و موتورسواری روی تپه های ماسه ای، کایت سواری و ...)

۲- طبیعت درمانی (شامل روان درمانی با استفاده از آرامش و سکوت کویر، شن درمانی و آفتاب درمانی)

۳- آموزش و پژوهش (شامل آشنایی با پدیده های طبیعی، بازدید های علمی، رصد ستارگان)

۴- دیدار از طبیعت (دیدار از حیات وحش، مشاهده گونه های گیاهی، دیدار از چشم اندازهای طبیعی و ...) (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان یزد، ۱۳۸۶)

با توجه به اینکه جاذبه ها عامل جذب گردشگران به مقاصد می باشند. بنابراین جهت شناسایی این عوامل ابتدا لازم است عوامل انگیزشی و جذب کننده مورد بحث و شناسایی قرار گیرد.

عوامل انگیزاننده

عوامل انگیزشی در گردشگری را به دو گروه تقسیم می کنند:

الف) عواملی که در فرد انگیزه ایجاد می کنند تا عازم سفر شود.

ب) عواملی که در فرد ایجاد انگیزه می کنند تا نوعی سفر خاص را به مقصدی معین و در زمانی مشخص انتخاب کند (سواربروک و هورنر، ۲۰۰۵: ۵۳). ۱.

البته بسیاری از عوامل دیگر نیز وجود دارند که می توانند در هر دو گروه بالا جای گیرند.

از نظر برن عوامل برانگیزاننده سفر که گردشگر را از جایش بلند می کند تا به مسافرت برود عبارتند از کنجکاو، فراز از کسالت تکرار کار، پرداختن به امور ذهنی، سلامتی، اعمال آرامش بخش و واقعیت بخشیدن به خود و ... (کلانتری، ۱۳۸۷: ۱۷۱).

عوامل جذب کننده

عوامل جذب کننده عبارتند از ویژگی های یک مقصد که مسافر تصور

است. پژوهشگران بر اساس یافته های پژوهش خود نتیجه گیری می نمایند که: دسترسی به سیستم حمل و نقل مناسب می تواند یکی از عوامل جذب گردشگران در مناطق کویری و بیابانی باشد.

زهر و سیلر (۲۰۰۷): در تحقیق خود به بررسی تصویر مقصد «تیرول» پرداخته و از انگیزه سفر به عنوان عامل مهم در بررسی رفتار گردشگر نام برده اند. آنها در پژوهش خود با استفاده از روش دلفی از متخصصین گردشگری در مورد میزان تأثیر ارزش و مفهوم طبیعت و چشم انداز بر انگیزه سفر تفریحی در تیرول در زمان حال و آینده سوالات خود را پرسیده اند. یافته های تحقیق نشان داد که به ویژه در فصل تابستان، بازدید از طبیعت و چشم انداز مهمترین موضوع برای تعطیلات تابستانی در زمان حال تا سال ۲۰۲۰ در نظر گرفته شده است و انگیزه اصلی سفر از نظر متخصصان به شمار می آید. این نتیجه حاکی از آن است که مسئولان گردشگری تیرول باید به تولید محصولات بر پایه طبیعت ادامه دهند و جاذبه هایی را عرضه کنند که بازار را به چالش بکشاند. در این پژوهش به تمرکز برنامه ریزان مقصد بر روی جذابیت های طبیعی مقصد اشاره دارد و اینکه اگر به منابع و جاذبه ها به خوبی پرداخته شود، گردشگران زیادی را جلب خواهد کرد.

چار چوب نظری

مطالعات پژوهشگران نشان داده است که در علایق و انگیزه های گردشگران تغییرات ایجاد شده است و بیابان گردی به عنوان یکی از زیر شاخه های اکوتوریسم به طور چشمگیری در جهان در حال گسترش است. بر این اساس به نظر می رسد بیابان ها و کویرها مناطقی خواهند بود که در آینده بازار بیشتری از گردشگران طبیعت را به خود اختصاص خواهند داد. بنابراین به جرات می توان گفت از میان تمام منابع طبیعی موجود در ایران تنها نمونه ای که به علت بکر بودن و کمیابی قابلیت رقابت در سطح جهانی با بازارهای معتبر را دارد کویرها و بیابانها هستند (ابراهیمبای سلامی و غلامی، ۱۳۹۰: ۳۲).

اکوتوریسم

همان طور که گردشگری به عنوان صنعتی بزرگ در جهان امروز معرفی شده است اکوتوریسم که زیر مجموعه ای از گردشگری به شمار می رود نیز به عنوان یک صنعت پویای جهانی از رشد بسیار سریع برخوردار است. هتزر اولین کسی است که در سال ۱۹۶۵ واژه اکوتوریسم را در توصیف رابطه بین گردشگران، محیط زیست و فرهنگ بومی به کار برد. نخستین بار این واژه در دهه ۱۹۸۰ توسط هکتور - سبالوس - لاکورین تعریف و وارد ادبیات توریسم شد که تا به امروز در سطح وسیعی پذیرفته شده است. «انجمن بین المللی اکوتوریسم» ۱ به سال ۱۹۹۰ این تعریف اکوتوریسم را تایید کرده است. «سفر مسولانه به مناطق طبیعی است که از محیط زیست حفاظت می نماید و زندگی بهتر و رفاه بیشتری را برای مردم محلی فراهم می کند».

در سال ۱۹۹۹ مارتا هانی تعریف دقیقی از اکوتوریسم ارائه نمود.

«معمولا سفری است به مناطق حفاظت شده بکر و آسیب پذیر که سعی میشود تأثیر این سفر بر محیط اندک باشد. در مقیاس کوچک انجام پذیرد، به افزایش سطح آگاهی گردشگران کمک نماید، سرمایه هایی را برای حفظ محیط زیست فراهم کند، به طور مستقیم به توسعه اقتصادی و اقتدار سیاسی جوامع محلی کمک کند و به

این تپه ها ارگ صادق آباد به شکل ایران درآمده است. این منطقه با توجه به اینکه در کنار کویر و دریاچه نمک درانجیر قرار گرفته پتانسیل بالایی در جذب توریست و گردشگر دارد ولی هنوز امکانات کاملی برای این کار فراهم نشده است.

روش شناسی پژوهش

تحقیقات علمی بر اساس هدف تحقیق به سه دسته بنیادی، کاربردی و توسعه ای تقسیم می شود. هدف تحقیق کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است (سرمد و همکاران، ۱۳۸۴: ۷۹). با توجه به اینکه هدف از این پژوهش شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر جذب گردشگران خارجی در مناطق کویری و بیابانی می باشد. لذا به لحاظ هدف کاربردی است و به لحاظ نحوه گرد آوری داده ها توصیفی و استنباطی است.

جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری در این پژوهش کلیه گردشگران خارجی که از فروردین تا آذرماه سال ۱۳۹۳ از کویرهای منطقه صادق آباد دیدن کرده اند می باشد. با توجه به اینکه آمار دقیقی از گردشگران خارجی که در مدت زمان مذکور توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری یزد یا سایر سازمانهای وابسته در دست نیست و با توجه به موضوع تحقیق و استفاده از روش تحلیل عاملی و با استناد به کتاب «تجزیه و تحلیل و تفسیر با spss رابرت هو» که ذکر کرده بهتر است حجم نمونه ۵ برابر تعداد شاخص ها باشد، حجم نمونه برای این تحقیق ۲۰۰ نفر در نظر گرفته شده است (احمد عبدالملکی، ۱۳۸۸: ۷).

ابزار جمع آوری داده ها

به منظور جمع آوری داده ها و سنجش متغیرهای تحقیق، از پرسشنامه استفاد شد. گویه های مورد سنجش در تحقیق در معرض قضاوت چندین نفر از خبرگان و کارشناسان گردشگری قرار گرفت و در نهایت از پرسشنامه محقق ساخت به عنوان ابزار جمع آوری داده ها استفاده شد. در تنظیم پرسشنامه با توجه به ادبیات تحقیق ابتدا تعدادی گویه شناسایی شد که پس از مصاحبه و مشاوره از اساتید و خبرگان ۴۰ گویه مربوط به جاذبه های مقصد برگزیده شد.

روایی

منظور از روایی آن است که وسیله اندازه گیری، بتواند خصیصه و ویژگی مورد نظر را اندازه بگیرد. در آزمون روایی، هدف آن است که به مشکلات و ابهامهای احتمالی موجود در عبارت بندی سوال و ساختار پرسشنامه و مواردی از این قبیل پی برد. روایی پرسشنامه این تحقیق توسط ۱۲ نفر از کارشناسان و اساتید مورد تایید قرار گرفت.

پایایی

پایایی ثبات و هماهنگی منطقی پاسخ ها در ابزار اندازه گیری را نشان می دهد و به ارزیابی درست و خوب بودن ابزار اندازه گیری کمک می کند. برای تعیین و محاسبه ضریب پایایی تکنیک های متعددی وجود دارد. در این تحقیق پایایی پرسشنامه یا قابلیت اعتماد آن با استفاده از روش اندازه گیری آلفای کرونباخ محاسبه شده است. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه حاضر ۰/۷۸۸ می باشد که نشان می دهد پرسشنامه از پایایی بالایی برخوردار است.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

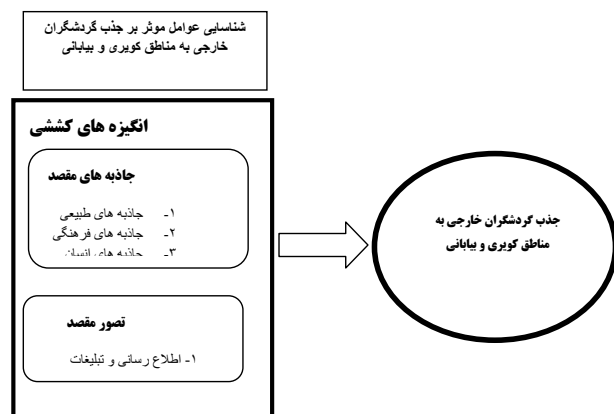
معمولا در تحقیقات مختلف به دلیل رویارویی با حجم زیادی از متغیرها، محققان برای تحلیل دقیق تر داده ها و رسیدن به نتایجی

می کنند، می تواند نیازهای روحی خود را تامین کند و همین ویژگیها او را بدان دیار می کشند (ابراهیم زاده و ولاشجردی فراهانی، ۱۳۹۲: ۳).

نظریات و تئوریهای جذب گردشگران بر اساس ویژگیهای مقصد نظریات و تئوری هایی را شامل می شود که به وجود محرک و عواملی در مقصد اشاره دارند که باعث سفر افراد به آن مقصد خاص می شود، نظریه های جان لی، سلسله نیازهای مازلو، سیتون، هومنز، لاسول و کرامپتون (نظریه pull/push) در این دسته جای دارند (نائیجی، ۱۳۸۸: ۲۱-۳۳).

محقق در این پژوهش قصد دارد با استفاده از تئوری pull/push عوامل موثر در جذب گردشگران خارجی را شناسایی نماید. در این تئوری هم به نیازهای روانی مسافر توجه می شود و هم به عواملی که باعث جذب او به مقصد مورد نظر می شود و باید این نکته را مورد توجه قرار داد که این ویژگی ها چگونه می توانند نیازهای مسافران را تأمین کنند چرا که این انگیزه ها باعث جذب توریست و در نهایت توسعه یافتگی این صنعت می شود. اساس و مبانی این تئوری بر دو معیار است که عبارتند از: الف) عوامل جذب کننده ب) عوامل هل دهنده که باعث حرکت فرد می شود.

با توجه به موضوع تحقیق ما می خواهیم از معیار عوامل جذب کننده (pull factor) این نظریه استفاده نماید و بر طبق این تئوری عوامل جذب عبارتند از: ویژگی های یک مقصد که مسافر تصور می کند، می تواند نیازهای روحی خود را تأمین کند و همین ویژگی ها گردشگران را جذب آن دیار می کند. بنابراین مدل مفهومی تحقیق به شکل زیر خواهد بود و گویه های که انگیزه های کششی را بیان می کند میتواند به عنوان شاخصهای جهت شناسایی عوامل جذب در این مناطق مورد استفاده قرار گیرد.



منطقه مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه، روستای صادق آباد یکی از توابع دهستان مبارکه ی شهرستان بافق، در مجاورت کویر درانجیر است که در ۲۵ کیلومتری شمال این شهرستان و در عرض جغرافیایی ۵۵ درجه و ۱۴ دقیقه تا ۵۵ درجه و ۲۱ دقیقه شرقی و طول جغرافیایی ۳۱ درجه و ۴۱ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۴۷ دقیقه ی شمالی واقع شده و مساحت ۵۱/۸ کیلومتر مربع را شامل می شود. (شکل ۳-۱)

تپه های بزرگ شنهای روان صادق آباد که به طول چند کیلومتر تا روستای حسن آباد امتداد یافته است و از کنار هم قرار گرفتن

شده است. برای انجام تحلیل عاملی شاخص‌ها (متغیرها) باید حاوی اطلاعات معنی‌داری بوده و داده‌ها از کفایت لازم جهت تحلیل عاملی برخوردار باشند. که بدین منظور از آزمون بارتلت و آماره KMO استفاده می‌شود. در آزمون بارتلت فرض صفر این است که متغیرها فقط با خودشان همبستگی دارند.

جدول (۱): آزمون کای دو و بارتلت شاخص‌ها

آزمون بارتلت		نتیجه
۰/۷۶۰	میزان کفایت نمونه‌گیری (KMO)	
۴۱۳۲/۶۱۲	(Approx. Chi-Square) آماره کای دو	
۶۶۶	(df) درجه آزادی	
۰/۰۰۰	(sig) سطح معنی‌داری	

همانگونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود با انجام آزمون بارتلت برای شاخص‌های پژوهش حاضر آماره کای دو ۴۱۳۲/۶۱۲ و درجه آزادی ۶۶۶ در سطح ۰/۰۰۰ معنی‌دار می‌باشد. و فرض صفر رد می‌شود. بنابراین ماتریس همبستگی دارای اطلاعات معنی‌داری است و حداقل شرایط لازم برای انجام دادن تحلیل عاملی وجود دارد.

استفاده از آماره KMO که دامنه‌ای آن از ۰ تا یک است و هر چه به یک نزدیکتر باشد نشان‌دهنده کفایت بیشتر داده‌ها جهت تحلیل عاملی است. همانگونه که از جدول ۱ مشاهده می‌شود مقدار KMO برای پژوهش حاضر (پس از حذف ۵ شاخص که با بقیه شاخص‌ها همبستگی کمی داشتند) برابر ۰/۷۶۰ می‌باشد که بیان‌کننده کفایت داده برای تحلیل عاملی است.

بررسی سوال پژوهشی

عوامل موثر در جذب گردشگران خارجی به منطقه کویری و بیابانی صادق آباد کدام است؟

بر اساس نتایج تحلیل عاملی ۳۵ گویه پرسشنامه متغیر وابسته را تبیین می‌کند که عبارتند از ۱- افزایش دانش و آشنایی با جلوه‌های بیابانی ۲- آشنایی و تجربه اقلیمهای مختلف کویری و کوهستانی در کنار هم ۳- تماشای گونه‌های خاص جانوری ۴- تماشای گونه‌های خاص گیاهی ۵- تماشای شبیه‌های صاف و پر ستاره کویری ۶- تماشای اشکال به وجود آمده از شن‌ها و تپه‌های ماسه‌ای (انواع برخانها، سیف، نیکاه‌ها، کلوت‌ها و تپه‌های ستاره‌ای) ۷- پرواز با گلابدر و کایت و تماشای مناظر زیبای بیابانی و کویری ۸- ماشین سواری و موتورسواری روی شن‌ها و تپه‌ها ۹- شترسواری و پیاده روی روی شن‌ها ۱۰- برگزاری جشنواره‌های بادبادک بازی و نقاشی روی ماسه ۱۱- استفاده از خاصیت درمانی شن‌ها ۱۲- استفاده از خواص درمانی آفتاب ۱۳- روان‌درمانی با استفاده از سکوت و آرامش کویر ۱۴- وجود راه‌ها و جاده‌های متعدد و مناسب ۱۵- وجود امکانات بهداشتی (حمام، سرویس بهداشتی) ۱۶- وجود تسهیلات و امکانات درمانی ۱۷- حمل و نقل عمومی مناسب ۱۸- تعداد مکانهای اقامتی ۱۹- ارائه تسهیلات و خدمات پشتیبانی و امداد جاده‌ای در مسیرهای اصلی ۲۰- امنیت منطقه ۲۱- وجود پکیج‌های متنوع تورها ۲۲- کیفیت هتل‌ها و مکانهای اقامتی ۲۳- وجود راهنماهای محلی و آشنا به منطقه ۲۴- حضور موثر اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری یزد در فعالیتهای ۲۵- هزینه مکانهای اقامتی (هتل‌ها، متل‌ها و اکوکمپ‌ها) ۲۶- هزینه حمل و نقل ۲۷- هزینه استفاده از خدمات تفریحی (گلابدر، شترسواری و...) ۲۸- هزینه تورها نسبت به خدمات ارائه شده ۲۹- توصیه‌ها و برداشت دیگران از منطقه

علمی‌تر و در عین حال عملیاتی، به دنبال کاهش ابعاد متغیرها و تشکیل ساختار جدیدی برای آنها می‌باشند و بدین منظور از روش تحلیل عاملی استفاده می‌کنند (مومنی، ۱۳۸۶: ۱۹۱)

عامل، متغیر جدیدی است که از طریق ترکیب خطی مقادیر اصلی متغیرهای مشاهده شده بر پایه فرمول زیر بدست می‌آید.

$$W_j p X_p + \dots + W_j^2 X_j^2 + F_j = \sum W_{ji} X_i = W_j^1 X_1$$

که در آن W بیانگر ضرایب نمره عاملی و p معرف تعداد متغیرها است.

مقدار ویژه: میزان تبیین شده به وسیله هر عامل را نشان می‌دهد و از مجموع مجذورهای بارهای عاملی بدست می‌آید.

بار عاملی: عبارت است از همبستگی بین متغیرهای اصلی و عوامل. اگر مقادیر بار عاملی مجذور شوند، نشان می‌دهند که چند درصد از واریانس در یک متغیر توسط آن عامل بیان می‌شود.

چرخش عاملی: فرآیندی است برای تعدیل محور عامل‌ها به منظور دستیابی به عامل‌های معنی‌دار، ساده و ایجاد استقلال مفهومی در آنها (حکمت‌نیا، موسی، ۱۳۸۵: ۲۲۵).

موارد استفاده از تحلیل عاملی را می‌توان به دو دسته کلی تقسیم نمود.

دسته اول مقاصد اکتشافی و دسته دوم مقاصد تاییدی. اگر نتوان هیچ حدسی در مورد ساختار روابط میان گویه‌ها زد، از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده می‌شود. اما اگر گویه‌ها براساس ابعاد شناسایی شده باشد، می‌بایست از تحلیل عاملی تاییدی استفاده کرد. از آنجا که پژوهش حاضر به دنبال شناسایی عوامل موثر در جذب گردشگران خارجی به مناطق کویری و بیابانی است، بنابراین تحلیل عاملی به کار گرفته شده، از نوع اکتشافی می‌باشد. بدین منظور در پژوهش حاضر از ۴۰ شاخص موثر در جذب گردشگر که توسط ۲۰۰ گردشگر خارجی مورد ارزیابی قرار گرفته استفاده شده است. در روش تحلیل عاملی در مرحله اول ماتریس همبستگی داده‌ها محاسبه شد. در این مرحله ۵ گویه به دلیل همبستگی کم با سایر شاخص‌ها حذف شد و از ۳۵ گویه باقی‌مانده ۷ عامل استخراج گردید. پس از دوران عوامل از نوع واریماکس این ۷ عامل گروه بندی و نامگذاری شده است.

اما همه عوامل از دید گردشگران از اهمیت یکسانی برخوردار نیستند. هر کدام از عوامل برای هر یک از گردشگران اهمیت متفاوتی دارد لذا اولویت بندی این عوامل به وسیله روش فریدمن و با استفاده از نظرات گردشگران صورت گرفته است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها:

نتایج تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها نشان می‌دهد ۵۸٪ گردشگران مرد و ۴۲٪ زن هستند، و رده سنی آنها ۸٪ زیر ۳۰ سال، ۳۵٪ در رده سنی بین ۳۰-۳۹ سال، ۳۶٪ رده سنی بین ۴۰-۴۹ سال، ۲۱٪ رده سنی بالای ۵۰ سال را دارا می‌باشند. ۶۲٪ گردشگران از قاره آسیا، ۲۸٪ از اروپا، ۸٫۵٪ از آمریکای شمالی و ۱٫۵٪ از اقیانوسیه می‌باشند. که از بین کشورهای این مناطق کشور چین با ۳۱٫۵٪، ژاپن ۲۶٫۵٪، اسپانیا ۱۰٫۵٪، آلمان ۸٫۵٪، ایالات متحده ۸٫۵٪، مالزی ۵٪، هلند ۴٫۵٪، نروژ ۲٪، استرالیا ۱٫۵٪، بلژیک ۱٪ و فرانسه ۰٫۵٪ به ترتیب بیشترین کشورهای گردشگر فرست به منطقه صادق آباد باقی می‌باشند.

برای تلخیص داده‌ها و شناسایی عوامل موثر بر جذب گردشگران از روش تحلیل عاملی اکتشافی و برای اولویت بندی عوامل شناسایی شده از روش فریدمن که از انواع آزمونهای ناپارامتریک است استفاده



جدول (۳): نامگذاری عامل های استخراج شده به روش تحلیل عاملی

ردیف	نام	گویه ها
۱	عامل درمانی	شن درمانی، آفتاب درمانی و روان درمانی
۲	عامل زیرساختی- خدماتی	کیفیت اقامتگاه ها، حمل و نقل، بهداشت، دسترسی و ...
۳	عامل طبیعی	مشاهده رخساره های بیابان، تماشای شبهای صاف و پر ستاره، حیات وحش مناطق کویری و بیابانی و ...
۴	عامل اطلاع رسانی و تبلیغات	اطلاع رسانی از طریق کتابهای راهنما، نقشه ها و ...، تبلیغات از طریق رسانه های رسمی، تبلیغات از طریق سایت و وب و ...
۵	عامل اقتصادی	قیمت تفریحات موجود در منطقه، قیمت اقامتگاه، قیمت تورها نسبت به خدماتی که ارائه می دهند و ...
۶	عامل ورزشی - تفریحی	پرواز با چتر باراسل، موتور سواری و ماشین سواری روی تپه های شنی، شتر سواری و ...
۷	عامل اجتماعی- فرهنگی	امنیت، مهمان نوازی، دید جامعه میزبان نسبت به گردشگران خارجی

بررسی سوال پژوهشی

ترتیب اولویت عوامل فوق در جذب گردشگران خارجی به منطقه کویری و بیابانی صادق آباد چگونه است؟ در قسمت قبل عوامل تاثیرگذار بر جذب گردشگران به مناطق بیابانی و کویری استخراج و دسته بندی شد. اما همه عوامل از دیدگاه گردشگران از اهمیت یکسانی برخوردار نیستند و نتایج آزمون فریدمن حاکی از آن است که هرکدام از عوامل برای هر یک از گردشگران اهمیت متفاوتی دارد و ترتیب اولویت عوامل به شرح جدول شماره ۴ می باشد.

جدول (۴): ترتیب اولویت عوامل

ترتیب اولویت	عامل	میانگین رتبه
۱	اجتماعی- فرهنگی	۶/۱۰
۲	آموزشی- طبیعی	۶/۰۸
۳	ورزشی- تفریحی	۴/۳۲
۴	تبلیغات	۴/۰۶
۵	درمانی	۳/۹۲
۶	زیر ساختی - خدماتی	۲/۳۱
۷	اقتصادی	۱/۲۱

جمع بندی:

برون دادهای حاصل از بررسی های جمعیت شناختی این تحقیق خدماتی را که باید برای گردشگران در مناطق کویری و بیابانی فراهم شود تحت تاثیر قرار خواهد داد. به دلیل اینکه گردشگران

(تبلیغات سایر گردشگران) ۳۰- اطلاع رسانی و تبلیغات مناسب از طریق رادیو، تلویزیون و ماهواره ۳۱- وجود بروشورها، عکس ها و فیلم های مستند متنوع از منطقه به زبان انگلیسی ۳۲- اطلاع رسانی و تبلیغات مناسب از سایت های اینترنتی و وبلاگ ها ۳۳- اطلاع رسانی و تبلیغات مناسب دفاتر خدمات گردشگری از منطقه ۳۴- مهمان نوازی مردم محلی ۳۵- نگرش مردم محلی نسبت به ورود گردشگران خارجی، نرخ واریانس جمعی در آخرین تکرار برابر ۵۶/۸۳۰ درصد می باشد که در تحقیقات علوم انسانی نرخ قابل قبولی می باشد (کلانتری، ۱۳۸۷: ۳۰۵).

جدول (۲): بارگذاری عامل های موثر بر جذب گردشگران

بارگذاری بروی مولفه های چرخش یافته							
Component							
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
P1			۰,۶۳۳				
P3			۰,۷۷۶				
P4			۰,۶۷۱				
P5			۰,۷۶۹				
P6			۴۳۲۰				
P7			۰,۵۲۱				
P8						۰,۷۵۷	
P9						۰,۷۹۹	
P10						۰,۴۹۷	
P11						۰,۷۴۶	
P12	۰,۸۳۶						
P13	۰,۸۴۰						
P14	۰,۷۰۴						
P16		۰,۵۶۶					
P17		۰,۷۰۱					
P18		۰,۵۲۹					
P19		۰,۷۰۹					
P20							۰,۵۹۷
P21		۰,۷۰۰					
P22		۰,۶۵۵					
P23		۰,۶۰۴					
P24		۰,۶۳۳					
P25		۰,۶۱۴					
P26		۰,۵۷۷					
P28				۰,۶۵۶			
P30				۰,۷۷۳			
P31				۰,۸۱۴			
P33				۰,۶۰۱			
P34					۰,۷۱۰		
P35					۰,۷۴۴		
P36					۰,۶۰۱		
P37					۰,۸۵۳		
P38					۰,۶۳۱		
P39							۰,۵۶۳
P40							۰,۶۴۸

براساس نتایج بالا گویه ها در ۷ گروه دسته بندی شده اند. که با توجه به میزان بارگذاری روی هر عامل، نامگذاری مناسب برای عوامل صورت گرفت و هفت عامل عبارتند از:

گردشگران در مناطق کویری و بیابانی می باشد، پیشنهادات زیر در این خصوص ارائه می شود:

الف) ایجاد پلیس گردشگری در منطقه و همکاری بین نیروی انتظامی و اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان یزد می تواند باعث حفظ و افزایش امنیت منطقه گردد

ب) به نمایش گذاشتن نظرات گردشگرانی که به منطقه سفر کرده (ج) استفاده از وسایل ارتباط جمعی و به خصوص اینترنت برای تبلیغ و معرفی منطقه به طبیعت گردان

۳- حفاظت از ارگ صادق آباد در برابر دست اندازی و اجرای فعالیتهایی که باعث بر هم زدن محیط زیست طبیعی منطقه می گردد. که در این مورد پیشنهادات عبارتند از:

الف) فعالیتهایی مثل موتورسواری و ماشین سواری از منطقه خارج و در فاصله مناسبی از منطقه اجرا گردد.

۴- احداث یک سایت حفاظت شده و ایمن در قسمت شمالی و غرب منطقه صادق آباد جهت مشاهده حیات وحش (مانند مار شاخ دار و آگما)

۵- احداث رصد خانه جهت مشاهده پدیده های آسمانی ایجاد چنین امکانی می تواند به جذب هرچه بیشتر گردشگران کمک نماید.

۶- ایجاد تله سی و تماشای رخساره ها و مناظر بکر از بالا می تواند در جذب هرچه بیشتر گردشگران خارجی موثر باشد.

۷- استفاده از خواص درمانی ماسه ها، نمک کویر درانجیر و آفتاب منطقه به منظور تلفیق گردشگری درمانی با بیانگردی و کویر نوردی در منطقه صادق آباد

۸- تهیه و در دسترس گذاشتن نقشه راه گردشگری منطقه صادق آباد

منابع و ماخذ

۱. ابراهیم زاده، عیسی؛ ولاشجردی فراهانی، راضیه، ۱۳۹۱، تحلیلی بر انگیزه گردشگران و تاثیر عامل جنسیت و درآمد بر آن (مطالعه موردی گردشگران نوروزی محلات، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات شهری، شماره چهارم ص ۱۰-۱)

۲. ابراهیمبای سلامی، غلام حیدر، غلامی، منا، ۱۳۹۰، سیاست گذاری اکوتوریسم پایدار کویری در ایران و امارت متحده عربی (یک مطالعه تطبیقی)، فسانامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه صص ۳۱-۵۸

۳. آریان پور، آزاد، نیکبخت، سجاده، خوش نظر، مامند، جمینی، داود، ۱۳۹۱، شناسایی و اولویت

۴. حکمت نیا، حسن، موسوی، میرنجف، ۱۳۸۵، کاربرد مدل در جغرافیا با تاکید بر برنامه ریزی شهری و ناحیه ای، انتشارات علم نوین

۵. خالدی، شهریار، صالحیان بادی، محسن، ۱۳۹۱، جایگاه اکوتوریسم بیابانی در توسعه سکونتگاههای روستایی (مطالعه موردی اقامتگاه گردشگری متین آباد) فصلنامه علمی پژوهشی برنامه ریزی منطقه ای شماره ۸ صص ۱۰۳-۹۳

۶. درام، اندی؛ مور، آلن، ۱۳۸۷، مقدمه ای بر برنامه ریزی و مدیریت اکوتوریسم، ترجمه محسن رنجبر، تهران، نشر آبیژ

۷. رابرت، هو، ۱۳۸۸، تجزیه و تحلیل و تفسیر با SPSS، خلاصه ای از فصل ۱۲، ترجمه احمد عبدالملکی، دانشگاه پیام نور

۸. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان یزد، ۱۳۸۶

۹. کلانتری، عبدالحسین، فرهادی، محمد، ۱۳۸۷، جوان و مصرف گردشگری، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره دوم

اکثرا میانسال و دارای تحصیلات دانشگاهی هستند بنابراین در خدمات، تسهیلات، تفریحات و تورهای کویری و بیابانی این منطقه باید خصوصیات این افراد را در نظر گرفت.

با توجه به اینکه نیمی از گردشگران این مناطق را زنان تشکیل می دهند لازم است علاوه بر تفریحاتی ماجراجویانه موضوعاتی در نظر گرفته شود که دارای زیباییهای بصری باشد.

همچنین با توجه به نتایج داده های توصیفی بیشترین کشور گردشگر فرست به منطقه صادق آباد از کشور چین و بعد ژاپن می باشد بنابراین بازارهای هدف برای منطقه بیابانی و کویری صادق آباد این دو کشور در منطقه آسیا و در منطقه اروپا کشورهای اسپانیا و آلمان می باشد.

بر اساس نتایج تحقیق مهمترین عوامل موثر بر جذب گردشگران خارجی به مناطق بیابانی و کویری منطقه صادق آباد بافق ۷ عامل بوده است که از بین عوامل شناسایی شده عامل اجتماعی - فرهنگی که شاخص امنیت را در خود جای داده است با توجه به میانگین رتبه بیشترین اهمیت را برای گردشگران خارجی داشته است. علت این امر را می توان در عدم احساس امنیت به دلیل دوری این مناطق از مراکز تجمع، مناطق مسکونی، و مراکز پلیس دانست لذا هر کدام از مناطق بیابانی و کویری که دارای امنیت بالایی باشد مورد انتخاب قرار می گیرد.

با توجه به نظر گردشگران خارجی در مورد عامل طبیعی و درمانی مشاهده می شود که اولویت گردشگران با شاخص هایی است که بکر بودن و آرامش این مناطق را تبیین می کند، در نتیجه طبیعت گردان و اکوتوریستها مناطقی را انتخاب خواهند کرد که بیابانهای بکر و دست نخورده بوده و محیط زیست آن حفظ شده باشد.

به طور کلی عواملی که باعث جذب گردشگران به مناطق بیابانی و کویری می گردد به ویژگیهای مقصد یا آن منطقه مرتبط است. عواملی همچون عامل اجتماعی- فرهنگی، عامل طبیعی، عامل اطلاع رسانی و تبلیغات، عامل ورزشی- تفریحی، عامل درمانی، عامل تسهیلات و عامل اقتصادی که انگیزه های کششی را به سمت مقاصد بیابانی افزایش داده و جذب گردشگران را به دنبال خواهد داشت و کمبود هر یک بصورت مانعی در روند تصمیم گیری گردشگر جهت مسافرت به این مناطق تاثیر می گذارند. همانطور که ذکر شد نبود شاخص امنیت که در عامل اجتماعی مهمترین عامل توسط گردشگران بیان شده بود حتی می تواند از سفر گردشگران خارجی به این مناطق جلوگیری نماید.

پیشنهادها:

۱- با توجه به اینکه بازارهای هدف منطقه صادق آباد چین و ژاپن از منطقه آسیا و اسپانیا و آلمان از اروپا می باشد، پیشنهادات زیر ارائه می شود:

الف) جهت برنامه ریزی و مدیریت گردشگری منطقه به منظور جذب هرچه بیشتر گردشگران خارجی به دنبال شناسایی نیازهای گردشگران این کشورها بود، به ویژه گردشگرانی که رده سنی بین ۳۰-۵۰ سال دارند

ب) تبلیغات و اطلاع رسانی مناسب

ج) ایجاد سایت های مناسب به زبان انگلیسی و حتی با زبانهای مرسوم این ۴ کشور

د) دایر کردن دفتر خدمات گردشگری در این کشورها و اجرای تور های آشنا سازی با کویر و بیابان برای ساکنین این کشورها

۲- با توجه به اینکه شاخص امنیت با اهمیت ترین شاخص از نظر



۱۰. منصوری، برهان، رضوی، سیدحمید، منصوری، مرتضی، ۱۳۸۹، اکوتوریسم در بیابان، پتانسیل و قابلیت های بیابانگردی، اولین همایش ملی کویر، فرصت ها و تهدیدات و تاثیر آن بر امنیت پایدار، دانشگاه بیرجند
۱۱. مومنی، منصور، فعال قیومی، علی، ۱۳۸۶، تحلیل آماری با استفاده از SPSS، تهران، نشر نو
۱۲. نائیجی، مختار، ۱۳۸۸، تحلیل جامعه شناختی جذب توریست فرهنگی در ایران (مطالعه موردی گردشگران شهر اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تربیت مدرس
۱۳. هزارجریبی، جعفر؛ نجفی، ملک محمد، ۱۳۹۱، بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر توسعه گردشگری در ایران، با رویکرد جذب گردشگران خارجی، مجله علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی شماره ۴ صفحات ۱۳۳ تا ۱۴۶
۱۴. Wang xin, WU,J, Guo,F, LI,L (۲۰۱۲), study on behavioral intention of desert tourism based on survey of perceptive images, journal of research desert, vol ۴
۱۵. Zehrer Anta & Siller Hubert (۲۰۰۷), "Destination Goods as Travel Motives- The case of Tirol", Tourism Review, Vol. ۶۲, No. ۴+۳.
۱۶. Horner, S. and Swarbrooke, J. (۲۰۰۵). Leisure Marketing: A Global Perspective. Elsevier Butterwork-Heinemann.