



دانشگاه شیخ بهائی

دانشکده تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی- برنامه ریزی توسعه جهانگردی

انگیزه‌ی گردشگران ایرانی از سفر به ترکیه

استاد راهنما

دکتر محمود کتابی

استاد مشاور

منصوره پورمیری

پژوهشگر

عادل حبیبی نیکجو

شهریور ۱۳۹۲

تقدیم به پدرم

کوهی استوار و حامی من در طول تمام زندگی

و

تقدیم به مادرم

سنگ صبوری که الفبای زندگی به من آموخت

تشکر و قدردانی

بر خود واجب می‌دانم از بزرگانی که من را در این پایان‌نامه یاری رساندند و همچنین افرادی که موجب دلگرمی - اینجانب می‌شدند تشکر و قدردانی نمایم. از پروفسور کتابی استاد راهنمای گران‌قدر و خانم پورمیری استاد مشاور خود، به دلیل راهنمایی‌های بی‌چشمداشت خود، در به ثمر رسیدن این پایان‌نامه تلاش نمودند، بسیار سپاسگذارم. بی‌شک بدون راهنمایی‌های ایشان، پژوهش حاضر بسیار دشوار می‌نمود. از پروفسور عمادزاده به سبب راهنمایی‌ها و دلگرمی‌ها، و تلاش‌های ایشان در دو سالی که گذشت بسیار سپاسگزارم. از پروفسور جعفری به سبب پذیرش داوری این پایان‌نامه، و تلاش بی‌نظیر ایشان برای کمک به رشته‌ی نوپای گردشگری در میان دانشجویان گردشگری کشور تشکر ویژه دارم. از سیامک سیفی و امید رضایی، به سبب کمک‌های فکری ایشان در این پژوهش تشکر می‌کنم. از جناب آقای احمدی، مسئول دفتر نهاد ریاست جمهوری واقع در فرودگاه مهرآباد به سبب کمک ایشان در تسهیلات پر کردن پرسش‌نامه در فرودگاه امام خمینی تهران تشکر می‌کنم. همچنین از ابراهیم رحمانیان، سمانه کریم‌زاده، حمیدرضا امیری، ابوالفضل صیامیان، اسعد حسینی و افشین براتی و فاطمه فراهانی به سبب همکاری آنها در این پایان‌نامه و همچنین هم‌کلاسی‌های گرامی‌ام به سبب دلگرمی‌هایشان در دو سالی که گذشت تشکر می‌کنم.

چکیده

انگیزه آغازگر تمام رویدادهای سفر است. از این رو، شناخت انگیزه‌های گردشگران از سفر می‌تواند مزایایی را هم برای خود گردشگر، و هم برای افرادی که از این طریق کسب درآمد می‌کنند، داشته باشد. با شناخت دقیق انگیزه‌های طیف‌های مختلف گردشگران، می‌توان برای هر طیف با توجه به نیازهایش برنامه‌ریزی نمود. علی‌رغم اهمیت انگیزه به عنوان عامل تحریک‌کننده و آغازکننده‌ی سفر، پژوهش‌های درخوری بر روی شناخت انگیزه‌های گردشگران ایرانی از سفر صورت پذیرفته است. هدف از پژوهش حاضر، شناخت این انگیزه‌ها در گردشگران ایرانی، مقایسه‌ی آن با پژوهش‌های پیشین در این زمینه، و ارائه‌ی راهکارهایی مدیریتی بوده است. همچنین با وجود پژوهش‌هایی که تا کنون بر روی انگیزه‌ی سفر صورت پذیرفته، موضوع مقصد سفر، نیاز به بررسی و تحلیل بیشتر برای رسیدن به الگویی جهانی دارد. جامعه‌ی پژوهش حاضر، شامل گردشگران ایرانی بوده، که با پرواز به دو شهر استانبول و آنتالیا، به صورت تفریحی سفر کرده بودند. در همین راستا، ۴۰۱ پرسشنامه‌ی محقق‌ساخت پس از تکمیل در فرودگاه امام خمینی تهران در شهریورماه ۱۳۹۲، توسط تحلیل عاملی، مقایسات میانگین و آزمون همبستگی مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج این پژوهش نشان داد، به طور کلی عامل گریز و استراحت مهم‌ترین عامل انگیزشی و عامل دسترسی، مهم‌ترین عامل جذب ترکیه نزد گردشگران ایرانی به شمار می‌رود. اما در این بین مقصد سفر نقشی اساسی در انگیزه سفر ایفا می‌کند، به نوعی که افرادی که مقصدی فرهنگی چون استانبول را انتخاب کرده بودند، بیشتر به کسب دانش و رشد اهمیت می‌دادند، این درحالی است که گردشگران مقاصد تفرجگاهی چون آنتالیا، برای گریز و استراحت، انگیزه‌ی بیشتری داشتند. در این پژوهش همچنین تفاوت انگیزه‌های افراد با جنسیت، وضعیت تاهل، سن، و سطح تحصیلات متفاوت بررسی شده است. همچنین، تاثیر گروه همسفران، تجربه‌ی سفر، میزان استفاده از آژانس مسافرتی و محدودیت‌های سفر مورد بررسی قرار گرفتند. در کنار موارد فوق، رابطه همبستگی میان میزان برون‌گرایی افراد، با انگیزه‌های آنها مورد سنجش قرار گرفت.

واژگان کاربردی: انگیزه سفر - عوامل انگیزشی - عوامل جذب - مقصد سفر - تجربه سفر - برون‌گرایی

فهرست مطالب:

فصل ۱	۱۲
۱-۱ بیان مساله پژوهش	۱۳
۲-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش	۱۴
۳-۱ اهداف پژوهش	۱۵
۱-۳-۱ اهداف اصلی	۱۵
۲-۳-۱ اهداف فرعی	۱۵
۳-۳-۱ اهداف کاربردی	۱۶
۴-۱ سوالات و فرضیات پژوهش	۱۶
۱-۴-۱ سوالات پژوهش	۱۶
۲-۴-۱ فرضیات پژوهش	۱۷
۵-۱ روش پژوهش	۱۷
۶-۱ تعاریف و واژه‌های کاربردی	۱۸
۷-۱ مطالب فصلهای بعد	۱۹
فصل دوم	۲۰
۱-۲ گردشگر	۲۱
۲-۲ پیشینه‌ی انگیزه سفر و گردشگری در طول تاریخ	۲۱
۳-۲ تقاضای گردشگری	۲۲
۴-۲ انگیزه سفر	۲۴
۵-۲ گونه‌شناسی گردشگران	۲۶
۶-۲ مقصد سفر	۲۷
۱-۶-۲ گردشگری مقاصد شهری	۲۸

۲۹	۲-۶-۲ گردشگری مقاصد ساحلی.....
۲۹	۷-۲ عوامل جمعیت‌شناختی موثر بر سفر.....
۲۹	۱-۷-۲ خطای یکسان‌انگاری.....
۲۹	۲-۷-۲ جنسیت.....
۳۰	۳-۷-۲ سن.....
۳۲	۸-۲ تجربه‌ی سفر.....
۳۳	۹-۲ گردشگران ایرانی و مسلمان.....
۳۴	۱۰-۲ محدودیت‌های سفر.....
۳۵	۱۱-۲ عوامل انگیزشی موثر بر سفر.....
۳۵	۱-۱۱-۲ علاقه به گردشگری فرهنگی.....
۳۶	۲-۱۱-۲ نوجویی و کسب دانش.....
۳۶	۳-۱۱-۲ بودن در کنار خانواده یا دوستان.....
۳۸	۱۲-۲ عوامل جذب‌کننده‌ی مقاصد گردشگری.....
۳۸	۱-۱۲-۲ جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی.....
۳۹	۲-۱۲-۲ خرید و سوغاتی.....
۴۰	۳-۱۲-۲ نقش غذا.....
۴۲	۴-۱۲-۲ نقش امنیت.....
۴۴	۵-۱۲-۲ نقش آب و هوا.....
۴۴	۶-۱۲-۲ فاصله جغرافیایی و هزینه سفر.....
۴۶	۷-۱۲-۲ فاصله فرهنگی.....
۴۸	۱۳-۲ برون‌گرایی به عنوان عاملی روان‌شناختی.....
۵۰	۱۴-۲ پیشینه‌ی پژوهش.....
۵۰	۱-۱۴-۲ پیشینه‌ی خارجی.....
۵۵	۲-۱۴-۲ پیشینه‌ی داخلی.....
۵۶	۱۵-۲ خلاصه.....

۵۷ فصل سوم
۵۸ ۱-۳ مرحله‌ی پیش از پیمایش
۵۸ ۱-۱-۳ طرح پژوهش
۵۸ ۲-۱-۳ آزمون اکتشافی
۵۹ ۳-۱-۳ پیش آزمون
۵۹ ۴-۱-۳ طراحی پرسشنامه‌ی نهایی
۶۰ ۲-۳ مرحله‌ی پیمایش
۶۰ ۱-۲-۳ جامعه و نمونه‌ی مورد مطالعه
۶۱ ۲-۲-۳ جمع‌آوری داده‌ها
۶۲ ۳-۳ مرحله‌ی پس از پیمایش
۶۲ ۱-۳-۳ آماده‌سازی داده‌ها
۶۳ ۲-۳-۳ روند تحلیل داده‌ها
۶۵ ۴-۳ خلاصه
۶۶ فصل چهارم
۶۷ ۱-۴ آمار توصیفی
۶۷ ۱-۱-۴ مقصد سفر
۶۸ ۲-۱-۴ جنسیت
۶۸ ۳-۱-۴ وضعیت تاهل
۶۹ ۴-۱-۴ سن
۶۹ ۵-۱-۴ سطح تحصیلات
۷۰ ۶-۱-۴ گروه همسفران
۷۰ ۷-۱-۴ تجربه سفر
۷۱ ۸-۱-۴ میزان استفاده از آژانس مسافرتی
۷۲ ۹-۱-۴ محدودیت‌های سفر
۷۲ ۲-۴ گویه‌های مرتبط با عوامل انگیزشی و جذب

۷۳	۱-۲-۴ گویه‌های مرتبط با عوامل انگیزشی
۷۴	۲-۲-۴ گویه‌های مرتبط با عوامل جذب
۷۶	۳-۴ تحلیل عاملی
۸۱	۱-۳-۴ نقش جنسیت
۸۳	۲-۳-۴ نقش وضعیت تاهل
۸۵	۳-۳-۴ نقش سن
۸۸	۴-۳-۴ نقش سطح تحصیلات
۹۰	۵-۳-۴ نقش گروه همسفران
۹۲	۶-۳-۴ نقش تجربه سفر
۹۵	۷-۳-۴ نقش میزان استفاده از آژانس مسافرتی
۹۶	۸-۳-۴ نقش محدودیت‌های سفر
۹۸	۹-۳-۴ نقش مقصد سفر
۱۰۰	۵-۴ ضرایب همبستگی
۱۰۰	۱-۵-۴ همبستگی میان برونگرایی و عوامل انگیزشی
۱۰۱	۲-۵-۴ همبستگی میان برونگرایی و عوامل جذب
۱۰۱	۳-۵-۴ همبستگی میان عوامل انگیزشی
۱۰۲	۴-۵-۴ همبستگی میان عوامل جذب
۱۰۳	۵-۵-۴ همبستگی میان عوامل جذب و عوامل انگیزشی
۱۰۴	۶-۴ خلاصه
۱۰۵	فصل پنجم
۱۰۶	۱-۵ تحلیل نتایج آمار توصیفی
۱۰۶	۲-۵ تحلیل یافته‌های آمار استنباطی
۱۱۴	۳-۵ مدل مفهومی پژوهش
۱۱۵	۴-۵ راهکارهای مدیریتی

۱۱۶.....	۵-۵ محدودیت‌های پژوهش
۱۱۶.....	۶-۵ پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی
۱۱۷.....	منابع

جدول شکل‌ها:

۱۴.....	شکل ۱: مدل فرضی انگیزه‌های سفر به ترکیه
۱۱۵.....	شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش

فهرست جدول‌ها:

۶۳.....	جدول ۱: کدهای تعریف شده برای عوامل تشکیلدهنده متغیرهای جمعیت‌شناختی
۶۷.....	جدول ۲: فراوانی گردشگران نمونه میان دو مقصد استانبول و آنتالیا
۶۸.....	جدول ۳: فراوانی و درصد میان متغیر جنسیت
۶۸.....	جدول ۴: فراوانی و درصد میان متغیر وضعیت تاهل
۶۹.....	جدول ۵: فراوانی و درصد در دوره‌های سنی مختلف
۶۹.....	جدول ۶: فراوانی و درصد سطوح تحصیلات مختلف
۷۰.....	جدول ۷: فراوانی و درصد گروه همسفران
۷۰.....	جدول ۸: فراوانی و درصد تجربه سفر به ترکیه
۷۱.....	جدول ۹: فراوانی و درصد تجربه سفر خارجی
۷۱.....	جدول ۱۰: فراوانی و درصد میزان استفاده از آژانس مسافرتی
۷۲.....	جدول ۱۱: فراوانی و درصد محدودیت‌های سفر
۷۳.....	جدول ۱۲: آمار توصیفی و رتبه‌بندی گویه‌های مرتبط با عوامل انگیزشی
۷۴.....	جدول ۱۳: آمار توصیفی و رتبه‌بندی عوامل جذب
۷۶.....	جدول ۱۴: کفایت حجم نمونه‌گیری برای تحلیل عاملی
۷۷.....	جدول ۱۵: تحلیل عاملی عوامل انگیزشی
۷۹.....	جدول ۱۶: تحلیل عاملی عوامل جذب

- جدول ۱۷: تاثیر جنسیت بر عوامل انگیزشی ۸۱
- جدول ۱۹: تاثیر جنسیت بر گویههای عامل زیرساخت ۸۲
- جدول ۲۰: تاثیر وضعیت تاهل بر عوامل انگیزشی ۸۳
- جدول ۲۱: تاثیر وضعیت تاهل بر عوامل جذب ۸۳
- جدول ۲۲: تاثیر وضعیت تاهل بر گویههای عامل زیرساخت ۸۴
- جدول ۲۳: تاثیر سن بر عوامل انگیزشی ۸۵
- جدول ۲۴: رتبه بندی عوامل انگیزشی بر اساس سن ۸۵
- جدول ۲۵: تاثیر سن بر عوامل جذب ۸۶
- جدول ۲۶: رتبه بندی عوامل موثر بر جذب بر اساس سن ۸۷
- جدول ۲۷: تاثیر سطح تحصیلات بر عوامل انگیزشی ۸۸
- جدول ۲۸: تاثیر سطح تحصیلات بر عوامل جذب ۸۹
- جدول ۲۹: تاثیر سطح تحصیلات گویههای زیرساخت ۸۹
- جدول ۳۰: تاثیر گروه همسفران بر عوامل انگیزشی ۹۰
- جدول ۳۱: تاثیر گروه همسفران بر عوامل جذب ۹۱
- جدول ۳۲: تاثیر تجربه سفر به ترکیه بر عوامل انگیزشی ۹۲
- جدول ۳۳: تاثیر تجربه سفر خارجی بر عوامل انگیزشی ۹۲
- جدول ۳۴: تاثیر تجربه سفر به ترکیه بر عوامل جذب ۹۳
- جدول ۳۵: تاثیر تجربه سفر خارجی بر عوامل جذب ۹۴
- جدول ۳۶: تاثیر میزان استفاده از آژانس مسافرتی بر عوامل انگیزشی ۹۵
- جدول ۳۷: تاثیر میزان استفاده از آژانس مسافرتی بر عوامل جذب ۹۵
- جدول ۳۸: تاثیر محدودیتهای سفر بر عوامل انگیزشی ۹۶
- جدول ۳۹: تاثیر محدودیت سفر بر عوامل جذب ۹۷
- جدول ۴۰: تاثیر مقصد سفر بر عوامل انگیزشی ۹۸

- جدول ۴۱: رتبه بندی عوامل انگیزشی بر اساس مقصد سفر ۹۸
- جدول ۴۲: تاثیر مقصد سفر بر عوامل جذب ۹۹
- جدول ۴۳: رتبه بندی عوامل جذب بر اساس مقصد سفر ۹۹
- جدول ۴۴: میزان همبستگی میان برونگرایی و عوامل انگیزشی ۱۰۱
- جدول ۴۵: میزان همبستگی میان برونگرایی و عوامل جذب ۱۰۱
- جدول ۴۶: میزان همبستگی میان عوامل انگیزشی ۱۰۲
- جدول ۴۷: میزان همبستگی میان عوامل جذب ۱۰۲
- جدول ۴۸: میزان همبستگی میان عوامل انگیزشی و عوامل جذب کشور ترکیه ۱۰۳
- جدول ۴۹: خلاصه‌ی یافته‌ها ۱۰۸

فهرست ضمیمه‌ها:

- ضمیمه ۱: پرسشنامه‌ی نهایی ۱۲۶
- ضمیمه ۲: نتیجه آزمون KMO و بارتلت برای تحلیل عاملی عوامل انگیزشی ۱۲۹
- ضمیمه ۳: جدول تحلیل عاملی برای عوامل انگیزشی با چرخش Varimax ۱۳۰
- ضمیمه ۴: نتیجه آزمون KMO و بارتلت برای تحلیل عاملی عوامل انگیزشی ۱۳۱
- ضمیمه ۵: جدول تحلیل عاملی برای عوامل جذب با چرخش Varimax ۱۳۱
- ضمیمه ۶: اختلافات میانگین بین دو مقصد استانبول (۱) و آنتالیا (۲) در عوامل انگیزشی از طریق آزمون t مستقل ۱۳۱
- ضمیمه ۷: اختلافات میانگین متغیر سن در عوامل جذب از طریق تحلیل واریانس و آزمون تعقیبی توکی ۱۳۲
- ضمیمه ۸: همبستگی پیرسون میان عوامل جذب و عامل برونگرایی ۱۳۳

فصل ۱

کلیات پژوهش

مقدمه

در این فصل، ابتدا به بیان مساله و چرایی انتخاب موضوع و بحث بر روی آن پرداخته خواهد شد. این که چرا شناخت انگیزه‌های گردشگران ایرانی مهم است، و چه کاستی‌هایی در این زمینه وجود دارد، مورد بحث قرار می‌گیرد. سپس اهمیت پژوهش حاضر بررسی خواهد شد. در ادامه اهداف پژوهش، و به طبع آن، سوالات و فرضیه‌های تحقیق خواهد آمد. پس از آن، روش پژوهش به صورت مختصر بیان می‌شود. در نهایت، مهم‌ترین واژه‌های کاربری تعریف خواهند شد.

۱-۱ بیان مساله پژوهش

انگیزه آغازگر تمام رویدادهای سفر است. اصولاً هر فردی که از مکان زندگی خود به طور موقتی جدا شده و به سفر می‌پردازد، از هدف و انگیزه‌ای برخوردار است. حال این انگیزه‌ها می‌تواند مربوط به سفری کاری، بازدید از دوستان و آشنایان، مذهبی، تفریحی و یا دیگر اهداف باشد. همچنین سفر تفریحی نیز خود می‌تواند با انگیزه‌های متفاوت صورت پذیرد. فرد ممکن است برای دور شدن موقت از محیط خود و تمدد اعصاب سفر کند، ممکن است برای بالا بردن شناخت و دید خود به سفر بپردازد، بخواهد در کنار دوستان و خانواده‌ی خود باشد، و یا دلایل دیگری برای سفر خود داشته باشد.

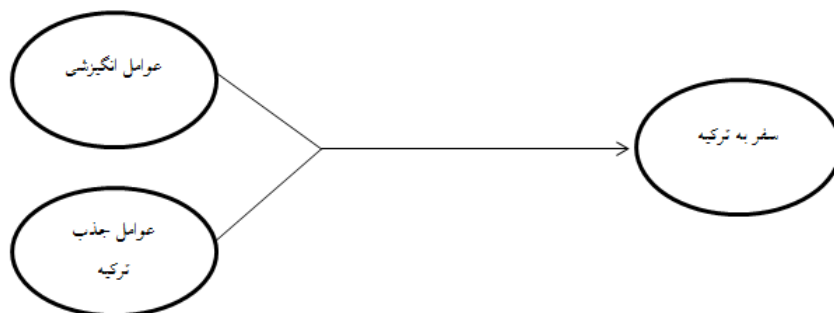
شناخت انگیزه‌های گردشگران هر کشور برای برنامه‌ریزان گردشگری چه در بخش خصوصی و چه در بخش عمومی حائز اهمیت است، زیرا با بررسی انگیزه‌ها می‌توان دریافت که مردم از چه روی تصمیم به سفر می‌گیرند و سپس چه می‌شود مقصدی را به مقصد دیگر ترجیح می‌دهند. این شناخت می‌تواند از سردرگمی در زمینه‌ی نیازهای گردشگران کشور مبدا برای سفر بکاهد و دست‌اندرکاران بخش گردشگری به شکل بهتری به ارائه‌ی خدمات گردشگری درخور و متناسب با نیازهای مردم کشور خود و یا به نوعی بازار هدف خود بپردازند.

در سال‌های اخیر پژوهشگران زیادی به بررسی عوامل انگیزشی و جذب کشورهای مختلف پرداخته‌اند ولی بر روی انگیزه‌های مردم ایران برای سفر پژوهش‌های زیادی صورت نپذیرفته است. در پژوهش حاضر، علاوه بر بررسی انگیزه‌های گردشگران ایرانی از سفر، تفاوت میان انگیزه‌ی گردشگران یک کشور از سفر به دو نوع مقصد مختلف در کشوری دیگر مورد بررسی قرار گرفته است. در این پژوهش استانبول به عنوان مقصد فرهنگی و آنتالیا به عنوان مقصدی تفرجگاهی انتخاب شده و مورد بررسی قرار گرفته است. پیش از این کزاک^۱ (۲۰۰۱ و ۲۰۰۲) به موضوع تاثیر مقصد سفر (ترکیه و اسپانیا) بر انگیزه‌ی گردشگران پرداخته بود. اما به نظر می‌رسد انتخاب دو مقصد که هر کدام در یک کشور باشند به ویژه این‌که یکی از این کشورها مسیحی نشین (اسپانیا) و دیگری کشوری مسلمان (ترکیه) باشد بر انگیزه‌ی گردشگران از سفر به آن کشورها تاثیر گذارد.

¹ Kozak

پژوهش حاضر قصد دارد با انتخاب دو مقصد با ویژگی‌های مختلف (یکی فرهنگی و یکی تفرجگاهی)، شکاف موجود در این زمینه را پر نماید. از آنجایی که تا کنون پژوهش معتبری در زمینه‌ی شناخت انگیزه‌ی گردشگران مسلمان صورت پذیرفته است، تاثیر عوامل جمعیت شناختی چون، سن، سطح تحصیلات، جنسیت و وضعیت تاهل بر انگیزه‌ی این گروه از گردشگران ناشناخته باقی مانده، که این موضوع نیز از اهداف این پژوهش است. همچنین در زمینه‌ی تاثیر تجربه‌ی سفر بر انگیزه‌ی گردشگران در کشورهای شرق آسیا پژوهش‌هایی از جمله، لائو و مک‌کرچر^۱ (۲۰۰۴) صورت پذیرفته است که نیاز است در مناطق دیگر از جمله ایران نیز برای سنجش نتایج پژوهش‌های پیشین و تعمیم آن به دیگر مناطق مورد آزمون قرار گیرد. در این پژوهش تاثیر گروه همسفران و نیز تاثیر استفاده از آژانس مسافرتی و محدودیت‌های سفر بر انگیزه مورد بحث قرار گرفته است. در شکل ۱ در مدلی مفهومی، عوامل و متغیرهای سفر به ترکیه مشخص شده اند.

شکل ۱: مدل فرضی انگیزه‌های سفر به ترکیه



۲-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش

کشور ایران با جمعیتی معادل ۷۵ میلیون نفر (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۱)، ۱/۱٪ از جمعیت کل جهان را تشکیل داده است (دفتر مرجع جمعیت^۲، ۲۰۱۲). از این میان ۵/۶ میلیون نفر گردشگر در سال ۲۰۰۹، ایران را به قصد بازدید از کشورهای دیگر ترک کردند (یورومونیتور^۳، ۲۰۰۹)، که این میزان معادل ۰/۵۶٪ از کل گردشگران بین-

¹ Lau and McKercher

² Population Reference Bureau

³ Euromonitor International

المللی جهان در آن سال است (بانک جهانی^۱، ۲۰۱۰). یکی از عمده‌ترین مقاصد گردشگران ایرانی کشور همسایه‌ی خود ترکیه است، که در سال ۲۰۱۲ با جذب ۲۹ میلیون گردشگر بین‌المللی به جایگاه ششم جهان از این حیث دست یافت (سازمان جهانی جهانگردی^۲، ۲۰۱۲). در این بین گردشگران ایرانی در مکان ششم گردشگران ورودی به این کشور قرار داشتند (نخست‌وزیری کشور ترکیه^۳، ۲۰۱۰). تا کنون مطالعات اندکی بر روی شناخت انگیزه‌های گردشگران ایرانی از سفرهای بین‌المللی صورت گرفته است درحالی که این تعداد گردشگر نیازمند شناخت بهتر و پژوهش‌های بیشتری می‌باشند. این پژوهش از این جهت مورد اهمیت است که در آن به صورت علمی به بررسی انگیزه‌های واقعی طیف‌های مختلف گردشگران ایرانی از سفر به یک مقصد خارجی پرداخته شده است.

گروه‌های سنی متفاوت، جنسیت‌های متفاوت، افراد با سطح تحصیلات مختلف و وضعیت تاهل متفاوت مورد بررسی قرار گرفته‌اند همچنین در زمینه‌ی مقصد سفر آنها، گروه همسفران، تاثیر تجربه‌ی سفر بر انگیزه، تاثیر میزان استفاده از آژانس مسافرتی، نقش محدودیت‌های سفر گردشگران بر انگیزه‌های آنها و همچنین تاثیر میزان برون-گرایی افراد به عنوان عاملی روان‌شناختی موثر بر سفر، مورد بحث قرار گرفته و تفاوت‌های میان آنها مشخص شده است. این موضوع می‌تواند هم به مسئولین در برنامه‌ریزی سفر کمک شایان توجهی نماید و هم با شناخت شدن بیشتر نیازهای گردشگران، تلاش شود تا رضایت بیشتری از سفر کسب شود.

۳-۱ اهداف پژوهش

۱-۳-۱ اهداف اصلی

- تعیین انگیزه‌های درونی گردشگران ایرانی از سفر
- تعیین مهم‌ترین عوامل جذب کشور ترکیه از دیدگاه گردشگران ایرانی

۲-۳-۱ اهداف فرعی

- بررسی تاثیر مقصد سفر بر انگیزه‌های سفر

¹ The World Bank

² UNWTO

³ Republic of Turkey Prime Ministry

- بررسی تاثیر عوامل جمعیت‌شناختی از قبیل سن، سطح تحصیلات، جنسیت و وضعیت تاهل بر انگیزه‌های سفر

- بررسی تاثیر گروه همسفران بر انگیزه‌های سفر

- بررسی تاثیر تجربه‌ی سفر به ترکیه و تجربه‌ی سفر خارجی بر انگیزه‌ی گردشگران

- بررسی تاثیر میزان استفاده از خدمات آژانس مسافرتی توسط گردشگران بر انگیزه‌های سفر آنها

- بررسی تاثیر محدودیت‌های سفر به ترکیه بر انگیزه‌های گردشگران

- بررسی همبستگی میان برون‌گرایی افراد به عنوان یکی از ابعاد شخصیتی بر انگیزه‌های سفر آنها

۳-۳-۱ اهداف کاربردی

- ارائه‌ی راهکارهای مدیریتی (با تاکید بر آژانس‌های مسافرتی) بر اساس یافته‌های پژوهش

۴-۱ سوالات و فرضیات پژوهش

۴-۱-۱ سوالات پژوهش

- مهم‌ترین عوامل انگیزشی موثر بر سفر از دیدگاه گردشگران ایرانی کدامند؟

- مهم‌ترین عوامل جذب کشور ترکیه از دیدگاه گردشگران ایرانی کدامند؟

۱-۴-۲ فرضیات پژوهش

- فرضیه ۱: جنسیت بر انگیزه‌های گردشگران ایرانی از سفر تاثیر دارد.
- فرضیه ۲: وضعیت تاهل بر انگیزه گردشگران ایرانی از سفر تاثیر دارد.
- فرضیه ۳: سن در انگیزه‌های گردشگران ایرانی از سفر تاثیر دارد.
- فرضیه ۴: سطح تحصیلات بر انگیزه‌های گردشگران ایرانی از سفر تاثیر دارد.
- فرضیه ۵: گروه همسفران بر انگیزه‌های گردشگران ایرانی از سفر تاثیر دارد.
- فرضیه ۶: تجربه سفر بر انگیزه‌های گردشگران از سفر تاثیر دارد.
- فرضیه ۷: میزان استفاده از خدمات آژانس مسافرتی بر انگیزه‌های گردشگران از سفر تاثیر دارد.
- فرضیه ۸: محدودیت سفر بر انگیزه‌های گردشگران از سفر تاثیر دارد.
- فرضیه ۹: مقصد سفر بر انگیزه‌های گردشگران ایرانی از سفر تاثیر دارد.
- فرضیه ۱۰: میزان برون‌گرایی با انگیزه‌های گردشگران از سفر رابطه دارد.

۱-۵ روش پژوهش

در پژوهش حاضر، ابتدا با استفاده از ادبیات موجود و آزمون اکتشافی، تعدادی گویه شناسایی گردید. سپس در پیش‌آزمون صورت گرفته، گویه‌هایی که پایایی مناسب نداشتند اصلاح شده و پرسشنامه‌ی محقق ساخت نهایی آماده شد.

جامعه‌ی هدف پژوهش، گردشگران ایرانی بودند که برای تفریح کشور ترکیه را انتخاب نموده بودند (به گردشگرانی که با اهداف غیر تفریحی سفر می‌کردند پرسشنامه داده نمی‌شد). حجم نمونه ۳۸۵ نفر در نظر گرفته شده بود که در نهایت با به دست آمدن ۴۰۱ پرسشنامه‌ی قابل استفاده در فرودگاه امام خمینی تهران، داده‌ها برای تحلیل آماده شدند. گویه‌ها ابتدا توسط تحلیل عاملی به پنج عامل انگیزشی و پنج عامل جذب کاهش یافته، سپس توسط آزمون‌های مقایسات میانگین، مورد بررسی بیشتر با عوامل جمعیت شناختی و سایر اهداف مورد نظر پژوهش از قبیل

تجربه‌ی سفر قرار گرفتند. همچنین رابطه‌ی میان میزان برون‌گرایی با عوامل انگیزشی، توسط آزمون همبستگی پیرسون صورت پذیرفت.

۶-۱ تعاریف واژه‌های کاربردی

- انگیزه‌ی سفر (Travel Motivation): نیرویی محرک که افراد را به سفر وا می‌دارد و تقاضای گردشگری را شکل می‌دهد (پیرس^۱، ۲۰۰۵).
- عوامل انگیزشی (Push Factors): عواملی درونی هستند که فرد را به بازدید از مکان‌های دیگر سوق می‌دهد (کرامپتون^۲، ۱۹۷۹). عوامل انگیزشی دلایل درونی فرد از دور شدن موقت از محل زندگی خود را نشان می‌دهد. این که چه انگیزه‌هایی موجب شده تا فرد به جای ماندن در مکانی که زندگی می‌کند تصمیم به سفر کردن بگیرد، کرامپتون (۱۹۷۹) انگیزه‌هایی از قبیل گریز، خودشکوفایی، تمدد اعصاب، نشان دادن قدر و منزلت، بازگشت به گذشته و تعاملات اجتماعی را در زمره‌ی عوامل انگیزشی قرار داد.
- عوامل جذب (Pull Factors): عوامل مرتبط با ویژگی‌های مقصد که فرد را به بازدید از آن مقصد سوق می‌دهد (کرامپتون، ۱۹۷۹). عوامل جذب مشخص می‌سازند کدام ویژگی‌های مقصد مهم‌ترین عوامل جذب کننده‌ی گردشگران به آن مقصد بوده است که موجب شده گردشگران از میان مقاصد مختلف مقصد سفر کنونی خود را انتخاب کنند.
- مقصد سفر (Travel Destination): مقصد مکانی است که قسمت عمده‌ی تجربه‌ی تعطیلات بازدیدکننده در آنجا اتفاق می‌افتد، گردشگر در آن اقامت می‌کند و بسیاری از بازدیدهای خود را صورت می‌دهد. یک مقصد می‌تواند یک شهر فرهنگی، یک تفریحگاه کنار دریا و یا یک منطقه‌ی بیابانی باشد (اسمیت، مک‌لئود و روبرتسون، ۱۳۹۱).
- تجربه‌ی سفر (Travel Experience): تجربه سفر عاملی است که بر اساس دوره زندگی و سفرهای پیشین فرد، موجب به دست آوردن دانش بیشتر شده و بر روی انتخاب فعالیت‌های تخصصی وی در سفر تاثیر می‌گذارد (پیرس و لی^۳، ۲۰۰۵).

¹ Pearce

² Crompton

³ Pearce and Lee

- برون‌گرایی (Extraversion): یکی از پنج بعد اصلی شخصیت انسان به شمار می‌رود، این خصیصه شامل ویژگی‌هایی از قبیل تحریک‌پذیری، مردم‌آمیزی (میل به برقراری روابط بین‌فردی)، پرحرفی، اعتماد به نفس و ابراز هیجانات و احساسات به مقدار زیاد می‌باشد (پروین، ۱۳۸۴).

۷-۱ مطالب فصل‌های بعد

در فصل دوم پژوهش، به مرور ادبیات موضوع و پژوهش‌های پیشین پرداخته شده است. در فصل سوم شیوه‌ی انجام پژوهش و آزمون‌های آماری مورد استفاده توضیح داده شده است. در فصل چهارم اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه تجزیه و تحلیل شده و در فصل پنجم به بررسی نتایج پژوهش، محدودیت‌ها و ارائه‌ی پیشنهادات پرداخته شده است.

فصل دوم

مروری بر ادبیات موضوع و پیشینه‌ی پژوهش

مقدمه

در این فصل، ابتدا گردشگر، انگیزه‌ی او از سفر، و همچنین روند تغییر این انگیزه‌ها در طول تاریخ توضیح داده خواهد شد. سپس به بررسی انواع گردشگر و مقصد سفر پرداخته می‌شود. انگیزه برای سفر به دو نوع مقصد شهری و تفرجگاهی نشان داده می‌شود. پس از آن، به عوامل جمعیت شناختی چون جنسیت و سن و تاثیر آن بر انگیزه‌ی سفر پرداخته می‌شود. همچنین برخی انگیزه‌های مرتبط با عوامل انگیزشی و عوامل جذب، مورد بررسی قرار می‌گیرند. برون‌گرایی، نیز به عنوان یکی از عوامل روان‌شناختی موثر بر انگیزه‌ی سفر، توضیح داده خواهد شد. در نهایت به بررسی پژوهش‌های پیشین در زمینه‌ی عوامل جذب در موارد خارجی و داخلی پرداخته می‌شود.