The Influential Factors in Experience-Based Tourism in Nomadic Areas (Case Study: Qashqai Tribes)

Abdoreza Rokneddin Eftekari¹, Leila Imani Tayyebi², *Majid Farhadi Uonaki³

1. Professor, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Humanities, University of Tarbiat Modares, Tehran, Iran.
2. MSc., Department of Museum and Tourism, Faculty of Research Excellence in Art and Entrepreneurship, Art University of Isfahan, Isfahan, Iran.
3. PhD Student, Department of Tourism Management, Faculty of Tourism Science, University of Science and culture, Tehran, Iran.

Abstract

This study aims to analyze the factors affecting experience-based tourism in nomadic areas (case study: Qashqai tribes). The population of the study includes domestic and foreign tourists that visited the study areas between March and July 2018. Using the Morgan table, a sample size of 400 was selected from which 384 correct questionnaires were extracted. This applied study was done by descriptive-analytical method using open interview and a researcher-made questionnaire. The validity of the tools was confirmed by 15 experts (academics and industry practitioners). The impact of tangible cultural and intangible cultural factors, perceived quality, and perceived sense of the place on the perceived experience of the nomadic tourists was analyzed. The variance analysis and the influential coefficient of independent factors were used for scientific inferences using the confirmatory factor analysis in the form of structural equation modeling (SEM) in the PLS environment. The results showed that the cultural tangible factor with influx coefficient of 0.33 and the factor of perception of the sense of place with influx coefficient of 0.29 were the most influential factors on the perceived experience of the tourists visiting nomadic areas. Furthermore, the variance analysis of the factors on the perceptual experience is equal to 34%.

Received: 16 July 2019
Accepted: 11 Nov. 2019

Extended Abstract

1. Introduction

Nowadays, tourists are more flexible, more sensitive to the environment, and more adventurous, and are more interested in searching for meaningful experiences. Therefore, different trips take place every day heading for remoter and new destinations. Nomadic tourism is one of the new areas of tourism concentrating on different nomadic populations. Given the importance and value of tourism in Iran, using the potential of nomadic tourism as a less experienced destination to attract domestic and foreign tourists in order to introduce the nomadic cultural heritage's maximum capacity should be taken into consideration. Nomadic tourists can be involved in the production and reproduction of place,
space, and product and interact with the local community. Therefore, the physical and cultural characteristics of the tribes can be communicated to the tourists in the form of visual symbols. They will have a meaningful relationship with nomadic (tribal) life. Within this framework, tourism experience is a mental and spiritual state experienced by tourists during the period of receiving services.

Experience-based tourism is a dynamic process of participation of the tourists in activities; words used to describe the experience are as follows: exploring, finding, and being surprised. Experience in tourism, originally for the sake of finding surprises or less experienced worlds, seeking adventure, and participating in events, involves emotions and observations, both of which are meaningfully transmitted to the mind. It also has spiritual, emotional, psychological, or learning outcomes. In other words, an experience cannot be created instantaneously, but only when tourists "have participated in an emotional, physical, rational or even spiritual level ". An experience is created by a particular or designed context and shaped in the mind of the tourist who has participated in this context. In this case, it is partially "participatory" and cannot be attributed solely to the tourists themselves, and can provide a basis for tourists who form their own experiences.

2. Methodology

The present study was conducted using descriptive-analytical method. The research components were extracted using library studies and interviews so that the empirical model could be presented. The study area was the Qashqai tribes. The population of the study included domestic and foreign tourists (384 samples). The sampling method is convenience random sampling. To analyze the data, confirmatory factor analysis has been used in the form of structural equation modeling (SEM) in the PLS environment.

3. Results

The results showed that four components of intangible cultural, tangible cultural, perceived quality and perception of the sense of place affect perceived experience. The cultural tangible factor with influx coefficient of 0.33 and the factor of perception of the sense of place with influx coefficient of 0.29, intangible cultural factor with influx coefficient of 0.08, and the perceived quality with influx coefficient of 0.07 were the most influential factors on the perceived experience of the tourists visiting nomadic areas. Furthermore, the variance analysis of the factors on the perceptual experience is equal to 34%.

4. Discussion

The nomadic areas, as experience-based and creative destinations, can create new experiences for tourists that do not exist in other places. Tangible cultural, intangible cultural, perceived quality, and perception of the sense of place were examined to analyze factors affecting experience-based tourism using a researcher-made model.

5. Conclusion

According to the results of the study, the following suggestions are presented:

We can create an outdoor museum where tourists can involve in the daily activities of the nomads, such as milking, baking bread, making curd, and making handicrafts in order to gain a memorable experience. Also, we can perform traditional ceremonies, such as the Chele Bedar celebrations (the 45th day of winter), kose galin ceremony (praying for rain), and the March Celebration that not only enhance the perceived quality of the tourists' experience, but also preserve the tangible and intangible cultural attractions of the Qashqai nomads.

Since tourists' participation in experience-based tourism is very important. We can perform experience-based tourism and creative tourism by creating a nomadic village and using the Qashqai nomadic black tent as an eco-tourism resort in the tribal areas that are adjacent to the country's main tourist hub.

Acknowledgments

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declared no conflicts of interest
عنوان مؤثر بر توسعه گردشگری تجربه محور در مناطق عشایری (موردها: عشایر قشقایی)

Prof. Majid Ferehadi Yoonk*, Majid Ferehadi Yoonk, 2, Abdulrazzaq Rafiee Aftabari 3

در این مقاله با مدل کمپدزیتیو گاه گردشگری تجربه محور در مناطق عشایری در حال فراهم‌آوری است. این مقاله با پرسشنامه صحیحی از گردشگران داخلی و خارجی، که با آن‌ها در زمان‌های مختلف به‌کار گرفته شد، از ابزار مصاحبه باز و پرسشنامه محقق ساخته در آن استفاده شد. نتایج پژوهش حاکی از رابطه معناداری مثبت چهار مؤلفه مذکور بر تجربه ادراک شده، به خصوص در شوک و رضایت جهانی، از جمله عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تجربه محور در مناطق عشایری می‌باشد.
فصلنامه هش‌های روستایی

زمستان

خشصی‌هایی که در ترکیب با یکدیگر، یک تجربه شخصی کلی و ماندگار ایجاد می‌کنند (Pine & Gilmore, 1998; Wu, Cheng, & Ai, 2018) در این پژوهش، تجربه گردشگری جامعه‌ها و همچنین اجتماعات و هم‌جواری انسان‌ها به دیگران و همچنین افرادی است (Lee, Hwang, & Shim, 2019; Ebejer, 2015) که تجربه گردشگری محور که باعث کسب شکل می‌گیرد، عشایر قشقایی یکی از بزرگ‌ترین جوامع عشایری ایران هستند و به دلیل استقرار آن‌ها در شهرستان‌های شیراز و اصفهان، که از بزرگ‌ترین قطب‌های گردشگری کشور هستند. محققات پیشین اشاره نمی‌کنند که تجربه گردشگری محور با تأکید بر عشایر قشقایی

الگوهای گردشگری تجربه محور

کدام اند؟

میزان تأثیرگذاری هرکدام از این عوامل بر گردشگری تجربه محور چگونه است؟

перنیتا حسینی، چه حوادثی به ایران و سپس به فارس کوچ کرده اند. با مطالعه واقعه‌ها و نشانه‌ها و قرینه‌های تاریخی می‌توان این گونه استنباط کرد که مهاجرت ایل قشقایی از شمال غربی و مرکزی ایران به خطه فارس یکبار و هم‌زمان صورت نگرفته است. گروه‌های مختلف قشقایی در زمان‌های مختلف و از اماکن مختلفی به فارس کوچیده و ایل قشقایی را بنیاد نهاده‌اند. از این رو، نمی‌توان تمامی اجزا و عناصر اجتماعی و فرهنگی ایل قشقایی امروزی را دارای اصل و ریشه مشترک دانست و نتیجه‌گیری کرد که ایل در زمان معینی و مکان مشخص (خواه قفقاز، ترکمنستان و که از بزرگ‌ترین قطب‌های گردشگری کشور هستند. از این رو، نمی‌توان تمامی اجزا و عناصر اجتماعی و فرهنگی ایل قشقایی امروزی را دارای اصل و ریشه مشترک دانست و نتیجه‌گیری کرد که ایل در زمان معینی و مکان مشخص (خواه قفقاز، ترکمنستان و همچنین به دلیل استقرار آن‌ها در شهرستان‌های شیراز و اصفهان، که از بزرگ‌ترین قطب‌های گردشگری کشور هستند. محققات پیشین اشاره نمی‌کنند که تجربه گردشگری محور با تأکید بر عشایر قشقایی

الگوهای گردشگری تجربه محور

کدام اند؟

میزان تأثیرگذاری هرکدام از این عوامل بر گردشگری تجربه محور چگونه است؟

تاریخچه ایل بزرگ قشقایی بسیار مبهم است و دانستنی‌های ما درباره گذشته این ایل بزرگ ناچیز و ناقص و به صورت جسته وگریخته است. به درستی معلوم نیست که ترکان قشقایی در چه زمانی و از کدام سرزمین و براثر چه عواملی و از پی (Garrod, 1946) با مطالعه واقعه‌ها و نشانه‌ها و قرینه‌های تاریخی می‌توان این گونه استنباط کرد که مهاجرت ایل قشقایی از شمال غربی و مرکزی ایران به خطه فارس یکبار و هم‌زمان صورت نگرفته است. گروه‌های مختلف قشقایی در زمان‌های مختلف و از اماکن مختلفی به فارس کوچیده و ایل قشقایی را بنیاد نهاده‌اند. از این رو، نمی‌توان تمامی اجزا و عناصر اجتماعی و فرهنگی ایل قشقایی امروزی را دارای اصل و ریشه مشترک دانست و نتیجه‌گیری کرد که ایل در زمان معینی و مکان مشخص (خواه قفقاز، ترکمنستان و
گردشگری اشاره دارد. در این صورت تجربه طراحی شده تا حدی جهت مشترکی ایجاد می‌شود. نیم‌توان آن را به خود گردشگران نسبت دهد. یعنی عمدتاً تجربه می‌تواند رضایت‌بردار گردشگران ایجاد کند که تجربه خوب را با دانسته می‌داند (Wu, Cheng, & Ai, 2018; Gao et al., 2012; Sahin, Zehir, & Kitapci, 2011).

به سنین دیگر، رپرتور سنتی گردشگری بعنوان خدمات غالباً اولویت کمی بر چند جهت گردشگرانی داشت، و سپس تجاوزی در این زمینه که در این مدل کناره‌گیری از مفهوم تجربه اثراندکه است. اما در رپرتور جدید، مفهوم افتتاحیه بدون گردشگری از یک پارادیگم خانلاین به یک پارادیگم جهیزه تبدیل شده است. (Pine, & Gilmore, 1998)

عینی آنچه که گردشگران ارائه می‌شود، تأکید طبیعتی دیسکی است که گردشگران ارائه اصلی خواهد نشان داد که که این گردشگران مفهوم جدید، ایستاده را مطرح کرد که از یک روش تحت شرایط عاطفی، شناختی و رفتاری (Lee, 2018) می‌توانند در رونق رکارتر قرار گرفت؛ این این اساس، در مورد فردی می‌شود و رابطه به فعالیت‌های مشترک، کننده ساختن، معنی‌گذاری مسئولیت را در مسیر بودن و رابطه در پیگیری و کنترل گردشگران در فضای‌های گردشگری کلیدی تولید می‌شود. (Burstein & Mccannel), (2014)

تغییر کلی در از گردشگری و مصرف کننده، با توجه به یک تا جایی که بورستین و مک‌کنل (2017) و تا جایی که کرجر و سایمان (2017) استفاده کنند که تجاوز خود را شکل دهد. این صورت تجربه طراحی شده تا حدی جهت مشترکی ایجاد می‌شود. نیم‌توان آن را به خود گردشگران نسبت دهد. یعنی عمدتاً تجربه می‌تواند رضایت‌بردار گردشگران ایجاد کند که تجربه خوب را با دانسته می‌داند (Wu, Cheng, & Ai, 2018; Gao et al., 2012; Sahin, Zehir, & Kitapci, 2011).

به سنین دیگر، رپرتور سنتی گردشگری بعنوان خدمات غالباً اولویت کمی بر چند جهت گردشگرانی داشت، و سپس تجاوزی در این زمینه که در این مدل کناره‌گیری از مفهوم تجربه اثراندکه است. اما در رپرتور جدید، مفهوم افتتاحیه بدون گردشگری از یک پارادیگم خانلاین به یک پارادیگم جهیزه تبدیل شده است. (Pine, & Gilmore, 1998)

عینی آنچه که گردشگران ارائه می‌شود، تأکید طبیعتی دیسکی است که گردشگران ارائه اصلی خواهد نشان داد که که این گردشگران مفهوم جدید، ایستاده را مطرح کرد که از یک روش تحت شرایط عاطفی، شناختی و رفتاری (Lee, 2018) می‌توانند در رونق رکارتر قرار گرفت؛ این این اساس، در مورد فردی می‌شود و رابطه به فعالیت‌های مشترک، کننده ساختن، معنی‌گذاری مسئولیت را در مسیر بودن و رابطه در پیگیری و کنترل گردشگران در فضای‌های گردشگری کلیدی تولید می‌شود. (Burstein & Mccannel), (2014)

تغییر کلی در از گردشگری و مصرف کننده، با توجه به یک تا جایی که بورستین و مک‌کنل (2017) و تا جایی که کرجر و سایمان (2017) استفاده کنند که تجاوز خود را شکل دهد. این صورت تجربه طراحی شده تا حدی جهت مشترکی ایجاد می‌شود. نیم‌توان آن را به خود گردشگران نسبت دهد. یعنی عمدتاً تجربه می‌تواند رضایت‌بردار گردشگران ایجاد کند که تجربه خوب را با دانسته می‌داند (Wu, Cheng, & Ai, 2018; Gao et al., 2012; Sahin, Zehir, & Kitapci, 2011)
فصلنامه پژوهش های روستایی

زمستان

از طیف وسیعی از محرک‌های محیطی مربوط به ماهیت هدف و ماهیت فضا حامل می‌شوند. در این راستا، باید به دیدگاه حسی انسانی اتاق‌های تداخلی طراحی شوند. دیدگاه حسی به وسیله چندین فرد از طریق اثرات محیطی به‌صورت دیگری شناخته می‌شود. همچنین، احساسات به طور دائم هم‌دیگر را تقویت می‌کند تا ادراک حسی را گسترش دهد تا بتوانند محیط اطراف را بیشتر درک کنند. بایستی در این خصوص به منابع عمیق‌تری از مطالعات بیشتری مراجعه کنده و در نتیجه این تحقیق احتمالاً بهتر درک می‌شود. 

مکان و زمان

مکان و زمان در اکثر مطالعات، به عنوان متغیرهای مهم و اساسی به‌شمار می‌آیند. در این راستا، می‌توان به مدل‌های مختلفی از مطالعات مربوط به اثرات مکانی و زمانی در محیط اشاره کرد. در این مقاله، به‌وسیله استفاده از مدل‌های مختلف، از جمله مدل‌های فضای متمایل، مدل‌های زمانی و مدل‌های تکاملی، می‌توان بهتری درک و تحلیل اثرات مکانی و زمانی در محیط ارائه داد.

چهل و یک ترجمه گردشگری تجربه محور از دیدگاه سهولت

<table>
<thead>
<tr>
<th>نویسنده (سال)</th>
<th>تعریف گردشگری تجربه محور</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>MacCannell (1973)</td>
<td>پاسخی فعالانه به شرایط جدیدی می‌شود که بر اساس شرایط جدیدی بزرگ‌تری داشته باشد.</td>
</tr>
<tr>
<td>Ritchie &amp; Grouch (1987)</td>
<td>حالت روحی و نفسی است که در مسیر کسب گردشگری در طول سفر دیده می‌شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Urry (1990)</td>
<td>تجربه گردشگری می‌تواند از طریق تجربه‌های فیزیکی و ذهنی ایجاد شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Anderson &amp; Shnaiid (2007)</td>
<td>مدل‌های تولیدی که با استفاده از داده‌های جغرافیایی به‌کار می‌رود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Kim et al. (2012)</td>
<td>تجربه‌های فردی و گروهی در محیط، تولید و به‌طور کلی در محیط‌های فیزیکی یا حسی ایجاد می‌شوند.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

تعریف تجربه‌های گردشگری

<table>
<thead>
<tr>
<th>نویسنده (سال)</th>
<th>تعریف گردشگری تجربه محور</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>MacCannell (1973)</td>
<td>پاسخی فعالانه به شرایط جدیدی می‌شود که بر اساس شرایط جدیدی بزرگ‌تری داشته باشد.</td>
</tr>
<tr>
<td>Ritchie &amp; Grouch (1987)</td>
<td>حالت روحی و نفسی است که در مسیر کسب گردشگری در طول سفر دیده می‌شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Urry (1990)</td>
<td>تجربه گردشگری می‌تواند از طریق تجربه‌های فیزیکی و ذهنی ایجاد شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Anderson &amp; Shnaiid (2007)</td>
<td>مدل‌های تولیدی که با استفاده از داده‌های جغرافیایی به‌کار می‌رود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Kim et al. (2012)</td>
<td>تجربه‌های فردی و گروهی در محیط، تولید و به‌طور کلی در محیط‌های فیزیکی یا حسی ایجاد می‌شوند.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

مدل‌های تحلیلی و ابزارهای مربوط به تجربه‌های گردشگری

<table>
<thead>
<tr>
<th>نویسنده (سال)</th>
<th>تعریف گردشگری تجربه محور</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>MacCannell (1973)</td>
<td>پاسخی فعالانه به شرایط جدیدی می‌شود که بر اساس شرایط جدیدی بزرگ‌تری داشته باشد.</td>
</tr>
<tr>
<td>Ritchie &amp; Grouch (1987)</td>
<td>حالت روحی و نفسی است که در مسیر کسب گردشگری در طول سفر دیده می‌شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Urry (1990)</td>
<td>تجربه گردشگری می‌تواند از طریق تجربه‌های فیزیکی و ذهنی ایجاد شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Anderson &amp; Shnaiid (2007)</td>
<td>مدل‌های تولیدی که با استفاده از داده‌های جغرافیایی به‌کار می‌رود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Kim et al. (2012)</td>
<td>تجربه‌های فردی و گروهی در محیط، تولید و به‌طور کلی در محیط‌های فیزیکی یا حسی ایجاد می‌شوند.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

تعریف گردشگری تجربه محور

<table>
<thead>
<tr>
<th>نویسنده (سال)</th>
<th>تعریف گردشگری تجربه محور</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>MacCannell (1973)</td>
<td>پاسخی فعالانه به شرایط جدیدی می‌شود که بر اساس شرایط جدیدی بزرگ‌تری داشته باشد.</td>
</tr>
<tr>
<td>Ritchie &amp; Grouch (1987)</td>
<td>حالت روحی و نفسی است که در مسیر کسب گردشگری در طول سفر دیده می‌شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Urry (1990)</td>
<td>تجربه گردشگری می‌تواند از طریق تجربه‌های فیزیکی و ذهنی ایجاد شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Anderson &amp; Shnaiid (2007)</td>
<td>مدل‌های تولیدی که با استفاده از داده‌های جغرافیایی به‌کار می‌رود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Kim et al. (2012)</td>
<td>تجربه‌های فردی و گروهی در محیط، تولید و به‌طور کلی در محیط‌های فیزیکی یا حسی ایجاد می‌شوند.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

مدل‌های تحلیلی و ابزارهای مربوط به تجربه‌های گردشگری

<table>
<thead>
<tr>
<th>نویسنده (سال)</th>
<th>تعریف گردشگری تجربه محور</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>MacCannell (1973)</td>
<td>پاسخی فعالانه به شرایط جدیدی می‌شود که بر اساس شرایط جدیدی بزرگ‌تری داشته باشد.</td>
</tr>
<tr>
<td>Ritchie &amp; Grouch (1987)</td>
<td>حالت روحی و نفسی است که در مسیر کسب گردشگری در طول سفر دیده می‌شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Urry (1990)</td>
<td>تجربه گردشگری می‌تواند از طریق تجربه‌های فیزیکی و ذهنی ایجاد شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Anderson &amp; Shnaiid (2007)</td>
<td>مدل‌های تولیدی که با استفاده از داده‌های جغرافیایی به‌کار می‌رود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Kim et al. (2012)</td>
<td>تجربه‌های فردی و گروهی در محیط، تولید و به‌طور کلی در محیط‌های فیزیکی یا حسی ایجاد می‌شوند.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

مدل‌های تحلیلی و ابزارهای مربوط به تجربه‌های گردشگری

<table>
<thead>
<tr>
<th>نویسنده (سال)</th>
<th>تعریف گردشگری تجربه محور</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>MacCannell (1973)</td>
<td>پاسخی فعالانه به شرایط جدیدی می‌شود که بر اساس شرایط جدیدی بزرگ‌تری داشته باشد.</td>
</tr>
<tr>
<td>Ritchie &amp; Grouch (1987)</td>
<td>حالت روحی و نفسی است که در مسیر کسب گردشگری در طول سفر دیده می‌شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Urry (1990)</td>
<td>تجربه گردشگری می‌تواند از طریق تجربه‌های فیزیکی و ذهنی ایجاد شود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Anderson &amp; Shnaiid (2007)</td>
<td>مدل‌های تولیدی که با استفاده از داده‌های جغرافیایی به‌کار می‌رود.</td>
</tr>
<tr>
<td>Kim et al. (2012)</td>
<td>تجربه‌های فردی و گروهی در محیط، تولید و به‌طور کلی در محیط‌های فیزیکی یا حسی ایجاد می‌شوند.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
لازم به ذکر که پرسشنامه پژوهش حاضر توسط کارشناسان (اساتید دانشگاه و نخبگان صنعت گردشگری) که به موضوع مورد توجه، آشنایی و استفاده از مطالعاتی که در زمینه مورد توجه مشاهده شده و پژوهش صورت گرفته است، توسعه یافته است.

روش شناسی تحقیق

این پژوهش در حوزه مباحث گردشگری فرهنگی و قومی است که می‌تواند به صورت کاربردی در سازمان‌های مربوط به گردشگری و سازمان‌های مربوط به صنعت گردشگری مورد استفاده قرار گیرد. تا اینجا موضوع و اهداف پژوهش از لحاظ توصیفی-تحلیلی است و به هدف کاربردی در سازمان‌های مربوط به گردشگری و صنعت گردشگری، کاربردی بوده.

جامعه آماری پژوهش شامل تمام گردشگرانی که در زمینه فرارسی تجربه محور بازدید داشته‌اند و در مجموعه کمپ عشایری کیلاق به سمت عشایر قشقایی متد به روش‌هایی از همانندی نشانی از تحلیل‌های است. مجموعه

پژوهشی کیلاق، یک مجموعه خدماتی و گردشگری مشایخی - روستایی است که در محدوده فارس واقع شده است. مجموعه گردشگری خانواده مادر بزرگ واقع در روستای یزد شهرستان پیشتر در عمارت فارسی است. این مجموعه مورد مطالعه در زمینه گردشگری تجربه محور بازدید مشاهده شده است.

تصوير 1: مدل مفهومی پژوهش، ماهیت پژوهشی پژوهش‌گزاری 1397

تصوير 2: موقعیت جغرافیایی مشاهداتی پژوهشی، ماهیت پژوهشی پژوهش‌گزاری 1397

محدود بر کارهای تکنولوژی و نقش، مدل‌های برگزاری تئوری گردشگری در منطقه مورد توجه.
فصلنامه پژوهش‌های روستایی

شماره 11
دوره 1399
زمستان

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

در موردی از جامعه آماری

به منظور جمع‌آوری داده‌ها، نمونه‌پذیری معتبر به دست آمده. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی مختلیه است. از آماری گرفته شده، پرسشنامه حقیقی‌سازی شده است که سپس از مصاحبه با یک خبرنگار حوزه پژوهش و واکاوی پیشینه و اهداف نظری حقیقی و گردشگری مؤلفه‌های مرتبط با سنجش عوامل مؤثر بر گردشگری عشایری تجربه و عوامل مؤثر بر گردشگری عشایری تجربه در نرم‌افزار SPSS گردشگری (کسانی که به موضوع مورد تحقیق تسلط و آشنایی دارند) برای تایید قرار گرفت. هر یک از سؤالات به کمک مقیاس لیکرت کاملاً موافق تا کاملاً مخالف اندازه‌گیری شد. روایی سازگاری به وسیله تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار SMART PLS استفاده شد. روایی سازگاری توسط نرم‌افزار PLS به وسیله تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ در نرم‌افزار، نتایج روایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ 2/70 آورده شده است که تمام سؤالات از روایی پایداری برخوردارند. از این رو می‌توان گفت که پژوهش حاضر از این نظر قابلیت اعتماد (پایا) را دارا است.

پایداری نتایج پیش‌بینی نسبت به گردشگری عشایری تجربه و عوامل مؤثر بر گردشگری عشایری تجربه و عوامل مؤثر بر گردشگری عشایری تجربه در هر یک از سؤالات به کمک مقیاس لیکرت کاملاً موافق تا کاملاً مخالف اندازه‌گیری شد. روایی سازگاری به وسیله تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار SMART PLS استفاده شد. روایی سازگاری توسط نرم‌افزار PLS به وسیله تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ در نرم‌افزار، نتایج روایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ 2/70 آورده شده است که تمام سؤالات از روایی پایداری برخوردارند. از این رو می‌توان گفت که پژوهش حاضر از این نظر قابلیت اعتماد (پایا) را دارا است.

نتایج پایایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ 2/70 آورده شده است که تمام سؤالات از روایی پایداری برخوردارند. از این رو می‌توان گفت که پژوهش حاضر از این نظر قابلیت اعتماد (پایا) را دارا است.

3. Confirmatory factor analysis (CFA)
4. Structural Equation Modeling(SEM)
5. PLS

جدول 3 نتایج پایایی تجزیه و تحلیل پرسشنامه

<table>
<thead>
<tr>
<th>مؤلفه</th>
<th>ضریب آلفا</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ناملموس فرهنگی</td>
<td>0/83</td>
</tr>
<tr>
<td>ملموس فرهنگی</td>
<td>0/781</td>
</tr>
<tr>
<td>کیفیت ادراک شده</td>
<td>0/921</td>
</tr>
<tr>
<td>ادراک حس مکان</td>
<td>0/911</td>
</tr>
<tr>
<td>تجربه ادراک شده</td>
<td>0/747</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول 4 اطلاعات مربوط به گردشگران شرکت‌کننده در روستای

<table>
<thead>
<tr>
<th>نوع</th>
<th>فرآیند اولی</th>
<th>فرآیند دومی</th>
<th>فرآیند سومی</th>
<th>فرآیند چهارمی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>مرد</td>
<td>0/68</td>
<td>0/781</td>
<td>0/747</td>
<td>0/911</td>
</tr>
<tr>
<td>زن</td>
<td>0/781</td>
<td>0/68</td>
<td>0/911</td>
<td>0/747</td>
</tr>
<tr>
<td>جمع</td>
<td>0/747</td>
<td>0/747</td>
<td>0/747</td>
<td>0/747</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول 5 تحلیل مشخصات جنسی و سنی گردشگران در روستای

<table>
<thead>
<tr>
<th>جنسیت</th>
<th>سن</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>مرد</td>
<td>45</td>
</tr>
<tr>
<td>زن</td>
<td>48</td>
</tr>
<tr>
<td>جمع</td>
<td>100</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول 6 تحلیل مشخصات تحصیلات گردشگران شرکت‌کننده در روستای

<table>
<thead>
<tr>
<th>تحصیلات</th>
<th>فرآیند اولی</th>
<th>فرآیند دومی</th>
<th>فرآیند سومی</th>
<th>فرآیند چهارمی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>زیر دیپلم و دیپلم</td>
<td>0/68</td>
<td>0/781</td>
<td>0/747</td>
<td>0/911</td>
</tr>
<tr>
<td>فوق دیپلم</td>
<td>0/781</td>
<td>0/68</td>
<td>0/911</td>
<td>0/747</td>
</tr>
<tr>
<td>جمع</td>
<td>0/747</td>
<td>0/747</td>
<td>0/747</td>
<td>0/747</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول 7 تحلیل مشخصات به ویژه گردشگران

| به ویژه گردشگران | 0/747        | 0/747        | 0/747        | 0/747           |

جستجوی، جمع‌آوری و داده‌های نمونه‌پذیری مربوط به تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است، به‌عنوان نمونه‌پذیری به‌عنوان تحقیق که بر دست آمده است.
یافته‌های استاتیستیکی

جهت پاسخ به سوالات پژوهش و بررسی و آزمون فرضیات
مدل مفهومی پژوهشی در زمینه مدل‌سازی تحلیل‌های SMART PLS
بهره‌وری آن که این کاربرد کمک‌آموزی‌ای فراموش نگرفته‌ام. در بررسی مدل جهت
گرفتن این پیش‌آزمون که در بررسی مدل جهت
صرف سوالات می‌شود و پاسخ‌های نامشخص برای اجرای تحلیل بیشتری پرداخته شد.

شاخصهای برای مدل (پایایی، افزایش گیری)

برای سنجش مدل مفهومی پژوهشی از شاخص پایایی ترکیبی
(partial least squares (PLS) کاربرد می‌یابد. روایی واگرا و عامل تورم واریانس (VFI) استفاده شده است.
اطلاعات حاصل از آزمون‌های تجزیه در جدول شماره 4

<table>
<thead>
<tr>
<th>مقدار</th>
<th>چنل‌ها</th>
<th>بر اساس شاخصهای واریانس میانگین</th>
<th>بر اساس شاخصهای میانگین</th>
<th>بر اساس شاخصهای استاندارد</th>
<th>بر اساس شاخصهای میانگین استاندارد</th>
<th>بر اساس شاخصهای تورم ترکیبی (AVE)</th>
<th>بر اساس شاخصهای تورم واریانس (VFI)</th>
<th>بر اساس شاخصهای کیفیت ادراک شده (Q2)</th>
<th>بر اساس شاخصهای سطح حسادت (HSQ)</th>
<th>بر اساس شاخصهای سطح حفظ (HSM)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>0.91</td>
<td>فیلتر 1</td>
<td>0.89</td>
<td>0.91</td>
<td>0.88</td>
<td>0.90</td>
<td>0.88</td>
<td>0.90</td>
<td>0.88</td>
<td>0.90</td>
<td>0.88</td>
</tr>
<tr>
<td>0.92</td>
<td>فیلتر 2</td>
<td>0.91</td>
<td>0.92</td>
<td>0.91</td>
<td>0.92</td>
<td>0.91</td>
<td>0.92</td>
<td>0.91</td>
<td>0.92</td>
<td>0.91</td>
</tr>
<tr>
<td>0.93</td>
<td>فیلتر 3</td>
<td>0.92</td>
<td>0.93</td>
<td>0.92</td>
<td>0.93</td>
<td>0.92</td>
<td>0.93</td>
<td>0.92</td>
<td>0.93</td>
<td>0.92</td>
</tr>
<tr>
<td>0.94</td>
<td>فیلتر 4</td>
<td>0.93</td>
<td>0.94</td>
<td>0.93</td>
<td>0.94</td>
<td>0.93</td>
<td>0.94</td>
<td>0.93</td>
<td>0.94</td>
<td>0.93</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول 4: سنجش مدل در زمینه استخراج گیری
اشتیاق برای تجربه حسی و عاطفی

روایی واگرا، ابزار اندازه‌گیری دارای اعتبار سازه است. از طرفی برسازه‌های دیگر دارند. با توجه به تأیید شدن روایی همگرا و عامل تورم بین شاخص‌ها متناسب بسته به متنی سازگاری دوستی و وجود دارد.

اطمینان جدول 5 مقایسه ضرایب همبستگی بین سازها با مقادیر جمل میانگین واریانس استخراج شده.

جدول ۵ مقایسه ضرایب همبستگی بین سازها با مقادیر جمل میانگین واریانس استخراج شده

<table>
<thead>
<tr>
<th>جمل</th>
<th>کیفیت ادراک شده</th>
<th>کیفیت ارک‌آک‌هدن</th>
<th>ماروسی فرهنگی</th>
<th>تروپوسی فرهنگی</th>
<th>کیفیت ارک‌آک‌هدن</th>
<th>کیفیت ارک‌آک‌هدن</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ادراک حس مکان</td>
<td>۰/۷۱۲</td>
<td>۰/۴۵۳</td>
<td>۰/۳۷۷</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
<td>۰/۳۷۷</td>
<td>۰/۴۵۳</td>
</tr>
<tr>
<td>عوامل از گسترش</td>
<td>۰/۷۱۲</td>
<td>۰/۳۷۷</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
<td>۰/۷۷</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
<td>۰/۴۵۳</td>
</tr>
<tr>
<td>ملموس فرهنگی</td>
<td>۰/۷۱۲</td>
<td>۰/۳۷۷</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
</tr>
<tr>
<td>کیفیت ارک‌آک‌هدن</td>
<td>۰/۷۱۲</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
<td>۰/۷۷۳</td>
</tr>
</tbody>
</table>

متأسفانه، برروی‌های روسی

طبق جدول شماره ۵ همبستگی بین سازها کمتر از مقادیر جمل میانگین واریانس استخراج شده است. یکتاوردی از سازها می‌تواند کفایت کند. از طرفی برسازه‌های دیگر سازها دارند. لذا از بررسی این دسته‌بندی برای ارتباط بین اسباب‌های تکنیک نظر نمی‌گیریم. 

6. Cross-Loading

۷۷۲
در تحلیل عاملی تأییدی، بار عاملی هر نشان‌گر با سازه‌های دارای بالاتر از 0.6 معنی‌دار در سطح خطای به‌دست آمده، باشد، آنگاه این نشان‌گر از دقت لازم برای تحلیل شناخته می‌شود (Nunnally & Bernstein, 1994). همانطور که در تصویر شماره 3 ملاحظه می‌شود تحلیل عاملی تأییدی بر روی گویه‌های پرسشنامه صورت گرفت، تمام سوالات طراحی بر عهده بالای 0.6 است.

آزمون فرضیات ژوهوش (پاسخ به پرسشنامه تعقیب) در این مرحله از پژوهش به تحلیل اثر تیمارها و مدل ساختاری PLS در حال حاضر مدل‌سازی (برای پرسشنامه‌ها) و به‌همین مصونیت برای پرسشنامه‌های پژوهشی که در شاخص اکتشافی است که نتایج آن در تصویر شماره 4 و 5 همچنان نشان می‌دهد. نتایج در تصویر شماره 4 و در ادامه در جدول شماره 6 به‌دست آمده که پژوهش با کمک تحلیل عوامل مؤثر بر گردشگری تجربه محور در مناطق عشایری (تأکید بر عشایر قشقایی) است. از این رو چهار مؤلفه تاملوس فرهنگی، ملموس فرهنگی، کیفیت ادراک‌شده و ادمار حس مکان در تحلیل عوامل تأییدی موجود بودند. لازم به ذکر است تأثیر مؤلفه تاملوس فرهنگی و کیفیت ادراک‌شده در سطح اطمینان 90 درصد و مؤلفه‌های ادمار حس مکان و ملموس فرهنگی در سطح اطمینان 99 درصد معنی‌دار است.

می‌توان گفت این مقاله تحلیل عاملی تأییدی بر اساس نتایج شماره 6 نشان می‌دهد که تأثیر مؤلفه‌ها در پیامدهای این مدل عاملی و در نتیجه شناخته می‌شود که بدین سان که پژوهش با کمک تحلیل عوامل مؤثر بر گردشگری تجربه محور در مناطق عشایری قشقایی است.

جدول شماره 6 نشان می‌دهد که اسکالر تاملوس فرهنگی (0.83) که کوچکترین ضریب واقعی از میان ضریب‌های مشابه الکتریکی (0.86) به‌دست آمده است. یکی از تأثیرات مهم این که کیفیت ادراک‌شده حس مکان در عوامل مؤثر بر گردشگری تجربه محور در مناطق عشایری قشقایی است.
بحث و نتیجه‌گیری

منطقه‌های خهوی تبدیل به مقام‌های جذاب تجربه‌بردار و تفریحی می‌شوند و به‌عنوان مکان‌هایی معرفی می‌شوند که با توجه به منابع مالیاتی و تجاری خالی از بهره‌برداری غیر لازم بهبود می‌یابند. برای این منطقه‌ها، تجربه‌های جدیدی برای گردشگران ایجاد نمایند که در مکان‌های دیگری نیستند. در استفاده از خدمات مشتری، گردشگران تمایل به کسب مجدد آن تجربه‌ها می‌بینند و در نتیجه چنین مقاصدی به صورت تدریجی به مقاصد رایج، تبدیل خواهد شد.

چندین منبع اثر مزیت های تجربه محور گردشگری در مناطق عشایری را نشان می‌دهند که از این رو پژوهش حاضر، با توجه به این موضوع، به تحقیق در این زمینه برمی‌خشد.

پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به دو پرسش خود بود. اولین پرسش بود که این موضوعات را نسبت به عشایر قشقایی کدامند و تأثیرگذاری هرکدام از مؤلفه‌های گردشگری تجربه محور چگونه است؟ این موضوع به دنبال تحقیقی و پژوهشی بر تجربه سفر می‌داند و همچنین با توجه به بحران اقتصادی، طراحی و پذیرش مدل‌های جدیدی با توجه به احتمالات و بهبود‌ها برای بهبود کیفیت تجربه پیشبردهای گردشگری، بررسی تأثیر مؤلفه‌های ملموس و ناملموس فرهنگی از مهم‌ترین مسئله‌های تحقیق است. برای پاسخگویی به پرسش دوم پژوهش تحقیق نشان می‌دهد که چهار مؤلفه ناملموس فرهنگی، ملموس فرهنگی، کیفیت ادراک شده و ادراک حس مکان بر تجربه ادراک شده رابطه معناداری دارند به عبارت دیگر هر چهار مؤلفه بر تجربه ادراک شده تأثیرگذار هستند.

نمرات آزمون ۳ نشان می‌دهد که چهار مؤلفه تجربه‌بردار ناملموس فرهنگی، تجربه‌بردار ملموس فرهنگی، تجربه‌بردار کیفیت ادراک شده و تجربه‌بردار حس مکان نسبت به پاسخگویی می‌کنند.

جدول ۹: تأثیر مؤلفه‌های تجربه محور بر تجربه ادراک شده

<table>
<thead>
<tr>
<th>تجربه محور</th>
<th>ظرفیت اثر</th>
<th>اهمیت نتایج</th>
<th>ضریب اثر</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>کیفیت ادراک شده بر تجربه ادراک شده</td>
<td>متوسط</td>
<td>۰/۷۳</td>
<td>۰/۸۰</td>
</tr>
<tr>
<td>ناملموس فرهنگی بر تجربه ادراک شده</td>
<td>بالا</td>
<td>۰/۷۳</td>
<td>۰/۸۰</td>
</tr>
<tr>
<td>ملموس فرهنگی بر تجربه ادراک شده</td>
<td>بالا</td>
<td>۰/۷۳</td>
<td>۰/۸۰</td>
</tr>
<tr>
<td>ادراک حس مکان بر تجربه ادراک شده</td>
<td>بالا</td>
<td>۰/۷۳</td>
<td>۰/۸۰</td>
</tr>
</tbody>
</table>

گزارش‌های مختلف به‌عنوان منابع اثر گردشگری تجربه محور و تجاری می‌تواند تأثیرگذار ایجاد نمایند که در مناطق دیگری نیستند. استفاده از خدمات محور، کسب مجدد آن تجربه‌ها خواهد داشت و در نتیجه چنین مقاصدی به صورت تدریجی به مقاصد رایج، تبدیل خواهد شد. در این راستا، مناطق عشایری به فراهم آوردن زمینه کسب تجربیات متفاوت، می‌توانند نقش مهمی در این جهت ایفا نمایند. از این رو پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به پرسش‌های مذکور اقدام به طراحی مدل محقق ساخته شد که به تحلیل عوامل مؤثر بر تجربه ادراک شده بر خود است. درنهایت، این پژوهش نشان می‌دهد که چهار مؤلفه ناملموس فرهنگی، ملموس فرهنگی، کیفیت ادراک شده و ادراک حس مکان بر تجربه ادراک شده رابطه معناداری دارند.
از اهمیت بسیاری زیادی برخوردار است می‌توان با ایجاد همکاری اعضا و همچنین استفاده از سیستم‌های عضوی برخوردار باعث می‌شود این افزایش در مناطق مطرح شفایی که در جوار قطب‌های مهم‌تری، گردشگری هستند، گردشگری تجربه‌محور و خلاق را پیاده‌کرده‌اند.

• تمرکز اختصاصی آرایش‌های مسافری در زمینه مقدماتی اعضا و قومی بهترین گردشگری جهت حفظ و قابلیت بازدید کننده ایجاد موزه فضای باز و مشارکت گردشگر در امور روزمره عشایر اعم از مراسم نام‌گذاری، نان پزی، تولید صنایع دستی جهت کسب تجربه یادماندنی، تمرکز اختصاصی آرایش‌های مسافری در زمینه مقدماتی اعضا و قومی بهترین گردشگری

• استفاده از موزه‌های فضای باز و مشارکت گردشگر در امور روزمره عشایر

• تمرکز اختصاصی آرایش‌های مسافری در زمینه مقدماتی اعضا و قومی بهترین گردشگری

• استفاده از موزه‌های فضای باز و مشارکت گردشگر در امور روزمره عشایر

• تمرکز اختصاصی آرایش‌های مسافری در زمینه مقدماتی اعضا و قومی بهترین گردشگری

9. Wu & Li
10. Jennings, & Nickerson
References


