تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۱/۲
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱/۱۷
صفحات: ۷۴-۶۵

طبقه‌بندی ریسک‌های استنباط شده از سفرهای خارجی و ارتباط آن با تجربه سفرهای قبلی به عنوان ابزاری برای مدیریت شهری و برنامه‌ریزی گردشگری

بهرام رنجبریان[۱]
محمد غفاری[۲]
امین تسلیمی[۳]

چکیده

شناسایی و طبقه‌بندی ریسک‌های استنباط شده از سفر به مقاصد گردشگری می‌تواند به عنوان ابزاری مفید برای مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگران به شمار آید. از این‌رو هدف مقاله حاضر طبقه‌بندی ریسک‌های استنباط شده گردشگران خارجی جهت سفر به شهر اصفهان و بررسی نقش تجربه سفرهای قبلی در استنباط از این ریسک‌ها است. جامعه آماری این پژوهش شامل گردشگران خارجی است که در ماه‌های فروردین و اردیبهشت سال ۱۳۹۱ به شهر اصفهان سفر کرده‌اند. از این جامعه نمونه‌ای به حجم ۳۰۰ نفر به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌های پژوهش پرسشنامه محقق ساخته‌ای حاوی ۲۹ سؤال برای طبقه‌بندی ریسک‌های استنباط‌شده گردشگران خارجی جهت سفر به شهر اصفهان مورد استفاده قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از تحلیل عاملی اکتشافی، آزمون تی تک نمونه‌ای و تحلیل واریانس (آنوا) استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد گردشگران خارجی سفر کرده به شهر اصفهان چهار نوع ریسک را در سفر به این شهر تجربه کرده‌اند که شامل ریسک‌های سلامتی، فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است. همچنین نتایج پژوهش نشان می‌دهد بین گردشگرانی که برای اولین بار به شهر اصفهان سفر کرده‌اند و گردشگرانی که قبلاً به دفعات متعدد به این شهر سفر کرده‌اند، تفاوت معناداری از نظر ریسک‌های استنباط‌شده سیاسی، اقتصادی و سلامتی وجود دارد. ولی از نظر ریسک فرهنگی و اجتماعی تفاوت معناداری میان گردشگرانی که برای اولین بار به این شهر سفر کرده‌اند و گردشگرانی که قبلاً به دفعات گوناگون به شهر اصفهان سفر کرده‌اند، مشاهده نشد.

واژه‌های کلیدی: ریسک استنباط شده، گردشگری، مقصد گردشگری، تجربه سفرهای قبلی، اصفهان
طبقه‌بندی JEL: D81,L83.

۱- استاد بازاریابی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان
۲- دانشجوی دکتری بازاریابی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، مسئول مکاتبات: m_gh261@yahoo.com
۳- دانشجوی دکتری اقتصاد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تبریز

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1392.1.2.5.3]

۱- مقدمه

صنعت جهانگردی و مسافرت به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع خدماتی در سطح جهان به حساب می‌آید (هزارجریبی، نجفی، ۱۳۹۱). از سوی دیگر باید توجه داشت که گردشگری یک صنعت پویا، بزرگ و متنوع، بوده و همچنین به عنوان یکی از بخش‌های زنده در سیستم اقتصاد ملی به شمار می‌رود (موحد و همکاران، ۱۳۹۱). در طول دو قرن اخیر به دلیل بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل و خطوط ارتباطی و افزایش اوقات فراغت مردم، تقاضا برای گردشگری با رشد فزاینده‌ای مواجه بوده است (غنیان و همکاران، ۱۳۹۰). همچنین باید توجه داشت که گردشگری، بین‌المللی بیشترین عایدی را برای اقتصاد ملی ایجاد می‌کند (تقوی، قلی پور سلیمانی، ۱۳۸۸). یکی از عوامل مهم در رشد و توسعه این صنعت، برنامه‌ریزی بهینه امور مربوط به گردشگران است که نیازمند انجام مطالعات متعدد برای ارائه خدمات درخور و مناسب به آنها است (غفاری، ۱۳۹۱). از سوی دیگر باید توجه داشت که شناسایی و تقویت عوامل ترغیب‌کننده و رفع عوامل بازدارنده سفر گردشگران به مقاصد گردشگری یکی از مهمترین اولویت‌های مطالعاتی و پژوهشی در این زمینه به حساب می‌آید. به طور قطع، اقدام به شناسایی موانع و محدودیت های موجود و اولویت‌بندی آنها و همچنین ارائه راهکارهای اجرایی و عملیاتی برای رفع و کم اثر نمودن و اصلاح امور مرتبط با صنعت گردشگری این امکان را برای تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان در سطوح ملی و محلی به وجود می‌آورد تا بتوانند منابع مالی، طبیعی، فرهنگی و نیروی انسانی خود را بر اساس نیازهای اصلی و محدودیت منابع، به ویژه در بخش مالی مدیریت کرده و حداکثر بهره‌برداری را بنمایند (رحیم‌پور، کرباسی یزدی، ۱۳۹۰). ریسک‌های استنباط شده از سفر به مقاصد گردشگری را می‌توان به عنوان یکی از مهمترین عوامل بازدارنده برای سفر به مقاصد گردشگری دانست که نیازمند شناسایی و طبقه‌بندی این ریسک‌ها در مقاصد گوناگون است (رنجبریان، ۱۳۸۵). علاوه بر این، ریسک‌های استنباط شده از سفر به مقاصد گردشگری، می‌تواند تصویر ذهنی مقصد مورد نظر را به طور منفی تحت تأثیر قرار دهد. تصویر ذهنی از مقصد گردشگری به عنوان یکی از مهمترین موضوعات قابل بحث در تحقیقات بازاریابی گردشگری به حساب می‌آید (منصوری موید، سلیمانی، ۱۳۹۱)؛ بنابراین به نظر می‌رسد مطالعه ریسک‌های استنباط شده از سفر به مقاصد گردشگری و تلاش برای کاهش این ریسک‌ها نه تنها می‌تواند موجب افزایش سفر به آن مقصد شود، بلکه می‌تواند تصویر ذهنی آن مقصد را تحت تأثیر قرار دهد. یک گردشگر هنگام برنامه‌ریزی برای سفر به یک مقصد گردشگری، شدت و احتمال ریسک‌های استنباط شده از سفر به مقصد مورد نظر خود را تخمین‌زده و توانایی خود را برای مقابله با آنها ارزیابی می‌کند و سپس در مورد مسافرت یا عدم مسافرت به آنجا تصمیم‌گیری می‌نماید. اگر هنگام برنامه‌ریزی سفر به یک مقصد گردشگری نگرانی عدم امنیت وجود داشته باشد، گردشگر احتمالاً مقصد سفر خود را تغییر می‌دهد. به طور کلی در ادبیات رفتار مصرف‌کننده هفت نوع ریسک گوناگون شناسایی شده است که شامل ریسک عملیاتی، ریسک مالی، ریسک فیزیکی، ریسک روان‌شناختی، ریسک رضایت، ریسک اجتماعی و ریسک زمانی است (موون، مینور، ۲۰۰۰، ترجمه اردستانی، سعدی، ۱۳۸۸). به طور کلی می‌توان گفت گردشگران از سفر به مقاصد گردشگری که در مورد آنها احساس خطر کنند پرهیز می‌نمایند و مقاصدی را برای سفر انتخاب می‌کنند که از بی‌خطر بودن یا کم خطر بودن آن مقصد مطمئن باشند. از این‌رو متخصصان صنعت گردشگری و مسئولان مربوطه در این صنعت باید علاوه بر توسعه زیرساخت‌های مورد نیاز برای توسعه صنعت گردشگری، ریسک‌های استنباط‌شده برای سفر به مقاصد گردشگری گوناگون را نیز به عنوان یکی از چالش‌های عمده توسعه این صنعت مورد توجه قرار دهند. بنابراین می‌توان گفت، کاهش ریسک‌های

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1392.1.2.5.3]

استنباط شده، نزدیک‌کردن ریسک‌های استنباط شده به میزان واقعی ریسک‌ها و ارائه یک وجهه مناسب از مقاصد گردشگری برای گردشگران خارجی به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر انتخاب مقاصد گردشگری به شمار می‌آید. هر چند در طی سال‌های گذشته ریسک مرتبط با تروریسم به عنوان یکی از مهمترین ریسک‌های مرتبط با انتخاب مقصد گردشگری مطرح شده است، اما ریسک‌های استنباط شده دیگری هم در ارتباط با انتخاب مقصد گردشگری مطرح است که از آن جمله می‌توان به ریسک اتلاف وقت، ریسک عدم رضایت از سفر، ریسک مواجه‌شدن با مشکلات اجتماعی، ریسک روانی، ریسک عوامل فیزیکی، ریسک عملیاتی، ریسک مالی، ریسک عدم ثبات سیاسی و ریسک مسائل بهداشتی اشاره کرد (رنجبریان، ۱۳۸۵)، (Kozak et al., 2007). البته باید متذکر شد که گردشگران ممکن است استنباط متفاوتی از ریسک‌های یکسان داشته باشند. به این مفهوم که در عین حال که ممکن است برخی از گردشگران از سفر به یک مقصد گردشگری احساس خطر کنند، سایر گردشگران از سفر به همان مقصد هیچ‌گونه احساس خطری نکنند و سفر به آن مقصد برای آنان عادی تلقی شود (Lepp, Gibson, 2003). این تفاوت در استنباط از ریسک می‌تواند از طریق عوامل متعددی تحت تأثیر قرار گیرد که از جمله آنها می‌توان به تجربه سفرهای قبلی به مقصد گردشگری مورد نظر اشاره کرد. از این‌رو هدف مقاله حاضر، طبقه‌بندی ریسک‌های استنباط شده از سوی گردشگران خارجی سفر کرده به شهر اصفهان و همچنین بررسی نقش تجربه سفرهای قبلی در استنباط از این ریسک‌ها است. به نظر می‌رسد، شناسایی و طبقه‌بندی این ریسک‌ها می‌تواند مدیران و مسئولان گردشگری را در مدیریت و برنامه‌ریزی امور گردشگران و همچنین اتخاذ تدابیری برای کاهش این ریسک‌ها و نزدیک‌کردن آنها به میزان واقعی‌شان یاری رساند.

در این قسمت از تحقیق سعی شده است تا ارتباط میان تجربه سفرهای قبلی و ریسک‌های استنباط شده از سفر به مقاصد گردشگری تشریح گردد. تجربه سفرهای قبلی به تعداد سفرهایی اشاره دارد که یک گردشگر قبلاً به یک مقصد گردشگری انجام داده است (Vogt, Andereck, 2003).

بتمن و پارک[1] (۱۹۸۰) بیان می‌کنند مصرف‌کنندگان کم تجربه و بدون تجربه در مقایسه با مصرف‌کنندگان با تجربه زمان زیادی را برای ارزیابی ویژگی‌های محصولی که در پی خرید آن هستند، صرف می‌کنند تا بتوانند معیارهایی را برای انتخاب آن محصول برای خود تدوین کنند. مرور ادبیات پژوهش در زمینه نقش تجربه سفرهای قبلی در ریسک‌های استنباط شده گردشگران نشان می‌دهد، استنباط از ریسک می‌تواند از طریق تجربه سفرهای قبلی گردشگر تحت تأثیر قرار گیرد (Sonmez, Graefe, 1998; Hawkins et al., 2001; Gibson, Yiannakis, 2002; Pizam et al., 2002; Lepp, Gibson, 2003; Pizam et al., 2004; Kozak et al., 2007; Lepp, Gibson, 2008). تجربه سفرهای قبلی یکی از مهمترین متغیرهای جمعیت‌شناختی است که استنباط گردشگران را از ریسک‌های گوناگون جهت سفر به مقاصد گردشگری تحت تأثیر قرار می‌دهد (رنجبریان، ۱۳۸۵)، (Sonmez, Graefe, 1998; Lepp, Gibson, 2008; Kozak et al., 2007).

برخی از نویسندگان و محققان گردشگری بیان می‌کنند تجربه سفرهای قبلی گردشگر به یک مقصد گردشگری نیز می‌تواند استنباط وی را از ریسک سفر مجدد به آنجا تحت تأثیر قرار دهد (رنجبریان، ۱۳۸۵). بسیاری از پژوهشگران اشاره می‌کنند گردشگران کم‌تجربه در سفرهای خارجی نسبت به گردشگرانی که تجربه سفرهای خارجی زیادی دارند در سفرهای خود ریسک بیشتری استنباط می‌کنند (Sonmez, Graefe, 1998; Lepp, Gibson, 2003; Kozak et al., 2007; Rittichainuwat, Chakraborty, 2009; George, 2009). علت این امر را این‌گونه می‌توان بیان کرد که گردشگرانی که دارای تجربه سفرهای قبلی متعدد

1- Bettman and Park

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1392.1.2.5.3]

هستند از تجربه سفرهای خود مطالبی می‌آموزند و این آموزه‌ها را در سفرهای بعدی خود به کار می‌گیرند و این امر موجب می‌شود تا آنان ریسک کمتری در سفرهای بعدی خود استنباط نمایند. همچنین ریتیچاینوات و چاکرابرتی[1] (۲۰۰۹) و جورج[2] (۲۰۰۳) و جورج (۲۰۰۹) در بیان علت اینکه چرا گردشگرانی که برای دفعات متعدد به یک مقصد گردشگری سفر می‌کنند ریسک استنباط شده کمتری نسبت به کسانی دارند که برای اولین بار به همان مقصد سفر می‌کنند بیان می‌دارند، گردشگرانی که برای چندمین بار به یک مقصد گردشگری سفر می‌کنند نسبت به گردشگرانی که برای اولین بار به آن مقصد سفر می‌کنند دارای ریسک استنباط شده‌ای هستند که به میزان واقعی ریسک نزدیک‌تر است.

سانمز و گریف[3] (۱۹۹۸) نیز بیان می‌کنند گردشگرانی که دارای تجربه سفرهای خارجی هستند کمتر از گردشگرانی که برای اولین بار اقدام به سفر خارجی می‌کنند ریسک استنباط کرده‌اند. آنان علت این امر را این‌گونه بیان می‌کنند که گردشگرانی که دارای تجربه سفرهای خارجی هستند تجربه بیشتری برای شناخت بهتر شرایط ایمن دارند و بنابراین میزان ریسک استنباط شده آنان کاهش می‌یابد و این ریسک به میزان واقعی ریسک نزدیک‌تر می‌شود، اما گردشگرانی که برای اولین بار اقدام به انجام سفرهای خارجی می‌کنند بیشتر اطلاعات خود را در مورد مقصد گردشگری از دیگران دریافت می‌کنند و این امر موجب می‌شود آنان اطمینان کمتری برای سفر به آن مقصد داشته باشند و در نهایت نیز، میزان ریسک استنباط شده آنان افزایش می‌یابد. از سوی دیگر برخی نویسندگان نیز بیان می‌کنند تجربه سفرهای قبلی می‌تواند استنباط برخی ریسک‌ها را بیشتر از سایر ریسک‌ها تحت تأثیر قرار دهد (Chiu, 2012)؛ بنابراین در تحقیق حاضر کوشیده شده است تا ریسک‌های استنباط شده از سفر به مقصد گردشگری اصفهان شناسایی و طبقه‌بندی شود و سپس ارتباط میان تجربه‌های سفرهای قبلی و ریسک‌های استنباط شده نیز مورد بررسی قرار گیرد.

پینحی و اینورسون[4] (۱۹۹۴) در پژوهش خود به مطالعه تأثیر تجربه سفرهای خارجی قبلی گردشگران بر میزان ریسک‌های استنباط شده آنان در سفرهای خارجی پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد تجربه سفرهای قبلی می‌تواند موجب کاهش ریسک‌های استنباط شده در سفرهای بعدی به آن مقصد گردشگری شده و همچنین موجب افزایش میزان اطمینان و امنیت فرد در سفرهای بعدی به آن مقصد گردشگری شود.

سانمز و گریف (۱۹۹۸) در پژوهش خود به بررسی تأثیر تجربه سفرهای خارجی قبلی بر میزان ریسک‌های استنباط شده گردشگران در سفرهای خارجی در ایالات متحده آمریکا و همچنین تأثیر میزان امنیت استنباط شده و تجربه سفرهای قبلی بر احتمال انجام سفر در آینده به مقصد گردشگری مورد نظر پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد گردشگرانی که دارای تجربه سفرهای خارجی بوده‌اند نسبت به گردشگرانی که دارای این تجربه نبوده‌اند و برای اولین بار اقدام به سفر خارجی کرده‌اند، ریسک بیشتری استنباط کرده‌اند. همچنین نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد میزان امنیت استنباط شده و تجربه سفرهای قبلی می‌تواند قصد سفر به مقصد گردشگری مورد نظر را تحت تأثیر قرار دهد.

لپ و گیبسون[5] (۲۰۰۳) در پژوهش خود به بررسی تأثیر تجربه سفرهای قبلی بر استنباط گردشگران از ریسک‌های گوناگون سفر پرداختند. ریسک‌های مدنظر آنان در پژوهش شامل ریسک سلامتی، تروریسم و غذاهای ناشناخته بود. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد افزایش تجربه سفرهای قبلی گردشگران به مقصد

1- Rittichainuwat and Chakraborty
2- George
3- Sonmez and Graefe
4- Pinhey and Inverson
5- Lepp and Gibson

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1392.1.2.5.3]

گردشگری مورد نظر موجب کاهش میزان استنباط آنها از ریسک‌های سه‌گانه می‌شود.

رنجبریان (۱۳۸۵) در پژوهش خود به بررسی وجهه استنباط شده از اصفهان به عنوان یک مقصد گردشگری و همچنین تأثیر سابقه سفر به منطقه خاورمیانه بر ریسک‌های استنباط شده از سفر به ایران پرداخت. وی در پژوهش خود نقش دو عامل مهم را بر وجهه استنباط شده از اصفهان به عنوان یک مقصد گردشگری مورد بررسی قرار داد که شامل نگرش (نگرش فیزیکی یا شناختی و نگرش عاطفی) و ریسک‌های استنباط شده است. نتایج پژوهش وی نشان می‌دهد تجربه قبلی سفر به منطقه خاورمیانه موجب تعدیل نگرش‌های اولیه نسبت به ایران می‌گردد و همچنین استنباط گردشگران از میزان ریسک سفر به ایران را به طور معناداری کاهش می‌دهد.

۲- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل گردشگران خارجی سفر کرده به شهر اصفهان است که در ماه‌های فروردین و اردیبهشت سال ۱۳۹۱ به این شهر سفر کرده‌اند. از این جامعه نمونه‌ای به حجم ۳۰۰ نفر به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. به منظور تعیین حجم نمونه از الگوی کومری و لی[1] (۱۹۹۲) استفاده شده است. آنان بیان می‌کنند تعداد نمونه ۳۰۰ آزمودنی برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی مناسب است (حبیب‌پور، صفری شالی، ۱۳۸۸). به منظور گردآوری داده‌ها، با حضور پژوهشگر در مکان‌های گردشگری شهر اصفهان، پرسشنامه بین گردشگران خارجی توزیع شد. با توجه به ادبیات پژوهش پرسشنامه‌ای حاوی ۲۹ سؤال برای شناسایی ریسک‌های استنباط شده از سوی گردشگران خارجی جهت سفر به شهر اصفهان طراحی شد که ۱۶ سؤال اول برای سنجش ریسک‌های متفاوت و ۱۳ سؤال بعدی برای سنجش متغیرهای جمعیت‌شناختی بود. این پرسشنامه بر اساس طیف پنج امتیازی لیکرت تنظیم شد. برای سنجش روایی این پرسشنامه از روایی محتوا استفاده شده است. به این منظور پرسشنامه مورد نظر در اختیار چند نفر از اساتید رشته مدیریت قرار گرفت و از آنان خواسته شد تا نظرات اصلاحی خود را بیان کنند. سپس با اعمال برخی اصلاحات پرسشنامه نهایی شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج این ضریب نشان می‌دهد ضریب آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه ۰/۸۷۶ می‌باشد که ضریب قابل قبولی است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. مهمترین روش‌های آماری مورد استفاده به این منظور شامل تحلیل عاملی اکتشافی، آزمون بارتلت، شاخص کفایت حجم نمونه کیاسر میر اولکین، آزمون تی تک نمونه‌ای و آزمون تحلیل واریانس است. قبل از انجام تحلیل عاملی اکتشافی جهت حصول اطمینان از اینکه آیا می‌توان از داده‌های موجود برای تحلیل عاملی اکتشافی استفاده نمود و اینکه آیا تعداد داده‌ها برای تحلیل عاملی تأییدی مناسب هستند از آزمون بارتلت و شاخص کفایت حجم نمونه کیاسر میر اولیکن و برای گونه‌شناسی ریسک‌های استنباط شده از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. سپس برای بررسی شدت هر یک از ریسک‌های استنباط شده از آزمون تی تک نمونه‌ای و در نهایت نیز برای بررسی رابطه تجربه سفرهای قبلی و هر یک از ریسک‌های استنباط شده از تحلیل واریانس (آنوا) استفاده شده است.

۳- یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد ۴۰ درصد از گردشگران خارجی سفر کرده به شهر اصفهان دارای مشاغل استخدامی و ۵۰ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند. ۷۱ درصد برای اولین بار به شهر اصفهان سفر کرده بودند، ۷۹ درصد بیشتر از ۴ روز در

1- Coumery and Lee

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1392.1.2.5.3]

این شهر اقامت داشته‌اند، ۵۹ درصد مرد، ۳۷ درصد بالای پنجاه سال سن بوده‌اند.

به منظور شناسایی و طبقه‌بندی ریسک‌های استنباط شده گردشگران خارجی جهت سفر به شهر اصفهان از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. قبل از انجام تحلیل عاملی اکتشافی جهت حصول اطمینان از اینکه آیا می‌توان از داده‌های موجود برای تحلیل عاملی اکتشافی استفاده نمود و اینکه آیا تعداد داده‌ها برای تحلیل عاملی تأییدی مناسب هستند از آزمون بارتلت و شاخص کفایت حجم نمونه کیاسر میر اولیکن استفاده شده است. مقادیر این شاخص در جدول ۱ ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که تحلیل عامل اکتشافی برای این منظور مناسب است.

جدول ۱- نتایج آزمون بارتلت و شاخص کفایت حجم نمونه کیاسر میر اولیکن

آماره خی دوی بارتلت	میزان کیاسر میر اولکین	درجه آزادی	سطح معناداری
۳۶۸/۱۵۷	۰/۷۸۹	۶	۰/۰۰۰

منبع: (محاسبات نگارندگان)

در مرحله بعد جهت تشخیص اینکه هر یک از متغیرهای مشاهده شده با کدام عامل اکتشافی در ارتباط است و اینکه چه ریسک‌هایی استخراج می‌شود، از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. به این منظور با استفاده از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی[1] و انتخاب روش چرخش کواریانس، چهار بعد یا ریسک اصلی برای سفر گردشگران خارجی به شهر اصفهان در نمونه تحت مطالعه کشف و نام‌گذاری گردید. لازم به ذکر است که برای اطمینان بیشتر بارهای عاملی زیر ۰/۵ حذف شده است. همچنین میزان درصد واریانس تبیین شده و میزان آلفای کرونباخ جهت سنجش میزان سازگاری درونی سؤالاتی که یک عامل را می‌سنجند، محاسبه شده است.

با انجام تحلیل عامل اکتشافی سؤالات ۱، ۱۳ و ۱۴ در یک بعد قرار می‌گیرند. از آنجا که این سه سؤال مربوط به سلامتی و بهداشت هستند، بنابراین این بعد ریسک سلامتی نام‌گذاری شد. این سه سؤال در مجموع توانسته‌اند ۶۳/۷۱۵٪ از تغییرات متغیر ریسک سلامتی را تبیین کنند. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی در مورد ریسک دوم نشان می‌دهد سؤالات ۵، ۱۰ و ۱۵ در یک بعد قرار می‌گیرند. این سه سؤال که مربوط به ریسک مشکلات ناشی از اختلاف مذهبی، مشکلات ناشی از اختلاف فرهنگی و مشکلات ناشی از تفاوت‌های زبانی است در یک گروه قرار می‌گیرند. از آنجا که این سه سؤال مربوط به اختلافات فرهنگی و اجتماعی هستند؛ بنابراین این بعد، ریسک فرهنگی و اجتماعی نام‌گذاری می‌شود. این سه سؤال در مجموع توانسته‌اند ۶۲/۸۱۳٪ از تغییرات متغیر ریسک فرهنگی و اجتماعی را تبیین کنند. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی در مورد ریسک سوم نشان می‌دهد سؤالات ۲، ۳، ۶ و ۸ در یک بعد قرار می‌گیرند. این چهار سؤال در خصوص ریسک ناشی از ناامنی شهرها، ریسک ناشی از جنگ در کشورهای همسایه، ریسک ناشی از عدم ثبات سیاسی و ریسک ناشی از تروریسم است و این بعد ریسک سیاسی نام‌گذاری شد. این سه سؤال در مجموع توانسته‌اند ۵۹/۶۰۱٪ از تغییرات متغیر ریسک سیاسی را تبیین کنند. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی در مورد ریسک چهارم نشان می‌دهد سؤالات ۷، ۹ و ۱۶ در یک بعد قرار می‌گیرند. این سه سؤال مربوط به ریسک ناشی از اتلاف پول، ریسک ناشی از اتلاف زمان و ریسک سرقت است

1- Principal Components

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1392.1.2.5.3]

که در یک گروه قرار گرفته‌اند و ریسک اقتصادی نام‌گذاری می‌شود. این سه سؤال در مجموع توانسته‌اند ۵۹/۶۰۱٪ از تغییرات متغیر ریسک اقتصادی را تبیین کنند. نتایج در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲- نتایج تحلیل عاملی اکتشافی در مورد ریسک‌های استنباط شده

ریسک	شماره سؤال	سؤالات مربوطه	بار عاملی	واریانس تبیین شده	آلفای کرونباخ
سلامتی	۱	ریسک ناشی از استانداردهای بهداشتی ضعیف	۰/۷۴۵	۶۳/۷۱۵	۰/۷۱۰
	۱۳	ریسک ناشی از خوردن غذاهای ناشناخته	۰/۷۷۷		
	۱۴	ریسک ناشی از دچار شدن به بیماری‌های ناشناخته	۰/۸۶۷		
فرهنگی و اجتماعی	۵	مشکلات ناشی از اختلاف مذهبی	۰/۸۴۴	۶۲/۸۱۳	۰/۷۰۱
	۱۰	مشکلات ناشی از اختلاف فرهنگی	۰/۷۷۷		
	۱۵	مشکلات ناشی از تفاوت‌های زبانی	۰/۷۵۴		
سیاسی	۲	ریسک ناشی از ناامنی شهرها	۰/۸۲۶	۵۹/۶۰۱	۰/۷۶۸
	۳	ریسک ناشی از جنگ در کشورهای همسایه	۰/۸۱۱		
	۶	ریسک ناشی از عدم ثبات سیاسی	۰/۷۴۰		
	۸	ریسک ناشی از تروریسم	۰/۷۰۴		
اقتصادی	۷	ریسک ناشی از اتلاف پول	۰/۸۳۶	۵۵/۳۷۱	۰/۶۸۵
	۹	ریسک ناشی از اتلاف زمان	۰/۷۵۴		
	۱۶	ریسک ناشی از مورد سرقت واقع شدن	۰/۶۲۸		

منبع: (محاسبات نگارندگان)

برای بررسی رابطه تجربه سفرهای قبلی گردشگران به شهر اصفهان و ریسک‌های استنباط از سفر به این شهر از تحلیل واریانس استفاده شده است. نتایج آزمون تحلیل واریانس در مورد بررسی رابطه تجربه سفرهای قبلی و ریسک سلامتی نشان می‌دهد از آنجا که سطح معناداری در این مورد کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین می‌توان گفت بین این دو متغیر ارتباط وجود دارد. سپس نتایج آزمون ال اس دی نشان می‌دهد بین گردشگرانی که برای اولین بار به شهر اصفهان سفر کرده‌اند با سایر گردشگران در استنباط از ریسک سلامتی تفاوت معناداری وجود دارد. این تفاوت به این صورت است که گردشگرانی که برای اولین بار به شهر اصفهان سفر کرده‌اند با میانگین ۲/۱۷۲ ریسک سلامتی بیشتری نسبت به سایر گروه‌های گردشگران استنباط کرده‌اند. بین سایر گروه‌های گردشگران نیز تفاوت معناداری وجود ندارد. سپس نتایج آزمون تحلیل واریانس در رابطه با تجربه سفرهای قبلی و ریسک فرهنگی و اجتماعی نشان می‌دهد از آنجا که سطح معناداری در این مورد بیشتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین می‌توان گفت بین تجربه‌های سفرهای قبلی گردشگران خارجی سفر کرده به شهر اصفهان و ریسک فرهنگی و اجتماعی آنان ارتباط معناداری وجود ندارد. سپس نتایج آزمون تحلیل واریانس در مورد بررسی رابطه تجربه سفرهای قبلی و ریسک سیاسی نشان می‌دهد از آنجا که سطح معناداری در این مورد کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین می‌توان گفت بین این دو متغیر ارتباط معناداری وجود دارد. سپس نتایج آزمون ال اس دی نشان می‌دهد گردشگرانی که برای اولین بار به شهر اصفهان سفر کرده‌اند با میانگین ۲/۳۲۳ دارای ریسک استنباط شده سیاسی بیشتری نسبت به گردشگرانی بوده‌اند که قبلاً بیشتر از ۵ بار با میانگین ۱/۸۰۰ به شهر اصفهان سفر کرده‌اند. همچنین گردشگرانی که قبلاً ۲-۱ بار به شهر اصفهان سفر کرده‌اند با میانگین ۲/۲۲۶ دارای ریسک استنباط شده سیاسی بیشتری نسبت به گردشگرانی بوده‌اند که قبلاً بیشتر از ۵ بار با میانگین ۱/۸۰۰ به شهر اصفهان سفر کرده‌اند. در نهایت، نتایج آزمون تحلیل واریانس در مورد

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1392.1.2.5.3]

بررسی رابطه تجربه سفرهای قبلی و ریسک اقتصادی نیز نشان می‌دهد از آنجا که سطح معنی‌داری در این مورد کمتر از ۰/۰۵ است؛ لذا می‌توان گفت بین این دو متغیر ارتباط وجود دارد. سپس نتایج آزمون ال اس دی نشان می‌دهد گردشگرانی که برای اولین بار به شهر اصفهان سفر کرده‌اند با میانگین ۲/۰۰۵ دارای ریسک استنباط شده اقتصادی بیشتری نسبت به گردشگرانی بوده‌اند که قبلاً بیش از ۲-۱ بار به این شهر سفر کرده‌اند. همچنین گردشگرانی که قبلاً ۲-۱ بار با میانگین ۱/۷۷۹ به شهر اصفهان سفر کرده‌اند دارای ریسک استنباط شده اقتصادی بیشتری نسبت به گردشگرانی بوده‌اند که قبلاً بیشتر از ۵ بار با میانگین ۱/۵۲۳ به این شهر سفر کرده‌اند. خلاصه نتایج بررسی رابطه ریسک‌های استنباط شده و تجربه سفرهای قبلی گردشگران در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳- خلاصه نتایج بررسی ارتباط ریسک‌های استنباط شده و تجربه سفرهای قبلی

ریسک‌های استنباط شده / تجربه سفرهای قبلی	ریسک سلامتی	ریسک اقتصادی	ریسک سیاسی	ریسک فرهنگی و اجتماعی
اولین بار	۲/۱۷۲	۲/۰۰۵	۲/۳۲۳	۲/۵۴۶
۲-۱	۱/۹۵۵	۱/۷۷۹	۲/۲۲۶	۲/۴۴۲
۴-۳	۱/۸۷۰	۱/۶۶۶	۱/۹۶۵	۲/۲۶۱
بیشتر از ۵ بار	۱/۷۳۸	۱/۵۲۳	۱/۸۰۰	۱/۹۵۵
سطح معناداری	۰/۰۳۹	۰/۰۳۴	۰/۰۰۶	۰/۰۷۹

منبع: (محاسبات نگارندگان)

۴- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در مقاله حاضر به شناسایی و طبقه‌بندی ریسک‌های استنباط شده گردشگران خارجی سفر کرده به شهر اصفهان و همچنین بررسی نقش تجربه سفرهای قبلی گردشگران در استنباط آنها از ریسک‌های گوناگون پرداخته شد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد ریسک‌های استنباط شده از سوی گردشگران خارجی سفر کرده به شهر اصفهان قابل دسته‌بندی در چهار محور ریسک سلامتی، فرهنگی و اجتماعی، سیاسی، و اقتصادی است. این نتایج با یافته‌های سانمز و گریف (۱۹۹۸) و لپ و گیبسون (۲۰۰۳) مبنی بر اینکه گردشگران ریسک استنباط شده گوناگونی برای سفر به مقصد گردشگری داشته‌اند، مطابقت دارد. همچنین نتایج در مورد رابطه تجربه سفرهای قبلی گردشگران با میزان ریسک‌های استنباط شده نشان می‌دهد بین گردشگرانی که برای اولین بار به شهر اصفهان سفر کرده‌اند و گردشگرانی که قبلاً برای دفعات متعدد به این شهر سفر کرده‌اند تفاوت معناداری از نظر ریسک‌های استنباط شده سیاسی، اقتصادی و سلامتی وجود دارد. همچنین بین گروه‌های مختلف گردشگران با تجارب سفر گوناگون به ایران در استنباط از ریسک فرهنگی و اجتماعی تفاوت معناداری وجود ندارد. این نتایج با یافته‌های رنجبریان (۱۳۸۵)، سانمز و گریف (۱۹۹۸) و لپ و گیبسون (۲۰۰۳) مبنی بر وجود اختلاف بین ریسک‌های استنباط شده گروه‌های مختلف گردشگران، که دارای تجارب گوناگون سفرهای قبلی بوده‌اند، مطابقت دارد. با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود به مقوله اطلاع‌رسانی در مورد کشور ایران در کشورهای خارجی توجه زیادی شود. این اطلاع‌رسانی اگر به نحو صحیح انجام شود، می‌تواند میزان استنباط از ریسک را کاهش داده و آن را به مقدار واقعی نزدیک‌تر کند. از این‌رو شیوه‌های متداول اطلاع‌رسانی مانند برنامه‌های معرفی از طریق اینترنت و آژانس‌ها در خارج از کشور می‌توانند در

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-19]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1392.1.2.5.3]

این رابطه مورد استفاده قرار گیرند. به این منظور آژانس‌های گردشگری در خارج از کشور با ارائه بروشور و همچنین فراهم‌کردن فرصت سفر آسان برای کسانی که علاقه‌مند به سفر به ایران هستند میزان ریسک استنباط شده را از سفر به ایران کاهش دهند و آن را به میزان واقعی نزدیک‌تر کنند. همان‌طور که نتایج پژوهش نشان داد تجربه سفرهای قبلی گردشگر می‌تواند میزان استنباط از ریسک‌های سیاسی، اقتصادی و سلامتی را کاهش دهد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود آژانس‌های مسافرتی خارج از کشور امکان سفر به کشور ایران را فراهم نمایند تا ریسک‌های استنباط شده گردشگران از سفر به ایران کاهش یابد و به میزان واقعی خود نزدیک‌تر شود. این کار نه تنها موجب می‌شود گردشگران سفر خود را به کشور ایران و به خصوص شهر اصفهان تکرار نمایند؛ بلکه این امر می‌تواند آنان را به منابع خوبی برای تبلیغ ایران به عنوان مقصد گردشگری ایمن و آرام نزد دوستان و آشنایان تبدیل کند.

۵- منابع

تقوی، مهدی؛ قلی‌پور سلیمانی، علی. (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری ایران، *پژوهشنامه اقتصادی*، (۳)۹، ۱۵۹.

حبیب‌پور گتابی، کرم؛ صفری شالی، رضا. (۱۳۸۸). *کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی (تحلیل داده‌های کمی)*، تهران: انتشارات غزال.

رحیم‌پور، علی؛ کرباسی یزدی، امیر. (۱۳۹۰). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش رمبراند، *گردشگری و توسعه*، (۱)۱، ۱۶-۱.

رنجبریان، بهرام. (۱۳۸۵). وجهه استنباط شده از ایران به عنوان یک مقصد گردشگری، *مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان (علوم انسانی)*، (۲۱) ۲، ۸۰-۶۹.

غنیان، منصور؛ خانی، فضیله؛ بقایی، لیلا. (۱۳۹۰). ارزیابی فضایی کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)، *پژوهش‌های روستایی*، (۳)۲، ۱۰۳.

غفاری، محمد. (۱۳۹۱). *گونه‌شناسی گردشگران داخلی سفر کرده به شهر اصفهان بر اساس انگیزه‌های سفر*، پایان‌نامه چاپ نشده کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان. ۲۵-۱۲.

موون، جان؛ مینور، میشل. (۲۰۰۰). *رفتار مصرف کننده: عوامل درونی و بیرونی*، ترجمه عباس صالح اردستانی و محمد رضا سعدی (۱۳۸۸)، تهران: انتشارات اتحاد - جهان نو.

موحد، علی؛ امانپور، سعید؛ نادری، کاوه. (۱۳۹۱). بازاریابی گردشگری شهری بر اساس برندیابی با مدل فرایند تحلیل فرایند سلسله مراتبی: مطالعه موردی: شهر کرمانشاه، *مجله علمی-تخصصی برنامه‌ریزی فضایی*، (۳)۱، ۱۹.

منصوری موید، فرشته؛ سلیمانی، سمیرا. (۱۳۹۱). ابزارهای بازاریابی و تصویر ذهنی مقصد گردشگری از مقصد، *فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری*، (۱۸)۷، ۹۴.

هزارجریبی، جعفر؛ نجفی، ملک محمد. (۱۳۹۱). بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در ایران (با رویکرد جذب گردشگران خارجی)، *جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، (۳)۲۳، ۱۳۳.

Bettman, J. R. and Park, C. W. (1980). Effects of prior knowledge and experience and phase of the choice process on consumer decision processes: A protocol analysis. *Journal of Consumer Research,* 7(3), 234-248.

Chiu, S. P. Y. and Lin, S. (2010). Study on risk perceptions of international tourists in India, *African Journal of Business Management,* 5(7), 2742-2752.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1392.1.2.5.3]

Gibson, H. and Yiannakis, A. (2002). Tourist roles: Needs and the life course. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 358–383.

George, R. (2003). Tourists' perceptions of safety and security while visiting Cape Town, *Tourism Management,* 24(5), 575-85.

George, R. (2009). Visitor perceptions of crime-safety and attitudes towards risk: The case of Table Mountain National Park, Cape Town, *Tourism Management,* 31(6), 1-10.

Hawkins, D., Best, K. and Coney, A. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Boston: Irwin/McGraw-Hill.

Kozak, M., Crotts, J. and Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travelers. *International Journal of Tourism Research,* 9(4), 233–242.

Lepp, A. and Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research,* 30(3), 606–624.

Lepp, A. and Gibson, H. (2008). Sensation seeking and tourism: Tourist role, perception of risk and destination choice. *Tourism Management,* 29(4), 740–750.

Pinhey, T. K. and Inverson, T. J. (1994). Safety concerns of Japanese visitors to Guam. *Journal of Travel and Tourism Marketing,* 3(2), 87-94.

Pizam, A., Reichel, A. and Uriely, N. (2002). Sensation seeking and tourist behavior. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing,* 9(2), 17–33.

Pizam, A., Jeong, G., Reichel, A., Van Boemmel, H., Lusson, J., Steynberg, L., State-Costache, O., Volo, S., Kroesbacher, C., Hucerova, J. and Montmany, N. (2004). The relationship between risk taking, sensation seeking and the tourist behavior of young adults: A cross cultural study. *Journal of Travel Research,* 42(3), 251–260.

Rittichainuwat, B. N. and Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand, *Tourism Management,* 30(3), 410-18.

Sonmez, S. and Graefe, A. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research,* 25(1), 112–144.

Vogt, C. A. and Andereck, K., L. (2003). Destination perceptions across a vacation. *Journal of Travel Research,* 4(4), 348-354.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-19]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1392.1.2.5.3]