

تحلیل و سنجش اهمیت عوامل مؤثر بر طول اقامت بازدیدکنندگان از مقصد

گردشگری (مورد مطالعه: شهر چابهار)

معصومه حافظ رضازاده^{۱*}، مهیار میر^۲، داود شهرکی^۳

۱- گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

*- نویسنده مسئول: rezazadeh2008@gmail.com

۲- گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

۳- گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

چکیده

طول اقامت گردشگران یکی از متغیرهای مهم در صنعت گردشگری است. بسیاری از محققین معتقدند که میزان اثرات مثبت گردشگری بر جوامع به طول اقامت گردشگران وابسته است. هر چه طول اقامت گردشگر در مقصد گردشگری بیشتر باشد، نرخ اشتغال هتل‌ها و میزان هزینه گردشگران در مقصد گردشگری بیشتر بوده و به این ترتیب مقصد گردشگری از منافع گردشگر استفاده بیشتری خواهد برد. لذا در پژوهش حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر طول اقامت بازدیدکنندگان از مقصد گردشگری چابهار پرداخته شده است. تحقیق حاضر، از لحاظ هدف کاربردی، ماهیت و روش توصیفی و تحلیلی و بیان آن مبتنی بر روش تحقیق کمی است. جامعه آماری تحقیق حاضر، گردشگران بالای ۱۵ سال در شهر چابهار است. تعیین حجم نمونه با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند، تعداد ۲۰۰ نفر از گردشگران انتخاب گردیده است. جهت بررسی وضعیت مقاصد گردشگری چابهار با استفاده از نرم افزار SPSS از آزمون t تک نمونه‌ای انتخاب گردیده است. همچنین جهت بررسی عوامل مؤثر در طول اقامت گردشگران از مقاصد گردشگری چابهار از نرم افزارهای LESREL کمک گرفته شد. نتایج آزمون t تک نمونه‌ای نشان داد، از نظر گردشگران وضعیت جاذبه‌های طبیعی و تاریخی مناسب و مطلوب می‌باشد. در واقع جاذبه‌های طبیعی و تاریخی چابهار، با توجه به دور بودن از نقطه مرکزی استان، فضایی مطلوبی را در اختیار گردشگران قرار داده است. در ادامه نتایج آزمون فرضیه دوم نشان داد که مجموعه عوامل محیطی نقش مهمتری نسبت به سایر عوامل در طول اقامت بازدیدکنندگان از مقصد گردشگری چابهار داشته‌اند. در نهایت نتایج مدل‌سازی ساختاری نشان داد، عوامل محیطی بیشترین نقش را در طول اقامت بازدیدکنندگان از مقصد گردشگری چابهار را دارند.

واژه‌های کلیدی: جاذبه گردشگری، طول اقامت بازدیدکنندگان، مقصد گردشگری، چابهار

مقدمه و مبانی نظری

امروزه صنعت گردشگری به عنوان مهمترین بخش در حال رشد در اقتصادهای مدرن امروزی محسوب می‌شود. صنعت گردشگری صنعتی پویا با ویژگی‌های منحصر به فرد است که بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و غیراقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است. این صنعت مزایای فراوانی برای جوامع دارد، از جمله ایجاد اشتغال، راه اندازی و به‌کارگیری سرمایه‌های اقتصادی و ارتقای مشروعیت سیاسی (شیرخدایی و همکاران، ۱۳۹۴)، رشد و توسعه صنعت گردشگری و در کنار آن ایجاد عوامل مساعد دیگر، می‌تواند در پیچه‌های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع به همراه داشته باشد (فیض و نبوی هاشمی، ۱۳۹۵، ۸۳). امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهمترین و متنوع‌ترین صنایع درآمدزا در دنیا مطرح است و با نرخ رشدی شتابان منبع درآمد قابل ملاحظه‌ای برای بسیاری از دولت‌هاست (شمس الدینی و همکاران، ۱۳۹۵، ۲۵). گردشگری به عنوان یک بخش رو به رشد اقتصادی، به فراخور نوع مکان و منطقه گردشگری، شکل‌های مختلفی به خود می‌گیرد. هر منطقه، مکان یا مقصد خصوصیات خاص خود را دارد و باید استراتژی‌های مختلف بر اساس نقاط قوت این مکان‌ها توسعه یاباند. از مهمترین اثرات مثبت گردشگری بر جامعه میزبان می‌توان به اشتغال زایی، تجدید حیات مناطق توسعه نیافته یا غیرصنعتی، نوزایی هنرهای و فنون محلی و فعالیت‌های فرهنگی سنتی، بهبود زندگی اجتماعی و فرهنگی جامعه محلی، نوسازی سنت‌های معماری محلی و افزایش توجه به حفاظت از مناطق فوق‌العاده زیبایی که دارای ارزش‌های زیباشناختی و فرهنگی هستند اشاره کرد (امیرحاجلو و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۷). در این راستا در دهه های اخیر، مقاصد گردشگری زیادی پدید آمده و سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری نیز افزایش یافته است (Kani et al, 2017, 89). علاوه بر آن؛ طول اقامت گردشگران یکی از متغیرهای مهم در صنعت گردشگری است. بسیاری از محققین معتقدند که میزان اثرات مثبت گردشگری بر جوامع به طول اقامت گردشگران وابسته است. هر چه طول اقامت گردشگر در مقصد گردشگری بیشتر باشد، نرخ اشتغال هتل‌ها و میزان هزینه گردشگران در مقصد گردشگری بیشتر بوده و به این ترتیب مقصد گردشگری از منافع گردشگر استفاده بیشتری خواهد برد. در این میان مؤلفه‌های گوناگونی بر طول اقامت گردشگران تاثیرگذارند که هر کدام سهم خاصی را به خود اختصاص می‌دهند. طول مدت اقامت گردشگر گاه بر مبنای کیفیت خدمات و امکانات موجود در مقصد است و گاه بر اساس متغیرهای دیگر، با توجه به این رونق صنعت گردشگری و یا به عبارت دیگر گردشگری پایدار نقش مهمی را در رونق و رشد اقتصادی جوامع دارد، ضرورت بهره‌گیری از جاذبه‌های گردشگری و پویا کردن این صنعت مبرم به نظر می‌رسد، چرا که در شرایط رکود اقتصادی، این صنعت می‌تواند محرک بسیار قوی برای شهرها باشد. بنابراین مساله اساسی در این پژوهش، سنجش عوامل مؤثر در طول اقامت بازدیدکنندگان در مقصد گردشگری چابهار است و این که مشخص شود کدام عامل بیشترین میزان تأثیر را در افزایش طول اقامت گردشگران در این شهر را دارند. در واقع هر چه امکانات و خدمات افزایش یابد به همان میزان سطح مدت اقامت گردشگران نیز افزایش خواهد یافت و به طور طبیعی، با افزایش طول مدت اقامت گردشگران در مقصد گردشگری، می‌توان پویایی صنعت گردشگری را مشاهده نمود. دلیل انتخاب شهرستان چابهار به عنوان مورد مطالعه در این پژوهش، پتانسیل‌ها و جذابیت‌های این شهرستان در جذب گردشگران است به گونه‌ای که دارای جاذبه‌های زیادی در بخش‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی دارد. در واقع چابهار دارای بهترین کرانه اقیانوسی کشور و معتدل‌ترین هوای جنوب کشور است. گل افشان‌ها، مساجد زیبای محلی، بافت سنتی و زندگی دیدنی بلوچ‌ها با کپرهای خود، درخت انجیر معابد و آثار فراوان تاریخی از جمله جاذبه‌های توریستی این بندر زیبا هستند. لذا بر اساس هدف پژوهش، سوالات زیر مورد بررسی کنکاش قرار گرفته شد:

- جاذبه‌های طبیعی و تاریخی شهر چابهار از نظر گردشگران در چه وضعیتی قرار دارد؟
- از بین عوامل مؤثر در طول اقامت گردشگران، کدام یک مهمترین عامل را به خود اختصاص داده است؟

پیشینه پژوهش

همچنین جانی و دنیابین (۱۳۹۶)، عوامل طرف عرضه (تعداد اماکن اقامتی، تعداد تخت مراکز درمانی، اعتبارات دولتی، آزادراه‌ها) و برخی از جاذبه‌های گردشگری استان‌ها (جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی) بر تعداد گردشگران تأثیر مثبت و معنی دار دارند.

همچنین طول اقامت گردشگران و فاصله جغرافیایی تأثیر منفی بر تعداد گردشگران دارد. رفیعی و همکاران (۱۳۹۵)، عوامل اقتصادی- اجتماعی مؤثر بر طول اقامت گردشگران داخلی شهر مشهد را با استفاده از جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی و تحلیل رگرسیون مدل الجیت مورد بررسی قرار دادند. آنها طول اقامت (متغیر وابسته) را در سه گروه، اقامت کمتر از ۵ روز، اقامت بین ۵ تا ۷ روز و اقامت بیشتر از ۷ روز طبقه‌بندی نموده و نشان دادند که متغیرهای نحوه سفر، تعداد دفعات سفر به مشهد و تعداد افراد خانوار همراه در سفر، تهیه غذا و تحویلات تأثیر منفی و معنی‌دار و متغیرهای وسیله سفر (قطار) و درآمد (بین ۱ تا ۲ میلیون) تأثیر مثبت و معنی‌دار بر طول اقامت گردشگر و زائر در شهر مشهد دارند. آقایی و همکاران (۱۳۹۴)، به بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایت‌مندی از مقاصد گردشگری مورد شناسی: شهرستان قروه پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که کیفیت خدمات و تسهیلات گردشگری در شهر قروه در وضعیت متوسطی قرار دارد. همچنین مشخص شد که با افزایش تسهیلات ویژه گردشگران، رضایت و همزمان جذب آنان به مقصد راحت تر صورت می‌گیرد. قاسمی و همکاران (۱۳۹۳)، تسهیلات و امکانات مورد نیاز گردشگران را در سه سطح دسته‌بندی می‌کنند که هر کدام رابطه مستقیم با یکدیگر دارند و از هم غیر قابل تفکیک‌اند، ولی در عین حال هر کدام در جذب گردشگر به تحلیل و بررسی جداگانه نیاز دارند. این سه سطح عبارتند از: تسهیلات و امکانات اقامتی، تسهیلات و امکانات خدماتی و تسهیلات و امکانات تجاری. شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲)، عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری را به سه دسته: متغیرهای سمت تقاضا، متغیرهای سمت عرضه و متغیرهای ارتباطی تقسیم می‌کنند. متغیرهای سمت تقاضا، متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه مبداء هستند که بر ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران تأثیرگذار است. از جمله این متغیرها می‌توان به انگیزه‌های فردی سفر گردشگران، فرهنگ و سن مردم و شرایط جغرافیایی اشاره نمود. متغیرهای سمت عرضه به مجموعه‌ای از متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه گردشگرپذیر اطلاق می‌شود که بر ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران برای ورود به منطقه گردشگرپذیر تأثیرگذار است که از آن جمله می‌توان به متغیرهای اقتصادی منطقه گردشگرپذیر همانند سطح توسعه یافتگی و برخورداری از زیرساخت‌های بهداشتی اشاره نمود. در نهایت متغیرهای ارتباطی نیز به آن دسته از متغیرهایی اطلاق می‌شود که دو منطقه را با همدیگر مرتبط می‌نماید.

برخی از صاحب نظران از جمله گیرینگ (۱۹۷۴)، با نظرسنجی از گردشگران بیان می‌کنند که سطح توسعه زیرساخت‌ها متشکل از جاده‌ها، آب، برق، خدمات ایمنی، خدمات بهداشتی و درمانی، ارتباطات و حمل و نقل عمومی به عنوان عوامل تعیین کننده در ورود گردشگران به هر منطقه‌ای هستند. همچنین برخی دیگر از صاحب نظران از جمله ویت و ویت (۱۹۹۵)، و لیم (۱۹۹۷)، با استفاده از تخمین مدل‌های کمی بیان می‌کنند که زیرساخت‌های گردشگری و سطح توسعه کشور مقصد از مهمترین عوامل تعیین کننده ورود گردشگر به آن کشور می‌باشند. همچنین گریگولون و همکاران (۲۰۱۴)، نشان می‌دهند بین دوره زندگی و طول اقامت رابطه معنی‌داری وجود دارد در واقع آنها شرایط مربوط به زمان فراغت و درآمد که در دوره خاصی از عمر انسان برای گردشگری مناسب است، را بر طول اقامت مثبت ارزیابی می‌کنند. کازوزورا (۲۰۱۴)، عوامل تعیین کننده طول مدت اقامت در تانزانیا را برای سال‌های ۲۰۰۷، ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ بر اساس رویکرد مدل لجستیک مورد بررسی قرار می‌دهد و نتیجه می‌گیرد که عوامل بسیاری از جمله سن، جنس و تعداد اعضای خانوار، درآمد خانوار و تعداد فرزند بر مدت اقامت توریست‌های تانزانیا تأثیر معنی‌دار دارند. همچنین وی نتیجه می‌گیرد که مدت اقامت افرادی که در مقصد گردشگری دوستان و آشنایانی دارند، بیشتر از افرادی است که با هدف تفریح و سرگرمی و یا به منظور تجارت سفر نبوده‌اند

مبانی نظری

به منظور درک بهتر و بررسی دقیق‌تر صنعت گردشگری، تقسیم‌بندی‌های مختلفی در خصوص اجزا و عوامل مؤثر بر آن صورت گرفته است. بر اساس همین تقسیم بندی‌ها دو رویکرد در بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری وجود دارد. رویکرد اول، رویکرد تقاضا محور بوده و برگرفته از این فرض است که مقصد، برانگیزنده باورها و احساسات افراد بوده و نیاز آنها را برآورده می‌سازد (Hu and Ritchie, 1993). از سویی رویکرد عرضه محور در گردشگری بر خدماتی تمرکز دارد که برای بازدیدکنندگان یک مقصد طراحی و آماده شده‌اند. این عناصر، با سیاست‌ها و عملکرد بخش‌های دولتی و خصوصی هدایت و کنترل می‌شوند. موفقیت و توسعه گردشگری در این رویکرد وابسته به شناسایی صحیح اجزاء و عناصر عرضه است (نصراللهی و همکاران،

(۱۳۹۱). در این میان یوثوب و همکاران (۲۰۱۶)، تسهیلات رفاهی و یا زیرساخت‌ها را امکاناتی می‌دانند که برای رضایتمندی عموم مردم فراهم می‌شود که از آن جمله می‌توان به حمل و نقل و بهداشت اشاره نمود (Yusup et al, 2016). البته برخی از این زیرساخت‌ها برای گردشگر دارای اهمیت بیشتری است. در این خصوص نظام گردشگری که توسط ونهو (۲۰۰۵)، معرفی شده، ابعاد بیشتری را بازگو می‌کند. ونهو نظام گردشگری را به عنوان چارچوبی تعریف می‌کند که از تعامل بین عناصر تقاضای گردشگری (انگیزه گردشگران)، عناصر اتصالی (واسطه‌های سفر و بازاریابی) و عرضه گردشگری در مقصد (خدمات، تسهیلات و زیرساخت‌ها) تشکیل شده است. وی عناصر نظام گردشگری را شامل مواردی از جمله (جاذبه‌های گردشگری، تسهیلات حمل و نقل، مراکز اقامتی، تأسیسات زیربنایی، عناصر موسساتی و تسهیلات گردشگری می‌داند (Vanhoove, 2005). در این میان بسیاری از صاحب نظران اعتقاد دارند که خدمات اسکان و پذیرایی در صنعت گردشگری از پیچیده‌ترین و پویاترین مؤلفه‌های صنعت گردشگری است و میزان تسهیلات و تسهیلات مراکز اقامتی، بازتابی از نیازها و سلیقه‌های مختلف مسافران و پویایی این بازار است (سلیمانی مقدم و اسلامی، ۳۹۰، ۱۰۶). همچنین در جایی دیگر لائو (۱۹۹۶)، یکی از مهمترین عناصر صنعت گردشگری را واحدهای اقامتی می‌داند. وی بیان می‌کند که این مراکز بعد از جاذبه‌های توریستی مقاصد، عمده‌ترین و مهمترین پارامتری هستند که توجه توریست‌ها را به خود معطوف می‌کنند. تعداد مراکز اقامتی، کیفیت، درجه و نزدیکی آنها به محل و مقصد مورد نظر که هدف نهایی سفر گردشگر است، می‌تواند تغییر الگوی رفتاری گردشگر را به همراه داشته باشد (Law, 1996). علاوه بر آن، گیبیرینگ (۱۹۷۴)، معتقد است که وجود زیرساخت‌های مناسب جاده‌ای، ریلی و هوایی و ازایه خدمات مناسب، تأثیر مثبت بر تقاضای گردشگری دارد (Gearing, 1974).

در بخش عمده‌ای از مطالب بیان شده، بسیاری از صاحب نظران بر نقش امکانات اقامتی و زیرساخت‌های عمومی در جذب گردشگر معتقدند. اما این زیرساخت‌ها زمانی می‌تواند مؤثر باشند که جاذبه‌های هر شهر به خوبی معرفی شوند. در خصوص جاذبه‌های گردشگری باید ذکر کرد، سه بخش از جاذبه‌ها در همه جا مطرح است، جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی می‌باشد. البته در جایی دیگر نویسنده از جمله مولائی و ابراهیمی (۱۳۹۳)، جاذبه‌های گردشگری را به جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و ورزشی و اقتصادی طبقه‌بندی می‌نماید.

با بررسی مطالب فوق، مشخص می‌شود که مطالعات صورت گرفته بیشتر در مورد عوامل مؤثر بر جذب گردشگری می‌باشد ولیکن در رابطه با طول اقامت گردشگری صحبتی نشده است. بر اساس نظریه مصرف کننده، طول اقامت تابعی از درآمد و هزینه‌های سفر می‌باشد، این نگرش‌ها و هنجارهای ذهنی در ویژگی‌های مصرف کننده، محصول و محیط (محلی که خرید انجام می‌شود) خود را نشان می‌دهند (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۵، ۱۲).

در ادامه نیز لازم دانسته شد از ویژگی‌های مقصد گردشگری مطالبی بیان شود، در واقع تجربه گردشگر از یک مقصد محصول اصلی گردشگری است (کیانی، ۱۳۸۷)، و مقصد گردشگری در مرکز توجه بازدیدکنندگان قرار دارد (Mat Som, 2010). در سطح مقصد محصول گردشگری مجموعه‌ای از مؤلفه‌های مختلف مثل امور مربوط به اقامت، غذا و سرگرمی می‌باشد (همان منبع)، محققینی دیگری از لای و کوآنگ وین (۲۰۱۲) این ویژگی‌ها تحت عنوان مختلف طبقه‌بندی نموده‌اند. لای و کوآنگ وین این ویژگی‌ها را در چهار طبقه منابع طبیعی، فعالیت‌ها و منابع فرهنگی، منابع انسانی، تسهیلات گردشگری تعریف و طبقه بندی کرده است (Lai and Quang Vinh, 2012). علاوه بر این محققانی دیگر از جمله کوپر، فلچر، گیلبرت، ویژگی‌های مقصد را به چهار نوع جاذبه‌ها، دسترسی، امکانات و خدمات فرعی تقسیم نموده‌اند.

روش تحقیق

در پژوهش حاضر به بررسی عوامل مؤثر در طول اقامت بازدیدکنندگان در مقاصد گردشگری چابهار پرداخته شده است. این پژوهش بر مبنای نوع پژوهش، کاربردی و روش پژوهش توصیفی-تحلیلی است. جمع آوری داده‌ها از طرق اسنادی و پیمایشی (توزیع پرسشنامه) انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق حاضر، گردشگران بالای ۱۵ سال در شهر چابهار است. تعیین حجم نمونه با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند، تعداد ۳۰۰ نفر انتخاب گردیده است. همچنین جهت بررسی وضعیت مقاصد گردشگری

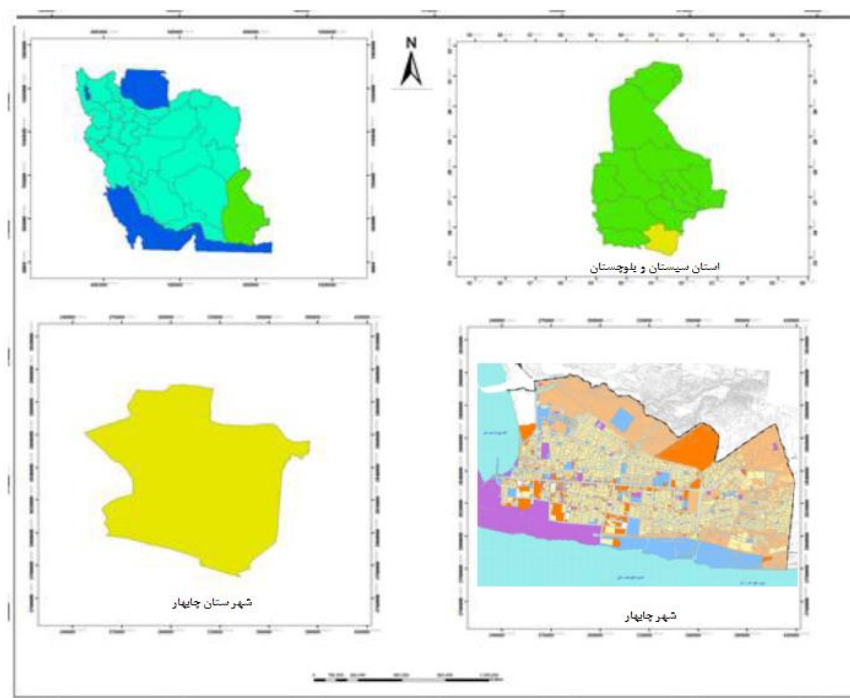
چابهار با استفاده از نرم افزار SPSS از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده گردید. در ادامه نیز جهت بررسی عوامل مؤثر در طول اقامت گردشگران از مقاصد گردشگری چابهار از نرم افزارهای LESREL کمک گرفته شد.

پرسشنامه عوامل مؤثر بر طول اقامت گردشگران در مقاصد گردشگری چابهار

پرسشنامه ارزیابی عوامل مؤثر بر طول اقامت گردشگران در مقاصد گردشگری چابهار توسط محقق برای این بررسی شناخته شد. برای ساختن گویه‌ها پرسشنامه، با توجه به شاخص‌های ۱۹ گانه منطبق بر چارچوب نظری، ابتدا سوالات مقدماتی تنظیم شد. پس از انجام اولیه آمایشی (pre-test) بر روی برخی از شرکت‌کنندگان تحقیق، استفاده از نظر متخصصان و کارشناسان دانشگاهی و انجام اصلاحات و کسب نمره تأثیر مناسب برای هر گویه، روایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه بر مبنای آلفای کرونباخ با اعتبار ۰/۸۷۴، تأیید شد که پایایی مطلوب این پرسشنامه را تعیین می‌کند. پاسخ‌ها نیز با طیف لیکرت در نظر گرفته شده است.

موقعیت منطقه مورد مطالعه

شهرستان چابهار در منتهی الیه جنوب شرقی ایران در کنار آب‌های گرم عمان، در ۶۰ درجه و ۳۷ دقیقه طول شرقی و ۲۵ درجه و ۱۷ دقیقه عرض شمالی واقع شده است. از شمال به شهرستان‌های ایرانشهر و نیکشهر از جنوب به دریای عمان از شرق به پاکستان و از غرب به استان‌های کرمان و هرمزگان محدود می‌شود. شهرستان چابهار با وسعتی بالغ بر ۱۳۱۶۲ کیلومتر مربع حدود ۷ درصد از مساحت کل استان سیستان و بلوچستان را به خود اختصاص داده است. این شهرستان ۳ مرکز شهری و ۵ بخش، ۱۱ دهستان و ۵۹۲ آبادی دارای سکنه دارد. چابهار علاوه بر موقعیت بازرگانی، دارای جاذبه‌های فراوان تاریخی و طبیعی است. آب و هوای این شهر و پیرامون آن همیشه بهاری و معتدل است و به همین دلیل چابهار (چهار بهار) نامیده می‌شود.



شکل (۱): موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه، مأخذ: نگارنده، ۱۳۹۹

فاصله هوایی شهرستان چابهار تا تهران ۱۴۵۶ کیلومتر و فاصله زمینی از طریق جاده ایرانشهر کرمان (۱۹۶۱ کیلومتر) است. فاصله بندر چابهار تا مرکز استان ۷۲۱ کیلومتر می‌باشد؛ بدینسان دورترین منطقه آزاد از بدنه کشور و تهران به شمار می‌رود. این شهرستان که در منتهی الیه جنوب خاور ایران در کنار آب‌های گرم عمان واقع شده است دارای ۱۳۰ کیلومتر مرز خاکی و

حدود ۳۰۰ کیلومتر مرز آبی در دریای عمان دارد. چابهار بی گمان عهده دار نقش ژئوپلیتیکی و نظامی دریایی برجسته‌ای است و گذشته از اهمیتی که در زمینه امنیت داخلی و تحرکات کشورهای همسایه دارد، منافع ایران را در اقیانوس هند و دریای عمان و حتی خلیج فارس پاسداری می کند.

چابهار یکی از مهمترین شهرهای بندری ایران است که از نظر اقتصادی و گردشگری بسیار مورد توجه عموم قرار دارد. این شهر در جنوب شرق سیستان و بلوچستان واقع شده و تنها بندر اقیانوسی ایران است که در کرانه‌ی دریای مکران و اقیانوس هند قرار دارد. به دلیل جاذبه‌های بی نظیری که در این شهر بندری وجود دارد به آن لقب بهشت جنوب ایران داده شده است. از لحاظ آب و هوایی این شهر دارای شرایط بهاری و معتدلی است و به همین دلیل به آن لقب چابهار یا چهار بهار داده شده است. سالانه گردشگران داخلی و خارجی زیادی به این شهر بندری سفر می کنند، در ادامه جاذبه‌های گردشگری در چهار بیان شده است. جدول (۱).

جدول (۱): جاذبه‌های گردشگری شهر چابهار

نوع جاذبه	جاذبه‌های گردشگری
جاذبه‌های طبیعی	کوه‌های مینیاتوری: این کوه‌ها در نزدیکی سواحل کچو تا خلیج کوتاه قرار گرفته و از جمله پدیده‌های مورفولوژی در این منطقه به شمار می‌رود.
	تالاب لیپار: در یک منطقه زیبا و طبیعی واقع شده است و دارای چشم‌اندازهای فوق العاده‌ای در ۱۵ کیلومتری شرق چابهار در نزدیکی روستای رمین واقع شده است.
	غارهای بان مسیتی: در ۵ کیلومتری شمال باختری روستای تیس در دامنه کوه شه‌باز بند قرار گرفته است. این غارها ترکیبی از دو غار طبیعی و مصنوعی در کنار هم هستند.
	درخت مکرزن: به انجیر معابد، لور و انجیر هندی نیز معروف است. نام درختی معروف در شهرهای چابهار و نیک شهر است.
	گل افشان: یکی از دیدنی‌های حیرت انگیز شهرستان چابهار، این کوه‌ها بودند که مهمترین آنها در نقطه‌ای نزدیک به کنارک به نام بندر تنگ قرار دارد.
	منطقه حفاظت شده گاندو: تنها تمساح بومی ایران که به نام گاندو شناخته شده است در این شهر مشاهده می‌شود.
	بندر گواتر: در انتهای‌ترین نقطه‌ی جنوب شرق ایران و در منطقه‌ی مرزی شهرستان چابهار با مرز مشترک پاکستان قرار گرفته است.
جاذبه تاریخی - فرهنگی	خلیج پزم: در ۱۰ کیلومتری غرب خلیج چابهار و در انتهای پادگان کنارک خلیج پزم قرار دارد.
	قلعه پیروزگت: در ۵ کیلومتری شمال غربی چابهار در روستای تیس قلعه‌ای به نام پیروز گت وجود دارد که از دوران اشکانیان و ساسانیان در این روستا باقی مانده است.
	موزه محلی چابهار: در واقع ساختمان قدیمی فرمانداری در چابهار است که از دوران قاجار تا به حال در این شهر باقی مانده است.
	مسجد جامع تیس: از لحاظ معماری این مسجد مشابه مساجد کشورهای پاکستان و هندوستان است. از رنگ‌های بسیاری برای ساخت این مسجد استفاده شده است.
	مسجد جامع دزک: در ۳ کیلومتری شرق سراوان قرار گرفته است. این مسجد مربوط به دوران صفویه می‌باشد.

منبع: نگارنده‌گان، ۱۳۹۹

یافته‌های تحقیق

در ابتدا جهت آزمون فرضیه اول پژوهش، با عنوان: از نظر گردشگران جاذبه‌های طبیعی و تاریخی شهر چابهار مناسب و مطلوب می‌باشد. از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شد و گویه مستقیم آن آزمایش شد. در این آزمون، برای تشخیص مطلوبیت از یک عدد معین (در اینجا میانگین ۳) استفاده شده و متغیرها و میانگین‌ها با این حد معین مقایسه شده‌اند. فرض بر این گرفته شده که میانگین نظر گردشگران، درباره مطلوبیت و مناسب بودن جاذبه‌های گردشگری شهر چابهار، باید بیشتر از ۳ باشد تا به حد مطلوب برسد، نتیجه این آزمون یک خروجی است. متغیر مورد مطالعه میانگین بالای ۳ را در این آزمون کسب کرده است.

جدول (۲): بررسی مناسب بودن جاذبه‌های طبیعی و تاریخی چابهار

حد متوسط (۳): میانگین فرضی					
فاصل اطمینان تفاوت ۰/۹۵		معناداری (۲) دامنه	T	میانگین	شاخص‌ها
پایین	بالا				
۳/۶۷	۳/۸۴	۰/۰۰۰	۱۶/۳۳۶	۳/۷۸	مناسب و مطلوب بودن جاذبه‌های طبیعی و تاریخی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

تحلیل عاملی تأییدی جهت بررسی عوامل مؤثر بر طول اقامت بازدیدکنندگان از مقصد گردشگری چابهار

جهت آزمون فرضیه، مجموعه عوامل محیطی نقش مهمتری نسبت به سایر عوامل در طول اقامت بازدیدکنندگان از مقصد گردشگری چابهار خواهند داشت، مدل‌سازی ساختاری به کار گرفته شد، در این آزمون، تمام عوامل مؤثر بر طول اقامت بازدیدکنندگان در مقصد گردشگری چابهار به ۶ دسته محیطی، زیرساخت‌ها، دسترسی، فرهنگ و اجتماع، اوقات فراغت و سرگرمی، غذاهای محلی تقسیم شدند. هر کدام از این عوامل متغیرهای آشکار قابل سنجشی دارند که مجموع هر دسته از آن‌ها، متغیر پنهان در سطح اول را تشکیل داده و با شراکت متغیرهای آشکار، سطح دوم متغیرهای آشکار شکل می‌گیرد که وضعیت کلی این جاذبه‌های گردشگری را شامل می‌شود.

نتایج حاصل از جدول (۳)، معیار کیسر، میر و والکین (KMO) جهت کفایت تعداد نمونه، عددی برابر با ۰/۸۷۵ را نشان می‌دهد و با توجه به سطح معناداری آزمون بارتلت که کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، مشخص می‌گردد که تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار و مدل عاملی، مناسب است.

جدول (۳): آزمون بارتلت و شاخص KMO

مقدار	راهکارهای وضعی
۰/۸۷۵	شاخص KMO جهت کفایت نمونه‌گیری
۱۲۳۱	شاخص خی‌دو
۱۵۰	درجه آزادی
۰/۰۰۰	سطح معناداری

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

برازش مدل‌های ساختاری به دو صورت برازش کلی و برازش جزئی انجام گرفته است. در برازش جزئی عامل محیطی از چهار متغیر اصلی مناظر زیبا، پاکیزگی محیط، قیمت و وضعیت اقامتگاه‌ها، مهارت ارتباطی کارکنان تشکیل شده است، قیمت و وضعیت اقامتگاه‌ها دارای بیشترین وزن رگرسیونی را به خود اختصاص داده است و در مرتبه بعدی آن مهارت ارتباطی کارکنان، قرار گرفته است. سطح معناداری تمام متغیرهای آشکار مدل کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین برازش جزئی مدل در سطح مطلوبی قرار دارد. کیفیت و کمیت خدمات اقامتی از ارکان مهم توسعه گردشگری در هر شهری از جمله شهر چابهار می‌باشد. به دلیل اینکه اقامت یکی از خدمات اصلی گردشگری می‌باشد، کمبود و نقش آن می‌تواند از عوامل محدود کننده پذیرش گردشگران در شهر چابهار به شمار رود. در شهر چابهار از نظر مراکز اقامتی توسعه خوبی رخ داده است و در حال حاضر تعداد ۹ هتل جدید در این منطقه در حال احداث است که از این میان دو هتل تا پایان سال ۱۳۹۸ و یک هتل پنج ستاره نیز تا پایان سال ۹۹ به بهره‌برداری خواهد رسید. بر اساس مطالعات صورت گرفته، اکثر گردشگرانی که به شهر چابهار مسافرت می‌کنند معمولاً ۲ روز در این شهر اقامت دارند، اما متوسط اقامت آنها در این شهر ۳ روز بوده است، چنانچه قیمت‌ها متعادل و جاذبه‌ها متعدد، دسترسی به آنها میسر و آسان و خدمات ارائه شده مطلوب و کافی باشد، طبعاً مدت اقامت گردشگران طولانی‌تر خواهد شد. جدول (۴).

جدول (۴): ستاده مربوط به تخمین استاندارد و خطای معیار

شاخص	تخمین غیراستاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معنی داری	شاخص	تخمین غیراستاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معنی داری
مناظر زیبا	۱/۰۰۰	۰/۷۸۰	۲/۴۳۲	۰/۰۰۴	تنوع و منحصر به فردی غذاها	۱/۱۸۹	۰/۶۴۳	۲/۲۸۷	۰/۰۰۳
مهارت ارتباطی کارکنان	۱/۱۳۴	۰/۵۴۶	۲/۴۳۲	۰/۰۰۰	کیفیت غذاها	۱/۱۷۴	۰/۶۷۸	۲/۲۶۵	۰/۰۰۵
پاکیزگی محیط	۱/۱۲۵	۰/۷۷۶	۲/۳۲۱	۰/۰۰۵	قیمت غذاها	۱/۱۸۲	۰/۵۴۸	۲/۲۶۷	۰/۰۰۵
قیمت و وضعیت اقامتگاهها	۱/۱۵۶	۰/۶۷۵	۲/۵۶۴	۰/۰۰۰					
شبکه‌های برق	۱/۱۴۳	۰/۶۸۹	۲/۴۵۳	۰/۰۰۰					
آب	۱/۳۲۱	۰/۸۷۵	۲/۳۲۱	۰/۰۰۱					
اینترنت	۱/۳۴۳	۰/۶۵۴	۲/۳۸۹	۰/۰۰۲					
کیفیت جاده‌ها	۱/۱۶۷	۰/۵۵۶	۲/۶۴۷	۰/۰۰۰					
کیفیت معابر	۱/۱۷۸	۰/۶۶۵	۲/۷۳۴	۰/۰۰۳					
دسترسی امن و صحیح	۱/۱۷۳	۰/۸۹۰	۲/۱۳۲	۰/۰۰۱					
حمل و نقل عمومی	۱/۱۸۹	۰/۸۷۶	۲/۲۸۹	۰/۰۰۰					
مهمان‌نوازی مردم	۱/۱۶۴	۰/۶۷۸	۲/۱۸۴	۰/۰۰۰					
جشنواره‌ها	۱/۱۸۲	۰/۵۸۹	۲/۲۷۸	۰/۰۰۰					
نمایشگاه‌ها صنایع دستی	۱/۱۷۳	۰/۶۱۲	۲/۲۱۲	۰/۰۰۰					
فعالیت‌های ورزشی	۱/۱۸۹	۰/۵۴۳	۲/۲۸۷	۰/۰۰۰					
امکانات خرید	۱/۱۹۲	۰/۵۶۷	۲/۲۹۳	۰/۰۰۳					

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

متغیر پنهان زیرساخت‌ها نیز از سه متغیر آشکار، شبکه‌های آب، برق، اینترنت تشکیل شده است، متغیر اینترنت بیشترین وزن را به خود اختصاص داده است و در مرتبه بعدی متغیر شبکه‌های برق قرار گرفته است. یکی از مشکلات جدی در توریسم چابهار، عدم پوشش دهی آنتن تلفن‌های همراه و خط اینترنت می‌باشد. و این عدم وجود آنتن تلفن همراه و خط اینترنت باعث شده تا اقامتگاه‌های گردشگری نتوانند نسبت به رزرو مکان اقامتی برای گردشگران اقدام کنند که این امر مانع بزرگی در کاهش اقامت گردشگران در این شهر زیبا می‌باشد. در ادامه نیز متغیر پنهان دسترسی از چهار متغیر، کیفیت جاده‌ها، کیفیت معابر، دسترسی امن و صحیح، حمل و نقل عمومی تشکیل شده است. متغیر حمل و نقل عمومی بیشترین وزن رگرسیون را به خود اختصاص داده است و در مرتبه بعد نیز متغیر کیفیت معابر می‌باشد. بر اساس مطالعات میدانی صورت گرفته، متأسفانه وضعیت حمل و نقل عمومی شهر چابهار نامطلوب است، در مجموع دو اتوبوس فرسوده به کل شهر چابهار و محدوده منطقه آزاد آن خدمت‌رسانی می‌کنند. همچنین ۲ اتوبوس چابهار به خاطر شرایط آب و هوایی فرسوده و زنگ زده شده است و عملاً توان خدمت‌رسانی را ندارند، در واقع سراسر شهر چابهار ایستگاه‌های اتوبوس هست اما تعداد اندک اتوبوس‌ها ساعت‌ها انتظار را

به همراه دارد، و بر اساس مطالعات صورت گرفته خیلی از مسافران از این وضع راضی نیستند و زمانی که به چابهار می‌آیند از نبود حمل و نقل عمومی منظم حداقل همچون شهرهای هم رده چابهار به شدت انتقاد می‌کنند. در واقع نبود حمل و نقل عمومی مناسب برای چابهار فضایی ضد تبلیغ در گردشگری و جذب گردشگر ایجاد می‌کند. و این عوامل باعث کاهش مدت اقامت بازدیدکنندگان از شهر چابهار می‌باشد. همچنین متغیر پنهان فرهنگ و اجتماع از ۳ متغیر آشکار مهمان نوازی مردم، جشنواره‌ها، نمایشگاه‌های صنایع دستی تشکیل شده است، که بیشترین وزن رگرسیون متعلق به متغیر جشنواره‌ها می‌باشد. بر اساس مطالعات صورت گرفته جهت ایجاد شور و نشاط در گردشگران و شناساندن بهتر ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی سیستان و بلوچستان هر ساله جشنواره‌های مختلفی در شهر چابهار صورت می‌گیرد. هدف از این جشنواره‌ها ظرفیت‌های بکر طبیعی و توریستی چابهار شناسایی شود و حوزه نفوذ گردشگری چابهار از استان و استان‌های همجوار فراتر رود. همچنین یکی از عوامل مؤثر در طول اقامت گردشگران می‌باشد، به عنوان مثال: جشنواره‌های صورت گرفته در این شهر به مدت ۱۰ شب از دوم فروردین تا ۱۱ فروردین ماه ۱۳۹۷ میزبان گردشگران و مسافران نوروزی منطقه چابهار بود. متغیر پنهان دیگر اوقات فراغت و سرگرمی از ۲ متغیر آشکار فعالیت‌های ورزشی، امکانات خرید تشکیل شده است. بر اساس جدول (۱)، متغیر امکانات خرید بیشترین وزن رگرسیون را به خود اختصاص داده است. از دیگر ویژگی‌های این منطقه جغرافیایی می‌توان به مراکز خرید متنوع آن اشاره کرد. در منطقه چابهار انواع مراکز خرید برای خرید پوشاک، خوراکی، صنایع دستی وجود دارد. چابهار در واقع مقصد مناسبی برای گردش و خرید است، و گردشگرانی که علاقمند به خرید از مناطق آزاد می‌باشد، این شهر یکی از بهترین شهرها در این امر محسوب می‌شود. در نهایت این عامل نیز می‌تواند در طول اقامت بازدیدکنندگان در این شهر مؤثر باشد. در نهایت متغیر پنهان غذاهای محلی از ۳ متغیر آشکار تنوع و منحصر به فردی غذاها، کیفیت غذاها، قیمت غذاها تشکیل شده است. متغیر تنوع و منحصر به فردی غذاها بیشترین وزن رگرسیون را به خود اختصاص داده است و در مرتبه بعدی نیز متغیر آشکار قیمت غذاها قرار گرفته است. در ادامه نیز، برای سنجش نکویی برازش کلی مدل، به شاخص‌های خروجی نرم افزار مراجعه شد، مطابق جدول (۵)، تمام شاخص‌های برازش کلی در وضعیت مطلوب قرار دارند که خود بر مناسب بودن مدل ساختاری دلالت می‌کند.

جدول (۵): شاخص‌های مرتبط با برازش مدل

عنوان شاخص	مقدار	دامنه مورد قبول
X ² /df	۲/۵۷	بزرگتر از ۳
RMSEA	۰/۰۶	کوچک‌تر از ۰/۰۵ مناسب، کوچک‌تر از ۰/۰۸ خطای مقبول
GFI	۰/۹۳	بیشتر از ۰/۹
NFI	۰/۹۲	بیشتر از ۰/۹
CFI	۰/۹۸	بیشتر از ۰/۹

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

جدول (۵)، شاخص‌های مربوط به برازش مدل حاصل از تحلیل داده بر اساس تحلیل عاملی مرتبه دوم در محیط لیزری را نمایش می‌دهد. در این جدول نسبت مجذور کجی به درجه آزادی برابر ۲/۵۷ گزارش شده است که با توجه به اینکه عددی کمتر از ۳ می‌باشد، بیانگر برازش خطای تقریب (RMSEA) در این مدل نیز عدد ۰/۰۶، را نشان می‌دهد که از آنجایی که این عدد پایین‌تر از ۰/۰۸ است، نشان می‌دهد که مدل برازش ضعیفی ندارد. ریشه دوم میانگین پس مانده‌ها (۰/۰۳) نیز از آنجایی که به مقدار صفر نزدیک است، برازش مدل را تأیید می‌نماید.

جدول (۶): ستاده مربوط به توصیف واریانس

ردیف	مقادیر ویژه برای تعیین شاخص			مقادیر ویژه با بدون چرخش			مقادیر ویژه با چرخش		
	مجموع	سهم	درصد	مجموع	سهم	درصد	مجموع	سهم	درصد
محیطی	۷/۶۶۵	۲۵/۱۲۳	۲۵/۱۲۳	۷/۶۶۵	۲۵/۱۲۳	۲۵/۱۲۳	۷/۸۷۳	۲۴/۰۱۳	۲۶/۷۶۵

۴۵/۷۷۶	۱۹/۴۳۲	۶/۶۷۴	۴۵/۱۴۳	۲۰/۳۴۲	۶/۲۳۱	۴۵/۱۴۳	۲۰/۳۴۲	۶/۲۳۱	زیرساخت‌ها
۶۳/۸۸۵	۱۳/۵۴۳	۴/۶۷۵	۶۳/۴۵۳	۱۴/۶۶۵	۴/۶۶۵	۶۳/۴۵۳	۱۴/۶۶۵	۴/۶۶۵	دسترسی
۶۵/۶۶۷	۷/۶۷۴	۲/۸۹۰	۷۲/۷۶۵	۸/۸۸۷	۲/۷۶۵	۷۲/۷۶۵	۸/۸۸۷	۲/۷۶۵	فرهنگ و اجتماع
۶۲/۶۶۵	۶/۶۶۵	۲/۸۷۵	۸۱/۴۳۲	۷/۷۷۶	۲/۴۵۳	۸۱/۴۳۲	۷/۷۷۶	۲/۴۵۳	اوقات فراغت و سرگرمی
۲۳/۷۶۴	۶/۶۹۲	۲/۶۵۳	۷/۶۷۸	۷/۶۷۸	۲/۴۵۶	۷/۶۷۸	۷/۶۷۸	۲/۴۵۶	غذاهای محلی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

بنابراین مدل ساختاری نهایی پژوهش فرضیه دوم پژوهش با عنوان: مجموعه عوامل محیطی نقش مهمتری نسبت به سایر عوامل در طول اقامت بازدیدکنندگان از مقصد گردشگری چابهار خواهند داشت، تأیید می‌شود. مطابق این مدل، عوامل محیطی بیشترین نقش را در طول اقامت بازدیدکنندگان از مقصد گردشگری چابهار را دارند.



شکل (۲): مدل معادلات ساختاری و تحلیل عاملی مرتبه دوم ارائه شده در حالت استاندارد، منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

نتیجه‌گیری

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت پویا در کنار سایر فعالیت‌ها و خدمات شناخته شده است. در این بین شهرها توانایی و پتانسیل لازم برای جذب گردشگران به سمت خود را دارا می‌باشند. در دهه‌های اخیر افزایش چشمگیر گردشگران باعث رونق صنعت گردشگری شده است و این صنعت را به صورت یکی از فعالیت‌های مهم اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی در سراسر جهان درآورده است. با توجه به اهمیت روزافزون صنعت گردشگری و رقابتی‌تر شدن بازار آن، به نظر می‌رسد مقاصد گردشگری همانند دیگر محصولات مصرفی، عواملی در جهت طول اقامت بازدیدکنندگان نیازمند هستند. در این بین در کشور ایران نیز، دو نوار شمالی و جنوبی ایران، دارای دو هزار کیلومتر مرز ساحلی است. شهرستان چابهار واقع در سواحل مکران به سبب قرار گرفتن در نزدیکی منطقه استوایی، از تغییرات دمای اندکی در فصول مختلف سال برخوردار است. بندر چابهار دارای

بهترین کرانه اقیانوسی کشور و معتدل ترین هوای جنوب کشور است. گل افشان‌ها، مساجد زیبای محلی، بافت سنتی و زندگی دیدنی بلوچ‌ها با کپرهای خود، درخت انجیر معابد و آثار فراوان تاریخی از جمله جاذبه‌های توریستی این بندر زیبا هستند. در پژوهش حاضر، به بررسی و سنجش عوامل مؤثر بر طول اقامت بازدیدکنندگان در مقصد گردشگری چابهار پرداخته شده است. تمامی فرضیات این پژوهش، بعد از آزمون همگی تأیید شده‌اند که در ادامه خلاصه‌ای از نتایج تحلیل‌ها بیان می‌شود. به نظر می‌رسد که مقصد گردشگری چابهار: از نظر گردشگران جاذبه‌های طبیعی و تاریخی شهر چابهار مناسب و مطلوب می‌باشد. جاذبه‌های طبیعی و تاریخی چابهار، با توجه به دور بودن از نقطه مرکزی استان، فضایی مطلوبی را در اختیار گردشگران قرار داده است. در ادامه نیز برای آزمون فرضیه، مجموعه عوامل محیطی نقش مهمتری نسبت به سایر عوامل در طول اقامت بازدیدکنندگان از مقصد گردشگری چابهار داشت، مدل‌سازی ساختاری به کار گرفته شد، در این آزمون، تمام عوامل مؤثر بر طول اقامت بازدیدکنندگان در مقصد گردشگری چابهار به ۶ دسته محیط، زیرساخت‌ها، دسترسی، فرهنگ و اجتماع، اوقات فراغت و سرگرمی، غذاهای محلی تقسیم شدند. هر کدام از این عوامل متغیرهای آشکار قابل سنجشی دارند که مجموع هر دسته از آن‌ها، متغیر پنهان در سطح اول را تشکیل داده و با شراکت متغیرهای آشکار، سطح دوم متغیرهای آشکار شکل می‌گیرد که وضعیت کلی این جاذبه‌های گردشگری را شامل می‌شود. نتایج نشان داد، متغیر پنهان زیرساخت‌ها نیز از سه متغیر، شبکه‌های آب، برق، اینترنت تشکیل شده است، متغیر اینترنت بیشترین وزن را به خود اختصاص داده است و در مرتبه بعدی متغیر شبکه‌های برق قرار گرفته است. در ادامه نیز متغیر پنهان دسترسی از چهار متغیر، کیفیت جاده‌ها، کیفیت معابر، دسترسی امن و صحیح، حمل و نقل عمومی تشکیل شده است. متغیر حمل و نقل عمومی بیشترین وزن رگرسیون را به خود اختصاص داده است و در مرتبه بعد نیز متغیر کیفیت معابر می‌باشد. همچنین متغیر پنهان فرهنگ و اجتماع از ۳ متغیر مهمان‌نوازی مردم، جشنواره‌ها، نمایشگاه‌های صنایع دستی تشکیل شده است، که بیشترین وزن رگرسیون متعلق به متغیر جشنواره‌ها می‌باشد. متغیر پنهان دیگر اوقات فراغت و سرگرمی از ۲ متغیر آشکار فعالیت‌های ورزشی، امکانات خرید تشکیل شده است. نتایج نیز در این قسمت نشان داد، متغیر امکانات خرید بیشترین وزن رگرسیون را به خود اختصاص داده است. در نهایت متغیر پنهان غذاهای محلی از ۳ متغیر آشکار تنوع و منحصر به فردی غذاها، کیفیت غذاها، قیمت غذاها تشکیل شده است. متغیر تنوع و منحصر به فردی غذاها بیشترین وزن رگرسیون را به خود اختصاص داده است و در مرتبه بعدی نیز متغیر آشکار قیمت غذاها قرار گرفته است. همچنین در برآزش جزئی عامل محیطی از چهار متغیر اصلی مناظر زیبا، پاکیزگی محیط، قیمت و وضعیت اقامتگاه‌ها، مهارت ارتباطی کارکنان تشکیل شده است، قیمت و وضعیت اقامتگاه‌ها دارای بیشترین وزن رگرسیونی را به خود اختصاص داده است و در مرتبه بعدی آن مهارت ارتباطی کارکنان، قرار گرفته است.

در این پژوهش شاخص‌ها، تا جایی که شباهت بینشان اجازه می‌داد، به طور فضایی در طول اقامت گردشگران در شهر چابهار دخیل داده شد. لذا یافته‌های این پژوهش با مطالعات شاه آبادی و سیاح (۱۳۹۲)، ایپات (۲۰۱۲)، گیبرینگ (۱۹۷۴)، جانی و دنیابین (۱۳۹۶)، مطابق دارد. از مهمترین محدودیت‌های این پژوهش، تعداد زیاد شاخص‌های مؤثر در طول اقامت گردشگران در محدوده است که نمی‌توان همه آن شاخص‌ها را در یک پژوهش گنجانده، چرا که شاخص موضوع جداگانه‌ای است که حجم و نمونه و گویه‌های خاص خود را می‌طلبد. در پایان نیز با توجه به تأثیر گذاری عوامل تعیین شده در مدل ساختاری پژوهش لازم دانسته شد، راهکارهایی نیز پیشنهاد شود:

پیشنهاد می‌گردد برای توسعه صنعت گردشگری و برنامه‌ریزی در این زمینه، سازمان‌هایی که از منافع گردشگری بهره‌مند می‌شوند بیشتر مشارکت داشته و بخشی از درآمدهای حاصل از گردشگری خود را برای رفاه و خدمات به گردشگران اختصاص دهند تا نقش موثری در افزایش مدت اقامت گردشگران شوند. این امر نیازمند مشارکت تمامی سازمان‌ها، ادارات و نهادهای دولتی و یا غیردولتی و مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری در این زمینه است. بنابراین برای جلوگیری از انجام فعالیت‌های موازی، ارائه خدمات به گردشگران و توسعه صنعت توریسم و... یکپارچگی مدیریت گردشگری الزامی است. برای دستیابی به این امر، شناسایی و معرفی اماکن گردشگری از طریق رسانه‌های عمومی از جمله تلویزیون و روزنامه‌ها، استفاده از مسئولان و کارشناسان خبره و آشنا با گردشگری، تقویت، ایجاد و توسعه زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل در زمینه گردشگری،

تقویت و ایجاد فضاهای اقامتی و گردشگری برای اسکان گردشگران، مشارکت بخش خصوصی و عمومی، ایجاد شبکه اطلاع رسانی در شهر مورد مطالعه، راه اندازی بانک اطلاعات گردشگری و بهره‌گیری از راهنماهای گردشگری، استفاده از مدیران تحصیلکرده و آگاه به مسائل گردشگری در راس امور اجرایی و امور تصمیم‌گیری، هماهنگی بین مدیران مؤسسات مرتبط با گردشگری، بازنگری در ضوابط، مقررات، مصوبات و قوانین مرتبط با برنامه‌ریزی به طور عام و مرتبط با مدیریت گردشگری، ارائه تسهیلات بانکی و حمایت‌های قانونی برای توسعه امکانات اقامتی و تفریحی در شهرهای مرزی مزیت گردشگری و راه اندازی تورهای فراگیر به ویژه برای بازنشستگان و قرارداد با نهادهای آموزشی در زمینه گردشگری، پیشنهاد می‌شود.

- راه‌اندازی سرویس‌های حمل و نقل همگانی در مراکز گردشگری
- تأسیس و افزایش سطح کیفیت مراکز اقامتگاه‌ها و توزیع مناسب آن متناسب با پراکندگی جاذبه‌های گردشگری
- نظارت قوی بر محل‌های اسکان به خصوص در ایام ویژه و همچنین جهت‌دهی گردشگران به مسافرت در شهر چابهار در فصول گردشگری می‌تواند تأثیر بسزایی بر ماندگاری گردشگران داشته باشد.

منابع

- امیرحاجلو، الهام؛ تولایی، سیمین، زنگانه، احمد؛ زنگانه، ابوالفضل، (۱۳۹۲)، ارزیابی و اولویت‌بندی اثرات گردشگری در سطح ملی با استفاده از تکنیک Topsis، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دوره ۳، شماره ۱۰، صص ۲۶-۱۵.
- جانی، سیاوش. دنیابین، فهیمه. ۱۳۹۶. بررسی عوامل مؤثر بر تعداد و طول اقامت گردشگران ملی، مطالعه بین استانی. مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم. شماره ۲۲. صص ۳۰-۵۳.
- رفیعی، هادی، پارساپور، سارا، رهنما، علی، (۱۳۹۵)، عوامل اقتصادی اجتماعی مؤثر بر ماندگاری گردشگران داخلی (مورد مطالعه شهر مشهد)، دو فصلنامه مطالعات اجتماعی، شماره ۴ دوره ۷، صص ۸-۳۵.
- سلیمانی مقدم، محمد و اسالمی، قاسم، (۱۳۹۰)، نقش زیرساخت‌های اقامتی در فعالیت‌های گردشگری شهر رشت، چشم‌انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)، دوره ۶، شماره ۱۷، صص ۱۰۵-۱۱۵.
- شاه آبادی، ابوالفضل، سیاح، علی، (۱۳۹۲)، تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری، رویکرد پند دیتا، مقایسه‌ی تطبیقی کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته، مجله برنامه‌ریزی و توسعه، گردشگری، دوره ۲، شماره ۷، صص ۲۵-۴۳.
- شمس‌الدینی، علی؛ امینی، زهرا، پیروزی، الناز، رضایی، مریم، (۱۳۹۵)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری در شهرستان کازرون با استفاده از روش‌های سوات و باتلر، مجله آمایش جغرافیایی فضا، دوره ۶، شماره ۲۲، صص ۲۵-۴۲.
- شیرخدايي، ميشم؛ نجات، سهيل، اسفدانی، محمدرحيم، شاهي، محبوبه، (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر برجستگی برند بر وفاداری برند مقصد گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۰، شماره ۳۲، صص ۱۱۱-۱۲۹.
- کیانی، زهره، (۱۳۸۷)، برند مقصد گردشگری و نقش آن در وحدت ذی‌نفعان صنعت گردشگری، مجموعه مقالات سمینار تغییرات محیطی، توسعه گردشگری و کاهش فقر، تهران.
- نصرالهی، خدیجه، جهانبازی، ندا و ناصری، طاهره، (۱۳۹۱)، رده بندی استان‌های کشور برحسب جاذبه‌های گردشگری، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۲۸: ۱۷-۲۸، شماره ۹
- Gearing, C. (1974). Abolishing a measure of touristic attractiveness, *Journal of Travel Research*, 12(4): 1-8
- Griglon, A.B., Borgers, A.W.J., Kemprrman, A.D.A.M. and Timeermans, H.J.P. (2014). Vacation length choice: a dinamic mixed multinomial logit model, *Tourism Management*, Vol. 41: 158-167
- Hu, Y. and Ritchie, J.R. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach, *Journal of Travel Research*, 32(2): 25-34
- Kani, Yusuf. & Yuhanis, Abdul.Aziz. Sambasivan, Murali. & Bojei, Jamil. (2017) Antecedents and outcomes of destination image of Malaysia, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol.32, pp.89-90
- Kazuzuru, B. (2014). Determinants of Tourist Length of Stay in Tanzania, *International Journal of Business and Social Science*, 5(9): 204-214

- Lai, W-H., Quang Vinh, N, (2012). A Study of Analyzing the Selection of Promotion Activities and Destination Attributes in Tourism Industry in Vietnam From the Perspective of Tourism Industrial Service Network (TISN). *International Journal of Social and Human Sciences* 6 2012, 330-336
- Law C.M, (1996), urban tourism attraction visitors to large cities, Man sell. Publishing Limited, London.
- Lim, C. (1997). An Econometric classification and review of international tourism demand models, *Tourism Economics*, 3(1): 69-81
- Mat Som, A., Marzuki, A., Yousefi, M. & AbuKhalifeh, A. (2010). Factors Influencing Visitors' Revisit Behavioral Intentions: A Case Study of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 4(4), 39-50
- Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*, U.K. Elsevier Publishing.
- Witt, S.F. and Witt, C.A. (1995). Forecasting tourism demand: A review of empirical research, *International Journal of Forecasting*, 11(3): 447- 475
- Yusup, M.F., Kanyan, A., Kasuma, J., Kamaruddin, H. and Adlin, J. (2016). Determinants of factors and the growth of tourism industry in Langkawi Island, *Journal of Scientific Research and Development*, 3(2): 13-20.