



The Impact of Various Transportation Networks (Sea, Rail, Land, Air) on Attracting Foreign Tourists

Morteza Khazaei Pool¹, Sakineh Gholian Rostami²

Abstract

Purpose

Today in our country for some reasons, such as population growth, and consequently the increasing need for tourism and on the other hand the increasing use of transportation networks, especially land transportation network, the need to expand and grow other transportation systems for tourists is felt more than before. In this study, the effect of various transportation networks on attracting foreign tourists was investigated.

Method

This research is applied in terms of purpose, survey in terms of method, and descriptive-analytical in terms of data collection. Library and field methods were used to collect information in this research. The statistical population of this study was the managers of the road and tourism sector (in the two organizations of transportation and the Ministry of Cultural Heritage) who were 1420 people. The statistical sample size was 302 using Cochran's formula. The sampling method was stratified random. A researcher-made questionnaire, consisting of 32 questions, designed to assess the role of transportation networks in the country on attracting foreign tourists was a tool to collect information and data required in this study.

Findings

The results showed that the air transport network with a coefficient of 0.646, land with a coefficient of 0.632, rail with a coefficient of 0.592, and sea with a coefficient of 0.340 had the greatest impact on attracting foreign tourists, respectively.

Conclusion

Transportation network (Land, Air, Rail and Sea), as one of the important components of the tourism industry, can be effective in attracting tourists and the flow of tourism in tourism industry. Tourism and the transportation network often have interactions with each other and it is very difficult to separate them.

Keyword: Land transport, Air transport, Rail transport, Sea transport, Tourism

1. A lecturer of tourism management, Maziar University, Royan, Iran

2. MSc. in tourism management, Maziar University, Royan, Iran

Received: March 17, 2022; Accepted July 9, 2022

Journal of maritime management science studies, 2021, vol. 1, No. 7 pp. 37-58



Doi: <https://doi.org/10.22034/mmr.2022.316492.1068>

Published by Faculty of Management and Marine Commissary Article Type: Research-based



تأثیر انواع شبکه‌های حمل و نقل (دریایی، ریلی، زمینی، هوایی) بر جذب گردشگران

خارجی

مرتضی خزائی پول^۱، سکینه قلیان رستمی^۲

چکیده

هدف: امروزه در کشور به دلایلی از جمله افزایش جمعیت و به دنبال آن بالا رفتن نیاز برای گردشگری و از طرفی بیشتر شدن استفاده از شبکه‌های حمل و نقل، بویژه شبکه حمل و نقل زمینی، نیاز برای گسترش و رشد دیگر سیستم‌های حمل و نقل برای گردشگران بیشتر احساس شده است. در این پژوهش به بررسی تأثیر انواع شبکه‌های حمل و نقل بر جذب گردشگران خارجی پرداخته‌ایم.

روش: این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، پیمایشی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات نیز توصیفی تحلیلی می‌باشد. روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی به منظور گردآوری اطلاعات در این پژوهش استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش مدیران بخش راهداری و گردشگری کشور (در دو سازمان حمل و نقل و وزارت میراث فرهنگی) با تعداد ۱۴۲۰ نفر در نظر گرفته شده است. حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ۳۰۲ نفر به دست آمد. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای می‌باشد. پرسشنامه محقق ساخته شامل ۳۲ سوال که به منظور بررسی نقش شبکه‌های حمل و نقل در کشور بر جذب گردشگران خارجی طراحی شد، ابزار گردآوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز در این پژوهش بوده است.

یافته‌ها: نتایج حاکی از تأیید هر چهار فرضیه اصلی می‌باشد که نشان داد شبکه حمل و نقل هوایی با ضریب ۰/۶۴۶، زمینی با ضریب ۰/۶۳۲، ریلی با ضریب ۰/۵۹۲ و دریایی با ضریب ۰/۳۴۰ به ترتیب بیشترین تأثیر را در جذب گردشگران خارجی داشتند.

نتایج: شبکه حمل و نقل (هوایی، زمینی، ریلی و دریایی) به عنوان یکی از مولفه‌های مهم صنعت گردشگری می‌تواند در جذب گردشگر و جریان گردشگری در مقاصد گردشگری موثر باشد. گردشگری و شبکه حمل و نقل غالباً دارای اثرات متقابلی بر یکدیگر بوده و جداسازی آن‌ها از هم بسیار مشکل می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: حمل و نقل زمینی، حمل و نقل هوایی، حمل و نقل ریلی، حمل و نقل دریایی، گردشگری.

استناد: خزائی پول، مرتضی، قلیان رستمی، سکینه. (1401). تأثیر انواع شبکه‌های حمل و نقل (دریایی، ریلی، زمینی، هوایی) بر جذب گردشگران خارجی. مطالعات مدیریتی دریامحور، ۲(1)، 37-58.

۱. مدرس گروه مدیریت جهانگردی موسسه آموزش عالی مازیار، رویان، ایران

۲. کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، موسسه آموزش عالی مازیار، رویان، ایران

نوع مقاله: علمی و پژوهشی ناشر: دانشکده مدیریت و کمی‌سردریایی دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۲۶؛ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۴/۱۸

مقدمه

گسترش گردشگری در دنیای امروز به یک هدف اصلی برای مسئولان و متولیان مربوطه در بیشتر جوامع تبدیل شده است. با رشد نرخ جمعیت، گسترش مرزهای دانش، بالا رفتن میزان فراغت و دیگر عوامل، توجه عمومی به سوی گردشگری بیشتر از گذشته معطوف شده است. به همین جهت است که کارشناسان این صنعت عقیده دارند بدون توجه به توسعه زیرساختهای این صنعت، توسعه گردشگری به هیچ عنوان میسر نخواهد شد (قربانی، ۱۳۹۴: ۱۴). با مطالعه و مرور پیشینه و تاریخچه گردشگری به این مهم پی می‌بریم که گردشگری همواره به گسترش حمل و نقل مدیون بوده است. زیرا تا پیش از گسترش شبکه‌های حمل و نقل و ایجاد زیرساخت‌ها برای انجام سفر، مسافرت‌ها غالباً در بین طبقه‌های بالای جوامع و آنهم با دلایلی جدا از تفریح، ماجراجویی و بازدید از جاذبه‌ها شکل می‌گرفته است (صفازاده، ۱۳۹۳: ۱۲). تشکیل شبکه حمل و نقل مسنجم، بانظم و کامل همواره به عنوان یکی از نیازهای با اهمیت در کشورهای توسعه یافته وجود داشته است. در کشورهای پیشرفته انتظار آن بوده است که سهولت در جابجایی و نقل و انتقال کالا و مسافر وجود داشته باشد (سورویا، ۲۰۱۵: ۳۱). میزان صنعتی شدن جوامع در افزایش سوددهی اقتصادی و دگرگونی قابل توجه در افزایش محصولات صنعتی اولیه با هدف ایجاد خدمات بیشتر به صنایع دوران مختلف می‌تواند بسیار موثر باشد. توزیع صنایع مختلف در نواحی تولید، نشان‌دهنده نیاز وسیع برای جابجایی افراد و انتقال کالا می‌باشد (زمانی، ۱۳۹۵: ۲۱). یکی از پیش شرط‌های گسترش گردشگری وجود زیرساخت‌های مطمئن، کم هزینه و آسان در حمل و نقل است. به این دلیل که گردشگرها در غالب اوقات دو شاخصه مدت زمان و هزینه تمام شده را در اولویت خود قرار داده و این دو عامل بر انتخاب نوع شبکه حمل و نقل برای جابجایی بین مقاصد تاثیرگذار بوده است (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۹۰: ۱۵). تحقیقات صورت گرفته نشان می‌دهد که زیرساخت‌های حمل و نقل در کشور، امروزه با چالش‌های جدی روبرو بوده و با استانداردهای جهانی فاصله بسیاری دارد. هرچند وضعیت کشور در حمل و نقل هوایی و ریلی تا حدودی قابل پذیرش است، اما در حمل و نقل جاده‌ای از وضعیت مناسبی برخوردار نمی‌باشد (ناصری، ۱۳۹۵: ۲۳). در مورد حمل و نقل هوایی، کشور با کمبود ناوگان مطلوب مواجه بوده و قیمت تمام شده برای این ناوگان خیلی بالاست. در مورد حمل و نقل جاده‌ای نیز، جاده‌های کشور بسیار بی کیفیت بوده و بعضی از خطوط اتوبوس رانی و میان راهی هم، به نسبت قیمت دریافتی، خدمات مناسبی ارائه نمی‌کنند (یاوری، ۱۳۹۲: ۳۶). در این زمینه تحقیقاتی نیز در کشور صورت گرفته است. به عنوان نمونه ضیایی و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای به بررسی چالش‌ها و موانع بهبود سیستم حمل و نقل و راهکارهای آن در مشهد پرداخته است. از آنجاییکه تحقیقات صورت گرفته به صورت منطقه‌ای و مطالعه موردی بوده و تاکنون تحقیقات جامعی در مورد کل کشور صورت نگرفته است، لذا با انتخاب این موضوع قصد داریم ضمن بررسی تاثیر انواع شبکه‌های حمل و نقل در کشور بر جذب گردشگران خارجی، به این سوال اساسی پاسخ دهیم که شبکه‌های موجود حمل و نقل در جذب گردشگران خارجی چه تاثیری دارند؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مفهوم گردشگری

گردشگری شامل سفرهایی است که برای اوقات فراغت، تفریح و تجارت یا سایر فعالیتهای تجاری و یا برای شرکت در رویدادهای خاص انجام می‌شود. معمولاً غیبت اشخاص از محل اقامت دائم خود در این سفرها موقت و گذرا می‌باشد. طبیعتاً

افرادی که سفرهای کاری منظم در طول زندگی خود انجام می‌دهند در این تعریف گنجانده نمی‌شوند. عموم مردم مفهوم جهانگردی را نوعی سفر اوقات فراغت می‌دانند که بیشتر در ایام تعطیلات استفاده می‌شود. دیکشنری همچنین از گردشگری به عنوان یک سفر برای تفریح نام می‌برد. سازمان ها و مراکز گردشگری که به دنبال توسعه، بازاریابی و هماهنگی گردشگری در کشور خود هستند، سعی می‌کنند دیدگاه جامع‌تر و گسترده‌تری در مورد مفهوم گردشگری داشته باشند. از نظر آنها، گردشگری به معنای سفر با اهداف مختلف است به استثنای سفر برای کار، مهاجرت و فعالیت‌های محلی و منطقه‌ای. به طور کلی، صنعت جهانگردی مجموعه‌ای متشکل از جهانگردان، تأمین‌کنندگان کالا و خدمات، دولت و جامعه میزبان است که با هدف جذب و حفظ گردشگران با یکدیگر تعامل و ارتباط برقرار می‌کنند (بورکات و مدلیک ۱۹۸۹). امروزه دیگر صنعت گردشگری و تفریح در طبیعت به دیدن مناظر طبیعی و آثار تاریخی محدود نمی‌شود بلکه بیشتر گردشگران با هدف خاصی به سفر می‌روند و مقصد خود را انتخاب نند تا به گونه ای که گردشگری با هدف بازگرداندن سلامتی به بدن و حفظ آن به یکی از شاخه‌های مهم گردشگری تبدیل شده است (کیا کجوری و همکاران، ۱۳۹۹ به نقل از عربشاهی کربزی و آریان فر، ۱۳۹۳). این صنعت از جمله بخش‌هایی است که می‌تواند به رفاه و رشد کشورها بسیار کمک کند. به خصوص برای آن دسته از کشورهایی که از مناطق گردشگری بالقوه و عالی برخوردارند (کیاکجوری و همکاران، ۱۳۹۹ به نقل از دشمنگیر و همکاران، ۱۳۹۷). گردشگری به دلیل آثار مثبت اجتماعی، فرهنگی و تاثیر در رشد اقتصادی و درآمدزایی در حال تبدیل شدن به صنعت اول دنیا است و در اکثر کشورها منبع مهمی برای فعالیت‌های تجاری، کسب درآمد، اشتغال زایی و مبادلات خارجی محسوب می‌شود. محققان و انجمن‌های علمی- پژوهشی بین المللی تعاریف مختلفی از سازمان جهانی جهانگردی را پذیرفته‌اند که گردشگری را به عنوان تمام سفرهایی که باعث می‌شود یک گردشگر یک شب در یک مقصد بماند، تعریف می‌کند، اما در عین حال، فاصله از محل زندگی نباید بیش از یک سال باشد. (هورنگ و همکاران، ۲۰۱۰: ۳۱). تورت معتقد است که یک فعالیت چند وجهی در جهانگردی وجود دارد که شامل مبدا، مقصد و خدمات مختلف بین مبدا و مقصد بوده که از نظر جغرافیایی پیچیده می‌باشد. علاوه بر این، احتمالاً مبدأ یا مقصد زیادی در هر کشور یا منطقه وجود دارد. اکثر آنها هر دو ویژگی حرکت (مبدا) و پذیرش (مقصد) را دارند (چوئن ۲ و آویلی، ۲۰۰۴: ۲۱). از دیدگاه تلفر و شارپلی (۲۰۱۲)، مولفه‌های مختلفی برای تعریف گردشگر تعیین شده است. از جمله: حداقل (یک ماه) و حداکثر (یک سال) مدت زمان اقامت، حداقل مسافت سفر از خانه (۱۶۰ کیلومتر) و انگیزه سفر، مانند (تعطیلات) یا (کار و تجارت). تعریف جامع گردشگری از نظر انجمن گردشگری انگلستان: گردشگری حرکت کوتاه مدت و موقت افراد، به مقصدی خارج از محل کار و زندگی و همچنین فعالیت‌هایشان در هنگام اقامت در این مکان‌ها است. که گشت و گذار و بازدیدهای یک روزه را شامل می‌شود. با این وجود، تعاریف مختلفی برای جهانگردی وجود دارد، اما بیشتر آنها معتقدند که گردشگری دارای چهار مولفه اساسی است: ۱- تقاضای سفر؛ ۲- واسطه‌های گردشگری؛ ۳- اثرات مقصد، که این سه ستون حالت چهارم را تشکیل می‌دهد، یعنی ۴- دامنه برخورد. سه عامل در گردشگری نقش دارد: سرگرمی موقت، درآمد اضافی و روحیه سفر. اگر ارزش سفر در یک فرهنگ بالا باشد، منجر به صرف وقت و منابع می‌شود، که به نوبه خود آن را به یک تحرک اجتماعی مکانی یا جغرافیایی تبدیل می‌کند. اگر در فرهنگ، سفر شایسته تلقی نمی‌شود، پس وقت و منابع به روش دیگری صرف می‌شود (کوتاک ۴، ۲۰۰۷: ۱۸). بنظر می‌رسد تعریف گلدنر و ریچی از گردشگری با تاکید بر دیدگاه تعاملی عرضه و تقاضا کامل تر بوده باشد. از دیدگاه آنان گردشگری

1. Horng
2. Cohen E., Avieli N
3. Tefler & sharply
- 4..Kottak C. P

مجموعه‌ای فرآیندها، فعالیت‌ها و ستانده‌های خروجی از تعامل و ارتباط بین گردشگران، عرضه کنندگان خدمات و محصولات گردشگری، دولت‌ها و جامعه میزبان و محیط پیرامون است که گردشگران را جذب کرده و پذیرای آنها می‌باشد (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۲). کشور ایران به دلیل برخورداری از منابع مختلف برای توسعه گردشگری، زمینه‌های لازم را برای توسعه و بهره برداری این صنعت دارد. با توجه به رقابتی شدن این صنعت، کشورها و سازمان‌های ذیربط به دنبال استفاده از مزیت‌های رقابتی و تکنولوژیکی جدید هستند تا بتوانند به خوبی زمینه را برای جذب گردشگران بیشتر فراهم نموده و در نتیجه به رشد صنعت گردشگری و متعاقباً رشد کشورشان کمک کنند (کیاکجوری و همکاران، ۱۳۹۹. به نقل از آقای فر، ۱۳۹۶؛ سخدی و همکاران، ۱۳۹۸).

نقش زیرساخت‌ها در توسعه صنعت گردشگری

گردشگری مجموعه و نظامی از عناصر به هم پیوسته می‌باشد که در تمامی مراحل با هم در تعامل می‌باشند. از جمله این عناصر، زیرساخت‌ها می‌باشند که از نقشی حیاتی در فرآیند گردشگری و توسعه آن برخوردارند. آنچه که در توسعه زیرساخت‌ها قابل توجه است، استفاده جامعه میزبان از این تسهیلات است. بدین گونه توسعه گردشگری منجر به توسعه فرابخشی در جامعه میزبان بخصوص جوامع شهری شده و میزان رضایت از زندگی مردم بومی را افزایش می‌دهد، در واقع، کاربردهای چن منظوره زیرساخت‌ها در گردشگری می‌تواند به پرداخته هزینه زیرساخت‌ها که منافع اقتصادی- اجتماعی گردشگری را در بر می‌گیرد یاری رساند. تسهیلات و تجهیزات گردشگری عامل جذب گردشگر به شهر نیست اما به عنوان یکی از زیرساخت‌های مهم گردشگری مطرح می‌شود و نقش مهمی در افزایش ماندگاری و رضایت گردشگران دارد. امروزه این زیرساخت‌ها نقش ممتازی در گردشگری دنیا ایفا می‌کند. مهمترین این تسهیلات، مراکز اقامتی- پذیرایی، حمل و نقل و وسایل ارتباطی، تبلیغات و فرهنگ می‌باشد که به همراه جاذبه‌ها می‌توانند باعث رونق گردشگری منطقه شوند (احدنژاد روشتی و فیضی، ۱۳۹۲). اصطلاح «زیرساخت» در جهانگردی به تسهیلاتی گفته می‌شود که در زیر زمین قرار دارند و پایه‌ای برای عملکرد کارآمد این صنعت هستند. زیرساخت‌ها شامل شبکه‌های ارتباطی، جاده‌ها، فرودگاه‌ها، منابع و تأسیسات آب آشامیدنی، برق، سیستم زهکشی، فاضلاب و غیره است. زیربنا، شالوده روبنا است. امکانات روبنایی مانند هتل‌ها، واحدهای اقامتی، رستوران‌ها و طیف گسترده‌ای از خدمات و امکانات ویژه گردشگری. بنابراین، مقصدی که دارای منابع آب و هوایی طبیعی و دلپذیر باشد، ضروری است. توسعه زیرساخت‌ها در کشورهای در حال توسعه که غالباً عقب هستند بسیار مهم است. از طرف دیگر، توسعه گردشگری به زیرساخت‌های حمل و نقل مناسب نیاز دارد تا گردشگران بتوانند به راحتی حرکت کنند. از جمله این زیرساخت‌ها، جاده‌ها و پایانه‌ها هستند. جهانگردی بین‌المللی در جهان امروز کمتر از جهانگردی داخلی است. بیشتر گردشگران در داخل کشور خودشان سفر می‌کنند. همچنین بیشتر سفرهای جهانگردی در جهان توسط وسایل نقلیه زمینی و عمدتاً اتومبیل انجام می‌شود. بنابراین وجود راه‌های مناسب و کارآمد می‌تواند در توسعه گردشگری بسیار موثر باشد. جاذبه‌های گردشگری معمولاً پس از دسترسی به آنها توسعه می‌یابند (یوسفی پور، ۱۳۹۰: ۴۷). گردشگری به صورت یک بخش فعال اقتصادی می‌تواند موجب بالارفتن سطح اشتغال نیز شود که در مجموع پنج نوع اشتغال نیروی انسانی در مورد آن قابل تفکیک است: اول، اشتغال مربوط به زیرساخت‌ها، فرودگاه‌ها، جاده، امنیت، بهداشت، دوم، اشتغال اولیه که عمدتاً شامل فعالیت‌هایی است که برای فراهم آوردن زمینه قبل از انجام سفر یا در حین مسافرت صورت می‌گیرد. فعالیت موسسات گردشگری و اطلاع‌رسانی حمل و نقل بین مبدا و مقصد از این نوع است، سوم، اشتغال در تأمین نیازها که سهم عمده‌ای از اشتغال در فعالیت‌های گردشگری را شامل می‌شود و فعالیت‌هایی را در بر می‌گیرد که بطور مستقیم نیازهای

روزمره گردشگر را تا زمانیکه در مقصد است برطرف می‌سازد. این نوع اشتغال دامنه وسیعی از فعالیت‌ها را در زمینه حمل و نقل، هتلداری، روستوران‌ها، ارائه خدمات تفریحی و ورزشی در بر می‌گیرد، چهارم، اشتغال نرم افزاری که ممکن است گردشگر به طور مستقیم با آنها سروکار داشته باشد مثل خدمات بیمه بانکداری و اینترنت و پنجم، اشتغال غیرمستقیم که بیشتر با فعالیت‌های تولیدی جنبی مرتبط است و همزمان با سرمایه گذاری در گردشگری فراهم می‌آید (واحدپور و جعفری، ۱۳۹۰ به نقل از زمانی، ۱۳۷۳). در صنعت گردشگری بخش دولتی و خصوصی مکمل یکدیگر هستند. بخش دولتی با ایجاد زیرساخت‌ها می‌تواند نقش اساسی را در توسعه این صنعت داشته باشد. بخش دولتی می‌تواند با گسترش جاده‌ها، تجهیز فرودگاه‌ها و ترمیم و اصلاح سیستم‌های حمل و نقل زمینه‌های امنیت و آرامش خاطر گردشگران را فراهم کند. اما بخش خصوصی با احساس امنیت اقدام به سرمایه گذاری می‌کند. بخش خصوصی با در نظر گرفتن طرح‌های جامع تدوین شده توسط مدیریت کلان، باید طرح‌های خود را به اجرا گذارد و ساخت هتل‌ها و تاسیسات گردشگری، ایجاد دفاتر خدمات مسافرتی و ارائه تورهای گردشگری را گسترش دهد. از آنجائیکه تاسیسات و تجهیزات گردشگری هر از چندگاهی نیاز به بهسازی و نوسازی دارند، لذا این کار برای توسعه گردشگری و نیز جذب گردشگران به محل‌های مورد نظر ضروری می‌باشند (واحدپور و جعفری، ۱۳۹۰ به نقل از صمدی، ۱۳۷۹). زیرساخت‌های گردشگری از جمله عوامل موثری هستند که می‌توانند مستقیماً منجر به ارائه خدمات شوند و برخورداری از آنها می‌تواند علاوه بر تاثیرگذاری بر توسعه گردشگری می‌تواند به بهبود سطح کیفی زندگی جامعه محلی نیز کمک شایانی کند. بطوریکه ایجاد زیرساخت‌ها و بهره برداری مناسب از آنها باعث رونق گردشگری و در نتیجه افزایش عایدات اقتصادی گردشگری می‌گردد. عایدات گردشگری علاوه بر افزایش درآمد کشور، بطور گسترده‌ای در سراسر جامعه پخش گردیده و عامل مهمی در توزیع متوازن درآمد در جامعه می‌شود. همچنین با گسترش صنعت گردشگری علاوه بر بهبود استانداردهای اقتصادی در مناطق گردشگری، استانداردهای فرهنگی آنان نیز بهبود قابل توجهی خواهد یافت (کفاشان طوسی و همکاران، ۱۳۹۹ به نقل از بیات و همکاران، ۱۳۹۲).

اشکال جهانگردی از نظر نوع وسیله نقلیه (حمل و نقل)

تحقق گردشگری مستلزم فاصله گرفتن از محیط معمول زندگی است از این رو حرکت و جابجایی را باید یکی از مولفه‌های اصلی گردشگری دانست. حمل و نقل در گردشگری، گردشگر را به مقصد رسانده و به مبدا باز می‌گرداند و ضامن ادامه حیات سیستم گردشگری است چرا که هیچ سفری بدون جابجایی محقق نمی‌شود. این جابجایی از طریق شیوه‌های مختلف حمل و نقل انجام می‌شود (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۲: ۱۲۰). سه دسته کلی برای انواع وسیله نقلیه بیان شده است:

۱ - سفرهای زمینی

۲ - سفرهای هوایی

۳ - سفرهای دریایی

با توسعه حمل و نقل و تنوع آن، سفر راحت‌تر شد و تعداد گردشگران در جهان افزایش یافت، به طوری که تعداد گردشگران بین المللی از ۵۰ میلیون در سال ۱۹۵۰ به ۵۹۰ میلیون در سال ۱۹۹۶ افزایش یافت. در نتیجه، می‌توان گفت که امروزه توسعه جهانگردی مدیون پیشرفت در توسعه صنعت حمل و نقل، علم و فناوری و به طور کلی توسعه تجهیزات و امکانات و زیرساخت‌های مورد نیاز برای سفر است. گردشگری مستقیم از ۵۵ میلیون نفر در جهان فراتر رفته است. این پیشرفت‌های بزرگ، خلاقیت، ابتکار، نوآوری و تلاش بزرگان در زمینه حمل و نقل، گردشگری، مدیریت هتل و غیره باید شناخته شود (آسایش،

۱۳۹۷: ۲۹). به دلیل افزایش تعداد مسافران، کاهش هزینه‌های توزیع و گسترش همکاری‌های متقابل شاهد رشد قابل توجهی در تعداد پروازها و همچنین سودآوری حمل و نقل هوایی هستیم. خطوط هوایی انقلابی در مسافرت پدید آوردند و سرعت و شعاع عمل هواپیماها کاهش قابل توجه زمان و مخارج سفر برای مسافران و گردشگران را موجب شده است. حمل و نقل ریلی نیز نقش مهمی را در جابجایی مسافران برعهده دارد و شبکه ریلی یکی از اساسی‌ترین وسایل جابجایی بار و مسافر به حساب می‌آید. سیستم‌های خطوط ریلی فوق مدرن با قطارهای سریع‌السیر در بسیاری از کشورها درآمد و شد مسافران را به شیوه‌ای اقتصادی و کارآمد برعهده دارند و جایگزینی برای سفرهای هوایی محسوب می‌شوند. اغلب سفرهای دنیا توسط خودروهای شخصی انجام می‌شود. کم خرج بودن، انعطاف پذیری، قابل اعتماد بودن، راحتی و شخصی بودن موجب شده است که سفر با خودرو رایج‌ترین شیوه حمل و نقل جهان باشد. این شیوه حمل و نقل در رونق بخشی گردشگری بومی (جابجایی گردشگران بین شهرهای یک کشور) و یا کشورهای همسایه که مشکل تردد ندارند، نقش مهمی را ایفا می‌کند. در طی سال‌های ۲۰۰۵ الی ۲۰۰۹ درصد استفاده گردشگران از سفرهای زمینی ۴٪ کاهش یافت. این در حالی است که مسافرت‌های هوایی ۸٪ افزایش پیدا کرد. بنابراین در آینده مقصدهایی در جذب گردشگران بین‌المللی موفق‌تر خواهند بود که از شبکه ارتباط هوایی مناسبی با کشورهای گردشگر فرست برخوردار باشند و تجهیزات حمل و نقل هوایی آنها اعم از فرودگاه، ناوگان حمل و نقل و منابع انسانی آن مناسب باشد (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۲: ۱۲۶-۱۳۰).

ارتباط حمل و نقل و گردشگری

در سال ۱۹۹۴، هالدمن و شرمن ثابت کردند که گردشگری بدون بهبود و توسعه گسترده شبکه حمل و نقل حاصل نمی‌شود. نقش و اهمیت راه‌ها در توسعه کلان کشورها نیز حائز اهمیت است و عدم بهره‌مندی از شبکه جاده‌ای قدرتمند همیشه مانعی جدی برای رشد و توسعه جوامع می‌باشد. به همین دلیل سازمان ملل بیش از ۴۰٪ وام‌های خود را به پروژه‌های حمل و نقل اختصاص داده است. پیوند اساسی بین مبدا و مقصد را شبکه‌های حمل و نقل، برای گردشگران فراهم می‌آورند و حرکت برای انواع سفرها از جمله سفرهای آخر هفته، سفرهای کاری، گردشگری، زیارت، ملاقات با دوستان و آشنایان، سفرهای خدماتی، آموزشی و پزشکی را تسهیل می‌نمایند. حمل و نقل یکی از عناصر اساسی گردشگری است که برخی محققان آن را مکمل صنعت گردشگری دانسته‌اند؛ زیرا این عامل یکی از مهمترین مولفه‌های سفر است. در این راستا، نحوه حمل و نقل نقش مهمی در ساختار حمل و نقل توریستی و جاذبه‌های سفر دارد. امروزه حمل و نقل به عنوان یکی از مهمترین عوامل موثر در توسعه بین‌المللی گردشگری شناخته شده است. به عنوان مثال در سال ۱۹۹۶، ۵۳۹ میلیون گردشگر به سراسر جهان سفر کرده‌اند که به نوبه خود تقاضای زیادی برای توسعه صنعت حمل و نقل ایجاد کرده است. در نتیجه می‌توان گفت که امروزه توسعه صنعت گردشگری مدیون پیشرفت‌های به وجود آمده در توسعه صنعت حمل و نقل، علم و فناوری و توسعه زیرساخت‌ها و امکانات لازم برای سفر است. توسعه حمل و نقل، مقاصد گردشگری را برای مناطق توریستی قابل دسترسی می‌کند. صنعت گردشگری به شرایط دسترسی به مقصد بستگی دارد. در واقع دسترسی یا عدم دسترسی می‌تواند باعث اتصال یا قطع مقصد شود. از نظر تاریخی، سیستم حمل و نقل و جهانگردی با هم توسعه یافته‌اند. بهبود سیستم حمل و نقل باعث تحریک توسعه گردشگری می‌شود و تقاضای گردشگری منجر به رشد و توسعه صنعت حمل و نقل می‌شود. با این حال، برای برخی از مقاصد گردشگری، محدودیت‌های اعمال شده توسط سیستم حمل و نقل و زیرساخت‌های مقصد (مانند جاده‌ها و فرودگاه‌ها) بزرگترین مانع و بازدارنده رشد گردشگری آن مقصدها به حساب می‌آیند. (لی، ۲۰۱۱: ۱۲۵). امروزه حمل و نقل به عنوان یکی از نیازهای اساسی بشر در نظر گرفته می‌شود و گسترش آن به عنوان یک صنعت، پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی دارد. از طرف دیگر، رشد

و توسعه اقتصادی پتانسیل‌های نهفته‌ای برای گسترش امکانات حمل و نقل دارد. بنابراین چرخه‌ای از توسعه و رشد اقتصادی، اجتماعی و حمل و نقل وجود دارد که هم علت و هم معلول هستند. این مسئله آنقدر مهم است که برخی از اقتصاددانان به دلیل اهمیت این صنعت در توسعه سایر بخش‌های اقتصادی مانند گردشگری، آن را ستون فقرات توسعه اقتصادی می‌دانند (پاملا و همکاران، ۲۰۰۹: ۷۷). سیستم حمل و نقل مسئول ارتباط دادن نواحی گردشگر فرست به نواحی مقصد گردشگری و همچنین ارائه خدمات حمل و نقل در درون مقصدهای گردشگری می‌باشد. ساکنین کشورهای توسعه یافته از زیرساخت‌های حمل و نقل مدرن استفاده می‌کنند که ارائه خدمات با کیفیت بالا را برای آنها امکان پذیر می‌سازد. مو، هووارد و هورتیز (۱۹۹۳) در تحقیق خود دریافتند که گردشگران ترجیح می‌دهند به کشورهایی مسافرت کنند که زیرساخت‌هایی مشابه کشور خود داشته باشد (فرزین و خزائی پول، ۱۳۹۵ به نقل از پرایدیاکس، ۲۰۰۰ و سیتاناه و همکاران، ۲۰۱۱).

پیشینه پژوهش

تحقیقات داخلی و خارجی مختلفی در حوزه ارتباط حمل و نقل و گردشگری انجام شده است. در مقاله‌ای جین، وانگ و یولیو (۲۰۱۸) الگوهای جغرافیای حمل و نقل زمینی را برای مسافران در چین ارائه داده‌اند. بر اساس این مدل، استان‌های چین به استان‌های صنعتی، اقتصادی، گردشگری و عادی تقسیم می‌شوند و برای هر استان یک مرکز حمل و نقل ویژه در نظر گرفته شده است. نتایج این مطالعه نشان داد که با اجرای این مدل، رابطه زمینی بین استانهای چین بر اساس نوع فعالیت آنها تعیین می‌شود. یائو^۱، کوان^۲ و یان^۳ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای دیگر روشی برای اندازه‌گیری بهره‌وری سفر و تاثیر شبکه‌های حمل و نقل ریلی همراه با یک مدل انتخابی مقصد بر اساس تئوری غیر مجموع برای تولید سفر ارائه شد. نتایج حاکی از این امر بود که مدل غیر مجموع موجود در این تحقیق، دقیق‌تر از متد سنتی آن است. بررسی عوامل موثر از جمله رفتار گردشگر و انتخاب مقصد نشان می‌دهد که جذابیت حوزه‌ی ریلی به شدت بر حجم تولید سفر موثر است.

چاین و تای (۲۰۱۷) در مقاله‌ای وضعیت خطوط هوایی آسیا را از لحاظ تصمیمات سرمایه‌گذاری، سودمندی و بقاء خطوط هوایی مورد نقد و بررسی قرار داده و به این نتیجه رسیدند که جهت تغییر و تحول، خطوط هوایی آسیا نیاز به سرمایه‌گذاری و نوسازی ناوگان هوایی خود دارد.

اوکانل و ویلیامز (۲۰۰۶) در تحقیقاتی پس از بررسی شبکه حمل و نقل هوایی در آسیای جنوبی به این نتیجه رسیده است که تردد تعداد زیاد هواپیما و ترافیک سنگین هوایی در تعدادی از مسیرهای هوایی آسیای جنوبی عامل اصلی ایجاد فضای تجاری فاقد سامان شده است.

هویر (۱۹۹۷) در مقاله‌ای به بررسی چشم انداز رقابت و هرج و مرج در خطوط هوایی هند می‌پردازد و نتیجه می‌گیرد که ورود هواپیماهای جدید به نیروی هوایی هند و رقابت بین خطوط هوایی در رونق صنعت هواپیمایی هند و تأثیر جاذبه‌های گردشگری مثبت بوده است.

نادری مایوان (۱۳۹۷) در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی نقش حمل و نقل به عنوان مهمترین گام در توسعه صنعت گردشگری» اظهار داشت که راه یکی از مهمترین زیرساخت‌های لازم برای توسعه جهانگردی است. امروزه توسعه گردشگری به عنوان پردرآمدترین صنعت در جهان، یکی از اهداف اصلی برنامه‌ریزان، ذینفعان و مسئولان دولت‌های حاکم در اکثر کشورهای

1. Yao L
2. Cuan
3. Yan

جهان است. رشد جمعیت، پیشرفت علم و فناوری، افزایش اوقات فراغت و بسیاری از عوامل دیگر توجه عموم را به مقوله گردشگری جلب کرده است.

نظریان و قادری (۱۳۸۹) در مقاله خود با موضوع « نقش حمل و نقل هوایی در توسعه صنعت توریسم با تاکید بر فرودگاه بین المللی ارومیه » اظهار داشتند که فرودگاه‌ها مبدا و مقصد سفرهای هوایی و دروازه‌های ورودی هستند. ورودی‌های شهرها و کشورها به عنوان نماد یک شهر و کشور شناخته می‌شوند. زیبایی، شکوه، امکانات، معماری و چشمگیر بودن یک فرودگاه منعکس کننده وضعیت فرهنگی، اجتماعی و حتی سیاسی آن شهر یا کشور است. استان آذربایجان غربی تنها استانی است که با سه کشور خارجی مرز مشترک داشته و این ویژگی موقعیت خاصی به آن بخشیده است. ایفای نقش تردد کربدور شرقی و غربی کشور باعث شکوفایی گردشگری و صنایع وابسته به گردشگری می‌شود و صنعت حمل و نقل هوایی موتور توسعه گردشگری، تجارت و بازرگانی می‌باشد و بر سایر بخشهای اقتصادی، فرهنگی و سیاسی و اجتماعی اثر گذار است.

شاد و کدخدایی (۲۰۱۷) نقش حمل و نقل را در توسعه گردشگری بررسی کرده و ضمن بررسی موضوع به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگری نسبت به گذشته تغییر و رشد زیادی داشته و به عنوان یک صنعت پربازده شناخته می‌شود. یکی از مهمترین بخشهای صنعت گردشگری، حمل و نقل و روشهای آن است. در این مقاله روابط متقابل این دو صنعت و تأثیرات آنها بر یکدیگر بررسی می‌شود. جاذبه‌ها و شیوه‌های مختلف حمل و نقل در صنعت گردشگری نیز به طور خلاصه ذکر شده و مزایای استفاده از حمل و نقل هوایی برای گردشگران ذکر شده است که شامل ظرفیت، سرعت، شعاع پرواز، سرویس منظم، راحتی، ایمنی است. مهمترین نتایج به دست آمده نیز عبارتند از: لزوم دخالت گردشگری در فرایند برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری حمل و نقل، لزوم شناخت منافع مشترک و همزمان بخش گردشگری و حمل و نقل و جایگزینی تداخل سازمانی با همکاری سازمانی در حوزه مشترک این دو بخش.

شیرزادی بابکان و سعدی مسگری (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با استفاده از بلوک‌های آماری شهر تهران به مدل‌سازی سیستم‌های حمل و نقل در تقاضای سفر در سیستم‌های اطلاعات مکانی پرداخته‌اند. برای نیل به این هدف از ۳۱۹۱ بلوک آماری شهر تهران به عنوان نواحی ترافیکی جهت نمایش مبدأ- مقصدهای سفر استفاده شد. برای این منظور، مدل‌هایی به تفکیک اهداف سفر با استفاده از روش رگرسیون چند متغیره توسعه داده شدند.

موضوع اصلی تحقیق میرابی مقدم (۱۳۹۵) ارایه روش جدیدی برای یکپارچه‌سازی مدل‌های پیش بینی تصادفات با تخصیص سفر در کلان شهرها است، که نتایج حاصل از خروجی تخصیص سفر را با مدل‌های برآورد تعداد تصادفات تلفیق و از این طریق امکان ارزیابی ایمنی پروژه‌های منتج از برنامه‌ریزی جامع حمل و نقل را فراهم می‌آورد. به این منظور، مدل‌های پیش بینی تصادفات براساس خصوصیات شبکه دیجیتالی کلان نگر در شهر زاهدان ساخته و با بکارگیری آن‌ها در روند متعادل سازی عرضه و تقاضا توسط فرایند تخصیص سفر، تعداد تصادفات در شبکه‌های پیشنهادی برآورد می‌گردد.

افندی زاده، عراقی و حدادزادگان (۱۳۹۴) در مقاله‌ای بعد از تعریف مدل ترکیبی توزیع- تخصیص که برای حل همزمان مسائل توزیع شبکه‌های حمل و نقل و تخصیص ترافیک مورد استفاده قرار می‌گیرد و با ایجاد ارتباط بین این دو مرحله در فرایند برنامه‌ریزی حمل و نقل، قادر به پیش بینی الگوی سفرها بین مبدأ-مقصد و همچنین برآورد جریان ترافیک می‌باشد و همچنین تخصیص ترافیک مورد استفاده در این مدل بر اساس اصول تعادل استفاده کننده بوده و از مدل جاذبه یک قیدی مبتنی بر اصول آنتروپی بمنظور توزیع سفرها استفاده گردیده است، مدل بصورت مسئله برنامه‌ریزی ریاضی بطوریکه خصوصیات مدل ترکیبی قابل بررسی باشد، فرمول بندی کردند. بعد از تحلیل اجزای مدل، توسط الگوریتم ایوانس حل مسئله بهینه سازی ارائه شد. در

نهایت بمنظور بررسی کارایی مدل، شبکه شهر تهران بعنوان مطالعه موردی انتخاب گردیده و نتایج بدست آمده از مدل ترکیبی با روش سنتی مقایسه شد.

فرضیات پژوهش

این تحقیق دارای یک فرضیه اصلی و چهار فرضیه فرعی به شرح زیر می باشد که مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

فرضیه اصلی

۱- شبکه های حمل و نقل بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است.

فرضیات فرعی

۱- شبکه حمل و نقل زمینی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است.

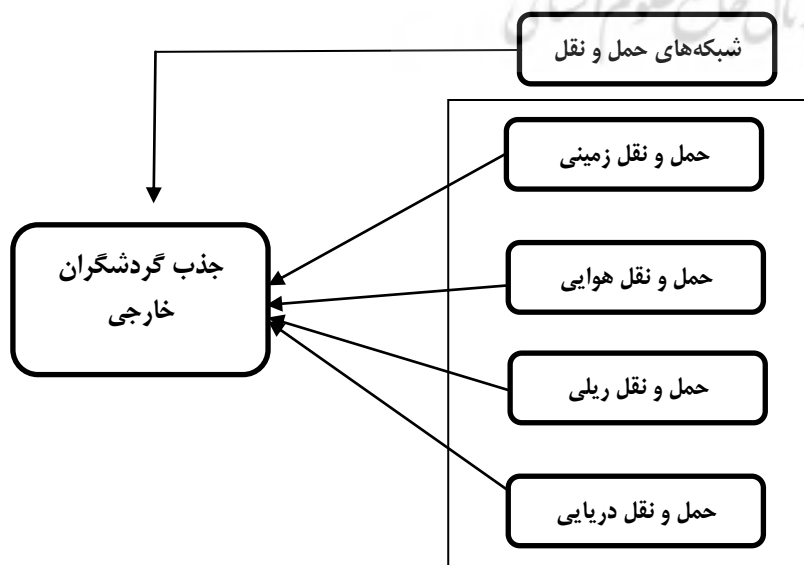
۲- شبکه حمل و نقل ریلی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است.

۳- شبکه حمل و نقل هوایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است.

۴- شبکه حمل و نقل دریایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است.

مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی استفاده شده در این پژوهش بر اساس نظریه یوگه (۲۰۰۹) استوار شده است. وی در مقاله ای که در زمینه نقش حمل و نقل بر جذب گردشگر و توسعه گردشگری ارائه داده است، چهار نوع حمل و نقل زمینی، هوایی، ریلی و دریایی را بر جذب گردشگر موثر دانسته است. فرضیه اول پژوهش یعنی تاثیر شبکه حمل و نقل زمینی بر جذب گردشگران خارجی، بر اساس تحقیقات جین، وانگ و یولیو (۲۰۱۸) طراحی شده است. فرضیه دوم که بیان می کند شبکه حمل و نقل ریلی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است، بر مبنای پژوهش یائو، کوان و یان (۲۰۱۷) طراحی شده است. در فرضیه سوم که آمده است، شبکه حمل و نقل هوایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است، بر اساس مقاله چاین و تای (۲۰۱۷) تعریف شده و در فرضیه چهارم که عنوان داشته شبکه حمل و نقل دریایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است، بر اساس تحقیقات تای و همکاران (۲۰۱۴) در نظر گرفته شده است.



شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش (یوگه، ۲۰۰۹)

روش‌شناسی پژوهش

از آنجایی که هدف پژوهش حاضر، دارای نتایجی است که از آن می‌توان در آینده استفاده نمود، از نظر هدف، کاربردی و چون بررسی تاثیر متغیرها بر یکدیگر است، از نظر روش، پیمایشی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات نیز توصیفی تحلیلی می‌باشد. مهمترین روش‌های گردآوری اطلاعات در این پژوهش بدین شرح است: الف) مطالعات کتابخانه‌ای: که جهت جمع‌آوری اطلاعات در زمینه تنظیم مبانی نظری پژوهش، از منابع کتابخانه‌ای نظیر مقالات، بررسی پایان‌نامه‌ها و پژوهش‌های مرتبط با موضوع پژوهش و مطالعه متون تخصصی از طریق کتب، نشریات و جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی استفاده شده است. ب) پژوهش‌های میدانی: که به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه استاندارد جذب گردشگران خارجی برگرفته از تحقیق یوگه (۲۰۰۹)، پرسشنامه شبکه حمل و نقل زمینی برگرفته از تحقیق شاد و کدخدایی (۲۰۱۷)، پرسشنامه حمل و نقل ریلی و دریایی برگرفته از تحقیق دهگانی (۱۳۸۹) و پرسشنامه شبکه حمل و نقل هوایی برگرفته از تحقیق سقائی (۱۳۹۲) با استفاده از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت بوده است. جامعه آماری این پژوهش مدیران بخش راهداری و گردشگری کشور در نظر گرفته شده‌اند که تعداد آنها پس از استعلام، از دو سازمان حمل و نقل و وزارت میراث فرهنگی و گردشگری ۱۴۲۰ نفر اعلام گردید. حجم نمونه آماری بدست آمده با استفاده از فرمول کوکران ۳۰۲ نفر می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، تصادفی طبقه‌ای است. همچنین با توجه به شیوع بیماری کرونا پرسشنامه به روابط عمومی سازمان حمل و نقل و وزارت میراث فرهنگی و گردشگری تحویل داده شد تا در بین بخشهای ذکر شده توزیع و سپس از بخش مربوطه تحویل گرفته شود.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی

نتایج نشان داد که ۸۷/۰۸ درصد پاسخگویان مرد و ۱۲/۹۲ درصد زنان بودند. بیشترین بازه سنی ۴۱ سال تا ۵۰ سال، اکثر پاسخ دهندگان دارای تحصیلات کارشناسی (۵۳٪) و بیشترین آنها دارای ۱۱ الی ۲۰ سال سابقه شغلی بودند.

آمار استنباطی

پیش‌نیاز انجام تمامی آزمون‌های پارامتری، نرمال بودن توزیع آماری متغیرهاست. به طور کلی می‌توان گفت که آزمون‌های پارامتری، عموماً بر میانگین و انحراف معیار استوار هستند. حال اگر توزیع جامعه نرمال نباشد، نمی‌توان استنباط درستی از نتایج داشت. برای آزمون نرمال بودن متغیرها، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر ارائه گردیده است.

جدول (۱): نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف

جذب گردشگر	دریایی	هوایی	ریلی	زمینی		
۳۰۲	۳۰۲	۳۰۲	۳۰۲	۳۰۲	تعداد	
۲۶,۰۰۰۰	۱۶,۰۲۹۸	۱۹,۷۹۱۴	۲۴,۸۴۱۱	۱۴,۲۰۲۰	میانگین	پارامترهای نرمال

۱۰,۷۴۶۲۴	۵,۳۵۲۹۱	۶,۱۶۰۶۰	۱۰,۹۳۹۰۳	۷,۴۴۷۸۷	انحراف معیار	
۰,۱۸۳	۰,۱۲۲	۰,۲۱۹	۰,۱۱۸	۰,۲۵۹	قطعی	بیشترین دامنه تغییرات
۰,۱۸۳	۰,۰۸۳	۰,۱۹۶	۰,۱۱۸	۰,۲۵۹	مثبت	
-۰,۱۱۰	-۰,۱۲۲	-۰,۲۱۹	-۰,۱۱۶	-۰,۱۲۹	منفی	
۳,۱۷۵	۲,۱۱۸	۳,۷۹۹	۲,۰۵۳	۴,۴۹۵	آماره	
۰,۰۹۴	۰,۰۶۸	۰,۰۷۸	۰,۲۰۰	۰,۰۸۰	سطح معناداری	

همانگونه که در جدول (۱) مشاهده می گردد سطح معنی داری به دست آمده برای هر پنج متغیر جذب گردشگران خارجی، حمل و نقل دریایی، هوایی، ریلی و زمینی به ترتیب برابر ۰/۰۹۴، ۰/۰۶۸، ۰/۰۷۸، ۰/۲۰۰ و ۰/۰۸۰ به دست آمده که با توجه به بیشتر بودن از ۰/۰۵ متغیرها نرمال بوده و بنابراین از آزمون های پارامتریک استفاده شده است.

آزمون فرضیه اصلی

شبکه های حمل و نقل بر جذب گردشگران خارجی تاثیر گذار است.

جدول (۲): خلاصه مدل

ردیف	آر	مجذور آر	مجذور آر تعدیل شده	خطای استاندارد	دوربین واتسن
۱	a۰,۷۳۸	۰,۵۴۵	۰,۵۴۳	۷,۲۶۱۱۳	۲,۲۳۳

به منظور بررسی تاثیر شبکه های حمل و نقل بر جذب گردشگران خارجی از آزمون رگرسیون استفاده شده است. جدول بالا خلاصه مدل را نشان می دهد. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برای شبکه های حمل و نقل برابر ۰/۵۴۳ می باشد. ضریب همبستگی که همان ضریب مسیر است و در جدول بالا نیز مشخص است برابر ۰/۷۳۸ است و نشان می دهد شبکه های حمل و نقل بر جذب گردشگران خارجی تاثیر گذار است. این مقدار در سطح معنی داری ۰/۰۵ معنی دار است.

جدول (۳): نتایج آزمون آنووا

ردیف	مجموع مجذورات	درجه آزادی	مجذور میانگین	اف	سطح معنادار
۱	۱۸۹۴۲,۷۷۸	۱	۱۸۹۴۲,۷۷۸	۳۵۹,۲۸۱	.000 ^a
	۱۵۸۱۷,۲۲۲	۳۰۰	۵۲,۷۲۴		
	۳۴۷۶۰,۰۰۰	۳۰۱			

نتایج جدول زیر به بررسی مدل ضرایب تاثیر می پردازد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که شبکه های حمل و نقل ۰/۷۳۸ از تغییرات را بر متغیر جذب گردشگران خارجی ایجاد می نماید. این مقدار در سطح $p \leq 0/05$ معنی دار می باشد.

جدول (۴): نتایج تاثیر ضرایب

ردیف	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	تی	سطح معنادار
	بنا	خطای استاندارد			
۱	۰,۰۸۸	۱,۴۲۹	-	۰,۰۶۲	۰,۰۹۵۱

۰,۰۰۰	۱۸,۹۵۵	۰,۷۳۸	۰,۰۱۸	۰,۳۴۶	شبهه حمل و نقل	
-------	--------	-------	-------	-------	----------------	--

آزمون فرضیات فرعی

فرضیه فرعی اول: شبکه حمل و نقل زمینی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است.

جدول (۵): خلاصه مدل

ردیف	آر	مجذور آر	مجذور آر تعدیل شده	خطای استاندارد	دوربین واتسن
۱ ابعاد	۰,۶۲۳ ^a	۰,۳۸۹	۰,۳۸۷	۸,۴۱۶۶۳	۲,۴۰۸

به منظور بررسی تاثیر شبکه حمل و نقل زمینی بر جذب گردشگران خارجی از آزمون رگرسیون استفاده شده است. جدول بالا خلاصه مدل را نشان می دهد. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برای شبکه حمل و نقل زمینی برابر ۰/۳۸۷ می باشد. ضریب همبستگی که همان ضریب مسیر و برابر با ۰/۶۲۳ است؛ نشان می دهد شبکه حمل و نقل زمینی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است. این مقدار در سطح ۰/۰۵ معنی دار است.

جدول (۶): نتایج آزمون آنووا

ردیف	مجموع مجذورات	درجه آزادی	مجذور میانگین	اف	سطح معنادار
۱	رگرسیون	۱	۱۳۵۰۸,۰۹۵	۱۹۰,۶۸۵	۰,۰۰۰ ^a
	باقیمانده	۳۰۰	۷۰,۸۴۰		
	مجموع	۳۰۱			

نتایج جدول زیر به بررسی مدل ضرایب تاثیر می پردازد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که شبکه حمل و نقل زمینی ۰/۶۲۳ از تغییرات را بر متغیر جذب گردشگران خارجی ایجاد می نماید. این مقدار در سطح ۰/۰۵ معنی دار می باشد.

جدول (۷): نتایج تاثیر ضرایب

سطح معنادار	تی	ضرایب غیراستاندارد		ردیف		
		ضرایب استاندارد	خطای استاندارد			
۰,۰۰۰	۱۲,۶۶۶	بنا	۱,۰۴۴	۱۳,۲۲۶	ضریب ثابت	۱
۰,۰۰۰	۱۳,۸۰۹	بنا	۰,۰۶۵	۰,۸۹۹	زمینی	

فرضیه فرعی دوم: شبکه حمل و نقل ریلی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است.

جدول (۸): خلاصه مدل

ردیف	آر	مجذور آر	مجذور آر تعدیل شده	خطای استاندارد	دوربین واتسن
۱	۰.۵۹۲ ^a	۰.۳۵۱	۰.۳۴۹	۸.۶۷۲۷۹	۲,۲۷۵

به منظور بررسی تاثیر شبکه حمل و نقل ریلی بر جذب گردشگران خارجی از آزمون رگرسیون استفاده شده است. جدول بالا خلاصه مدل را نشان می‌دهد. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برای شبکه حمل و نقل ریلی برابر ۰/۳۴۹ می‌باشد. ضریب همبستگی که همان ضریب مسیر و برابر با ۰/۵۹۲ است و نشان می‌دهد شبکه حمل و نقل ریلی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است. این مقدار در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است.

جدول (۹): نتایج آزمون آنووا

ردیف	مجموع مجزورات	درجه آزادی	مجذور میانگین	اف	سطح معنادار
۱	رگرسیون	۱	۱۲۱۹۴,۸۲۶	۱۶۲,۱۲۸	۰.۰۰۰ ^a
	باقیمانده	۳۰۰	۷۵,۲۱۷		
	مجموع	۳۰۱	۳۴۷۶۰,۰۰۰		

نتایج جدول زیر به بررسی مدل ضرایب تاثیر می‌پردازد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که شبکه حمل و نقل ریلی ۰/۵۹۲ از تغییرات را بر متغیر جذب گردشگران خارجی ایجاد می‌نماید. این مقدار در سطح ۰,۰۵ معنی دار می‌باشد.

جدول (۱۰): نتایج تاثیر ضرایب

سطح معنادار	تی	ضرایب غیراستاندارد		ردیف	
		ضرایب استاندارد	خطای استاندارد		
۰,۰۰۰	۹,۳۱۱	بتا	۱,۲۴۰	۱۱,۵۴۶	۱
۰,۰۰۰	۱۲,۷۳۳	۰,۵۹۲	۰,۰۴۶	۰,۵۸۲	ریلی

فرضیه فرعی سوم: شبکه حمل و نقل هوایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است.

جدول (۱۲): نتایج آزمون آنووا

سطح معنادار	اف	مجدور میانگین	درجه آزادی	مجموع مجذورات	ردیف	
^a .۰۰۰	۲۱۴,۹۱۸	۱۴۵۰۸,۲۲۳	۱	۱۴۵۰۸,۲۲۳	رگرسیون	۱
		۶۷,۵۰۶	۳۰۰	۲۰۲۵۱,۷۷۷	باقیمانده	
			۳۰۱	۳۴۷۶۰,۰۰۰	مجموع	

نتایج جدول زیر به بررسی مدل ضرایب تاثیر می‌پردازد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که شبکه حمل و نقل هوایی ۰/۶۴۶ از تغییرات را بر متغیر جذب گردشگران خارجی ایجاد می‌نماید. این مقدار در سطح ۰,۰۵ معنی دار می‌باشد.

جدول (۱۳): نتایج تاثیر ضرایب

سطح معنادار	تی	ضرایب استاندارد			ردیف	
		ضرایب استاندارد	خطای استاندارد	بتا	ضریب ثابت	هوابی
۰,۰۲۱	۲,۳۲۰	-	۱,۵۹۳	۳,۶۹۶		۱
۰,۰۰۰	۱۴,۶۶۰	۰,۶۴۶	۰,۰۷۷	۱,۱۲۷		

فرضیه فرعی چهارم: شبکه حمل و نقل دریایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است.

جدول (۱۴): خلاصه مدل

ردیف	آر	مجدور آر	مجدور آر تعدیل شده	خطای استاندارد	دوربین واتسن
۱	^a .۰۳۴۰	۰,۱۱۵	۰,۱۱۲	۱۰,۱۲۴۴۳	۱,۸۵۰

به منظور بررسی تاثیر شبکه حمل و نقل دریایی بر جذب گردشگران خارجی از آزمون رگرسیون استفاده شده است. جدول بالا خلاصه مدل را نشان می‌دهد. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برای شبکه حمل و نقل دریایی برابر ۰/۱۱۲ می‌باشد. ضریب همبستگی که همان ضریب مسیر و برابر با ۰/۳۴۰ است و نشان می‌دهد شبکه حمل و نقل دریایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است. این مقدار در سطح ۰/۰۵ معنی دار است.

جدول (۱۵): نتایج آزمون آنووا

سطح معنادار	اف	مجدور میانگین	درجه آزادی	مجموع مجذورات	ردیف	
^a .۰۰۰	۳۹,۱۰۸	۴۰۰۸,۷۵۱	۱	۴۰۰۸,۷۵۱	رگرسیون	۱
		۱۰۲,۵۰۴	۳۰۰	۳۰۷۵۱,۲۴۹	باقیمانده	
			۳۰۱	۳۴۷۶۰,۰۰۰	مجموع	

نتایج جدول (۱۶) به بررسی مدل ضرایب تاثیر می پردازد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که شبکه حمل و نقل دریایی ۰/۳۴۰ از تغییرات را بر متغیر جذب گردشگران خارجی ایجاد می نماید. این مقدار در سطح ۰.۰۵ معنی دار می باشد.

جدول (۱۶) : نتایج تاثیر ضرایب

سطح معنادار	تی	ضرایب غیراستاندارد		ردیف
		ضرایب استاندارد	خطای استاندارد	
۰,۰۰۰	۸,۱۸۲	-	۱,۸۴۲	۱
۰,۰۰۰	۶,۲۵۴	۰,۳۴۰	۰,۱۰۹	دریایی

بحث و نتیجه گیری

گردشگری از جمله بخش‌هایی است که با رشد شبکه حمل و نقل در دنیا، در حال توسعه می‌باشد و در حال حاضر به عنوان صنعتی با بازده بالا و درگیر با سایر بخش‌ها مطرح شده است. گردشگری و شبکه حمل و نقل غالباً دارای اثرات متقابلی بر یکدیگر بوده و جداسازی آن‌ها از هم بسیار مشکل می‌باشد. اهمیت این دو بخش به ویژه در کشورهای در حال توسعه مانند ایران لزوم مطالعه و بررسی هرچه بیشتر را ایجاب می‌کند. در این پژوهش به بررسی تاثیر انواع شبکه‌های حمل و نقل بر جذب گردشگران خارجی پرداخته شد. داده‌های به دست آمده توسط آزمونهای آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در فرضیه اول تحقیق بیان شده بود که شبکه حمل و نقل زمینی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است. به منظور بررسی تاثیر شبکه حمل و نقل زمینی بر جذب گردشگران خارجی از آزمون رگرسیون استفاده شد. براساس نتایج به دست آمده مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برای شبکه حمل و نقل زمینی برابر ۰/۳۸۷ شد. ضریب همبستگی که همان ضریب مسیر و برابر با ۰/۶۲۳ است، نشان داد شبکه حمل و نقل زمینی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که شبکه حمل و نقل زمینی ۰/۶۲۳ از تغییرات را بر متغیر جذب گردشگران خارجی ایجاد می‌نماید. بنابراین مشخص شد که استفاده از شبکه حمل و نقل زمینی می‌تواند بر جذب گردشگران خارجی موثر باشد. از طرف دیگر نتایج برآمده از بررسی این فرضیه با نتایج تحقیقات جین، وانگ و یولیو (۲۰۱۸) همسو بوده و در یک راستا قرار دارد. چراکه ایشان نیز در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که استفاده از شبکه حمل و نقل زمینی می‌تواند بر جذب گردشگران موثر باشد. در فرضیه دوم تحقیق بیان شده بود که شبکه حمل و نقل ریلی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است. به منظور بررسی تاثیر شبکه حمل و نقل ریلی بر جذب گردشگران خارجی از آزمون رگرسیون استفاده شد. نشان داد شبکه حمل و نقل ریلی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که شبکه حمل و نقل ریلی ۰/۵۹۲ از تغییرات را بر متغیر جذب گردشگران خارجی ایجاد می‌نماید. بنابراین مشخص شد که استفاده از شبکه حمل و نقل ریلی می‌تواند بر جذب گردشگران خارجی موثر باشد. از طرف دیگر نتایج برآمده از بررسی این فرضیه با نتایج تحقیقات یائو، کوان و یان (۲۰۱۷) همسو بوده و در یک راستا قرار دارد. چراکه ایشان نیز در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که استفاده از شبکه حمل و نقل ریلی می‌تواند بر جذب گردشگران موثر باشد. در فرضیه سوم تحقیق بیان شده بود که شبکه حمل و نقل هوایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است. به منظور بررسی تاثیر شبکه حمل و نقل هوایی بر جذب گردشگران خارجی از آزمون رگرسیون استفاده شد. بر اساس نتایج به دست آمده مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برای شبکه حمل و نقل هوایی برابر ۰/۴۱۵ شد. نتایج همچنین نشان داد که شبکه حمل و نقل هوایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که شبکه حمل و نقل هوایی ۰/۶۴۶ از تغییرات را بر متغیر جذب گردشگران خارجی ایجاد می‌نماید. بنابراین مشخص شد که استفاده از شبکه حمل و نقل هوایی می‌تواند بر جذب گردشگران خارجی موثر باشد. از طرف دیگر نتایج برآمده از بررسی این فرضیه با نتایج تحقیقات چاین و تای

(۲۰۱۷) همسو بوده و در یک راستا قرار دارد. چراکه ایشان نیز در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که استفاده از شبکه حمل و نقل هوایی می‌تواند بر جذب گردشگران موثر باشد. در فرضیه چهارم تحقیق بیان شده بود که شبکه حمل و نقل دریایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که شبکه حمل و نقل دریایی ۰/۳۴۰ از تغییرات را بر متغیر جذب گردشگران خارجی ایجاد می‌نماید. بنابراین مشخص شد که استفاده از شبکه حمل و نقل دریایی می‌تواند بر جذب گردشگران خارجی موثر باشد. از طرف دیگر نتایج برآمده از بررسی این فرضیه با نتایج تحقیقات تای و همکاران (۲۰۱۴) همسو بوده و در یک راستا قرار دارد. چراکه ایشان نیز در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که استفاده از شبکه حمل و نقل دریایی می‌تواند بر جذب گردشگران موثر باشد. با توجه به نتیجه فرضیه اول پیشنهاد می‌شود مسئولان مربوطه با بهسازی و نوسازی زیرساختهای حمل و نقل زمینی و ارتقای استانداردهای این شبکه در سطح بین‌المللی امکان جذب گردشگران خارجی را بیش از پیش فراهم سازند. با توجه به نتیجه فرضیه دوم پیشنهاد می‌شود با توجه به مقرون بصره بودن و ایمنی بیشتر حمل و نقل ریلی، با توسعه این شبکه در سطح کشور و بویژه در مقاصد گردشگری و نیز بکارگیری از قطارهای پیشرفته و بروز، جذب بیشتر گردشگران خارجی را بتوان شاهد بود. با بررسی فرضیه سوم مشخص شد شبکه حمل و نقل هوایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است، لذا پیشنهاد می‌شود با توجه به سرعت بیشتر نقل و انتقال در این شبکه و نیز راحتی و آسایش بیشتر گردشگران، با استفاده از تجهیزات و هواپیماهای مدرن تر و کاهش زمان انجام امور مربوط به پذیرش گردشگران خارجی و نیز تبلیغات بیشتر به منظور رقابت با خطوط هوایی منطقه، امکان جذب حداکثری گردشگران خارجی به کشور فراهم شود. با بررسی فرضیه چهارم مشخص شد شبکه حمل و نقل دریایی بر جذب گردشگران خارجی تاثیرگذار است، لذا پیشنهاد می‌شود با توجه به امکان تردد آسان و کم هزینه در شمال و جنوب کشور با استفاده از کشتی‌های تفریحی مدرن و دارای امکانات بین‌المللی و ارائه محصولات جدید گردشگری در حوزه دریا و ساحل، زمینه جذب بیشتر گردشگران خارجی فراهم شود.

منابع

- احدنژاد روشتی، محسن و فیضی، سمیه (۱۳۹۲). ارزیابی نقش زیرساخت ها در توسعه گردشگری شهری با تأکید بر پایداری، اولین همایش ملی مدیریت گردشگری، طبیعت گردی و جغرافیا، همدان، <https://civilica.com/doc/248612>
- افندی زاده، شهریار، عراقی، مرتضی وحدادزادگان، حسین (۱۳۹۵). ارائه مدل ترکیبی توزیع سفر و تخصیص ترافیک در خصوص سفرهای با هدف خرید شهر تهران. هفتمین کنگره بین المللی مهندسی عمران، تهران، <https://civilica.com/doc/6149>
- آسایش، محمدحسین (۱۳۹۷) روش‌شناسی و تکنیک‌های تحقیق علمی در علوم انسانی با تأکید بر جغرافیا، تهران، نشر قومس.
- بادکوه، بهروز و حسنی، سمیه (۱۳۹۶). بررسی تاثیر حضور گردشگران بر محیط زیست شهرستان نور؛ از دید جامعه میزبان. فصلنامه میراث و گردشگری، دوره ۲، شماره ۵، ۱۰۹-۱۳۸.
- دهگانی، زهرا (۱۳۸۹). بررسی سیستم حمل و نقل و تاثیرات آن بر صنعت گردشگری. همایش منطقه ای توریسم و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یاسوج.
- رنجبریان، بهرام وزاهدی، محمد (۱۳۹۰). شناخت صنعت گردشگری. تهران: انتشارات چهارباغ.
- زمانی، حمیرا (۱۳۹۵). ایران صنعت گردشگری و خدمات مسافرتی. تهران: موسسه انتشاراتی زهد.
- سقائی، محسن (۱۳۹۲). تحلیلی بر تاثیر صنعت حمل و نقل هوایی بر توسعه گردشگری مذهبی-مورد مطالعه: فرودگاه مشهد، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره سوم، ۴۸-۷۱.
- شاد، روزبه، کدخدایی، مسعود، کدخدایی، محسن (۲۰۱۷). نقش حمل و نقل در صنعت توریسم و گردشگری. کنفرانس بین المللی برنامه ریزی و مدیریت شهری، مشهد.

شیرزادی بابکان، علی و سعدی مسگری، محمد (۱۳۹۰). مدل سازی تقاضای سفر با استفاده از بلوک های آماری (مطالعه موردی: شهر تهران). فصلنامه علمی پژوهشی مدرس علوم انسانی- برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره ۱۵، شماره ۱.

صادقی، سجاد و جدیری عباسی، محمد (۱۳۹۴). بررسی زیرساخت های صنعت گردشگری و پتانسیل های موجود بر توسعه توریسم تبریز. دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در مهندسی، علوم و تکنولوژی، مشهد.

صفرزاده، محمود (۱۳۹۳). مهندسی ترابری و ترافیک. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.

ضیایی، محمود و تراب احمدی، مژگان. (۱۳۹۲). شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی. تهران، نشر علوم اجتماعی.

ضیایی، مظفر و تراب احمدی، محسن (۱۳۹۳). مفهوم مبانی و چالش های مدیریت شهری، فصلنامه ی مدیریت شهری، شماره ۳، سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور، تهران: انتشارات سازمان شهرداریها.

ضیائی، میثم و جمشیدی، احسان و مکرم، مهدی و عباسی، مطهره (۱۳۹۴). بررسی موانع و چالشهای بهبود سیستم حمل و نقل و ارائه راهکار مطالعات موردی: بررسی وضعیت حمل و نقل مشهد و چگونگی بهبود آن، هفتمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری با تاکید بر راهبردهای توسعه شهری، مشهد.

غفوری، حسین، تقی زاده، زهرا، رحیمی، دانا (۱۳۹۴). راهبردهای توسعه گردشگری رویدادها در کلانشهرها و تأثیر آن بر اقتصاد گردشگری در ایران، مشهد، <https://civilica.com/doc/140971>

فرزین، محمدرضا، خزائی پول، مرتضی (۱۳۹۵). برآورد تابع تقاضای گردشگری با استفاده از رویکرد پنل دیتا (مورد مطالعه: ایران و کشورهای منتخب). گردشگری و اوقات فراغت، سال پنجم، شماره ۳.

کفاشان طوسی، فرزانه، حسن آبادی، داود، علی نقی زاده، مصطفی (۱۳۹۹). تحلیل توزیع فضائی زمانی زیرساخت های خدمات گردشگری به منظور مدیریت بهینه و افزایش بهره وری صنعت گردشگری؛ مطالعه موردی شهرستان شاهرود. فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)، سال دهم، شماره ۲.

کیاکجوری، حکیمه، نسیمی، محمدعلی، تقی پوریان، محمدجواد، قنبرزاده، قیدر (۱۳۹۹). ارائه مدل مزیت های رقابتی کسب و کار گردشگری سلامت در پسا کرونا با بکارگیری تکنیک فراترکیب. فصلنامه مدیریت کسب و کارهای بین المللی، سال سوم، شماره ۴.

میرایی مقدم، محمدحسن (۱۳۹۰). مدل پیش بینی نرخ تصادفات و تعیین ارتباط آن با مدل تخصیص سفر در شهرهای بزرگ ایران. رساله دکتری.

نادری مایوان، رمضانعلی (۱۳۹۴). بررسی نقش حمل و نقل به عنوان مهمترین گام در توسعه صنعت گردشگری، سومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان، <https://civilica.com/doc/395786>

ناصری، سید مسعود (۱۳۹۵). شناسایی موانع موثر توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریست، داور ونوس، کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

نظریان، اصغر، قادری، اسماعیل و حقیقی، عبدالرضا (۱۳۸۹). نقش حمل و نقل هوایی در توسعه صنعت توریسم با تاکید بر فرودگاه بین المللی ارومیه. فصلنامه جغرافیای انسانی، سال دوم، شماره سوم، ۲۵-۴۴.

واحدپور، علامعباس و جعفری، مهتاب (۱۳۹۰). راهبردهای مدیریت و توسعه پایدار زیرساخت های گردشگری ایران با تاکید بر مدل SWTO. فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال اول، شماره ۱.

یاوری، حسین، حسین زاده، سپیده. (۱۳۹۲) رضایی مریم شناخت صنعت جهانگردی و گردشگری. تهران: انتشارات سیمای دانش، چاپ نخست.

Chin, A. T., & Tay, J. H. (2001). Developments in air transport: implications on investment decisions, profitability and survival of Asian airlines. *Journal of Air Transport Management*, 7(5), 319-330.

Cohen E., Avieli N (2004). Targets and standards of quality in sport services. *Sport Management Review*, 3

Hooper, P. (1997). Liberalisation of the airline industry in India. *Journal of Air Transport Management*, 3(3), 115-123.

- Horng, J. H., Kim, H. D., Ko, Y. J., Sagas, M. (2010). The effect of service quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy, *Sport Management Review* 14
- Jin, F., Wang, F., & Liu, Y. (2004). Geographic patterns of air passenger transport in China 1980–1998: imprints of economic growth, regional inequality, and network development. *The Professional Geographer*, 56(4), 471–487.
- Koo, T. T., Lim, C., & Dobruszkes, F. (2017). Causality in direct air services and tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 67, 67–77.
- Lee, J. H., Kim, H. D., Ko, Y. J., Sagas, M. (2011). The influence of service quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy, *Sport Management Review* 14
- McKercher, B. (1993). Some fundamental truths about tourism: Understanding tourism's social and environmental impacts. *Journal of sustainable tourism*, 1(1), 6-16.
- O'Connell, J. F., & Williams, G. (2006). Transformation of India's domestic airlines: a case study of indian airlines, jet airways, air sahara and air deccan. *Journal of Air Transport Management*, 12(6), 358-374.
- Pamela, A. weaver, K. W. McCleary, J. H. Phillip, E. B. (2009). Identifying leisure travel market segments based on preference for novelty. *Journal of travel and tourism marketing*. 26:5
- Sung, H. Y., Morrison, A. M., & O'leary, J. T. (2000). Segmenting the Adventure Travel Market by Activities: From the North American Industry Providers' Perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9, 1-20.
- Tefler, D., Sharply, R. (2012). *Tourism and Development in the developing world*, edition 1, Routledge publication.
- Wang, W., Cole, S. T., & Chen, J. S. (2018). Tourist innovation in Air travel. *Journal of Travel Research*, 57(2), 164-177.
- Yao L., Cuan H., Yan H. (2017). Trip Generation Model Based on Destination Attractiveness. *Tsinghua Science and Technology*, volume 13, Number 5
- Yue, G. (2016). Transportation and tourism: A symbiotic relationship. In: *The Sage Handbook of Tourism Studies Chapter: 21*, Publisher: Sage Publications, 371-395.

