



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال ششم، شماره‌ی ۲۲، پاییز ۱۳۹۶

صفحات ۵۳-۳۰

بررسی عوامل موثر بر تعداد و طول اقامت گردشگران ملی: مطالعه بین استانی

سیاوش جانی^۱

فهیمه دنیابین^۲

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۳/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸

چکیده

در این مطالعه عوامل موثر بر جذب و طول اقامت گردشگران ملی در استان‌های ایران مورد بررسی قرار گرفت. به منظور انجام این بررسی از رویکرد داده‌های تابلویی و اطلاعات ۳۱ استان کشور برای دوره (۱۳۹۰-۱۳۹۳) استفاده شد. نتایج حاصل از برآورد الگوها نشان داد که عوامل طرف عرضه (تعداد اماکن اقامتی، تعداد تخت مراکز درمانی، اعتبارت دولتی، آزاد راه‌ها) و برخی از جاذبه‌های گردشگری استان‌ها (جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی) بر تعداد گردشگران تاثیر مثبت و معنی‌دار دارند. همچنین طول اقامت گردشگران و فاصله جغرافیایی تاثیر منفی بر تعداد گردشگران دارد. این در حالی است که نتایج بدست آمده از برآورد الگوها حاکی از آن است که تاثیر عوامل عرضه بر طول اقامت گردشگر معنی‌دار نبوده، اما درآمد گردشگر و برخی از ویژگی‌های منطقه از جمله جمعیت، تعداد پزشک متخصص، تعداد دانشجوی و همچنین جاذبه‌های طبیعی مقصد گردشگری بر طول اقامت گردشگر تاثیر معنی‌دار دارند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری ملی، طول اقامت گردشگران، عوامل طرف عرضه، جاذبه‌های گردشگری، عوامل فرهنگی.

^۱ نویسنده مسئول: استادیار گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور، ایران
(s.jani@pnu.ac.ir)

^۲ کارشناس ارشد اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی

مقدمه

توسعه صنعت گردشگری فواید زیادی از جمله ایجاد اشتغال، رونق اقتصادی و بهبود توزیع درآمد برای منطقه گردشگری را به همراه دارد و به عنوان یک صنعت پیشرو نقش مهمی را در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع می‌تواند ایفاء نماید. بر این اساس مطالعات زیادی در خصوص بررسی و شناسایی عوامل موثر بر تعداد جذب گردشگر در مقاصد گردشگری انجام شده است.

علاوه بر جذب گردشگر، 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. هرچه 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. از این رو مطالعه در خصوص صنعت گردشگری مستلزم توجه به هر دو بعد یعنی تعداد گردشگران و طول اقامت آنها می‌باشد که در مطالعات انجام شده کمتر به این نکته توجه شده است.

مرور مطالعات داخلی انجام شده در خصوص گردشگری حاکی از آن است که غالب این مطالعات، گردشگران خارجی را مورد توجه قرار داده و یا به گردشگری منطقه خاص در داخل کشور به صورت موردی و براساس اطلاعات حاصل شده از خود گردشگران (میدانی) پرداخته‌اند و کمتر مطالعه‌ای را می‌توان یافت که به صنعت گردشگری در همه استان‌های کشور بپردازد. عدم وجود چنین مطالعاتی باعث شده است که امکان توصیه قواعد کلی در خصوص برنامه‌ریزی گردشگری داخل کشور وجود نداشته باشد. این در حالی است که براساس مفهوم مزیت رقابتی مایکل پورتر^۱ (۱۹۹۰) موضوع رقابت مناطق مختلف در داخل کشور برای جذب گردشگر از اهمیت اساسی در توسعه صنعت گردشگری برخوردار است. به اعتقاد پورتر صنایعی در صحنه رقابت جهانی موفق می‌شوند که بنگاه‌های آن صنایع، ابتدا با رقابت در داخل کشور توانایی و کارایی خود را تقویت نموده باشند. رقابت بین مناطق مختلف کشور برای توسعه صنعت گردشگری علاوه بر اینکه موجب رشد متوازن در استان‌های مختلف کشور می‌شود، بلکه تبادل فرهنگی بین قومیت مختلف در ایران را سبب شده و همبستگی ملی را تقویت می‌نماید.

علاوه بر موارد فوق، در اکثر مطالعات به خصوص مطالعاتی که در ارتباط با گردشگری داخلی صورت گرفته، تاثیر عوامل طرف عرضه که در واقع به تسهیلات رفاهی ارائه شده از سوی مقصد گردشگری دلالت دارند، مورد غفلت واقع شده است. (شاه آبادی و سیاح، ۱۳۹۲ : ۲۵) این در حالی است که توزیع امکانات بین استان‌ها و مناطق مختلف کشور یکی از متغیرهای مهم و اثرگذار بر

^۱ Porter

گردشگری داخلی است و نبود تسهیلات رفاهی مناسب در مقصد گردشگری، ممکن است گردشگر را از اقدام به مسافرت، علیرغم وجود جاذبه در مقصد منصرف نماید.

با عنایت به مراتب فوق، در این مطالعه گردشگری بین استانی در ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد و ضمن توجه به عوامل طرف عرضه، عوامل موثر بر جذب گردشگر و همچنین طول اقامت گردشگر تحلیل می‌شود. به عبارتی این مطالعه به دنبال پاسخ به سوالات زیر می‌باشد:

آیا تفاوت در برخورداری استان‌ها از عوامل عرضه می‌تواند تفاوت در تعداد گردشگر و همچنین طول اقامت آنها را توضیح دهد؟ آیا طول اقامت بر تعداد گردشگر تاثیر دارد؟ و در نهایت اینکه ویژگی‌ها و جاذبه‌های استانی چه تاثیری بر طول اقامت و تعداد گردشگر دارند؟

برای انجام این مطالعه در بخش بعدی ادبیات موضوع که شامل پیشینه تحقیق و مبانی نظری است، مورد بررسی قرار می‌گیرد و در ادامه با معرفی الگوی کمی و برآورد آن در قالب داده‌های تابلویی، عوامل موثر بر تعداد و طول اقامت گردشگر مورد بررسی قرار می‌گیرد و در نهایت جمع‌بندی و پیشنهادات ارائه می‌شود.

مبانی نظری

گردشگری به مجموعه‌ای از فعالیتها نظیر برنامه ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و غیره اطلاق می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد. (میل^۱ و موریسون^۲، ۱۹۹۲: ۲۹)

به منظور درک بهتر و بررسی دقیق‌تر صنعت گردشگری، تقسیم‌بندی‌های مختلفی در خصوص اجزا و عوامل موثر بر آن صورت گرفته است. بر اساس همین تقسیم بندی‌ها دو رویکرد در بررسی عوامل موثر 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 (هو^۳ و ریچی^۴ ۱۹۹۳). 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 (نصرالهی و همکاران، ۱۳۹۱).

در برخی از بررسی‌ها سعی می‌شود به هردو رویکرد عرضه محور و تقاضا محور توجه شود و به این ترتیب مجموعه‌ای کامل از عوامل موثر بر گردشگری مورد بررسی قرار می‌گیرد به عبارتی در این بررسی‌ها فرض می‌شود که گردشگری مانند هر موضوع چند بعدی دیگر، یک سیستم است. با

¹ Mill

² Morrison

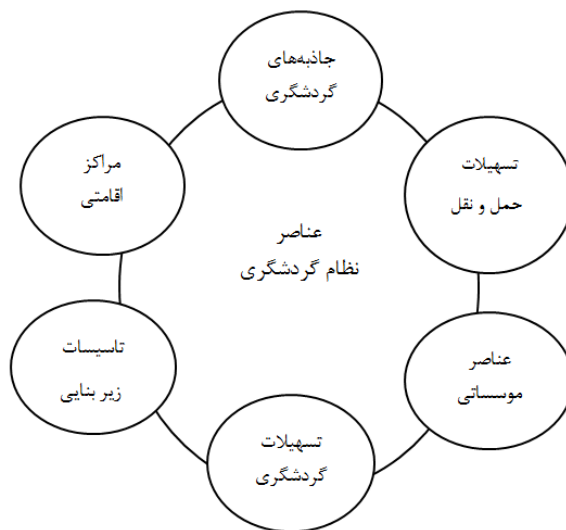
³ Hu

⁴ Ritchie

عنایت به اینکه هر سیستم از اجزایی تشکیل می‌شود، گردشگری نیز عناصر و اجزایی دارد که با ترکیب یکدیگر، یک کلیت را به وجود می‌آورند و درک درست هر سیستم مستلزم شناخت اجزای سیستم و کلیت آن است (شماعی و موسی وند، ۱۳۹۰: ۲۵).

احد نژاد روشتی و صالحی میثانی (۱۳۹۱)، عناصر گردشگری را شامل جاذبه‌ها و عناصر ثانویه می‌دانند. جاذبه‌ها مربوط به مواردی می‌شود که گردشگر به خاطر آنها برای گردشگری اقدام می‌کند و عناصر ثانویه گردشگری آن دسته از خدمات و تسهیلات را در بر می‌گیرد که رفاه گردشگران را فراهم می‌کند و در صورت نامناسب بودن و یا نبود آنها به میزان کفایت، گردشگر از اقدام به مسافرت علیرغم وجود جاذبه در مقصد، منصرف می‌شود. (روشتی و میثانی، ۱۳۹۱: ۹۱).

در این میان یوئوپ^۱ و همکاران (۲۰۱۶) تسهیلات رفاهی و یا زیر ساخت‌ها را امکاناتی می‌دانند که برای رضایت مندی عموم مردم فراهم می‌شود که از آن جمله می‌توان به حمل و نقل و بهداشت اشاره نمود. البته برخی از این زیرساخت‌ها برای گردشگر دارای اهمیت بیشتری است. در این خصوص نظام گردشگری که توسط ونهو^۲ (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 اتصال (واسطه‌های سفر و بازاریابی) و عرضه گردشگری در مقصد (خدمات، تسهیلات و زیرساخت‌ها) تشکیل شده است. (نمودار ۱)



نمودار(۱): نظام گردشگری

Source: Vanhove , N.(2005)

¹ Yusup

² Vanhove

شاه آبادی 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.

ایپاتو^۱ (۲۰۱۲) عوامل مؤثر بر گردشگری را مشتمل بر عوامل طبیعی (جاذبه‌های گردشگری)، عوامل اقتصادی و اجتماعی، نیازهای اساسی صنعت توریسم، زیر ساخت ها و بهداشت معرفی می‌کند. در این خصوص 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 عبارت‌اند از: تسهیلات و امکانات اقامتی، تسهیلات و امکانات خدماتی و تسهیلات و امکانات تجاری.

برخی از صاحب نظران از جمله گیپرینگ^۲ (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^۳ و ویت^۴ (۱۹۹۵) و لیم^۵ (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.

در این میان بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که خدمات اسکان و پذیرایی در صنعت گردشگری از پیچیده‌ترین و پویاترین مولفه‌های 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، ۱۰۶، ۱۳۹۰).

¹ Ipatov

² Gearing

³ Witt

⁴ Witt

⁵ Lim

لاو^۱ (۱۹۹۶) یکی از مهمترین عناصر صنعت توریسم 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.

علاوه بر مراکز اقامتی تسهیلات حمل و نقل نیز از عوامل مهم در رونق گردشگری محسوب می‌شود که در مطالعات مختلف به آن تاکید شده است. گیپرینگ (۱۹۷۴) معتقد است که وجود زیرساختهای مناسب جاده‌ای، ریلی و هوایی و آرایه خدمات مناسب، تاثیر مثبت بر تقاضای گردشگری دارند. بنابراین گسترش زیرساختهای حمل و نقل (بنادر، فرودگاه‌ها و شبکه جاده‌ای) یکی از مهمترین اقدامات دولتها برای گسترش گردشگری است.

یکی دیگر از عوامل مهم مؤثر بر میزان گردشگری سطح بهداشت و خدمات درمانی کشورها است. طبیعی است انسانها از محیط آلوده به انواع بیماریها و آلودگی‌های زیست محیطی گریزان هستند. زیانگ^۲ و فسین مایر^۳ (۲۰۰۸) در بررسی علل توسعه نیافتگی گردشگری در آفریقا به سطح پایین بهداشت و وجود بیماریهایی همچون مالاریا اشاره کرده‌اند. از سوی دیگر بسیاری از گردشگران برای بهره‌مندی از انواع خدمات بهداشتی و پزشکی اقدام به سفر می‌کنند. بر این اساس توسعه سلامت و بهداشت در منطقه گردشگرپذیر اهمیت بالایی برای تصمیم‌گیرندگان خواهد داشت.

در بخش عمده‌ای از مطالب فوق، رویکرد عرضه گردشگری و نقش امکانات اقامتی و زیرساخت‌های عمومی در جذب گردشگر مورد تاکید قرار گرفته است. اما این زیرساخت‌ها زمانی می‌توانند بر جذب گردشگر تاثیر داشته باشند که جاذبه‌های هر منطقه به خوبی معرفی و مورد توجه قرار گرفته باشند. مطالعات انجام شده در خصوص جاذبه‌های گردشگری نیز، جاذبه‌ها را در انواع مختلف آن تقسیم‌بندی نمودند. از مهمترین و رایج‌ترین تقسیم‌بندی انجام شده در خصوص جاذبه‌ها می‌توان به تقسیم‌بندی سازمان جهانی گردشگری اشاره نمود. این سازمان جاذبه‌های گردشگری را در سه بخش جاذبه‌های ساخته شده توسط بشر، جاذبه‌های طبیعی و جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی طبقه‌بندی می‌نماید. از مطالعات داخلی نیز که به تقسیم‌بندی جاذبه‌ها پرداخته‌اند، می‌توان به مطالعه مولائی و ابراهیمی (۱۳۹۳) اشاره نمود. آنها جاذبه‌های گردشگری را به جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی، ورزشی و اقتصادی طبقه‌بندی می‌نمایند که هر کدام از این جاذبه‌ها در افزایش تعداد گردشگران منطقه گردشگری می‌تواند حائز اهمیت باشد.

دقت در بررسی و مطالعات فوق حاکی از آن است که این مطالعات بیشتر به عوامل موثر بر گردشگری و تعداد گردشگر توجه نموده‌اند و در آنها عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران کمتر

¹ Low

² Xiang

³ Fesenmaier

مدنظر قرار گرفته است. به منظور پر نمودن این خلاء در سالهای اخیر تلاش‌های زیادی صورت گرفته و برخی از مطالعات، عوامل موثر بر طول اقامت گردشگری را مورد بحث قرار داده‌اند. در این مطالعات طول اقامت در صنعت گردشگری عامل بسیار مهمی تلقی شده است به این دلیل که همبستگی مثبتی با منافع حاصل از گردشگری دارد و با افزایش طول اقامت، امکان تجربه‌ی فعالیتهای بیشتری برای گردشگر فراهم می‌شود (باروس^۱ و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۵).

براساس نظریه مصرف کننده، طول اقامت تابعی از درآمد و هزینه‌های سفر می‌باشد، اما باروس و کوریا^۲ (۲۰۰۸) معتقدند که طول اقامت تحت تاثیر انتظارات و نگرشهای مصرف کننده قرار دارد. 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 ارتباط با عوامل موثر بر طول اقامت محققینی همانند گارسیا^۳ و رایا^۴ (۲۰۰۸) و آجرا^۵ و پو^۶ (۲۰۰۶) اظهار کردند که عوامل نظری طول اقامت گردشگر می‌تواند در دو بعد بررسی شود؛ یکی عوامل تعیین کننده ترجیحات مصرف کنندگان، مانند عوامل جمعیت شناختی و دیگری عوامل قیمت که بر درآمد و هزینه‌های مصرف کننده در طول سفر دلالت دارند. اما مطالعات انجام شده در خصوص عوامل موثر بر طول اقامت، عوامل مختلف و بسیار متنوعی را بر طول اقامت موثر می‌دانند. بررسی این مطالعات نشان می‌دهند که این عوامل در چهار گروه قابل طبقه‌بندی هستند که به ترتیب عبارتند از عوامل جمعیت شناختی، سطح زندگی، انگیزه و نوع مسافرت گردشگران. در این قسمت سعی می‌شود به برخی از مطالعات انجام شده در این زمینه اشاره گردد.

در خصوص عوامل جمعیت شناختی، غالب مطالعات به سن و جنس گردشگران توجه نموده‌اند که از آن جمله می‌توان به بررسی صورت گرفته توسط باروس و همکاران (۲۰۱۰)، باروس و ماچادو^۷ (۲۰۱۰) و سلماسی^۸ و همکاران (۲۰۱۲) اشاره نمود. نتایج این مطالعات نشان می‌دهد که با افزایش سن گردشگران (البته تا حد معین)، طول اقامت نیز افزایش می‌یابد. همچنین مردان در مقایسه با زنان تمایل زیادی به اقامت بیشتر در مقصد گردشگری دارند.

گریگولون^۹ و همکاران (۲۰۱۴) نشان می‌دهند بین دوره زندگی و طول اقامت رابطه معنی داری 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.

¹ Barros

² Correia

³ Garcia

⁴ Raya

⁵ Alegre

⁶ Pou

⁷ Machado

⁸ Salmasi

⁹ Grigolon

وانگ^۱ و همکاران (۲۰۰۸) نشان می‌دهند که بین انگیزه مسافرت و طول اقامت رابطه معنی داری وجود دارد. آنها نشان می‌دهند که گردشگرانی که به قصد دیدن آشنایان و دوستان مسافرت می‌کنند، از طول اقامت بیشتری برخوردارند. در این میان بارو س و ماچادو (۲۰۱۰) بیان می‌کنند که طول اقامت ارتباط مستقیمی با جذابیت‌های محل گردشگری دارد. در این خصوص باروس و همکاران (۲۰۱۰) نشان می‌دهند که آب و هوای خوب موجب افزایش طول اقامت گردشگران می‌شود.

وو^۲ و کارسون^۳ (۲۰۰۸) در خصوص نوع مسافرت (بین‌المللی و یا داخلی) نشان می‌دهند که مسافری بین‌المللی از طول اقامت بیشتری برخوردار هستند. همچنین آلجرا و پو (۲۰۰۶) نشان می‌دهند که مکان اقامت نیز در طول اقامت موثر است و گردشگرانی که در هتل اقامت می‌کنند نسبت به سایر گردشگران از طول اقامت کمتری برخوردارند. بررسی مطالعات مختلف در این زمینه نشان می‌دهد که عوامل متعددی بر طول اقامت گردشگران تاثیر می‌گذارند.

پیشینه تحقیق

با عنایت به فواید گردشگری، شناسایی عوامل موثر بر تعداد و طول اقامت گردشگری به عنوان یکی از موضوعات مهم مطالعاتی بخشی از بررسی‌ها را به خود اختصاص داده است. در این قسمت به برخی از موارد مهم که در ارتباط با موضوع مطالعه حاضر نیز هستند، اشاره می‌شود.

کازوزورا^۴ (۲۰۱۴) عوامل تعیین‌کننده طول مدت اقامت در تانزانیا را برای سالهای ۲۰۰۱، ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ بر اساس رویکرد مدل لاجستیک 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 تاثیر معنی دار 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 نموده‌اند.

ترانه^۵ (۲۰۱۲) با بررسی رابطه بین ملیت گردشگران خارجی و سایر متغیرهای موثر بر طول اقامت مسافری از جمله سن و نوع مسافرت در قالب یک الگوی کمی برای نروژ در تابستان سال ۲۰۰۷ نتیجه می‌گیرد که ملیت‌های مختلف دارای طول اقامت متفاوتی هستند و بر اساس مدل ترانه، ملیت‌های مختلف می‌توانند تغییر در طول اقامت را توضیح دهند.

¹ Wang

² WU

³ Carson

⁴ Kazuzuru

⁵ Thrane

جعفر^۱ و خوشکام^۲ (۲۰۱۴) با مطالعه رابطه بین طول اقامت و امکانات رفاهی در کشور مالزی به این نتیجه رسیدند که رضایت گردشگرانی که مدت اقامت آنها کمتر از ده روز بوده است بیش از رضایت گردشگرانی است که مدت اقامت آنها بیش از ده روز بوده است و بر این اساس نکاتی را برای دولت در جهت امکانات رفاهی توصیه می‌کنند.

رفیعی و همکاران (۱۳۹۵) عوامل اقتصادی- اجتماعی موثر بر طول اقامت گردشگران داخلی شهر مشهد را با استفاده از جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی و تحلیل رگرسیون مدل لاجیت 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.

للاج و ستاری (۱۳۹۳) نقش فضاهای عمومی شهر تبریز را بر طول اقامت مسافرین نروزی به صورت میدانی مورد بررسی قرار داده و نشان می‌دهند که فضاهای عمومی و کیفیت این فضاها (طراحی معماری، تسهیلات رفاهی، بهداشتی، تفریحی، امنیتی و غیره)، همچنین مسئله اسکان موقت، نظافت و بهداشت در جذب و طول اقامت توریسم مؤثر بوده و حائز اهمیت می‌باشند.

سقای و همکاران (۱۳۹۳) عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران عبوری در استان گلستان را مورد بررسی قرار داده و نشان دادند که ویژگی‌های فردی گردشگران از جمله سن، شغل، درآمد، تعداد همراهان و انگیزه اصلی سفر در طول اقامت تأثیر دارند.

فروغ زاده و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی عوامل تأثیرگذار بر طول اقامت زائران ایرانی در شهر مشهد با استفاده از الگوی اقتصاد سنجی پرداخته و نشان دادند که فاصله بیشتر شهر محل سکونت زائر تا مشهد، تعداد دفعات بیشتر سفرهای پیشین زائر به مشهد باعث طولانی‌تر شدن مدت اقامت زائر می‌شود. همچنین زائران روستانشین در مقایسه با شهرنشین‌ها مدت بیشتری در مشهد اقامت داشته‌اند.

رمضانی و نیکدل (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای عوامل مؤثر در افزایش طول اقامت گردشگران را در شهرستان صومعه سرا بررسی کردند. نتایج بررسی آنها نشان داد که رابطه معنی‌داری بین امکانات و طول اقامت گردشگران وجود دارد، اما چنین رابطه‌ای بین معرفی جاذبه‌ها و طول اقامت برقرار نیست.

یوئوپ^۳ و همکاران (۲۰۱۶) با بررسی عوامل موثر بر گردشگری در جزیره لانکاوای مالزی، این عوامل را به چهار گروه تقسیم می‌کنند که به ترتیب عبارتست از عوامل اقتصادی، جذابیت منطقه

¹ Jaafar

² Khoshkam

³ Yusup

گردشگری، زیر ساخت‌ها و پدیده‌های فصلی. در ادامه آنها با مطالعه میدانی نشان می‌دهند که زیر ساخت‌های موجود در مالزی و همچنین عوامل اقتصادی نظیر تولید ناخالص داخلی کشورهای مبدأ، تاثیر مهمی بر جذب گردشگر در مالزی دارد.

اسلان^۱ و همکاران (۲۰۰۹) به برآورد تابع تقاضای گردشگری ترکیه طی دوره (۲۰۰۴-۱۹۹۵) با تاکید بر عواملی مانند زیرساخت شبکه حمل و نقل، ظرفیت اقامت در کشور میزبان و شبکه‌های ارتباطی نوین پرداختند و از متغیرهای ظرفیت اقامتی در ترکیه و نسبت سرمایه گذاری دولتی به تولید ناخالص داخلی در زمینه جاده، فرودگاه، راه آهن، بیمارستان و ارتباطات در مدل کمی خود استفاده نموده‌اند. نتایج مطالعه آنها نشان داد که افزایش ظرفیت هتلها و زیرساختهای عمومی موجب افزایش تقاضای گردشگری می‌شود.

خادارو^۲ و ستانا^۳ (۲۰۰۸) با استفاده از مدل جاذبه، نقش زیرساختهای حمل و نقل را به مثابه یکی از عناصر گردشگری در توسعه توریسم بین المللی بررسی کردند. آنها دریافتند که زیرساختهای حمل و نقل مهمترین گزینه در تعیین جریانهای توریستی در نواحی مقصد است. همچنین آنها نتیجه گرفتند که نحوه دسترسی به جاذبه‌ها نقش مهمی در رضایت گردشگر و میزان صرف هزینه وی دارد. کرچر^۴ و لاو^۵ (۲۰۰۸) در مقاله‌ای الگوهای رفتاری گردشگران در شهر هنگ کنگ را ارزیابی کردند و دریافتند که ۲۱ درصد از کل مسافرتهاى روزانه گردشگران در شهر هنگ کنگ در محدوده ۵۰۰ متر هتل محل اقامت آنها است. بر این اساس ایشان، هتل‌ها را در بازار گردشگری بسیار مؤثر دانستند.

نظری و همکاران (۱۳۹۶) عوامل مؤثر بر جذب گردشگران بین المللی ایران را با استفاده از مدل جاذبه مورد بررسی قرار دادند. متغیر وابسته این پژوهش تعداد گردشگران ورودی به ایران به تفکیک از ۵۳ کشور در سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۱۳ و متغیرهای مستقل فاصله جغرافیایی، جمعیت، تولید ناخالص داخلی سرانه، نرخ ارز بر حسب قیمت واقعی سال ۲۰۱۰، تعداد تخت هتلها، جاذبه‌های ثبت جهانی و شاخص برند کشور می‌باشند که داده‌های آنها از مراکز اطلاعاتی داخلی و بین المللی استخراج شده است. بررسی آنها نشان داد که تمامی متغیرها به جزء متغیر جاذبه‌های ثبت جهانی از لحاظ آماری معنی دار می‌باشند. به لحاظ اهمیت نیز متغیر شاخص برند و بعد از آن تعداد تخت هتلها بیشترین تأثیر را بر تقاضای گردشگری دارند و تنها عامل منفی متغیر فاصله‌ی جغرافیایی می‌باشد.

شاه آبادی و سیاح (۱۳۹۲) با بررسی تاثیر زیر ساخت‌های اقتصادی بر گردشگری در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته براساس رویکرد پانل دیتا دریافتند که توسعه سلامت، بهداشت و

¹ Aslan

² Khadaroo

³ Seetana

⁴ Kercher

⁵ Lau

آموزش در جذب گردشگر کشورهای توسعه یافته موثر بوده، اما بر جذب گردشگر کشورهای درحال توسعه تاثیر نداشته است.

زرآبادی و عبدا... (۱۳۹۲) با بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری منطقه چابهار بر اساس روش تحلیل شبکه‌ای به این نتیجه می‌رسند که زیرساخت‌ها و توان اقتصادی از عوامل موثر بر توسعه گردشگری می‌باشند و به دلیل عدم برخورداری منطقه چابهار از این امکانات، این منطقه در جذب گردشگر موفق نبوده است.

خوش اخلاق و همکاران (۱۳۹۰) مطالعه‌ای را با عنوان تخمین تابع تقاضای اکوتوریسم (زیر مجموعه توریسم) در شهر اصفهان برای سال ۱۳۹۰ با جمع آوردی داده‌ها به صورت میدانی انجام داده‌اند. متغیر وابسته مطالعه آنها تعداد گردشگران جذب شده به اصفهان و متغیرهای مستقل درآمد مسافر، هزینه حمل و نقل، هزینه اقامت، بازاریابی، تبلیغات و تفاوت دمای مقصد و مبدا می‌باشد. آنها نتیجه می‌گیرند که از بین متغیرهای یاد شده فقط متغیرهای درآمد و هزینه اقامت تاثیر معنی دار بر متغیر وابسته دارند.

وارثی و همکاران (۱۳۹۰) وضعیت زیرساختهای گردشگری در شهر اصفهان را مورد بررسی قرار داده و بیان می‌کنند یکی از مشکلات خدمات گردشگری نبود مکانهای سکونتی و هتلهای مناسب در تمام فصلهای سال و برای تمام اقشار جامعه با درآمدهای مختلف است. همچنین مهمترین مزیت شهر اصفهان را دسترسی مناسب هتلهای آن به مراکز تفریحی، تاریخی و تجاری در این شهر می‌دانند و معتقدند که وجود جاذبه‌های تاریخی در این شهر، فرصت خوبی برای صنعت هتلداری به شمار می‌آید.

سلیمانی مقدم و اسلامی (۱۳۹۰) با انجام مطالعه میدانی به بررسی نقش زیرساخت‌های اقامتی در فعالیت‌های گردشگری شهر رشت پرداخته و به این نتیجه می‌رسند که کاهش تعداد مراکز اقامتی در شهر رشت از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ موجب کاهش در تعداد گردشگران این شهر شده است.

روش شناسی تحقیق: معرفی الگو و تحلیل داده‌ها

معرفی الگو

با عنایت به مبانی نظری و مطالعات تجربی در این قسمت عوامل موثر بر تعداد و طول اقامت گردشگر به سه گروه تقسیم می‌شود. گروه اول در ارتباط با عوامل طرف عرضه استان‌ها هستند که در واقع شامل زیر ساخت‌هایی از قبیل مراکز اقامتی، زیر ساخت‌های حمل و نقل و همچنین سطح بهداشت و اعتبارات دولتی می‌باشند. گروه دوم ویژگی‌های منطقه گردشگری از جمله جمعیت، فاصله جغرافیایی، تعداد مراکز فرهنگی و جاذبه‌های طبیعی را شامل می‌شود و گروه سوم به ویژگیهای فردی گردشگر از جمله درآمد وی دلالت دارد. بر این اساس الگوهای مورد بررسی در این مطالعه به صورت زیر معرفی می‌شود.

$$NTU_{it} = f(HO_{it}, TWA_{it}, BE_{it}, HE_{it}, HS_{it}, CR_{it}, NCU_{it}, EDU_{it}, DS_{it}, PU_{it}, DI_{it}, LTU_{it}, GDPN_{it}, X_{it}) \quad (1)$$

$$LTU_{it} = f(HO_{it}, TWA_{it}, BE_{it}, HE_{it}, HS_{it}, CR_{it}, NCU_{it}, EDU_{it}, DS_{it}, PU_{it}, GDPN_{it}, X_{it}) \quad (2)$$

که در آن $X, DI, PU, GDPN, DS, EDU, NCU, CR, HS, BE, TWA, HO, LTU, NTU$ به ترتیب به تعداد گردشگر، طول اقامت گردشگر بر حسب تعداد روز، تعداد کل مراکز اقامتی، طول راه‌های اصلی شامل آزاد راه، بزرگراه و غیره بر حسب کیلومتر، شاخص بهداشت بر حسب تعداد تخت مراکز درمانی استان‌ها، شاخص بهداشت بر حسب تعداد پزشک متخصص، اعتبارات عمرانی استانی دولت بر حسب میلیارد ریال و به قیمت‌های ثابت، تعداد مراکز فرهنگی، تعداد دانشجویان، متغیر مجازی مربوط به استان‌های شمالی کشور، درآمد سرانه واقعی استان‌ها (به غیر از استان مقصد گردشگری)، تعداد جمعیت، مجموع فاصله استان از سایر استان‌ها بر حسب کیلومتر و متغیرهای کنترلی دلالت دارند. همچنین i, t به ترتیب زمان و استان‌ها را مورد اشاره قرار می‌دهند. با عنایت به اینکه طول اقامت گردشگر بر هزینه مسافرت اثر گذار بوده و به این ترتیب ممکن است گردشگر را از اقدام به مسافرت منصرف نماید. لذا در مدل تعداد گردشگر، طول اقامت به عنوان یکی از عوامل تاثیر گذار معرفی شده است. اما از آنجا که استدلال منطقی در خصوص تاثیر تعداد گردشگر بر طول اقامت وجود ندارد. لذا در مدل طول اقامت، تعداد گردشگر منظور نشده است. البته در این خصوص که آیا تعداد گردشگر در طول اقامت تاثیر دارد یا نه؟ لازم است آزمون برونزایی صورت پذیرد. همچنین از آنجا که فاصله زیاد بین مناطق گردشگری و استان‌های مبدا موجب افزایش هزینه مسافرت می‌شود و از این طریق بر تعداد گردشگران تاثیر می‌گذارد، لذا در مدل تعداد گردشگر، فاصله جغرافیایی نیز به عنوان متغیر تاثیر گذار مد نظر قرار گرفت.

تعداد گردشگران استان‌ها و طول اقامت آنها بر اساس نتایج آمارگیری از گردشگران ملی که توسط مرکز آمار صورت گرفته، حاصل شده است. همچنین آمار و اطلاعات جمعیت، تعداد مراکز اقامتی، هتل‌ها، طول راه‌ها و آزادراه‌ها و تعداد تخت مراکز درمانی و تعداد پزشک متخصص (شاخص بهداشت)، تعداد مراکز فرهنگی و تعداد دانشجویان از اطلاعات سالنامه آماری اخذ شده است. در خصوص اطلاعات مربوط به تولید ناخالص استان‌ها نیز از آمار سایت مرکز آمار ایران استفاده شده است.

استفاده از آمار تعداد مراکز اقامتی به جای اطلاعات تعداد اتاق و تخت این مراکز، به این دلیل بوده است که با افزایش تعداد مراکز اقامتی، رقابت در جذب گردشگر بین این مراکز بیشتر شده و به این ترتیب بهای اقامت در این مراکز نیز کاهش یافته و این امر خود منجر به افزایش کیفیت این مراکز و جذب بیشتر گردشگر در آنها می‌گردد.

به منظور نشان دادن جاذبه‌های طبیعی استان‌ها از متغیر دامی DS استفاده شده است. این متغیر برای استان‌های شمالی کشور یک و برای بقیه استان‌ها صفر می‌باشد و به این ترتیب میزان جاذبه‌های طبیعی در استان‌ها به دو گروه تقسیم شده‌اند که استان‌های شمالی به خاطر طبیعت خاص خود در گروه اول و سایر استان‌ها در گروه دوم قرار گرفته‌اند.

برای سنجش شاخص بهداشت از دو متغیر تعداد تخت و تعداد پزشک متخصص استفاده شده است که تعداد تخت بر بهداشت عمومی دلالت دارد و در تصمیم همه گردشگران برای مسافرت اهمیت دارد. اما تعداد پزشک متخصص در ارتباط با گردشگرانی است که برای درمان بیماری مسافرت می‌کنند. همچنین از آنجا که طی سالهای گذشته دانشگاه‌های زیادی در استان‌های مختلف کشور تاسیس شده و همین امر با افزایش تعداد دانشجویان غیر بومی در استان‌ها، زمینه مسافرت بیشتر به این استان‌ها را فراهم نموده است، لذا در الگوهای فوق علاوه بر متغیر تعداد مراکز فرهنگی، تعداد دانشجویان استان‌ها نیز مدنظر قرار گرفته است.

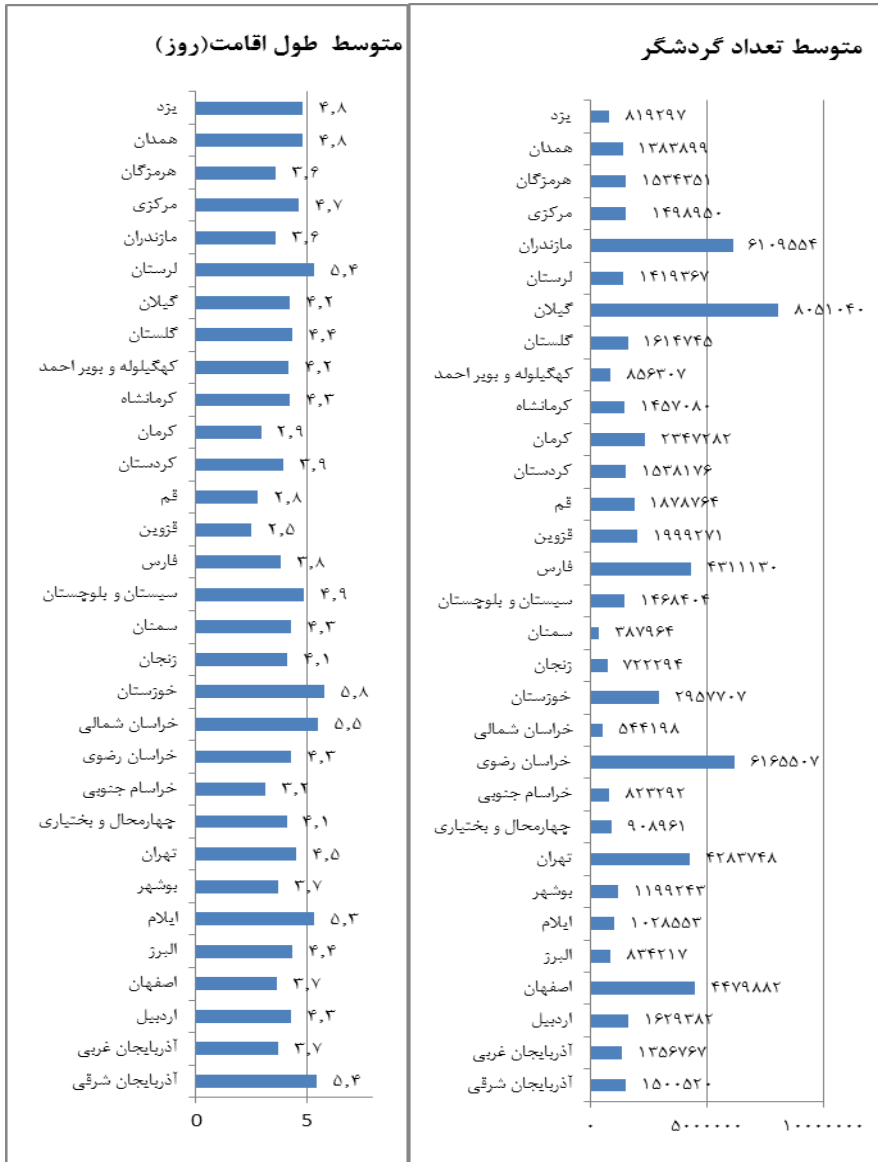
تحلیل وضعیت گردشگری استان‌ها

به منظور بررسی وضعیت استان‌ها به لحاظ گردشگری، متوسط دو متغیر تعداد گردشگران جذب شده در استان‌ها و همچنین متوسط طول اقامت آنها برای دوره (۱۳۹۰-۱۳۹۳) در نمودار (۲) نشان شده است.

بر اساس اطلاعات ارائه شده در نمودار (۲) استان‌های گیلان، خراسان رضوی، مازندران، اصفهان، شیراز، تهران و خوزستان به ترتیب بیشترین گردشگر در دوره مورد بررسی را به خود اختصاص داده‌اند. بررسی امکانات و تسهیلات عمومی برای استان‌های فوق، نشان می‌دهد که این استان‌ها، معمولاً از عوامل عرضه مناسبی نیز برخوردار می‌باشند. البته استان‌های گیلان و مازندران به دلیل برخورداری از طبیعت خاص، اصفهان و شیراز به دلیل دارا بودن مراکز فرهنگی متعدد و همچنین استان خراسان رضوی به دلیل وجود مقدس مرقد امام هشتم از جاذبه‌های گردشگری نیز برخوردار هستند. بر اساس نمودار (۲) استان‌های سمنان و خراسان شمالی از کمترین گردشگر طی سالهای مورد بررسی برخوردار بوده‌اند.

بررسی متوسط طول اقامت گردشگران در استان‌های کشور برای دوره (۱۳۹۰-۱۳۹۳) بر اساس نمودار (۲) حاکی از آن است که طول اقامت گردشگران در استان‌های خوزستان، خراسان شمالی، آذربایجان شرقی و ایلام بیش از پنج روز بوده، اما در سایر استان‌ها کمتر از ۵ روز می‌باشد و در استان‌های قم، قزوین و کرمان کمتر از سه روز طی دوره مورد بررسی بوده است. چنانچه ملاحظه می‌شود بر خلاف تعداد گردشگر، طول اقامت گردشگران در برخی استان‌های محروم از امکانات اقامتی، بهداشتی و... از جمله استان‌های ایلام و خراسان شمالی نیز بیشتر است.

همانطور که از نمودار (۲) قابل مشاهده است پراکندگی تعداد گردشگران بین استان‌های کشور نسبت به طول اقامت آنها بسیار زیاد است. به طوریکه ضریب تغییرات متوسط تعداد گردشگران بین استان‌های کشور ۸۵ درصد بوده، که بیش از ۴ برابر ضریب تغییرات طول اقامت گردشگران (۱۹ درصد) می‌باشد. این موضوع به نابرابر بودن متغیرهای موثر بر تعداد گردشگران در بین استان‌های کشور نسبت به متغیرهای موثر بر طول اقامت دلالت دارد.



نمودار (۲) متوسط تعداد گردشگر و طول اقامت گردشگران طی دوره (۱۳۹۰-۱۳۹۳)

ماخذ: مرکز آمار ایران ، نتایج آمارگیری از گردشگران ملی

برآورد الگو و تجزیه و تحلیل نتایج

به منظور برآورد الگوهای معرفی شده در قسمت قبل، از داده‌های ۳۱ استان کشور برای سالهای (۱۳۹۳-۱۳۹۰) استفاده شده است. قبل از برآورد هر مدلی لازم است مانایی متغیرها و هم انباشتگی مدل مورد آزمون قرار گیرد. اما با عنایت به مباحث مانایی برای دوره زمانی کوتاه از جمله دوره مورد بررسی در این مطالعه (۱۳۹۳-۱۳۹۰) نیازی به آزمون مانایی نیست. (بالتاجی، ۲۰۰۵: ۲۴۸-۲۳۸)^۱. همچنین به منظور برآورد مدل در قالب داده‌های تابلویی، لازم است وجود اثرات ثابت و یا تصادفی مورد آزمون قرار گیرد که برای این مهم از آزمونهای F لیمر، هاسمن و همچنین آزمون بروش پاکان استفاده شده است. در جداول ۱ و ۲ نتایج آزمون‌ها به ترتیب برای الگوی ۱ و ۲ نشان داده شده است.

جدول (۱) آزمون های f لیمر، هاسمن و بروش پاکان برای الگوی شماره ۱

آزمون f لیمر، هاسمن و بروش پاکان	مقادیر آزمون و درصد خطا برای مقاطع	مقادیر آزمون و درصد خطا برای اثرات زمانی
F	۳/۳۴	۱/۱
Prob F	۰/۰۰	۰/۳۴
(hausman) Chi ²	۱۱	-
Prob Chi ² (hausman)	۱	-
Chi ² (Breusch-P.)	۵	۱/۹۸
Prob Chi ² (Breusch-P.)	۰/۰۲	۰/۱۵

ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

جدول (۲) آزمون های f لیمر، هاسمن و بروش پاکان برای الگوی شماره ۲

آزمون f لیمر، هاسمن و بروش پاکان	مقادیر آزمون و درصد خطا برای مقاطع	مقادیر آزمون و درصد خطا برای اثرات زمانی
F	۳/۷۳	۰/۸۶
Prob F	۰/۰۰	۰/۵
(hausman) Chi ²	۱۷	-
Prob Chi ² (hausman)	۰/۰۳	-
Chi ² (Breusch-P.)	۱۵	۱/۴۷
Prob Chi ² (Breusch-P.)	۰/۰۰	۰/۲۳

ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

^۱ در مطالعات اقتصاد سنجی، زمانی که T کوچک است، آزمون های ریشه واحد از اعتبار پایینی برخوردارند. در این خصوص آزمونهای LLC و IPS نیاز دارند دوره زمانی به قدری بلند باشد که $T \rightarrow \infty$ یعنی $\frac{N}{T} \rightarrow 0$ باشد. یعنی N باید به اندازه کافی نسبت به T کوچک باشد (Baltagi 2005 p243). لوین، لین و چو پیشنهاد می کنند که آزمون ریشه واحد پانل آنها برای پانل های با اندازه متوسط (N بین ۱۰ و ۲۵۰) و (T بین ۲۵ و ۲۵۰) استفاده شود (Baltagi 2005 p241).

بر اساس نتایج آزمون‌ها در جداول (۱) و (۲)، الگوی شماره ۱ از اثرات ثابت تصادفی در مقاطع و الگوی شماره ۲ از اثرات ثابت در مقاطع پیروی می‌کند. بر اساس نتایج آزمون‌ها الگوها از اثرات زمانی ثابت و تصادفی برخوردار نیستند.

با عنایت به نتایج آزمونهای اثرات ثابت و تصادفی، نتایج برآوردها در جدول (۳) برای هر دو الگو ارائه شده است. همانطور که در جدول مذکور نشان داده شده است، پارامترهای ارزیابی هر دو الگو ($R^2, D.W, F, \text{prob-F}$) نشان می‌دهند که مدل‌ها به لحاظ آماری معنی‌دار بوده و به خوبی برازش شده است. این پارامترها به همراه سایر آزمون‌ها از جمله آزمون نرمال بودن پسماندها، اعتبار مدل‌های برآورد شده را تأیید می‌کنند.

اما موضوع دیگری که در تخمین الگوها لازم است مورد بررسی قرار گیرد، بررسی رابطه متقابل بین دو متغیر طول اقامت و تعداد گردشگر می‌باشد. همانطور که در قسمت معرفی الگوها بیان شد طول اقامت گردشگر بر هزینه مسافرت اثرگذار بوده و به این ترتیب تعداد گردشگران استان‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد لذا در مدل تعداد گردشگر، طول اقامت به عنوان یک متغیر توضیحی معرفی شده است. اما سوال این است که آیا طول اقامت نیز از تعداد گردشگر تاثیر می‌پذیرد و رابطه متقابلی بین دو متغیر وجود دارد یا نه؟

همانطور که بیان شد استدلال منطقی در خصوص تاثیر تعداد گردشگر بر طول اقامت وجود ندارد اما به منظور اطمینان و پاسخ به سوال فوق از آزمون برونزایی هرن^۱ و موسکاتلی^۲ (۱۹۹۲) استفاده می‌شود.^۳ این آزمون در مطالعات داخلی از جمله مطالعه اسلاملوئیان و ذاکری (۱۳۸۸) نیز بکار رفته است. براساس این آزمون ابتدا مدل تعداد گردشگر برآورد می‌شود و جز خطاء آن بدست می‌آید (Residntu). در ادامه جز خطاء بدست آمده به عنوان متغیرهای توضیحی در مدل طول اقامت اضافه شده و مدل طول اقامت مجدداً برآورد می‌شود. اگر ضریب مربوط به جزء خطاء مدل

¹ Hurn

² Muscatelli

³ آزمون برونزایی فوق برگرفته از مفهوم معادلات همزمان است. همانطور که می‌دانیم در سیستم معادلات همزمان (همانند مثال زیر) موضوع این است که مطابق معادله (۱)، u بر y تاثیر دارد و مطابق معادله (۲) y بر x تاثیر می‌گذارد و به این ترتیب u و x از هم مستقل نبوده و لذا فرض کلاسیک (مستقل بودن متغیر توضیحی و جزء خطا) نقض می‌شود.

$$Y = a + bx + u \quad (1)$$

$$X = d + ey + e \quad (2)$$

حال اگر مطابق با توصیف فوق از معادلات همزمان اگر اثبات شود که بین u و x ارتباطی وجود ندارد، مشکل نقض فرض کلاسیک، رفع خواهد داشت. آزمون برونزایی هرن و موسکاتلی نیز براساس همین استدلال شکل گرفته است. به منظور انجام این آزمون ابتدا معادله اول برآورد و جزء خطاء u بدست می‌آید و سپس جزء خطاء مذکور در معادله (۲) به عنوان متغیر توضیحی معرفی می‌شود. اگر ضریب متغیر جزء خطاء در معادله (۲) معنی‌دار باشد در آن صورت ارتباط بین u و x و در واقع رابطه متقابل بین دو متغیر y و x اثبات می‌شود. در غیر این صورت متغیر x در معادله اول متغیر برونزا بوده و بحث همزمانی و رابطه متقابل بین متغیرهای y و x منتفی است.

تعداد گردشگر در مدل طول اقامت معنی دار نباشد، در آن صورت متغیر طول اقامت در مدل تعداد گردشگر متغیری برونزا بوده و از متغیر وابسته یعنی تعداد گردشگر تاثیر نمی‌پذیرد و لذا برآوردهای صورت گرفته از اعتبار لازم برخوردار خواهند بود.

نتایج آزمون برونزایی هرن و موسکاتلی در جدول (۳) نشان می‌دهد که متغیر توضیحی جزء خطاء (Residntu) در مدل طول اقامت معنی‌دار نیست و لذا همانطور که براساس بحث‌های تئوریک نیز انتظار می‌رفت، متغیر طول اقامت در مدل تعداد گردشگر متغیری برونزا است و رابطه متقابل بین طول اقامت و تعداد گردشگر وجود ندارد.

بر اساس نتایج جدول (۳) عواملی که بر جذب تعداد گردشگر استانی تاثیر معنی دار دارند عبارتند از تعداد اماکن اقامتی، تعداد تخت مراکز درمانی، اعتبارت دولتی، آزاد راه‌ها و تعداد مراکز فرهنگی هر استان و همچنین متغیر مجازی مربوط به استان‌های شمالی. اکثر این عوامل از جمله تعداد اماکن اقامتی، تعداد تخت مراکز درمانی، اعتبارت دولتی، آزاد راه‌ها چنانچه در ادبیات تحقیق (قسمت قبلی) بیان شد، عوامل طرف عرضه هستند. همچنین متغیرهای تعداد مراکز فرهنگی هر استان و متغیر مجازی مربوط به استان‌های شمالی جزء متغیرهای مربوط به ویژگی و جاذبه استان‌ها هستند. همانطور که ملاحظه می‌شود عوامل مذکور تاثیر مثبت و معنی دار بر تعداد جذب گردشگر دارند. این در حالی است که بر اساس نتایج برآورد الگوی ۲ در جدول (۳) عوامل مذکور بر طول اقامت تاثیر معنی‌داری ندارند. براساس این نتایج می‌توان گفت عوامل عرضه که در واقع تسهیلات رفاهی ارائه شده از سوی استان‌ها می‌باشد بر تعداد جذب گردشگر موثر بوده، اما بر طول اقامت آنها تاثیری ندارند.

همچنین نتایج حاصل از برآورد الگوی شماره ۲ حاکی از آن است که متغیرهایی همانند تعداد جمعیت مقصد گردشگری، درآمد سرانه استان‌های مبداء، تعداد پزشکان متخصص و تعداد دانشجویان بر طول اقامت گردشگران تاثیر معنی‌داری دارند. این در حالی است که بر اساس نتایج الگوی ۱ تاثیر متغیرهای مذکور بر تعداد گردشگر معنی‌دار نیست.

نتایج فوق دلالت بر آن دارد که عوامل طرف عرضه و امکانات ایجاد شده برای گردشگر، در تصمیم گردشگر برای مسافرت تاثیر معنی‌داری دارند، اما طول اقامت گردشگر به عواملی غیر از عوامل طرف عرضه وابسته است. به عبارتی طول اقامت گردشگر با افزایش امکانات رفاهی از جمله اماکن اقامتی، بهداشت عمومی، افزایش آزاد راه‌ها در مقصد گردشگری، افزایش نمی‌یابد. اما ویژگی‌های فردی از جمله درآمد گردشگر و برخی از مشخصات منطقه گردشگری از جمله تعداد جمعیت، تعداد پزشک متخصص و یا تعداد دانشجوی مقصد گردشگری، بر طول اقامت گردشگر موثر هستند.

تاثیر مثبت و معنی دار تعداد دانشجویان بر طول اقامت در واقع نشان دهنده تاثیر توانمندی استان‌ها در بعد آموزش بر طول اقامت است. از طرفی نتیجه مذکور حاکی از آن است که وجود

شعبه‌های زیاد دانشگاه‌ها و موسسات غیر انتفاعی آموزشی در برخی استان‌ها نسبت به سایر مناطق باعث تردد دانشجویان و همراهان آنها در استان‌های مذکور شده و همین امر موجب معرفی بیشتر توانمندی و جاذبه‌های این استان‌ها شده است و با معرفی بیشترین جاذبه‌ها، طول اقامت نیز افزایش یافته است.

متغیر دامی ds مربوط به استان‌های مازندران و گیلان می باشد. از آنجا که استان‌های مازندران و گیلان به خاطر طبیعت خاص خود، مسافران زیادی را به خود اختصاص داده‌اند، معنی‌داری این متغیر و خاص بودن استان‌های مربوطه در هر دو الگو قابل توجیه است. به عبارتی جاذبه‌های خاص این مناطق هم موجب افزایش تعداد گردشگر و هم بر طول اقامت آنها تاثیر گذار است.

بر اساس نتایج الگوها، شاخص بهداشت عمومی (تعداد تخت مراکز درمانی) که از جمله متغیرهای طرف عرضه است بر تعداد گردشگر تاثیر مثبت و معنی دار دارد، اما بر طول اقامت تاثیر ندارد. همچنین تعداد پزشک متخصص که نشان‌دهنده دانش و امکانات پزشکی و از جمله توانمندی‌ها و جاذبه‌های استان‌ها محسوب می‌شود، بر تعداد گردشگر تاثیر ندارد، اما منجر به افزایش طول اقامت می‌شود.

بر اساس نتایج فوق متغیرهای اثر گذار بر طول اقامت گردشگران، غالباً از جمله متغیرهای مرتبط با ویژگی، توانمندی و یا جاذبه‌های مقصد گردشگری هستند. به عبارتی متغیرهایی مثل تعداد پزشکان متخصص منطقه گردشگری که موجب افزایش توریست سلامت به مقصد گردشگری می‌شوند، تعداد دانشجو و همچنین متغیر مجازی مربوط به استان‌های شمالی از جمله متغیرهای مرتبط با توانمندی و جاذبه‌های مقصد گردشگری هستند. البته طول اقامت تنها تحت تاثیر توانمندی و جاذبه‌های استان‌ها نبوده، بلکه به درآمد گردشگر و همچنین ویژگی منطقه از جمله جمعیت منطقه نیز وابسته است. این در حالی است که تعداد گردشگر تحت تاثیر عوامل عرضه و برخی از جاذبه‌ها از جمله جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی است.

رابطه بین تعداد گردشگران و طول اقامت آنها در الگوی شماره ۱ مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاصل از برآورد الگو ۱ در جدول (۳) نشان می دهد که طول اقامت گردشگر تاثیر منفی و معنی دار بر تعداد گردشگر دارد. به عبارتی با افزایش طول اقامت گردشگر، هزینه مسافرت افزایش و همین امر باعث می‌شود که بسیاری از گردشگران از اقدام به مسافرت منصرف شوند.

همچنین بر اساس نتایج الگوی ۱، فاصله جغرافیایی تاثیر منفی بر تعداد گردشگر دارد. چرا که فاصله زیاد بین مناطق گردشگری و استان‌های مبدأ موجب افزایش هزینه مسافرت و کاهش تعداد گردشگران مناطق دور افتاده می‌گردد که مطابق با انتظارات تئوریک و نتایج مطالعات قبلی است.

با عنایت به اینکه احداث راهها و ارتقاء شاخص بهداشت اغلب در قالب اعتبارات عمرانی استانی صورت می‌پذیرد، حضور متغیر اعتبارات دولتی در الگوی ۱ و تاثیر مثبت و معنی دار آن بر تعداد

گردشگر در کنار متغیرهای مربوط به حمل و نقل و بهداشت در واقع به تاثیر سایر زیرساخت‌های دولتی بر جذب گردشگر دلالت دارد که اطلاعات آنها در دسترس نبوده و در مدل معرفی نشده‌اند

جدول (۳) نتایج حاصل از برآورد الگوهای ۱ و ۲

الگوی ۱ (متغیر وابسته: تعداد گردشگر)				الگوی ۲ (متغیر وابسته: طول اقامت گردشگر)				آزمون برونزیایی	
نام متغیرها (نماد)	ضرایب	آماره T	متغیرهای معنی دار	نام متغیرها (نماد)	ضرایب	آماره T	متغیرهای معنی دار	ضرایب	آماره T
C	۰/۰۰۱	۰/۰۸		C	-۰/۰۰۱	۰/۰۴		-۰/۰۰۲	-۰/۰۱
HO	۰/۱۹	۳/۹	*	HO	-۰/۰۸	-۰/۰۷		-۰/۰۰۸	-۰/۰۷
BE	۰/۱۲	۳/۶	*	BE	-۰/۰۳	-۱/۶		-۰/۰۳	-۱/۵
CR(-1)	۰/۱۲	۱/۸	*	CR(-1)	-۰/۰۰۲	-۰/۰۷		-۰/۰۱	-۰/۲۱
TWA	۰/۱	۲/۹	*	TWA	۰/۰۳	۰/۶۶		۰/۰۲	۰/۵۳
NCU	۰/۲	۴/۵	*	NCU	۰/۰۴	۰/۷۴		۰/۰۳	۰/۵
DS	۰/۰۱۵	۶/۱	*	DS	۰/۰۱	۹	*	۰/۰۱	۵/۵
EDU	-۰/۱۷	-۱/۱		EDU	-۰/۵	۲/۳	*	-۰/۴۷	۲
HS	-۰/۱۱	۱/۱۶		HS	۰/۱۸	۲/۱	*	۰/۱۷	۱/۹۴
GDPN	۱/۱	۰/۵۶		GDPN	۴۰/۵	۲	*	۴/۶	۲
PU	۰/۳۳	۱/۳		PU	-۴/۱	-۲/۴	*	-۴	-۲/۳
DI	-۰/۴	۱/۹۷		Residnt u				-۰/۰۰۱	-۰/۸۶
LTU	-۰/۴۶	۴/۱۵							
Cross-section random									
R ²	۰/۷۳			R ²	۶۴			۶۴	
F	۲۴			F	۳/۴			۳/۴	
Prob-F	۰/۰۰۰			Prob-F	۰/۰۰۰			۰/۰۰۰	
D.W	۱/۸۷			D.W	۲/۲			۲/۲	

ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

نقش موثر صنعت گردشگری در رشد تولیدات و افزایش اشتغال، بهبود در توزیع درآمد و رفاه جامعه، آن را به عنوان صنعت پیشرو برای توسعه اقتصادی کشورها تبدیل کرده است. بر این اساس بررسی‌های متعددی در کشورها از جمله ایران برای شناسایی عوامل موثر بر رشد و توسعه صنعت مذکور صورت گرفته است. اما غالب مطالعات انجام شده عوامل موثر بر تعداد گردشگران بین‌المللی را مورد بررسی قرار داده و یا به تحلیل گردشگری منطقه خاص در داخل کشور پرداخته‌اند و به نقش عوامل عرضه و رقابت مناطق مختلف داخل کشور در جذب گردشگر کمتر توجه نمودند. همچنین در این مطالعات یا به تعداد گردشگر توجه شده است و یا طول اقامت گردشگر مورد بررسی قرار گرفته است. لذا در این مطالعه سعی شد ضمن توجه به عوامل عرضه، صنعت گردشگری کشور با رویکرد بین‌استانی و با توجه به عوامل تعیین‌کننده تعداد و طول اقامت گردشگران مورد بررسی قرار گیرد.

به منظور انجام این مطالعه ادبیات موضوع و مطالعات تجربی مورد بررسی قرار گرفت و بر این اساس دو الگو به ترتیب برای تعیین عوامل موثر بر تعداد گردشگران استانی و طول اقامت آنها معرفی شد. الگوهای مذکور با استفاده از اطلاعات ۳۱ استان کشور و برای دوره (۱۳۹۰-۱۳۹۳) در قالب داده‌های تابلویی و به ترتیب با رویکرد اثرات تصادفی و اثرات ثابت برآورد شد. نتایج حاصل از برآورد الگوها نشان داد:

تعداد اماکن اقامتی، تعداد تخت مراکز درمانی، اعتبارات دولتی، آزاد راه‌ها، فاصله جغرافیایی تعداد مراکز فرهنگی هر استان و همچنین متغیر مجازی مربوط به استان‌های شمالی بر تعداد گردشگران استانی تاثیر معنی‌دار و مثبت دارند. اکثر این عوامل چنانچه در ادبیات تحقیق بیان شد، عوامل طرف عرضه هستند. البته تعداد مراکز فرهنگی و متغیر مجازی یاد شده، بر ویژگیها و جاذبه‌های منطقه گردشگری دلالت دارند. به عبارتی هم عوامل طرف عرضه (امکانات ایجاد شده برای گردشگر) و هم جاذبه‌های گردشگری استان‌ها در تصمیم گردشگر برای مسافرت تاثیر معنی‌داری دارند. البته نتایج حاصل از برآورد الگوها نشان می‌دهد که نقش عوامل طرف عرضه در توضیح تغییرات تعداد گردشگرهای استانی بیشتر است. به عبارتی علیرغم اینکه وجود جاذبه‌های خاص در هر منطقه، گردشگران را به مسافرت تشویق می‌کند اما عوامل سمت عرضه در تصمیمات نهایی گردشگر نقش مهمی را بازی می‌کنند. این در حالی است که طول اقامت گردشگر به عوامل عرضه ارتباطی ندارد. به عبارتی طول اقامت گردشگر با افزایش امکانات رفاهی از جمله اماکن اقامتی، بهداشت عمومی، افزایش آزاد راه‌ها برای گردشگر در مقصد گردشگری، افزایش نمی‌یابد. اما درآمد گردشگر و برخی از ویژگی منطقه از جمله تعداد جمعیت و همچنین توانمندی منطقه گردشگری در زمینه برخورداری از دانش پزشکی و دانشگاهها و موسسات آموزشی که در این مطالعه

به ترتیب با معیارهای تعداد پزشک متخصص و تعداد دانشجوی مورد سنجش قرار گرفت و در نهایت بر خورداری از جاذبه‌های طبیعی بر طول اقامت گردشگر موثر هستند.

بررسی رابطه بین تعداد گردشگران و طول اقامت نشان داد که طول اقامت از تعداد گردشگر تاثیر نمی‌پذیرد اما طول اقامت به دلیل افزایش هزینه گردشگران بر تعداد گردشگران تاثیر منفی دارد. این موضوع با عنایت به نتایج این مطالعه که نشان می‌دهد طول اقامت خود از جاذبه‌های استانی تاثیر می‌پذیرد، حاکی از آن است که افزایش جاذبه‌های استانی علیرغم اینکه موجب توسعه صنعت گردشگری است اما در نهایت هزینه مسافرت عامل محدودکننده‌ای برای گردشگران محسوب می‌شود.

بر اساس نتایج فوق توسعه گردشگری مستلزم توجه به هر دو بعد یعنی فراهم نمودن زیرساخت‌های عمومی و تسهیلات رفاهی (عوامل طرف عرضه) از یک طرف به منظور جذب گردشگر بیشتر و ایجاد و معرفی جاذبه‌های گردشگری (عوامل طرف تقاضا) به منظور افزایش طول اقامت گردشگران از سوی دیگر است. البته اهمیت هر کدام از ابعاد مذکور بستگی به وضعیت استان مورد بررسی از نظر تعداد گردشگر و طول اقامت گردشگران دارد. به عبارتی بر اساس نتایج این مطالعه در استان‌هایی همانند قم، قزوین، کرمان و... که در آنها طول اقامت گردشگران پایین است، ضروری است به ارتقاء توانمندی و جاذبه‌های استان در زمینه‌های مختلف توجه شود. همچنین در استان‌هایی مثل خراسان شمالی، سمنان و... که از تعداد گردشگر پایینی برخوردار هستند، ضمن توجه به برخی از جاذبه‌ها از جمله جاذبه‌های فرهنگی، لازم است ارتقاء عوامل عرضه و تسهیلات رفاهی مورد تاکید قرار گیرد.

با عنایت به مراتب فوق در برنامه‌ریزی برای توسعه صنعت گردشگری ملی لازم است عملکرد استان‌ها با توجه به دو متغیر طول اقامت و تعداد گردشگر مورد توجه قرار گیرد و این موضوع مد نظر قرار گیرد که ایجاد امکانات رفاهی در جذب بیشتر گردشگر نقش مهمی دارد اما برای افزایش طول اقامت لازم است توانمندی‌ها و جاذبه‌های استان‌ها در زمینه‌های مختلف ارتقاء یابد و در این خصوص لازم است به انگیزه گردشگران از گردشگری و خواسته‌های آنها توجه شود و سرمایه‌گذاری در زمینه‌های مورد تقاضا صورت پذیرد. این امر مستلزم انجام مطالعه برای هر کدام از استان‌ها و بررسی انگیزه‌های گردشگران استان مورد نظر می‌باشد.

منابع

۱. احد نژاد روشتی، محسن و صالحی میشانی، حیدر (۱۳۹۱). ارزیابی توزیع فضایی زیرساختهای گردشگری و تعیین نقش فرایندهای اقتصادی-سیاسی و رشد فیزیکی شهرها در شکل گیری آن (مطالعه موردی شهر زنجان)، **دو فصلنامه مطالعات گردشگری**، دوره ۱، شماره ۱: ۱۰۵-۹۱.
۲. اسلاملوئیان، کریم و ذاکری، مریم (۱۳۸۸). بررسی تاثیر قانون بانکداری بدون ربا بر تابع تقاضای پول، **فصلنامه علمی - پژوهشی اقتصاد اسلامی**، دوره ۹، شماره ۳۵: ۱۶۰-۱۲۹.
۳. خوش اخلاق، رحمان، نیافر، فاطمه و دلالی اصفهانی، رحیم (۱۳۹۰). تخمین تابع تقاضای اکوتوریسم (مطالعه موردی شهر اصفهان)، **فصلنامه علوم اقتصادی**، دوره ۵، شماره ۱۵: ۴۳-۳۱.
۴. رفیعی، هادی، پارساپور، سارا و رهنما، علی (۱۳۹۵). عوامل اقتصادی اجتماعی مؤثر بر ماندگاری گردشگران داخلی (مورد مطالعه شهر مشهد)، **دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری**، دوره ۴، شماره ۷: ۳۵-۸.
۵. رضانی، بهمن و نیکدل، نسرين (۱۳۸۹). شناخت عوامل مؤثر بر افزایش مدت ماندگاری گردشگران در شهرستان صومعه سرا، **چشم انداز جغرافیایی**، دوره ۵، شماره ۱۳: ۵۹-۴۸.
۶. زرآبادی، سعیده و عبدالله، بهار (۱۳۹۲). ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار با بهره گیری از روش فرایند تحلیل شبکه‌ای، **نشریه علمی-پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران**، شماره ۶: ۴۸-۳۷.
۷. سلیمانی مقدم، محمد و اسلامی، قاسم (۱۳۹۰). نقش زیر ساخت‌های اقامتی در فعالیت‌های گردشگری شهر رشت، **چشم انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)**، دوره ۶، شماره ۱۷: ۱۱۵-۱۰۵.
۸. سقایی، مهدی؛ خواجهی، محمد و اسلامی، علیرضا (۱۳۹۳). واكوی ضریب ماندگاری پایین گردشگران در استان گلستان با تأکید بر گردشگران عبوری، **اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالشها و چشم اندازها**، استان خراسان رضوی، مشهد.
۹. شاه آبادی، ابوالفضل و سیاح، علی (۱۳۹۲). تاثیر زیر ساخت‌های اقتصادی بر گردشگری، رویکرد پنل دینا، مقایسه‌ی تطبیقی کشورهای درحال توسعه و توسعه یافته، **مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری**، دوره ۲، شماره ۷: ۴۳-۲۵.
۱۰. شمعی، علی و موسی وند، جعفر (۱۳۹۰). سطح بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل Topsis و AHP، **فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای**، دوره ۳، شماره ۱۰: ۴۰-۲۳.

۱۱. فروغزاده، سیمین؛ شریعتی مزینانی، سعید؛ دانایی سیج، مجید (۱۳۹۱). تحلیل جامعه شناختی مدت اقامت زائران ایرانی در شهر مشهد، **مطالعات اجتماعی ایران**، دوره ۶، شماره ۳ و ۴: ۱۵۷-۱۷۹.
۱۲. قاسمی، فروغ، زیاری، کرامت ا... و صادقی، محمد (۱۳۹۳). تحلیل کیفی و مکانی مراکز اقامتی شهر شیراز جهت توسعه گردشگری (با تاکید بر هتل‌ها)، **جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای**، شماره ۱۱: ۱۳-۱.
۱۳. للّحج، رفیعه و ستاری، حسن (۱۳۹۳). بررسی نقش فضاهای عمومی شهر در ماندگاری توریسم و بهبود گردشگری، **اولین همایش ملی توریسم و گردشگری سبز**.
۱۴. نصرالهی، خدیجه، جهانبازی، ندا و ناصری، طاهره (۱۳۹۱). رده بندی استان‌های کشور برحسب جاذبه‌های گردشگری، **فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری**، دوره ۹، شماره ۲۸: ۳۷-۱۷.
۱۵. نظری، محسن، اسفیدانی، محمد رحیم و طباطبائی، سید مهدی (۱۳۹۶). ارزیابی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران بین المللی به ایران با استفاده از مدل جاذبه، **تحقیقات اقتصادی**، دوره ۵۲، شماره ۱: ۲۴۳-۲۱۵.
۱۶. وارثی، حمیدرضا، تقوایی، مسعود و شاهپوند، احمد (۱۳۹۰). تحلیلی بر وضعیت زیرساختهای گردشگری در شهر اصفهان، **مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی**، دوره ۳۲، شماره ۴۴: ۹۱-۱۱۲.
17. Aslan, A., Kula, F. and Kaplan, M. (2009). International tourism demand for Turkey: A dynamic panel data approach, **A Research Journal of International Studies**, Vol.9, Issue 6: 64-75.
18. Alegre, J. and Pou, L. (2006). The length of stay in the demand for tourism, **TourismManagement**, 27(6): 1343-1355.
19. Barros, C.P., Butler, R. and Correia, A. (2010). The length of stay of golf tourism: A survival analysis, **Tourism Management**, Vol. 31, Issue. 1, PP: 13-21.
20. Barros, C.P. and Machado, L.P. (2010). The length of stay in tourist, **Annals of Tourism Research**, 37(3): 692-706.
21. Barros C.P. and Correia A. (2008). Survival analysis in tourism demand: the length of stay in Latin American destinations, **Tourism Analysis**, 13(4): 329-340.
22. Baltagi, B.H. (2005). **Econometric Analysis of Panel Data**, New York, John Wiley.
23. Griglon, A.B., Borgers, A.W.J., Kemprman, A.D.A.M. and Timeermans, H.J.P. (2014). Vacation length choice: a dynamic mixed multinomial logit model, **Tourism Management**, Vol. 41: 158-167.
24. Garcia, E., and Raya, J. (2008). Length of stay for low-cost tourism, **Tourism Management**, 29(6): 1064 – 1075.
25. Gearing, C. (1974). Abolishing a measure of touristic attractiveness, **Journal of Travel Research**, 12(4): 1-8.

26. Hu, Y. and Ritchie, J.R. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach, **Journal of Travel Research**, 32(2): 25-34.
27. Hurn, A. S. and Muscatelli, V.A. (1992). Testing Superexogeneity: The Demand for Broad Money in the UK, **Oxford Bulletin of Economics and Statistics**, 54(4): 543–556.
28. Ipatov, V. (2012). **Factors affecting the development of the tourism industry**, <http://world-tourak.blogspot.my/2012/10/factors-affectingdevelopmentof.html>.
29. Jaafar, M. and Khoshkam, M.(2014).**Length of Stay and Tourism Facility Assessment: The Viewpoint of Malaysian Tourists at Langkawi** , Article available at <http://www.shs-conferences.org>.
30. Kazuzuru, B. (2014). Determinants of Tourist Length of Stay in Tanzania, **International Journal of Business and Social Science**, 5(9): 204-214.
31. Kercher, B. and Lau, G. (2008).Movement patterns of tourists within a destination, **Tourism Geographies**, 10(3): 355–374.
32. Khadaroo, J. and Seetah, B. (2008). The role of transport infrastructure in international tourism development, **Tourism Management**, 29(5): 831–840.
33. Lim, C. (1997). An Econometric classification and review of international tourism demand models, **Tourism Economics**, 3(1): 69-81.
34. Law C.M. (1996).**Urban tourism attraction visitors to large cities**, Man sell. Publishing Limited, London.
35. Mill, R.C. and Morrison, A.M. (1992). **The Tourism System: An Introductory Text**, 2nd ed, Prentice Hall, New Jersey.
36. Salmasi, L., Celidoni, M. and Procidano, I. (2012). Length of stay: Price and income semielasticities at different destinations in Italy, **International Journal of Tourism Research**, Vol.14, Issue. 6: 515-530.
37. Thrane, C. (2012). Tourists' length of stay: the case of international summer visitors to Norway, **Tourism Economics**, 18(5): 1069–1082.
38. Vanhove, N. (2005). **The Economics of Tourism Destinations**, U.K. Elsevier Publishing.
39. Witt, S.F. and Witt, C.A. (1995). Forecasting tourism demand: A review of empirical research, **International Journal of Forecasting**, 11(3): 447- 475.
40. Wang, Y., Zhang, Y., Xia, J. and Wang, Z. (2008). Segmenting the mature travel market by motivation, **International Journal of Data Analysis Techniques and Strategies**, 1(2): 193-209.
41. Wu, C.L. and Carson, D. (2008). Spatial and temporal tourist dispersal analysis in multiple destination travel, **Journal of Travel Research**, Vol. 46, Issue. 3: 311-317.
42. Xiang, Z. and Fesenmaier, D.R. (2008). **Identifying the online tourism domain: Implications for search engine development for tourism**, <http://www.springerlink.com/q4543kq172w34477>.
43. 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.