فصلنامه علمی اقتصاد و مدیریت شهری، ۸(۱(پیاپی ۲۹))، ۳۸ -۲۱
www.iueam.ir
نمایه در ISC، EconLit، Econbiz، EBZ، GateWay-Bayern، SID، Google Scholar، Noormags، Magiran،
Civilica، RICeST، Ensani
شاپا: ۲۸۷۰-۲۳۴۵

فصلنامه علمی
اقتصاد و مدیریت شهری

# اثرات سرریز فضایی و رقابت استان‌های کشور در جذب گردشگر رویکرد اقتصادسنجی فضایی

**سیاوش جانی*** استادیار گروه اقتصاد، دانشگاه پیام‌نور، ایران
**وحید نیک‌پی** کارشناس‌ارشد اقتصاد، دانشگاه پیام‌نور، ایران

**نوع مقاله:** پژوهشی
**تاریخ دریافت:** ۹۸/۰۱/۲۳ **پذیرش:** ۹۸/۰۵/۱۶

**چکیده:** با توجه به فواید توسعه گردشگری، استان‌های مختلف کشور در جذب گردشگر با یکدیگر رقابت می‌کنند، این در حالی است که وجود اثرات سرریز فضایی، امکان افزایش گردشگر در یک استان ناشی از توسعه گردشگری در استان‌های مجاور را مطرح می‌نماید. بر این اساس در این مطالعه در کنار عوامل انگیزشی رقابت استان‌ها برای جذب گردشگر، وجود اثرات سرریز فضایی گردشگری در بین استان‌های کشور مورد بررسی قرار گرفته است. به منظور انجام این بررسی پس از آزمون وجود اثر فضایی، الگوی اقتصادسنجی در چارچوب داده‌های تابلویی پویایی فضایی توسط تخمین‌زن دوربین فضایی برآورد گردید. براساس نتایج به‌دست آمده، بهبود حمل‌ونقل و گسترش راه‌های مواصلاتی استان‌ها که موجب دسترسی گردشگران هر استان به استان‌های مجاور می‌شود، دارای اثرات سرریز فضایی مثبت بوده و موجب افزایش تعداد گردشگران استان‌های مجاور می‌شود، در حالی که تعداد مراکز فرهنگی، تعداد پزشکان متخصص و همچنین ارتقای شاخص فناوری و اطلاعات، از عوامل انگیزشی رقابت بوده و ضمن افزایش تعداد گردشگران هر استان، جذب گردشگر را در استان‌های مجاور کاهش می‌دهد. در نهایت براساس نتایج به‌دست آمده علی‌رغم اینکه استان‌ها در رقابت با یکدیگر به دنبال جذب گردشگر بیشتر هستند اما تعداد گردشگران ورودی هر استان، تأثیر مثبت و معنی‌دار بر تعداد گردشگران ورودی استان‌های مجاور دارد.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، رقابت استانی، اثرات سرریز فضایی، رویکرد اقتصادسنجی فضایی
**طبقه‌بندی JEL**: L83, C21, C46, C26

* نویسنده مسئول: s.jani@pnu.ac.ir

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]

[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

**۱- مقدمه**

در دهه‌های اخیر، بی‌تردید، گردشگری یکی از پدیده‌های اجتماعی- اقتصادی مهم و دارای آثار فرهنگی، سیاسی و محیطی بوده که به صورت پدیده‌ای فراگیر و جهانی درآمده است. در چند دهه گذشته، گردشگری همواره رو به رشد و در حال متنوع شدن و یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان بوده است. از دهه ۱۹۵۰میلادی تاکنون، تعداد گردشگران بین‌المللی با وجود همه بحران‌های سیاسی و اقتصادی در جهان، همواره رو به رشد بوده است. ممکن است این صنعت در مناطقی از جهان دچار رکود و در زمان کوتاه دچار کاهش شده باشد اما برآیند جهانی آن، هم واره مثبت و دارای رشد زیادی بوده است (ویسی، ۱۳۹۶). از این رو امروز گردشگری به عنوان منبع مهمی برای درآمدهای ارزی موردتوجه قرار گرفته و بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و بسیار فشرده، در پی افزایش منافع و عواید حاصل از فعالیت‌های گردشگری هستند (کهنی و همکاران، ۱۳۹۶). در این میان برخی از مطالعات از قبیل مطالعه جانی و دنیابین (۱۳۹۶) با تأکید بر مفهوم مزیت رقابتی که توسط مایکل پورتر[1] (۱۹۹۰) مطرح شد، بیان می‌کنند که موضوع رقابت مناطق مختلف در داخل کشور برای جذب گردشگر از اهمیت اساسی در توسعه صنعت گردشگری برخوردار است. این در حالی است که برخی بررسی‌ها از جمله مطالعه ممی‌پور و عبدی (۱۳۹۶) نشان می‌دهند که توسعه گردشگری در استان‌های کشور دارای اثرات سرریز فضایی است؛ به این معنی که توسعه گردشگری در یک استان موجب افزایش رشد اقتصادی استان مجاور می‌شود. به عبارتی مجاورت استان‌ها و راه‌های ارتباطی مشترک آنها این امکان را به‌وجود می‌آورد که توسعه گردشگری در یک استان، باعث توسعه گردشگری و صنایع مرتبط با آن در استان‌های مجاور شود و به این ترتیب رشد اقتصادی استان مجاور افزایش یابد.

1- Porter

با توجه به مطالب بیان شده، این سؤال مطرح می‌شود که تقویت یک منطقه به لحاظ پتانسیل‌های گردشگری، آیا عوامل انگیزشی رقابت را برانگیخته و گردشگری را در مناطق مجاور کاهش می‌دهد یا اینکه به دلیل وجود اثرات سرریز فضایی منجر به افزایش گردشگر در مناطق مجاور می‌شود؟ بر این اساس در این مطالعه، وجود اثرات سرریز فضایی در کنار عوامل انگیزشی رقابت بین استان‌ها برای جذب گردشگر، مورد بررسی قرار گرفته است.

**۲- پیشینه تحقیق**

**الف) پژوهش‌های خارجی**

زیو[2] و همکارانش (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای به بررسی اثرات سرریز فضایی آلودگی هوا بر گردشگری داخلی در مناطق میانه شرقی چین با استفاده از داده‌های ۱۷۴ شهر برای دوره زمانی ۲۰۱۶-۱۹۹۸ در قالب داده‌های پانلی و با بهره‌گیری از رویکرد اقتصادسنجی فضایی پرداختند. نتایج مطالعه نشان دادند که داده‌های آلودگی هوا و همچنین داده‌های گردشگری داخلی در میانه شرقی چین دارای خودهمبستگی فضایی هستند. همچنین نتایج مطالعه نشان داد که به طور متوسط اثرات مستقیم و سرریز فضایی آلودگی هوا بر گردشگری داخلی شهرهای مورد مطالعه به ترتیب برابر با ۰/۱۹- و ۰/۰۵- می‌باشد که به تدریج و هم‌زمان با حرکت از شهرهای میانه به سمت شمال چین، از اثرات سرریز فضایی آلودگی بر گردشگری کاسته می‌شود.

پاتیندیان و شیباسوا[3] (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای به اندازه‌گیری اثرات سرریز گردشگری در شهرهای استان شیزاکو[4] ژاپن پرداختند. به همین منظور آنها جدول داده ستانده بین‌منطقه‌ای را برای ۳۵ شهر و ۳۵ بخش صنعتی، برآورد نمودند. به این ترتیب مناطقی از استان مذکور که دارای اثرات سرریز فضایی گردشگری بیشتری

2- Xu
3- Patandianan and Shibusawa
4- Shizuoka

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]
[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

اثرات سرریز فضایی و رقابت استان‌های‌کشور در جذب گردشگر ... / سیاوش جانی، وحید نیک‌پی ـــــــ

برای سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۴ با استفاده از الگوهای اقتصادسنجی فضایی مورد بررسی قرار داده و نشان دادند که برخی از عوامل؛ از جمله رشد اقتصادی و میزان بومی‌سازی اقتصاد دارای اثرات سرریز فضایی می‌باشند، اما برخورداری مناطق از منابع موردنیاز گردشگری و همچنین زیرساخت‌های هتل، موجب ایجاد رقابت بین شهرها در جذب گردشگر می‌شود. آنها در ادامه با ارائه یک مدل دوربین فضایی وزنی، میزان ناهمگنی در اثرات فضایی را برای شهرهای مورد بررسی، تعیین کردند.

یانگ و وانگ[1] (۲۰۱۲) با استفاده از رویکرد فضایی اثرات سریز فضایی گردشگری داخلی را در شهرهای اصلی چین مورد بررسی قرار داده و دریافتند که گردشگری داخلی دارای اثرات سرریز فضایی معنی‌دار است. آنها در ادامه با بررسی عوامل کلیدی مؤثر بر گردشگری ضرورت تقویت زیرساخت‌های فیزیکی به منظور بهره بردن بیشتر از منافع گردشگری را مورد توجه قرار دادند.

**ب) پژوهش‌های داخلی**

ممی‌پور و عبدی (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی اثرات سرریز فضایی گردشگری داخلی و خارجی بر رشد اقتصادی استان‌های منتخب کشور و همچنین نقش گردشگری در سرعت همگرایی استان‌ها پرداختند. آنها برای انجام این بررسی، ابتدا همگرایی رشد اقتصادی ۱۸ استان ایران طی سال‌های ۱۳۸۴تا ۱۳۹۲ را با استفاده از مدل پانل فضایی برآورد نموده و سپس به نقش گردشگری در سرعت همگرایی رشد استان‌ها پرداخته‌اند. نتایج حاصل از برآورد مدل پانل فضایی توسط این محققین نشان می‌دهد که رشد اقتصادی استان‌های منتخب دارای اثرات فضایی بوده و علاوه بر این رشد اقتصادی هر استان متأثر از استان‌های مجاور است.

نظری و همکاران (۱۳۹۶) عوامل مؤثر بر جذب گردشگران بین‌المللی ایران را با استفاده از مدل جاذبه مورد بررسی قرار دادند. متغیر وابسته این پژوهش تعداد گردشگران ورودی به ایران از ۵۳ کشور در سال‌های ۲۱۳-۲۰۰۹ و متغیرهای مستقل فاصله جغرافیایی، جمعیت، تولید ناخالص داخلی سرانه، نرخ ارز برحسب قیمت واقعی سال ۲۰۱۰، تعداد تخت هتل‌ها، جاذبه‌های ثبت جهانی و شاخص برند کشورها می‌باشند که داده‌های آنها از مراکز اطلاعاتی داخلی و بین‌المللی استخراج شده است. بررسی آنها نشان می‌دهد که تمامی متغیرها به جزء متغیر جاذبه‌های ثبت جهانی از لحاظ آماری معنی‌دار بوده و به لحاظ اهمیت نیز متغیر شاخص برند و بعد از آن تعداد تخت هتل‌ها بیشترین تأثیر را بر تقاضای گردشگری دارند و تنها عاملی که تأثیر منفی بر تعداد گردشگران داشته است، متغیر فاصله جغرافیایی است.

جانی و دنیابین (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای عوامل مؤثر بر جذب و طول اقامت گردشگران ملی را در استان‌های ایران با استفاده از رویکرد داده‌های تابلویی مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داند که تعداد اماکن اقامتی، تعداد تخت مراکز درمانی، اعتبارات دولتی، طول آزادراه‌ها و برخی از جاذبه‌های گردشگری استان‌ها (جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی) بر تعداد گردشگران تأثیر مثبت و معنی‌دار دارند.

کلانتری و ملک (۱۳۹۳) در پژوهشی، به تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت‌های ارتباطی و شبکه‌راه‌ها در مناطق کویری ایران پرداختند. نتایج این پژوهش نشان دادند که جاذبه‌های گردشگری با توجه به پهنای متعادل بیضی و استقرار نقطه مرکز در نزدیکی مرکز جغرافیایی شهرستان خور و بیابانک، تا حدی متعادل هستند. همچنین بررسی الگوی استقرار زیرساخت‌های ارتباطی و توزیع فضایی جاذبه‌های گردشگری نشان داد که با کم شدن مسافت پهنه‌ها، از میزان جاذبه‌های گردشگری کاسته می‌شود.

شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای با بررسی تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری در کشورهای درحال‌توسعه و توسعه‌یافته براساس رویکرد پانل دیتا به

1- Wong

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]

[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

این نتیجه دست یافتند که توسعه سلامت، بهداشت و آموزش در جذب گردشگر کشورهای توسعه‌یافته مؤثر بوده، اما بر جذب گردشگر کشورهای درحال توسعه تأثیر نداشته است.

وارثی و همکارانش (۱۳۹۰) به بررسی تأثیر امنیت روانی و اجتماعی شهر اصفهان بر جذب گردشگران خارجی در سال ۱۳۸۹ پرداختند. نتایج نشان دادند که درصد بالایی از گردشگران خارجی از وضعیت امنیت اجتماعی و روانی شهر اصفهان رضایت داشته و تمایل دارند به این شهر مسافرت کنند، همچنین آنها نشان دادند که بین امنیت اجتماعی و روانی و انگیزه مسافرت به شهر اصفهان رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به بررسی مطالعات چنین استنباط می‌شود که بسیاری از عوامل؛ از جمله زیرساخت‌های حمل‌ونقل، فناوری اطلاعات و همچنین توانمندی مناطق در بخش بهداشت، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و برخی از متغیرهای دیگر می‌توانند در جذب گردشگر مؤثر باشند. اما اینکه کدام عوامل علاوه بر استان مورد بررسی، سبب ارتقای رقابت‌پذیری استان‌های مجاور می‌شود و کدام عوامل موجب جذب گردشگر در استان مورد نظر شده، اما تعداد گردشگران را در استان مجاور کاهش می‌دهد، در این مطالعات موردتوجه قرار نگرفته است؛ این در حالی است که تعیین عوامل مؤثر بر گردشگری به تفکیک عوامل برانگیزنده رقابت و عوامل دارای سرریز فضایی برای برنامه‌ریزی گردشگری منطقه‌ای ضروری است. براین‌اساس در قسمت بعدی سعی می‌شود، عوامل مؤثر بر گردشگری به تفکیک یادشده مورد بررسی قرار گیرد.

## ۳- مبانی نظری

مروری بر ادبیات اقتصاد گردشگری نشان می‌دهد که موضوع اغلب مطالعات انجام شده در حوزه اقتصاد گردشگری، عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری و جذب گردشگر بوده است (ایمانی‌خوشخو و علی‌زاده، ۱۳۹۱). تقویت مناطق مختلف در برخی از زمینه‌ها علاوه بر اینکه باعث رونق گردشگری در مناطق می‌شود، موجبات توسعه گردشگری در مناطق مجاور را نیز فراهم می‌آورد. این در حالی است که ارتقای برخی عوامل در مناطق ممکن است به کاهش‌گردشگری در سایر مناطق منجر گردد. در واقع ارتقای برخی از عوامل به واسطه بحث مجاورت مناطق بر گردشگری، مؤثر هستند و برخی دیگر از طریق ایجاد و تقویت رقابت بین مناطق مختلف بر گردشگری تأثیر می‌گذارند. برنامه‌ریزی منطقه‌ای برای توسعه گردشگری علاوه بر بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری، مستلزم توجه به تعامل و ارتباط مناطق مختلف در یک کشور است. به منظور بررسی بیشتر این موضوع، در این قسمت ابتدا به ادبیات گردشگری در خصوص عوامل مؤثر بر جذب گردشگر پرداخته می‌شود.

در ادبیات اقتصاد گردشگری، عوامل مؤثر بر جذب گردشگر در گروه‌های مختلفی، طبقه‌بندی و مورد بررسی قرار گرفته است که از آن جمله می‌توان به عوامل تقاضامحور که مشتمل بر جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی و امکانات درمانی منطقه گردشگری است و عوامل عرضه‌محور که در ارتباط با زیرساخت‌ها، حمل‌ونقل و خدمات رفاهی مقصد گردشگری است، اشاره نمود (نصرالهی و همکاران، ۱۳۹۱). علاوه بر این ونهو[1] (۲۰۱۱) و شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۱)، عناصر ارتباطی (عوامل مرتبط‌کننده بین مبدأ و مقصد) را به این طبقه‌بندی‌ها اضافه کردند. عوامل تقاضامحور در واقع مرتبط با مقصد گردشگری بوده و برگرفته از این فرض است که مقصد، برانگیزنده باورها و احساسات افراد است اما عوامل عرضه‌محور بر خدماتی تمرکز دارد که برای بازدیدکنندگان یک مقصد طراحی و آماده شده است (جانی و دنیابین، ۱۳۹۶).

بررسی طبقه‌بندی‌های فوق و دقت نظر در ماهیت عوامل مؤثر بر جذب گردشگر و همچنین در نظر گرفتن این موضوع که براساس ادبیات اقتصاد گردشگری، گردشگر نیز به عنوان یک مصرف‌کننده، سعی در حداکثر

1- Vanhove

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]

[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

نمودن مطلوبیت خود دارد (محمدی و همکاران، ۱۳۸۹)، می‌توان گفت که گردشگران مناطقی را برای گردشگری انتخاب می‌نمایند که ضمن داشتن زیرساخت‌های لازم از جذابیت‌های لازم نیز برخوردار باشند. به عبارتی گردشگران مناطقی را برای مسافرت انتخاب می‌کنند که هزینه کمتر و مطلوبیت بیشتری برای آنها داشته باشد.

گردشگرانی که به مقصد خاصی مسافرت می‌کنند در صورتی به مناطق مجاور مقصد مذکور مسافرت خواهند کرد که مناطق مجاور نیز ضمن افزایش مطلوبیت آنها، هزینه چندانی برای آنها نداشته باشد و این امر با توجه به طبقه‌بندی عوامل مؤثر بر جذب گردشگر در صورتی میسر می‌شود که زیرساخت‌های لازم؛ از جمله راه‌های مواصلاتی بین مقاصد گردشگری و مناطق مجاور برای گردشگران با هزینه پایین فراهم باشد. بنابراین عواملی که منجر به جذب گردشگر در مقصد گردشگری می‌شوند، وجود همان عوامل در مناطق مجاور مقصد گردشگری، گردشگر را از مقصد گردشگری به مناطق مجاور نیز سوق خواهد داد و هرچه زیرساخت‌های حمل‌ونقل و امکان دسترسی بین مناطق مجاور بیشتر فراهم باشد، این امر با شدت بیشتری صورت خواهد گرفت. براین اساس و با توجه به این موضوع که هر منطقه‌ای به خودی خود مقصد گردشگری است، به نظر می‌رسد مناطق مجاور در صورت برخورداری از راه‌های ارتباطی مناسب، یگدیگر را در جذب گردشگر یاری نموده و به این ترتیب اثرات سرریزفضایی در جذب گردشگر بین مناطق مختلف تجربه می‌شود. در این میان با توجه به اینکه در اکثر مطالعات تعداد شب اقامت گردشگران به عنوان متغیر جذب گردشگر در نظر گرفته می‌شود، این سؤال مطرح می‌گردد که کدام منطقه در بین مناطق مجاور، تعداد شب اقامت بیشتری خواهد داشت؟ به عبارتی در میان مناطقی که در مجاورت هم هستند گردشگر در کدام منطقه اقامت بیشتری خواهد داشت؟ در این خصوص کرچر و لاو[1] (۲۰۰۸) نشان می‌دهند که در غالب موارد گردشگران محیطی را برای اقامت انتخاب می‌کنند که به مراکز دیدنی، جاذبه‌ها و مراکز مورد استفاده آنها نزدیک باشد. بر این اساس به نظر می‌رسد علیرغم اینکه برخورداری از زیرساخت‌ها و راه‌های مواصلاتی مناسب بین مناطق مجاور، موجب جذب گردشگر بیشتر در مناطقی خواهد بود که در مجاورت هم هستند و به این ترتیب انتظار می‌رود اثرات سرریز فضایی به‌وجود آید، اما مناطق مجاور، در توزیع گردشگران جذب شده میان خود، به دلیل وجود جاذبه‌های متمایز با همدیگر در رقابت نیز خواهند بود.

با توجه به مطالب بیان شده در این قسمت، عوامل مهم مؤثر بر گردشگری که در ادبیات اقتصادی بیشتر مورد توجه قرار گرفته، براساس مفهوم اثرات سرریز فضایی و همچنین مفهوم رقابت مناطق مختلف، مورد بررسی قرار می گیرد.

با توجه به مفهوم اثرات سرریز فضایی که از مجاورت مناطق مختلف به‌دست می‌آید چنین استنباط می‌شود که زیرساخت مناسب حمل‌ونقل، از جمله عواملی است که ضمن افزایش جذب گردشگر در مقصد می‌تواند با ایجاد امکانات دسترسی، جذب گردشگر در مناطق مجاور را نیز افزایش دهند. توسعه و گسترش صنعت گردشگری منوط به توسعه امکانات حمل‌ونقل می‌باشد و حمل‌ونقل هوایی و ریلی با ایجاد امکانات دسترسی آسان و راحت، سریع و ایمن به نقاط مختلف و با فواصل زیاد سهم زیادی از جابه‌جایی گردشگران را به خود اختصاص داده است. حمل‌ونقل به عنوان پیش‌نیاز و زیربنای توسعه گردشگری دارای نقش اساسی و کارآمد در باروری امکانات و استعدادهای بالقوه جامعه دارند که از طریق جابجایی بار و مسافر، پیوند ناگسستنی بین عوامل مختلف رشد و توسعه را فراهم می‌آورند و موجب برقراری و تقویت هر چه سریع‌تر و گسترده‌تر بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور

1- Kercher and Lau

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]

[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

اثرات سرریز فضایی و رقابت استان‌های‌کشور در جذب گردشگر ... / سیاوش جانی، وحید نیک‌پی ـــــــ

علاوه بر عوامل ارتباطی که منجر به دسترسی گردشگر به مقاصد گردشگری می‌شود و چنین استنباط می‌شود که دارای اثر سرریز فضایی است، عوامل دیگری نیز وجود دارند که بر جذب گردشگر مؤثر بوده، اما ارتقای آنها در مقصد گردشگری، موجب افزایش رقابت استان‌ها در جذب گردشگر نسبت به مناطق مجاور می‌شود. به عبارتی ارتقای آنها در مناطق موجب افزایش گردشگر مناطق مذکور و کاهش گردشگر در سایر مناطق می‌شود. در این خصوص از عوامل مهم مؤثر بر میزان گردشگری که در ادبیات اقتصاد گردشگری مورد تأکید قرار گرفته است و در واقع از جمله جاذبه‌ها و توانمندی‌های مقصد گردشگری محسوب می‌شود، می‌توان به سطح بهداشت و خدمات درمانی مقاصد گردشگری اشاره نمود. طبیعی است انسان‌ها از محیط آلوده به انواع بیماری‌ها و آلودگی‌های زیست‌محیطی گریزان هستند. 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 تصمیم گردشگران خواهد داشت. در مطالعه‌ای که توسط دولیت[1] (۲۰۰۸) در خصوص رشد گردشگری درمانی و عوامل مؤثر بر جذب گردشگران درمانی بررسی شده بود، افزایش هزینه‌های درمان و مراقبت‌های بهداشتی در آمریکا به عنوان انگیزه بیماران برای سفر به کشورهای دیگر برای درمان شناسایی شده است. همچنین وی به امنیت و کیفیت خدمات به عنوان مسائل اصلی برای مصرف‌کنندگان خدمات درمانی در خارج از کشور اشاره کرده است (بیات و همکاران، ۱۳۹۶). از آنجا که وضعیت اقتصادی فعلی و مشکلات زندگی، دلایل اصلی م ؤثر به سطح استرس بالای زندگی افراد است؛ گردشگری سلامت یک انتخاب برای کسانی است که با توجه به سلامت بیشتر به سلامتی و رفاه خود، قصد دوری از زندگی پر استرس روزمره خود را دارن د. چند سال گذشته، به تعداد افرادی که به منظور استفاده از خدمات سلامت از کشورهایشان خارج شده‌اند، افزوده شده است. این افزایش تعداد گردشگران با عواملی؛ نظیر هزینه بالای خدمات سلامت در کشورهای صنعتی، افزایش سهولت مسافرت‌های بین‌المللی، نرخ مطلوب تبدیل ارز در اقتصاد جهانی، پیشرفت‌های سریع تکنولوژی پزشکی، بهبود استانداردهای مراقبت در بیشتر کشورها و دسترسی گردشگران به شبکه اینترنت و همچنین تأسیس شرکت‌های جدید که تخصص درمانی ندارند اما بین بیماران سراسر جهان و شبکه بیمارستانی نقش واسطه دارند، ارتباط دارد. اکنون با ظهور استانداردها و قوانین جهانی که در نقاط مختلف دنیا به اجرا درمی‌آیند، مردم به دنبال با کیفیت‌ترین درمان‌ها با قیمت پایین و رقابتی هستند. نتایج مطالعات نشان می‌دهند که افزایش هزینه‌های درمانی در ایالات متحده و لیست‌های طولانی در انگلستان و کانادا، باعث شده است که بسیاری از بیماران ایالات‌متحده و اروپا به‌منظور دریافت خدمات پزشکی به کشورهای در حال توسعه جنوب‌شرقی آسیا سفر کنند (ایزدی و همکاران، ۱۳۹۱).

علاوه‌بر موارد فوق وجود مراکز فرهنگی متعدد، از عوامل مهم و مؤثر در جذب گردشگر و توسعه گردشگری فرهنگی می‌باشد. مقصود از گردشگری فرهنگی آن بخش از گردشگری است که به جذابیت‌های فرهنگی خاص توجه می‌کند. از این منظر گردشگری فرهنگی آن نوع از گردشگری را شامل می‌شود که در آن افراد صرفاً جهت بازدید از صنایع دستی، موسیقی، رقص‌های محلی، مراکز فرهنگی و آشنایی با لباس‌های محلی و سنتی هر یک جوامع به سفر می‌پردازند. سازمان فرهنگی و آموزش ملل متحد (یونسکو)، براساس تحقیقات انجام شده در زمینه گردشگری، در سمینار پاریس (۱۹۹۶) اعلام کرد که مسئله اساسی قرن بیست و یکم، پدیده گردشگری فرهنگی است. صاحب‌نظران معتقدند، گردشگری پیش از آن که یک صنعت و فعالیت اقتصادی باشد، پدیده‌ای است فرهنگی و در ایجاد تغییرات فرهنگ بسیار مؤثر

1- Deloitte

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]

[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

است. آنها تأکید می‌کنند که گردشگران به منظور بازدید از آثار تاریخی و فرهنگی مقصد گردشگری هزینه و رنج سفر را متحمل می‌شوند (کاظمی، ۱۳۸۵). وجود اقامتگاه مناسب در مقصد گردشگری از دیگر عوامل مؤثر در جذب گردشگر است. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که خدمات اسکان و پذیرایی در صنعت گردشگری از پیچیده‌ترین و پویاترین مؤلفه‌های صنعت گردشگری است و میزان تسهیلات و تشکیلات مراکز اقامتی، بازتابی از نیازها و سلیقه‌های مختلف مسافران و پویایی این بازار است (سلیمانی‌مقدم و اسلامی، ۱۳۹۰).

با توجه به مطالب بیان شده چنین استنباط می‌شود که امکانات ارتباطی بین مناطق گردشگری از جمله راه‌های مواصلاتی دارای اثرات سرریز فضایی بوده و ارتقای آنها در استان‌ها موجب جذب بیشتر گردشگر در استان‌های مجاور می‌شود. این در حالی است که برخی از عوامل از جمله عواملی که در ارتباط با جاذبه‌های استانی هستند، عوامل ایجادکننده رقابت بین استان‌ها می‌باشند و تقویت استان‌ها در زمینه‌های بیان شده موجب جذب بیشتر گردشگر در استان‌های مذکور شده و تعداد گردشگر را در استان‌های مجاور کاهش می‌دهد. براین اساس در بخش بعدی سعی می‌شود ضمن در نظر گرفتن عوامل مؤثر بر گردشگری، تأثیر عوامل مذکور در گردشگری مناطق مجاور نیز مورد بررسی قرار گیرد.

## ۴- روش تحقیق

با توجه به مبانی نظری، عناصر ارتباطی مؤثر بر جذب گردشگر همانند راه‌های مواصلاتی سبب می‌شوند که مناطق مجاور یگدیگر را در جذب گردشگر یاری کنند؛ لذا ضروری است در بررسی عوامل مؤثر بر جذب گردشگر مجاورت مناطق موردتوجه قرار گیرند. براین اساس در این مطالعه از اقتصادسنجی فضایی استفاده می‌شود. در اقتصادسنجی فضایی بسته به اینکه متغیر وابسته و متغیرهای توضیحی یا جمله خطا وابستگی فضایی داشته باشند، مدل‌های فضایی متفاوتی مطرح می‌شوند. تصریح عمومی برای داده‌های تابلویی فضایی به صورت زیر است:

$$Y_{it} = \tau Y_{1,t-1} + \rho w Y_{it} + X_{it}\beta + \theta D X_{it} + \alpha_i + \gamma_t + V_{it}$$

$$V_{it} = \lambda E V_{it} + U_{it}$$

$$U_it \approx N(0\sigma\text{^}2\, I_(n))$$

که در آن i و t به ترتیب نشان‌دهنده مقطع و زمان، Yیک بردار $n \times 1$ از متغیر وابسته و X بیانگر یک ماتریس $n \times k$ از متغیرهای توضیحی و W ماتریس وزنی فضایی متغیر وابسته در ابعاد $n \times n$ است. D، ماتریس وزن فضایی متغیر توضیحی (مستقل) وE، ماتریس وزنی فضایی جملات اخلال است. $\alpha_i$ اثر ثابت یا تصادفی و $\gamma_t$ اثر زمان است. بسته به شرایط مدل‌های فضایی زیر مطرح می‌شوند:

مدل خودرگرسیو فضایی[1] (SAR)

۱) $(\lambda = \theta = 0) \rightarrow Y_{it} = \tau Y_{i,t-1} + \rho W Y_{it} + X_{it}\beta + \alpha_i + \gamma_t + u_{it}$

مدل دوربین فضایی[2] (SDM)

۲) $(\lambda = 0) \rightarrow Y_{it} = \tau Y_{i,t-1} + \rho W Y_{it} + X_{it}\beta + \theta D X_{it} + \alpha_i + \gamma_t + u_{it}$

مدل خطای فضایی[3] (SEM)

۳) $(\rho = \theta = \tau = 0) \rightarrow Y_{it} = X_{it}\beta + \alpha_i + \gamma_t + v_{it}\,,\ v_{it} = \lambda E v_{it} + u_{it}$

مدل خودهمبسته فضایی[4](SAC)

۴) $(\theta = \tau = 0) \rightarrow Y_{it} = \tau Y_{i,t-1} + \rho W Y_{it} + X_{it}\beta + \alpha_i + \gamma_t + v_{it}\,,\ v_{it}$

$$v_{it} = \lambda E v_{it} + u_{it}$$

ضریب خود رگرسیون فضایی $\rho$ نشان‌دهنده این است که تغییرات متغیر وابسته در یک منطقه چه میزان متغیر وابسته مناطق همسایه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین ضریب خطای فضایی $\lambda$ ، وابستگی فضایی

1- Spatial Autoregressive Model
2- Spatial Durbin Model
3- Spatial Error Model
4- Spatial Autocorrelation Model

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]
[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

اجزای اخلال در یک منطقه به تغییرات متوسط در متغیر وابسته مناطق مجاور (همسایه) را نشان می‌دهد و در نهایت $\theta$ در مدل دوربین فضایی، میزان اثرپذیری متغیر وابسته یک منطقه از میانگین وزنی متغیرهای توضیحی سایر مناطق را نشان می‌دهد. در معادلات فوق در صورتی که $\tau = 0$ باشد، مدل‌های خودرگرسیون فضایی و دوربین فضایی استاندارد، ایستا خواهند بود (شهبازی و همکاران،۱۳۹۳).

قبل از تخمین مدل‌های پانل فضایی لازم است وابستگی فضایی و وجود خودهمبستگی بین جملات اختلال مورد آزمون قرار گیرد. وجود وابستگی فضایی میان مشاهدات و خودهمبستگی فضایی میان جملات اختلال، تأکیدی بر ضرورت استفاده از مدل‌های پانل فضایی است. برای این منظور از آزمون موران[1] استفاده می‌شود. آزمون موران فرض وجود خودهمبستگی فضایی میان جملات اختلال را مورد بررسی قرار می‌دهد. مقدار آماره موران از عبارت زیر به دست می‌آید.

$$I = \sum_{i=1}^{N}\sum_{j=1}^{N} W_{ij}\, e_i . e_j / \sum_{j=1}^{N} e_i^2 = \frac{e'We}{e'e}$$

آماره I از توزیع نرمال استاندارد پیروی می‌کند.

در مدل‌های اقتصادسنجی فضایی به منظور مدل‌سازی تعاملات فضایی لازم است کمیت و مقدار عددی جنبه‌های مکانی تعیین شوند. بدین منظور می توان واحدهای مورد بررسی را در قالب یک ماتریس نشان داد که به آن ماتریس مجاورتی گفته می‌شود. این ماتریس شامل عناصر ۰ و ۱ بوده که در آن عناصر روی قطر اصلی برابر صفر و عناصر خارج از قطر اصلی در صورتی که دو واحد مجاور و همسایه یکدیگر باشد، مقدار یک و در غیر این صورت مقدار صفر را اختیار می‌کند (ممی‌پور و عبدی، ۱۳۹۶).

در معادلات اقتصادسنجی فضایی، اطلاعات مکانی ماتریس وزنی فضایی جمع می‌شود و از ضرب این ماتریس در بردار متغیر وابسته، برداری حاصل می‌شود که به عنوان متغیر توضیحی شناخته می‌شود و ضرایب آن بیان‌کننده اثرات فضایی است. براین اساس ماتریس وزنی فضایی W شامل اطلاعات مربوط به فاصله نسبی n استان در فضا می‌باشد. عناصر $W_{ij}$ چگونگی ارتباط فضایی استان i با استان j را از نظر فاصله نشان می‌دهد که به صورت $\frac{1}{d_{ij}}$ یا $\frac{1}{d_{ij}^2}$ تعریف می‌شود.

$$W = \begin{bmatrix} 0 & w_{12} & \dots & w_{1,n-1} & w_{1n} \\ w_{21} & 0 & \dots & w_{2,n-1} & w_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ w_{n-1,1} & w_{n-1,2} & \dots & 0 & w_{n-1,n} \\ w_{n1} & w_{2n} & \dots & w_{n,n-1} & 0 \end{bmatrix}$$

به منظور تعیین فاصله بین دو مکان از دوتابع اکلیدسی[2] و مینکوسکی[3] استفاده می‌شود. در این پژوهش از تابع اکلیدسی به منظور محاسبه فاصله استفاده شده است. در تابع اکلیدسی فاصله بین دو مکان به صورت زیر تعیین می‌شود:

$$d_{ij} = \sqrt{(x_i - x_j)^2 + (y_{i-} y_j)^2}$$

که درآن $x_i$ و $y_i$ به ترتیب طول و عرض جغرافیایی مناطق هستند. در این پژوهش ابتدا ماتریس فاصله-معکوس براساس رابطه $\frac{1}{d_{ij}}$ در ابعاد ۳۱×۳۱ ساخته شده و سپس براساس سطرها نرمال می‌شود. بعد از نرمال‌سازی ماتریس جمع هر سطر برابر با یک خواهد بود. بنابراین عناصر ماتریس وزنی فضایی بعد از نرمال‌سازی به صورت زیر خواهد بود.

$$w_{ij}^{**} = \frac{w_{ij}^{*}}{\sum_{j=1}^{N} w_{ij}^{*}},\ N = 31$$

از ضرب ماتریس فوق در متغیر توضیحی، متغیر تأخیر فضایی حاصل می‌شود.

هدف اصلی این تحقیق تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر جذب گردشگر با رویکرد فضایی در استان‌های کشور است. چنانچه در مبانی نظری بیان شد عوامل مؤثر بر جذب گردشگر معمولا به دو گروه تقاضامحور و عرضه‌محور تقسیم می‌شوند. در مطالعات تجربی، امکانات

1- Moran's I

2- Euclidean ditance

3- Minkowski ditance

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]

[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

اثرات سرریز فضایی و رقابت استان‌های‌کشور در جذب گردشگر ... / سیاوش جانی، وحید نیک‌پی ـــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــ
\[
\ln TUR_{it} = \rho \sum_{j=1}^{n} W_{ij} \ln TUR_{jt} + \gamma \ln TUR_{i,t-1} + \theta \sum_{j=1}^{n} W_{ij} lnTWA_{j,t} + \beta_1 lnTWA_{i,t} + \beta_2 lnCR_{i,t} + \beta_3 lnH_{i,t} + \beta_4 lnICT_{i,t} + \delta_i + \mu_t + \varepsilon_{it} \qquad v_{it} = \lambda E v_{it} + u_{it}
\]
که در آن، $\ln TUR_{i,t}$ لگاریتم طبیعی تعداد اقامت شب گردشگران ورودی، $lnTWA_{i,t}$ لگاریتم طول کل راه‌ها (آزادراه و بزرگراه)، $lnCR_{i,t}$ تعداد مراکز فرهنگی است، $\ln H_{i,t}$ تعداد پزشک متخصص و $lnICT_{i,t}$ لگاریتم شاخص فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌باشد. همان طور که اشاره شد مدل فوق به صورت داده های تابلویی بوده و $\delta_i$ بیانگر اثرات ثابت انفرادی و $\mu_t$ اثرات ثابت زمانی را نشان می‌دهد. آمار و اطلاعات متغیرها برای ۳۱ استان کشور طی دوره ۱۳۹۴-۱۳۹۰ از مرکز آمار ایران اخذ شده است.

شاخص فناوری در این مطالعه از ترکیب شاخص‌های تعداد تلفن‌های مشغول به کار، تعداد مشترکان نسل سوم اینترنت،تعداد خطوط پر سرعت ثابت اینترنت به تفکیک استان‌ها براساس رویکرد مؤلفه‌های اصلی به‌دست آمده است. هدف از به‌کارگیری رویکردهای مؤلفه‌های اصلی در این مطالعه، کاهش ابعاد متغیرها درحوزه زیرساخت‌های فناوری است. در این روش براساس همبستگی بین متغیرها، عوامل اصلی به شرح زیر تعریف می‌شود.

$$PCC_1 = a_1 * TWA + a_2 * BE + a_3 * CR$$
$$PCC_2 = b_1 * TWA + b_2 * BE + b_3 * CR$$

در رابطه فوق، بردار $PCC_i$ شامل سه مؤلفه اصلی است که از ترکیب خطی سه متغیر در حوزه زیرساخت فناوری حاصل می‌شود. در اولین معادله هر گاه aها طوری تعیین شود که واریانس $PCC_1$ به شرط $\sum a_i^2 = 1$ حداکثر شود. به همین ترتیب $PCC_2$ با استفاده از ترکیب خطی دیگری از b ها حاصل می‌شود که عمود بر $PCC_1$ بوده و دارای واریانس و قدرت توضیح‌دهندگی کمتری نسبت به $PCC_1$ است. به منظور کاهش ابعاد متغیرها در این مطالعه از اولین مولفه اصلی استفاده می‌شود که بیشترین تغییرات سه متغیر مربوط به حوزه زیرساخت فناوری را توضیح می‌دهد.

## ۵- یافته‌های تحقیق

قبل از برآورد مدل‌های فضایی، لازم است از وجود اثرات فضایی اطمینان حاصل شود. برای این منظور در این مطالعه از دو آزمون موران که توضیحات لازم در مورد آن در قسمت های قبلی بیان شد، استفاده شده است. نتایج این آزمون به طور خلاصه در جدول ۱ بیان شده است. در آزمون موران فرضیه صفر دلالت بر عدم‌وجود خودهمبستگی فضایی در بین جملات اختلال دارد. مطابق جدول ۱ در این آزمون فرضیه صفر در سطح معنی‌داری ۱ درصد رد شده است و لذا خودهمبستگی فضایی در بین جملات اختلال وجود دارد. بنابراین ضروری است که مدل‌سازی عوامل مؤثر بر جذب گردشگر بین استان‌ها در حضور بعد فضا صورت گیرد.

۱- لازم به ذکر است از آنجایی که برخی از متغیرها از جمله تعداد مراکز اقامتی در الگوی فضایی برآوردشده تأثیر معنی‌داری بر جذب گردشگر نداشت، در الگو معرفی نشده است.

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]
[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

**جدول ۱- نتایج آزمون تشخیصی فضایی**

| نوع آزمون | آماره آزمون | ارزش احتمال |
|---|---|---|
| موران | ۰/۰۲۵ | ۰/۰۰۰ |

قبل از برآورد مدل، ماتریس همبستگی متغیرهای تحقیق در جدول۲ به طور خلاصه نشان داده شده است. مطابق با انتظار تئوریک همبستگی مثبت بین تعداد گردشگران ورودی، تعداد کل راه‌ها، تعداد مراکز فرهنگی، تعداد پزشک متخصص و شاخص فناوری اطلاعات و ارتباطات برقرار است.

**جدول ۲- ضرایب همبستگی بین متغیرهای تحقیق**

| متغیرها | lnTur | Twa | Cr | H | Ict |
|---|---|---|---|---|---|
| lnTur | ۱ | - | - | - | - |
| Twa | ۰/۱۱۹ | ۱ | - | - | - |
| Cr | ۰/۳۴۸ | ۰/۲۲۴ | ۱ | - | - |
| H | ۰/۵۲۰ | ۰/۱۲۱ | ۰/۴۶۱ | ۱ | - |
| Ict | ۰/۶۴۳ | ۰/۱۹۷ | ۰/۴۴۷ | ۰/۹۳۳ | ۱ |

جدول۳ نتایج تخمین مدل تجربی پژوهشی توسط سه مدل SDM، SAR و SEM را برای متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد. با عنایت به نتایج ارائه شده در جدول ۳ برای پارامترهای $\rho$ و $\lambda$ در سه مدل مذکور و همچنین نتایج آزمون موران در جدول ۱ که بر وجود وابستگی فضایی در مدل تأکید داشت، مدل دوربین فضایی مورد تأیید قرار می‌گیرد. ضریب خودرگرسیون فضایی (ρ) در مدل دوربین مثبت بوده و از لحاظ آماری در سطح یک درصد معنادار است و برابر با ۰/۵۳ می باشد که نشان می‌دهد در صورتی که عوامل مؤثر بر جذب گردشگر در یک استان خاص به میزان یک درصد افزایش یابد، به طور متوسط تعداد گردشگران ورودی در استان‌های مجاور به اندازه ۰/۵۳ درصد افزایش می‌یابد.

نتایج حاصل از تخمین مدل دوربین فضایی در جدول۳ نشان می‌دهد که تعداد گردشگران ورودی هر استان تأثیر مثبت و معنی‌دار بر تعداد گردشگران استان‌های مجاور خود دارد. همچنین طول راه‌ها که افزایش آنها موجب دسترسی گردشگران هر استان به استان‌های مجاور می‌شود، دارای اثرات سرریز فضایی مثبت بوده و موجب افزایش تعداد شب اقامت گردشگران استان‌های مجاور می‌شود. این در حالی است که براساس نتایج تخمین (جدول۳) با افزایش دسترسی به استان‌های مجاور به دلیل افزایش راه‌ها، تعداد شب اقامت گردشگران خود استان کاهش می‌یابد. نکته حائزاهمیت در نتایج جدول ۳ این است که قدرمطلق ضریب اثرات فضایی متغیر طول راه‌های استان‌های مجاور بیش از قدرمطلق ضریب متغیر طول راه‌های هر استان است. این موضوع نشان می‌دهد که تعداد شب اقامت گردشگران با افزایش طول راه‌های کشور، افزایش می‌یابد. همچنین براساس نتایج حاصل از تخمین دوربین فضایی، تعداد مراکز فرهنگی، تعداد پزشکان متخصص و همچنین شاخص فناوری و اطلاعات تأثیر مثبت و معنی‌دار بر گردشگران هر استان دارد که مطابق با انتظارت تئوریک می‌باشد و نشان می‌دهد هرچه تعداد مراکز فرهنگی و پزشک متخصص در استان‌ها بیشتر باشد و همچنین شاخص فناوری و اطلاعات استان در سطح بالایی باشد، تعداد گردشگران ورودی آن استان افزایش می‌یابد.

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]

[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

**جدول ۳- تخمین مدل تجربی پژوهشی توسط مدل SDM**

| مدل | SAR | | SDM | | SEM | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| نام متغیر | ضرایب | سطح معنی‌داری | ضرایب | سطح معنی‌داری | ضرایب | سطح معنی‌داری |
| Ln.TUR | ۰/۶۵ | ۵/۹ (۰.۰) | ۰/۶۷ | ۶ (۰.۰) | - | - |
| TWA | -۰/۰۰۱ | -۲/۳ (۰.۰) | -۰/۰۰۱ | -۴ (۰.۰) | ۹/۳ | ۰/۶ (۰.۵) |
| CR | ۰/۰۱ | ۳ (۰.۰) | ۰/۰۱ | ۳ (۰.۰) | ۰/۰۱ | ۳ (۰.۰) |
| H | ۰/۰۱ | ۴ (۰.۰) | ۰/۰۰۱ | ۴ (۰.۰) | ۰/۰۰۰۳ | ۲ (۰.۰۴) |
| ICT | ۰/۵ | ۶ (۰.۰) | ۰/۵ | ۶ (۰.۰) | ۰/۱۵ | ۳ (۰.۰) |
| W.lnTWA | - | - | ۰/۵ | ۴(۰.۰) | - | - |
| ρ | -۰/۰۴ | -۰/۲ (۰.۹) | ۰/۵ | ۱/۸ (۰.۰۶) | - | - |
| λ | - | - | - | - | -۰/۰۳ | -۰/۱ (۰.۹) |

به منظور بررسی بیشتر و دقیق‌تر اثرات فضایی، در جدول ۴ اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها به تفکیک در کوتاه‌مدت و بلندمدت ارائه شده است. به منظور محاسبه اثرات مذکور از ضرایب تخمین زده شده در جدول ۳، استفاده شده است. اثر مستقیم هر متغیر نشان می‌دهد که اگر آن متغیر در استان i (استان هدف) تغییر کند، به طور متوسط چه تأثیری بر تعدادگردشگران خود استان خواهد داشت. در حالی که اثر غیرمستقیم هر متغیر بیانگر آن است که اگر متغیری در استان i (استان هدف) تغییر کند، چه تأثیری بر تعداد گردشگر سایر استان‌ها (استان‌های مجاور) خواهد داشت و این به معنی سرریز فضایی آن متغیر بر سایر استان‌ها می‌باشد. در نهایت اثر کل مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم می‌باشد و نشان می‌دهد که تغییرات هر متغیر در استان i (استان هدف) به طور متوسط چه تأثیری بر تعداد گردشگران استان‌های کشور (شامل استان i) خواهد داشت.

براساس نتایج جدول۴، اثرات مستقیم طول راه‌ها بر تعداد گردشگران ورودی هر استان منفی و اثرات غیرمستقیم آن بر تعداد گردشگران استان‌ها مثبت می‌باشد که مطابق نتایج ارائه شده در جدول ۳ بوده و نشان می‌دهد با افزایش طول راه‌ها در استان‌ها، دسترسی گردشگران به استان‌های مجاور فراهم شده و همین امر موجب خروج گردشگران از استان هدف به سمت استان‌های مجاور می‌شود. در واقع براساس استدلال‌های صورت گرفته در مبانی نظری، اثرات افزایش طول راه‌های مواصلاتی به دو قسمت قابل‌تقسیم است: اولی مربوط به اثرات افزایش طول راه‌ها در هر استان اس ت و دومی اثرات افزایش طول راه‌ها در استان‌های مجاورمی‌باشد. براساس استدلال‌های نظری انتظار می‌رود اثر افزایش طول راه‌ها در هر استان به دلیل افزایش دسترسی گردشگران به استان‌های مجاور، تأثیر منفی بر تعداد شب اقامت گردشگران استان مذکور داشته باشد؛ در حالی که افزایش طول راه‌های استان‌های مجاور که ارتباط هر استان با استان‌های مجاور را افزایش می‌دهد، موجبات افزایش تعداد شب اقامت استان مذکور می‌شود. با توجه به نتایج جداول ۳و ۴، اثرات فضایی (اثر افزایش طول راه‌های استان‌های مجاور یا اثرات غیرمستقیم) تأثیر مثبتی بر جذب گردشگر (تعداد شب اقامت) استان‌ها دارد، اما اثر افزایش طول راه در هر استان، به دلیل افزایش امکانات دسترسی گردشگران به استان‌های مجاور موجب کاهش تعداد شب اقامت گردشگران استان‌ها می‌گردد. اما همانطور که قبلاً بیان شد براساس نتایج جدول ۳ قدرمطلق ضریب اثرات فضایی متغیر طول راه‌های استان‌های مجاور بیش از قدرمطلق ضریب متغیر طول راه‌های هر استان است. این موضوع نشان می‌دهد که تعداد شب اقامت گردشگران با افزایش طول راه‌های کشور، افزایش می‌یابد؛ لذا تعداد اقامت شب گردشگران در استان‌های هدف کاهش و در

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]
[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

استان‌های مجاور افزایش می‌یابد. این در حالی است که تأثیر مستقیم سه متغیر تعداد مراکز فرهنگی، تعداد پزشکان متخصص و شاخص فناوری اطلاعات و ارتباطات بر گردشگری استان هدف، مثبت و معنی‌دار و اثرات غیرمستقیم و فضایی آنها تأثیر منفی و معنی‌دار بر گردشگران استان‌های مجاور دارد که مطابق با استدلال‌های نظری است.

براساس توضیحات فوق، شاخص فناوری و ارتباطات، تعداد مراکز فرهنگی و تعداد پزشکان متخصص که بر توانمندی استان‌ها و جاذبه‌های آنها در جذب گردشگر دلالت دارند، موجب افزایش رقابت‌پذیری استان‌ها در جذب گردشگر هستند. این در حالی است که افزایش طول راه‌ها که براساس مبانی نظری؛ از جمله عوامل عرضه در جذب گردشگر است، در رقابت‌پذیری استان‌ها تأثیر منفی دارد، اما موجب افزایش رقابت‌پذیری استان‌های مجاور شده؛ لذا در جذب گردشگر برای استان‌های مجاور نقش مثبت ایفا می‌کند.

**جدول ۴- نتایج اثرات مستقیم و غیرمستقیم کوتاه‌مدت (SR) و بلندمدت (LR)**

| متغیر | نوع اثر | ضریب | آماره z | سطح معنی‌داری |
|---|---|---|---|---|
| TWA | مستقیم کوتاه‌مدت | -۰/۰۰۰۱ | -۴/۳۹ | ۰/۰۰۰ |
| | غیرمستقیم کوتاه‌مدت | ۰/۰۰۰۳ | ۲/۰۴ | ۰/۰۴۱ |
| | مستقیم بلندمدت | -۰/۰۰۰۳ | -۴/۲۰ | ۰/۰۰۰ |
| | غیرمستقیم بلند مدت | ۰/۰۰۰۱ | ۲/۰۳ | ۰/۰۴۲ |
| CR | مستقیم کوتاه‌مدت | ۰/۰۰۷ | ۳/۰۹ | ۰/۰۰۲ |
| | غیرمستقیم کوتاه‌مدت | -۰/۰۰۲ | -۱/۹۱ | ۰/۰۵۷ |
| | مستقیم بلندمدت | ۰/۰۲۴ | ۳/۱۰ | ۰/۰۵۲ |
| | غیرمستقیم بلندمدت | -۰/۰۱۴ | -۱/۸۶ | ۰/۰۶۲ |
| H | مستقیم کوتاه‌مدت | ۰/۰۰۰۹ | ۴/۰۵ | ۰/۰۰۰ |
| | غیرمستقیم کوتاه‌مدت | -۰/۰۰۰۳ | -۱/۹۸۳ | ۰/۰۴۸ |
| | مستقیم بلندمدت | ۰/۰۰۲ | ۳/۸۵ | ۰/۰۰۰ |
| | غیرمستقیم بلندمدت | -۰/۰۰۱ | -۱/۹۵ | ۰/۰۵۱ |
| ICT | مستقیم کوتاه‌مدت | ۰/۵۰۰ | ۵/۷۶ | ۰/۰۰۰ |
| | غیرمستقیم کوتاه‌مدت | -۰/۱۶۶ | -۲/۱۰ | ۰/۰۳۶ |
| | مستقیم بلندمدت | ۱/۶۰۵ | ۵/۱۶ | ۰/۰۰۰ |
| | غیرمستقیم بلندمدت | -۰/۹۴۹ | -۲/۰۸ | ۰/۰۳۷ |

## ۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

گردشگری به عنوان یکی از سریع‌ترین صنایع در حال رشد جهان، نقش مهمی را در دستیابی جوامع به توسعه پایدار ایفا می‌نماید. بر این اساس، مطالعات زیادی به بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری پرداخته‌اند. در این میان برخی از مطالعات با تأکید بر مفهوم مزیت رقابتی بیان می‌کنند که موضوع رقابت مناطق مختلف در داخل کشور برای جذب گردشگر از اهمیت اساسی در توسعه صنعت گردشگری برخوردار است. از طرفی با توجه به مجاورت استان‌ها و راه‌های ارتباطی مشترک آنها این امکان محتمل است که توسعه گردشگری در استان خاص، باعث توسعه گردشگری در استان‌های مجاور شود. بر این اساس در این مطالعه عوامل مؤثر بر جذب گردشگر به تفکیک عواملی که دارای اثرات سرریز فضایی گردشگری هستند و همچنین عواملی که انگیزه رقابت بین استان‌های کشور برای جذب گردشگر را فراهم می‌کنند، مدنظر قرار گرفت. در ادامه براساس آزمون موران، وابستگی فضایی مثبت گردشگران ورودی به استان‌ها موردتأیید قرار گرفت و بر اساس معنی‌داری پارامترهای مؤثر در انتخاب مدل فضایی، الگوی پژوهش

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]
[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

در چارچوب داده‌های تابلویی فضایی پویا توسط تخمین‌زن دوربین فضایی برای دوره ۱۳۹۴-۱۳۹۰ برآورد گردید. براساس نتایج مدل، بهبود حمل‌ونقل و گسترش راه‌ها که موجب دسترسی گردشگران هر استان به استان‌های مجاور می‌شود، دارای اثرات سرریز فضایی مثبت بوده و موجب افزایش تعداد گردشگران استان‌های مجاور می‌شود. این در حالی است که براساس نتایج مدل، ایجاد راه‌های مواصلاتی و افزایش آنها در استان‌های هدف، به دلیل افزایش دسترسی گردشگران به استان‌های مجاور، منجر به کاهش تعداد شب اقامت خود استان می‌شود. براساس نتایج این مطالعه، قدرمطلق ضریب اثرات فضایی متغیر طول راه‌های استان‌های مجاور بیش از قدرمطلق ضریب متغیر طول راه‌های هر استان است. این موضوع نشان می‌دهد که تعداد شب اقامت گردشگران با افزایش طول راه‌های کشور، افزایش می‌یابد و این نتیجه سازگار با نتایج سایر مطالعات از جمله مطالعه خادارو و سیتانا (۲۰۰۸) و جانی و دنیابین (۱۳۹۶) است.

همچنین براساس نتایج حاصل از تخمین دوربین فضایی، تعداد مراکز فرهنگی، تعداد پزشکان متخصص و همچنین شاخص فناوری و اطلاعات، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر گردشگران هر استان دارد. این نتایج سازگار با نتایج مطالعات صورت گرفته توسط آلتین[1] و همکاران (۲۰۱۲)، لونت وکارا[2] (۲۰۱۰) و هیونگ و همکاران (۲۰۱۰) در خصوص تأثیر امکانات درمانی بر جذب گردشگر و همچنین سازگار با نتایج مطالعات محمد و مرادی (۲۰۱۱) در حوزه زیرساخت‌های فناوری است. در نهایت براساس نتایج بدست آمده، تعداد گردشگران ورودی هر استان تأثیر مثبت و معنی‌دار بر تعداد گردشگران استان‌های مجاور دارد.

براساس نتایج حاصل از این پژوهش کارکرد برخی از متغیرها در جذب بیشتر گردشگر در استان هدف و کاهش گردشگر در استان‌های مجاور است؛ به عبارتی برخی از متغیرها، در زمره عوامل ایجادکننده رقابت بین استان هدف و استان‌های مجاور هستند و استان‌های هدف به منظور افزایش رقابت‌پذیری برای جذب گردشگر نسبت به استان‌های مجاور لازم است توانمندی خود را در شاخص‌های مذکور افزایش دهند که در این مطالعه این شاخص‌ها عبارتند بودند از: مراکز فرهنگی، تعداد پزشکان متخصص و شاخص فناوری اطلاعات و ارتباطات. افزایش سطح استان‌ها در خصوص هر کدام از متغیرها و شاخص‌های مذکور موجب افزایش جذب گردشگر به این استان‌ها در مقایسه با استان‌های مجاور می‌شود. این در حالی است که برخی متغیرها همانند متغیر طول راه‌های مواصلاتی، عامل رقابت بین استان‌ها نیستند بلکه ارتقای آنها در استان هدف، موجب افزایش جذب گردشگر در استان‌های مجاور می‌شود.

علی‌رغم این‌که توسعه گردشگری در کشور براساس نظریه پورتر مستلزم تقویت عوامل انگیزشی، تحریک رقابت بین مناطق مختلف و ایجاد مزیت رقابتی بین استان‌ها است؛ لیکن به منظور استفاده از مزیت رقابتی ایجاد شده، ضروری است عوامل ایجاد کننده اثرات سرریز فضایی از جمله راه‌های ارتباطی بین مناطق مختلف توسعه یابند تا منافع حاصل از مزیت رقابتی گردشگری در بین استان‌های کشور توزیع شود. به عبارتی براساس نتایج این مطالعه گسترش راه‌های ارتباطی موجب می‌شود، استان‌های با مزیت کمتر در گردشگری، از منافع توسعه گردشگری استان‌های مجاور که از مزیت‌های گردشگری بیشتری برخوردارند، بهرمند شوند. توسعه گردشگری به این ترتیب و به صورت فراگیر، چه بسا خودباوری استان‌های با مزیت کمتر در جذب گردشگر را تقویت نموده و رقابت استان‌ها در جذب گردشگر بیشتر را فراهم نماید که در نهایت با ایجاد مزیت رقابتی، منجر به توسعه صنعت گردشگری کشور شود. براین اساس ایجاد زیرساخت‌های مناسب به خصوص گسترش شبکه‌های حمل‌ونقل برای استان‌هایی

1- Altin
2- Lunt and Carrera

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]
[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

که در مجاورت استان‌های گردشگر قرار گرفتند، منافع بیشتری را به همراه خواهد داشت.

با توجه به نتایج این مطالعه، مناطق مجاور که از سطح گردشگری مناسبی برخوردار هستند، به عنوان پتانسیل گردشگری محسوب شده و امکان رشد صنعت گردشگری را در استان‌ها فراهم می‌کنند. براین اساس پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان استانی در برنامه‌های توسعه گردشگری، اثرات سرریز فضایی ناشی از توسعه گردشگری مناطق مجاور را مد نظر قرار دهند.

نتایج فوق با تبیین بیشتر، نقش راه‌های ارتباطی بین مناطق مختلف در توسعه گردشگری را بیش از پیش برجسته می‌نماید و نشان می‌دهند که زیرساخت حمل‌ونقل موجب افزایش اثرات سرریز فضایی گردشگری می‌شود. با عنایت به این موضوع و اینکه اثرات سرریز فضایی از مجاورت مناطق مختلف حاصل می‌شود، توصیه می‌گردد اولاً نقش حمل‌ونقل در اثرات سرریز فضایی سایر صنایع نیز مورد بررسی قرار گیرد و ثانیاً با عنایت به این موضوع که گسترش شبکه حمل‌ونقل می‌تواند موجب اثرات سرریز فضایی مثبت در سایر صنایع شود، همکاری و تعاملات استان‌های مجاور در تقویت شبکه حمل‌ونقل و توجه جدی به گسترش شبکه حمل‌ونقل بین مناطق مختلف در برنامه‌های ملی و منطقه‌ای در دستورکار قرار گیرد.

براساس نتایج این مطالعه تقویت شبکه حمل‌ونقل، به صورت بالقوه امکان توسعه گردشگری در مناطق مختلف را فراهم می‌نماید این در حالی است که براساس نظریه پورتر توسعه هر صنعت مستلزم تقویت رقابت و ایجاد مزیت ناشی از آن است؛ لذا در کنار تعامل و همکاری مناطق مجاور در تقویت شبکه حمل‌ونقل و تقویت اثرات سرریز فضایی، براساس نتایج این مطالعه پیشنهاد می‌شود تقویت امکانات بالقوه مناطق در زمینه‌های درمانی، فرهنگی و زیرساخت‌های فناوری و ارتباطات در اولویت برنامه‌ریزی مناطق به منظور ایجاد مزیت رقابتی و توسعه گردشگری مدنظر قرار گیرد.

## ۷- منابع


ایزدی، مرتضی؛ ایوبیان، علی؛ نصیری، طه؛ جنیدی، نعمت‌الله؛ فاضل، مژگان؛ حسن پورفرد، محمدجواد. (۱۳۹۱). وضعیت گردشگری سلامت در ایران؛ فرصت یا تهدید. *مجله طب نظامی*، ۱۴ (۲)، ۷۵-۶۹.

ایمانی خوشخو، محمدحسین؛ علی‌زاده، ولی‌الله. (۱۳۹۲). اقتصاد گردشگری (مروری بر پیشینه تحقیق در خارج و داخل). *نشریه گردشگری علم و فرهنگ*، شماره ۱، ۱۱۴-۹۵.

بیات، سوده؛ حسینی هاشم‌زاده، داود؛ بد، مهدیه. (۱۳۹۶). شناسایی عوامل جذب گردشگران پزشکی در بیمارستان‌های شهر تهران. *فصلنامه بیمارستان*، ۱۶ (۱)، ۵۳-۳۵.

پورفریدونی، ناهید؛ شکیبایی، علیرضا؛ جلائی اسفندآبادی، سیدعبدالمجید. (۱۳۹۷). بررسی و مقایسه ارتباط حمل‌ونقل هوایی و حمل‌ونق ریلی بر صنعت گردشگری در استان‌های منتخب ایران. *فصلنامه جاده*، شماره ۹۷، ۱۸۷-۱۶۷.

جانی، سیاوش؛ دنیابین، فهیمه. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر تعداد و طول اقامت گردشگران ملی (مطالعه بین استانی). *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۶(۲۲)، ۵۳-۳۰.

سلیمانی‌مقدم، محمد؛ اسلامی، قاسم. (۱۳۹۰). نقش زیرساخت‌های اقامتی در فعالیت‌های گردشگری شهر رشت. *نشریه چشم‌انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)*، ۶(۱۷)، ۱۰۵-۱۱۵.

شاه‌آبادی، ابوالفضل؛ سیاح، علی. (۱۳۹۲). تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری: رویکرد پانل دیتا مقایسه تطبیقی کشورهای درحال‌توسعه و توسعه‌یافته. *نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۲ (۷)، ۴۳-۲۵.

شفیعی، ساناز؛ رجب‌زاده قطری، علی؛ حسن‌زاده، علیرضا؛ جهانیان، سعید. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری هوشمند (با استفاده از رویکرد فراترکیب). *مجله تحقیقات بازاریابی نوین*، ۷ (۴)، ۹۵-۱۱۵.

کاظمی، محمد. (۱۳۸۵). *مدیریت گردشگری*. تهران: انتشارات سمت.

کلانتری، محسن؛ ملک، مرضیه. (۱۳۹۳). تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت ارتباطی و شبکه راه در مناطق کویری ایران (مطالعه موردی: شهرستان خور و بیابانک). *نشریه مطالعات جغرافیایی*


[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]

[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

*مناطق خشک*، ۵(۱۷)، ۷۰-۵۳.

کهنی، مریم؛ سارانی، امید؛ جواهرزاده، فرید. (۱۳۹۶). بررسی پتانسیل‌های گردشگری روستایی شهرستان فردوس و اثرات توسعه آن در روستاها (مطالعه موردی: روستای بیدسکان). *همایش منطقه‌ای ظرفیت‌های گردشگری و توسعه شهرستان فردوسی.*

محمدی، تیمور؛ کریمی، مجتبی؛ نجارزاده، نگین؛ شاه کرم اوغلی، معصومه. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در ایران. *نشریه اقتصاد مالی*، ۴ (۲۷)، ۵۱-۲۷.

ممی‌پور، سیاب؛ عبدی، فهیمه. (۱۳۹۶). بررسی اثرات سرریز فضایی گردشگری بر رشد اقتصادی استان‌های ایران: در چارچوب تحلیل همگرایی فضایی بتا. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۶(۲۲)، ۷۶-۵۴.

نظری، محسن؛ اسفیدانی، محمدرحیم؛ طباطبائی، سیدمهدی. (۱۳۹۶). ارزیابی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران بین‌المللی به ایران با استفاده از مدل جاذبه. *مجله تحقیقات اقتصادی*، ۵۲(۱(پیاپی ۸۱۱))، ۲۴۳-۲۱۵.

وارثی، احمد؛ تقوایی مسعود؛ شاهیوندی، احمد. (۱۳۹۰)، تحلیلی بر وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهر اصفهان (با تأکید بر هتل‌ها). *مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، ۲۲(۴)، ۹۱-۱۱۲.

ویسی، هادی. (۱۳۹۶). بررسی سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران. *نشریه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، ۷(۲۵)، ۱۱۲-۹۳.

یاری، مازیار؛ وظیفه‌دوست، حسین. (۱۳۸۶). گردشگری الکترونیکی تأثیر متقابل تجارت الکترونیک در صنعت گردشگری. *چهارمین همایش ملی تجارت الکترونیک.*

Carrascal Incera, A., Fernandez Fernandez, M., & Pereira Lopez, X. (2015). Spillover effects of tourism consumption between Galicia and the rest of Spain. *International Journal of Tourism Research*, *17*(2), 185-195.

Deloitte, L. (2008). Medical tourism: Consumers in search of value. *Retrieved on*, *2*, 12.

Khadaroo, J., & Seetanah, B. (2008). The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach. *Tourism management*, *29*(5), 831-840.

Liu, Y., & Lin, J. (2018). Study on the Spillover Effect of Tourism Flow Based on the Customer Market Segmentation—Take the Business Travel Market in Guangdong Province as an Example. *Modern Economy*, *9*(5), 1002-1008.

Lunt, N., & Carrera, P. (2010). Medical tourism: assessing the evidence on treatment abroad. *Maturitas*, *66*(1), 27-32.

Mckercher, B., & Lau, G. (2008). Movement patterns of tourists within a destination. *Tourism geographies*, *10*(3), 355-374.

Mohamed, I., & Moradi, L. (2011). A model of e-tourism satisfaction factors for foreign tourists. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, *5*(12), 877-883.

Patandianan, M. V., & Shibusawa, H. (2020). Evaluating the spatial spillover effects of tourism demand in Shizuoka Prefecture, Japan: an inter-regional input–output model. *Asia-Pacific Journal of Regional Science*, *4*(1), 73-90.

Romão, J., & Saito, H. (2017). A spatial analysis on the determinants of tourism performance in Japanese Prefectures. *Asia-Pacific Journal of Regional Science*, *1*(1), 243-264.

Sánchez Martín, J. M., Rengifo Gallego, J. I., & Martín Delgado, L. M. (2018). Tourist mobility at the destination toward protected areas: The case-study of Extremadura. *Sustainability*, *10*(12), 4853.

Vanhove, N. (2011). *The economics of tourism destinations*. Routledge.

Xu, D., Huang, Z., Hou, G., & Zhang, C. (2020). The spatial spillover effects of haze pollution on inbound tourism: evidence from mid-eastern China. *Tourism Geographies*, *22*(1), 83-104.

Yang, Y., & Fik, T. (2014). Spatial effects in regional tourism growth. *Annals of Tourism Research*, *46*, 144-162.

Yang, Y., & Wong, K. K. (2012). A spatial econometric approach to model spillover effects in tourism flows. *Journal of Travel Research*, *51*(6), 768-778.

Yang, Y., Fik, T. J., & Zhang, H. L. (2017). Designing a tourism spillover index based on multidestination travel: A two-stage distance-based modeling approach.

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]

[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]

*Journal of Travel Research*, *56*(3), 317-333.

[ Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10 ]

[ DOR: 20.1001.1.23452870.1398.8.29.2.9 ]