



## بررسی رابطه الگوی جا به جایی‌های روزانه والگوی مسافرت‌های سالانه (مورد مطالعه: شهروندان تهرانی)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۵/۲۷ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۵/۲۲

بی‌بی زهرا موسوی بیوکی

دانش آموخته کارشناسی ارشد، دانشکده گردشگری zahra.mousavi68@yahoo.com (مسئول مکاتبات)

سیدجلال موسوی بازرگانی

استادیار دانشکده گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ jmoosavi@yahoo.com

### چکیده

امروزه با گسترش شهرنشینی و جمعیت شهرنشین، نیاز به جا به جایی و تقاضا برای سفر، روز به روز افزایش یافته، حجم زیاد این جا به جایی‌ها آثار و تبعاتی را به دنبال دارد از اینرو پیش بینی الگوی سفرها برای برنامه‌ریزی و مدیریت این جابه جایی‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. آنچه برای پژوهش فعلی اهمیت دارد مسئله الگوی جا به جایی‌ها است. به دلیل تنوع در ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی افرادی که جا به جا می‌شوند می‌توان انتظار داشت که افراد در الگوی جا به جایی‌ها (سفرها) با یکدیگر تفاوت داشته باشند. تحقیق حاضر با هدف بررسی الگوی جا به جایی‌های روزانه درون شهری با الگوی مسافرت‌های سالانه انجام شده است. فرضیه اصلی تحقیق عبارت است از: الگوی جا به جایی‌های روزانه با الگوی مسافرت‌های سالانه شهروندان تهرانی رابطه دارد. روش تحقیق از نوع هم بستگی مبنی بر استفاده از پرسشنامه با ۳۸۴ نمونه و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای طبقه بندی شده می‌باشد. ابتدا الگوی سفرهای روزانه و مسافرت‌های سالانه را با استفاده از متغیرهای مورد نظر در تعاریف بدست آورده ایم. به منظور آنالیز داده‌های تحقیق از روش‌های آماری در نرم افزار SPSS20 (آزمون کای اسکور) استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که بین الگوی جا به جایی‌های روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه رابطه وجود دارد.

**واژگان کلیدی:** الگوی سفر، جابه جایی‌های روزانه، مسافرت‌های سالانه، تهران

**مقدمه**

پس از مشهد مقدس دومین مقصد گردشگری شهری ایران در ایران است و البته حجم سفرهای روزانه شهروندان تهرانی نیز در رتبه اول از ترافیک درون شهری در ایران است.

بطور طبیعی تعداد قابل توجهی از آژانسهای ارائه دهنده خدمات مسافرتی نیز در شهر تهران مجتمع هستند و نکته با اهمیتی که در خصوص این سازمانها میتوان مطرح نمود، گرایش عمومی این مراکز در طراحی مسافرتها فرامرزی در مقایسه با بستههای مسافرتی درون کشوری است. جدای از سایر عوامل در دست بودن اطلاعاتی از ترجیحات و تمایلات شهروندان تهرانی در زمان تصمیم به مسافرتها درون کشوری می تواند به شکوفائی گردشگری شهری در مقیاس ملی مساعدت و از این طریق بر صرفه جوئی ارزی در کشور کمک کند. ترجیحات و تمایلات حین سفر، ترجیحات اقامتی در مقاصد و ترجیحات مرتبط با فعالیتهای فراغتی در مقصد تقسیم بندی نمود. گرچه مطالعات نسبتاً قابل توجهی در خصوص ترجیحات و تمایلات اقامتی و فراغتی گردشگران داخلی صورت گرفته است اما حوزه ترجیحات حین سفر آنها تقریباً ناشناخته باقی مانده و مورد توجه نبوده است. در این مطالعه و با باور به اینکه آگاهی از ترجیحات و تمایلات گردشگران داخلی در حین سفر می تواند به شکوفائی صنعت توریسم داخلی مساعدت کند، بر آن هستیم تا علاوه بر ارائه تصویری توصیفی و اکتشافی از این ترجیحات و تمایلات رابطه اجتماعی آن را با الگوی سفرهای روزانه تبیین کنیم.

**سوالهای تحقیق:**

این تحقیق بطور مشخص در جستجوی پاسخ به سوالات زیر است:

- ۱- الگوی سفرهای روزانه شهروندان تهرانی چه ویژگی هایی دارد؟
- ۲- الگوی سفرهای سالانه شهروندان تهرانی چه ویژگی هایی دارد؟
- ۳- تفاوتهای دموگرافیکی چه تاثیری در تنوع الگوی سفر روزانه و سالانه دارد؟
- ۴- آیا رابطه ای بین الگوی سفر روزانه و الگوی سفر سالانه وجود دارد؟

**روش تحقیق**

این تحقیق با رویکرد توصیفی-اکتشافی صورت گرفته است و برای مطالعه رابطه بین الگوی سفر از تحلیل

برآوردهای صورت گرفته در مجامع و سازمانهای معتبر بین المللی نظیر سازمان جهانی سفر و گردشگری (WTTO) حاکی از این مطلب است که تا ۸۰ درصد از کل جریان گردشگری از ویژگی بیم شهری برخوردار است. به عبارتی دقیقتر ۸۰ درصد از سفرهای با نیت گردشگری از مبادی شهری آغاز و در مبادی شهری دیگر خاتمه پیدا می کنند. جریان گردشگری شهری را از نظر درجه جابه جایی گردشگران می توان در ۲ بخش جابه جایی بین شهری و جا به جایی درون شهری تقسیم بندی نمود که اطلاعات اندکی از چگونگی تاثیر این دو فاز از جا به جایی انسانی بر روی هم وجود دارد. در واقع جستجوی نگارنده برای یافتن حتی یک گزارش یا سند فارسی زبان که به تبیین یا جستجوی چنین رابطه ای پرداخته باشد، مقرون به موفقیت نبود.

به چه دلیل مطالعه رابطه بین ۲ بخش از جابه جایی گردشگران یعنی ترافیک بین شهری و ترافیک درون شهری آنها واجد اهمیت است؟ این جا به جایی ها و رابطه بین آنها بویژه برای آژانسهای مسافرتی که در طراحی بستههای مسافرتی فعال هستند اهمیت ویژه ای دارد. وجود یا عدم وجود چنان رابطه ای برای آژانسهای مسافرتی از آن رو اهمیت دارد که اگر بستههای مسافرتی طراحی شده منطبق با تمایلات و ترجیحات ترافیکی گردشگران باشد، این تطابق کالا در رضا گردشگران از خدمات مسافرتی و وفاداری مشتریان آژانسهای مسافرتی متجلی خواهد شد. در عین حال بایستی توجه داشت که در دست بودن اطلاعاتی از چنان رابطه ای، وجود یا عدم وجود آن و تنوع نهفته در آن می تواند برنامه ریزان ترافیک بین شهری و نیز ترافیک درون شهری در مقاصد گردشگری را در تطابق هر چه بیشتر برنامه ها و طراحی ها با نیازها و شرایط اختصاصی گردشگران شهری توانا تر سازد. با توجه به فقت=دان مطالعات قبلی در خصوص بررسی و تبیین رابطه بین سفرهای روزانه (درون شهری) و سالانه (برون شهری) این مطالعه تلاش شده است تا در رویکردی توصیفی نسبت به جلب توجه جامعه پژوهشگران حوزه حمل و نقل و گردشگری شهری قدمی برداشته شود.

**طرح مسئله و اهداف**

در یک مقایسه کلی، کلان شهر تهران را می توان مهم ترین مبدا شکل گیری سفرهای توریستی محسوب کرد. بعلاوه آمار موجود حاکی از این است که شهر تهران

است که از طریق (1-P) بدست می‌آید (کفاشی، ۱۳۹۱). شهر تهران با حدود ۸ میلیون نفر جمعیت جامعه مورد مطالعه ماست. که به علت محدودیت‌های زمانی و هزینه‌ای به ناچار این جامعه را طبقه بندی می‌کنیم تا بتوانیم بهترین نمونه گیری را داشته باشیم. برای تعیین حجم نمونه ابتدا مناطق و محلات شهری تهران را به عنوان طبقاتی در نظر گرفته و سپس با استفاده از فرمول کوکران<sup>۱</sup> حجم نمونه طبق زیر محاسبه می‌شود.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

جمعیت را ۷۸۴۱۰۰۰ نفر در نظر می‌گیریم.

n=حجم نمونه = مقدار متغیر نرمال واحد استاندارد، که در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر ۱.۹۶ می‌باشد

p=مقدار نسبت صفت موجود در جامعه است. اگر در اختیار نباشد می‌توان آن را ۵/۰ در نظر گرفت. در این حالت مقدار واریانس به حداکثر مقدار خود می‌رسد. q= درصد افرادی که فاقد آن صفت در جامعه هستند (q=1-p)  
d=مقدار اشتباه مجاز حجم نمونه برابر با ۳۸۴ نفر بدست آمد.

#### ۱- نمونه آماری: نمونه گیری طبقه‌ای<sup>۲</sup>:

تهران دارای ۲۲ منطقه است چنانچه از این میان ۵ منطقه را به صورت تصادفی برگزینیم نیازمند حدود ۷۷ نفر از هر منطقه می‌باشیم. از آنجاییکه تهران ۳۸۴ محله دارد که در این ۲۲ منطقه پخش شده است به طور متوسط می‌توان در هر منطقه ۱۷ محله تعریف کرد. از این محلات ۵ محله را به صورت تصادفی انتخاب می‌کنیم.

از ۱۷ محله موجود در هر منطقه به صورت تصادفی ۵ محله را انتخاب می‌کنیم که در این صورت خواهیم داشت:

۵ منطقه × ۵ محله = ۲۵ طبق فرمول کوکران باید ۳۸۴ نمونه انتخاب کنیم این عدد را بر ۲۵ تقسیم می‌کنیم به طور تقریبی ۱۶ نفر را در هر محله از مناطق انتخابی باید به طور تصادفی انتخاب کنیم.

همبستگی استفاده شده است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی است زیرا که اطلاعات حاصل از آن در امر برنامه ریزی و بازاریابی گردشگری کاربرد دارد. ابزار جمع آوری داده‌ها پرسش نامه محقق ساخته است و برای تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS20 استفاده می‌شود. از آنجایی که پرسش نامه این پژوهش دارای متغیرهای اسمی می‌باشد از آزمونهای ارتباط کای اسکوئر برای بررسی رابطه متغیرهای اسمی استفاده می‌شود. در این پژوهش از انواع ابزارهای تحقیق شامل اسناد و مدارک و پرسشنامه استفاده شده است. داده‌ها به صورت پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه‌ای سه قسمتی در خصوص ویژگی‌های جمعیت شناختی فرد، سفرهای روزانه و مسافرت‌های سالانه جمع آوری شده است.

#### محدوده مکانی مطالعاتی

شهر تهران این پژوهش شامل تمامی افراد ساکن در شهر تهران است زیرا که می‌خواهیم جا به جایی‌های روزانه را بررسی کرده و رابطه آن با مسافرت‌های سالانه را بسنجیم پس محدودیتی وجود ندارد لذا نمونه گیری‌هایی صورت می‌دهیم تا جامعه و نمونه آماری را به طور دقیق تعریف کنیم.

#### جامعه و نمونه آماری

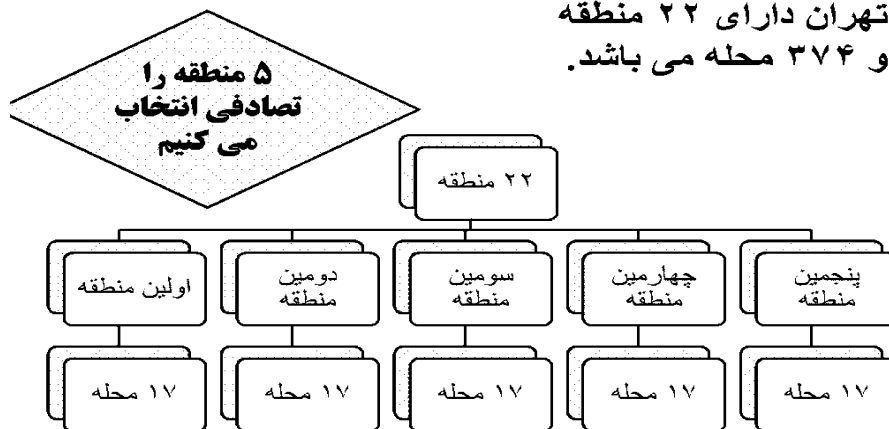
##### ۱- چارچوب نمونه گیری:

چارچوب نمونه گیری عبارت است از افراد و عناصری که جامعه آماری مورد مطالعه را تشکیل می‌دهند. چارچوب نمونه در حقیقت معرف جامعه آماری است و افرادی در نمونه قرار می‌گیرند که صفات و ویژگی‌های جامعه آماری را داشته باشند در غیر اینصورت در نمونه قرار نمی‌گیرند (کفاشی، ۱۳۹۱: ۳۲).

##### ۱- جامعه آماری:

محاسبه اندازه نمونه بر اساس پیشنهاد شارب کوکران: در این فرمول P برابر نسبت برآورد شده از وجود صفت در جامعه یا به عبارت بهتر احتمال وجود آن صفت در جامعه است. در صورتیکه پژوهشگر از این نسبت برآورد، اطلاع دقیقی نداشته باشد به طور معمول P را برابر ۰/۵ در نظر می‌گیرد. q برابر عدم احتمال وجود صفت

نمونه گیری خوشه ای طبقه بندی شده :  
تهران دارای ۲۲ منطقه  
و ۳۷۴ محله می باشد.



نمودار ۱-۱: نمونه گیری خوشه‌ای طبقه بندی شده تهران

دسته رویکرد در بررسی پدیده ی گردشگری می‌توان گفت که اگر چه در تبیین فضائی گردشگری موفق بوده، قادر به تبیین اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی این پدیده بوده ومدلهای متعددی برای برنامه ریزی و مدیریت گردشگری ارائه شده است اما ۲ حوزه ترافیک گردشگران بین مبدا و مقصد و نیز ترافیک گردشگران درون مقصد از موضوعاتی بوده است که کمترین توجه پژوهشگران داخلی را به خود جلب کرده است.

در یک چشم انداز جهانی البته توجه به جا به جایی انسانها به منظور رهایی نظیر گردشگری مورد توجه بوده است که بطور مشخص می‌توان به تلاشهای اوری (Urry,2000) کراسول (Cresswell,2001) اشاره نمود. همانگونه که اشاره شد مطالعات مرتبط با بررسی رفتارهای گردشگران و ترجیحات و انتخابهای آنها حین سفر چه بین مبدا و مقصد و چه درون مقصد به اندازه سایر حوزه‌های مطالعات گردشگری توسعه نیافته است و از همین جهت است که محققین بر شمرده اصولا تلاش خود را معطوف به نظریه پردازان و مفهوم سازی نموده اند تا راه را برای محققین بعدی در آزمون تجربی نظریه‌ها هموار سازند. به طور مشخص می‌توان به اوری (Urry,2000) و کافمن (Kaufman,2000) و کلرمن (Kellerman,2006) اشاره نمود که اشاراتی صریح به امکان وجود روابط معنی دار بین تحرکات کوتاه مدت روزانه(ترافیک روزانه درون شهری) تحرکات میان مدت انسانی (سفرهای توریستی سالانه) و تحرکات بلند مدت انسانی (مهاجرت) داشته اند. هر چند این ایده‌ها به

### مرور ادبیات

با توجه به اینکه گردشگری شهری، حمل و نقل درون شهری و حمل و نقل بین شهری در دیسپلینهای علمی و در دانشکده‌های متفاوتی سازمان دهی شده اند. پیدا کردن ادبیاتی که بطور همزمان این سه حوزه را پوشش داده باشند تقریبا مقرون به موفقیت نخواهد بود. بنابر این در مرور ادبیات توجه خود را معطوف به هر کدام از حوزه‌ها مدلی مفهومی استخراج شود.

#### الف- گردشگری شهری

مفهوم و ماهیت گردشگری بطور عام و انواع مختلف آن بویژه گردشگری شهری از موضوعات مورد توجه پژوهشگران گردشگری بوده است. بطور مثال می‌توان به پاپلی یزدی و همکاران (۱۳۸۵) اشاره نمود که تلاش کرده اند علاوه بر تبیین گردشگری به عنوان یک حوزه با اهمیت از جا به جایی‌های انسانی تفاوت گردشگری شهری را از سایر انواع مشخص سازند. علاوه بر این تلاشها در جهت تبیین گردشگری، بخش دومی از مطالعات توریسم در ایران معطوف به تبیین اثرات فرهنگی آن (دولت آبادی و همکاران، ۱۳۸۸) یا اثرات زیست محیطی آن (محلای ۱۳۸۱) و یا اثرات آن در چشم اندازی جامعتر(پارساییان و اعرابی، ۱۳۸۵) بوده است. مطالعات گردشگری در ایران شاخه سومی نیز دارد که معطوف به چگونگی مدیریت و برنامه ریزی توریسم در انطباق با الزامات و نیازهای توسعه‌ای کشور است. از جمله موارد اخیر می‌توان به گزارشات (کاظمی، ۱۳۸۵) و اعرابی و همکاران (۱۳۸۸) اشاره نمود. در جمع بندی و نقد این سه

مقاصد مختلف به عنوان گزینه‌های تصمیم در توزیع سفر یاد کنیم. از جمله مدل‌های پیش بینی پیش بینی توزیع سفر مدل‌های جاذبه می‌باشد که در آن اندازه جریان بین مبادی و مقاصد تابعی از تراکم انسانی در دو نقطه و تابعی از فاصله بین دو نقطه دانسته می‌شود.

مدل‌های انتخاب مسیر یا تخصیص عمدتا بر این مسئله تمرکز دارند که هیچگونه از بین مسیرهای مختلف بین مبدا و مقصد انتخاب صورت خواهد گرفت که بر اساس قوانین ارائه شده (واردراپ، ۱۹۵۲) به حکم ضرورت کوتاه نمودن زمانی مسافرت می‌توان هم در سطح فردی و هم در سطح سیستمی آن را مشاهده نمود. متاسفانه به دلایلی همچون عدم اطلاع رانندگان از شرایط ترافیکی، تمایل به آزمایش مسیرهای مختلف از سوی رانندگان، تغییرات مداوم در هزینه‌های سفر از مسیرهای مختلف، عدم قطعیت در انتخاب مسیرها را می‌توان مشاهده نمود به گونه‌ای که در سال ۱۹۷۷ مدل دیگری تحت عنوان انتخاب تصادفی مسیر (شفی ۱۹۸۵) ارائه شد. بر اساس این مدل کوتاهی مسیر یا حداقل سازی هزینه سفر تنها معیار انتخاب مسیر نبوده و عوامل دیگری همچون لذت، امنیت، راحتی نیز موجهات تنوع در انتخاب مسیر را فراهم می‌سازند. نهایت اینکه انتخاب تکنولوژی سفر نیز به مفهوم انتخاب وسیله نقلیه از منطق مشابهی بهره برده و به عنوان چهارمین و آخرین عنصر در چارچوب مورد بحث قرار دارد.

متاسفانه استفاده از این چارچوب و مدل‌های متنوعی که در تبیین و توضیح هر کدام از عناصر آن بسط داده شده اند در مطالعات گردشگری چندان مرسوم نبوده است و تقریبا بخش سفر و مسیر در غالب مطالعات گردشگری غالب بوده است. در عین حال در مطالعات حمل و نقل نیز تلاشی صورت گرفته است تا نسبت به تفکیک جریان گردشگری بین شهری از سایر انواع ترافیکی اقدام و مطالعه مستقلی سامان یابد و این مطالعه امیدوار است گشایشی در بسط اینگونه مطالعات در کشور باشد.

### تجزیه و تحلیل یافته ها

تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق در دو بخش توصیفی و تحلیلی انجام گرفت. از آنجایی که مهم‌ترین ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر پرسشنامه است، از این رو روایی و پایایی آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. با توجه به دریافت و اعمال نظر ۵ نفر از اساتید محترم دانشگاه علم و فرهنگ شامل اساتید محترم

مدت بیش از یک دهه توسط محققین مذکور مطرح بوده است کمتر پژوهش میدانی برای جستجوی چنان روابطی وجود دارد.

ب- برنامه ریزی حمل و نقل

در این حوزه البته حجم مطالعات چه در بعد داخلی و چه در بعد خارجی قابل توجه است که در حوزه مطالعات داخلی می‌توان به مطالعات ذکایی و همکاران (۱۳۷۲) شفاهی (۱۳۷۲) و در حوزه مطالعات خارجی به گالوب (Golob, 2000) گریزی (Grazi, 2008) هاریس (Harris) و خیستی (Khisty, 1990) و میر و میلر (Meyer & Miller, 2001) اشاره نمود.

تاملی در گزارشات و مطالعات مذکور حاکی از این مطلب است که توریسم شهری و بطور مشخص ترافیک گردشگران بین مبدا و مقصد و نیز درون مقصد بطور جداگانه مورد توجه نبوده است، عموما همراه با سایر حدود ترافیکی بطور یکپارچه در نظر گرفته شده است. با این وجود مطالعات مذکور و سایر مطالعات انجام گرفته نظیر مراد (Murat, 2010) و اورتوزار (Ortuzar, 2001) و رودریگو (Rodrigo, 2009) و یائو (Yao, 2008) چارچوبی کلی را فراهم می‌کنند که برای مطالعه فعلی حائز اهمیت است. این چارچوب کلی که عموما به نام مدل کلاسیک سفر شناخته می‌شود واجد ۴ عنصر تولید سفر، توزیع سفر، انتخاب مسیر و انتخاب وسیله نقلیه است که در این مطالعه مجموعه مشخصی از انتخاب‌های صورت گرفته در هر کدام از ۴ حوزه را تحت عنوان الگوی سفر یاد خواهیم کرد.

همانگونه که بیان شد جابجایی جغرافیایی انسانها را می‌توان در ۴ مرحله تولید سفر، توزیع سفر، انتخاب فناوری سفر و نهایتا وجه انتخاب مسیر خلاصه نمود.

تولید هر سفری اصولا تابعی از متغیرهای اقتصادی- اجتماعی است (ذکائی ۱۳۷۲- شفاهی ۱۳۷۳) به گونه‌ای که پارامترهای دموگرافیکی نظیر سطح درآمد، تحصیلات، شغل و سن می‌توانند بر تعداد سفرها و اندازه مسافتهایی که افراد طی می‌کنند موثر باشند.

توزیع سفر عموما ناظر بر این مطلب است که اگر چه برای هر سفری یقینا یک مبدا واحد منظور است اما مقاصد بکر برای هر سفری الزاما یکه نبوده و بنابراین مسافر نیازمند انتخاب از بین گزینه‌های مقصد است. مثلا در مسافرت‌های روزانه به منظور خرید می‌توان مراکز مختلف خرید را به عنوان گزینه هائی دانست که مسافر ناگزیر از توزیع سفرهای خود بین آنهاست. در سفرهای بین شهری با نیت و هدف گردشگری نیز می‌توان از وجود

جنسیت تقریباً نسبتی مساوی در پاسخگویان متعلق به هر دو جنس از زن و مرد بودند. همچنین جدول نشان می‌دهد که پاسخگویان به لحاظ متغیر سن از یک توزیع نسبتاً متقارن برخوردار بوده است. سومین متغیر دموگرافیکی مورد توجه در این مطالعه وضعیت شغلی پاسخگویان بوده است که همانگونه که در جدول ارائه شده است اکثریت نسبی پاسخگویان کارمند و یا دارای شغل آزاد بوده اند. همچنین از پاسخگویان در خصوص سطح تحصیلات آنها پرسیده شده بود که همانگونه که در جدول مشاهده می‌شود درصد قابل توجهی از پاسخگویان در سطح لیسانس و بالاتر قرار داشته اند. آخرین ویژگی دموگرافیکی مورد توجه در این مطالعه وضعیت تملک وسیله نقلیه شخصی توسط پاسخگویان بود که بر این اساس ۵۹٫۶ درصد از آنها اظهار داشته اند که وسیله نقلیه شخصی دارند.

علاوه بر ویژگی‌های جمعیت شناختی، از پاسخگویان در خصوص تعداد متوسط سفرهای روزانه و سالانه آنها پرسیده شده بود که نتایج آن در جدول (۲) خلاصه شده است. بر اساس داده‌های جدول (۲) می‌توان گفت که بیشترین میزان سفرهای درون شهری روزانه به تعداد ۳ الی ۴ سفر یا ۴۴/۴ درصد از کل است. تعداد بیشتری از سفرهای برون شهری در رده کمتر از ۵ قرار داشته است. به عبارت دیگر ۶۳/۶ درصد از پاسخگویان کمتر از ۵ سفر برون شهری در سال دارند.

آمار توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس

جنسیت پاسخ‌گویان	
جنسیت	درصد
زن	49.5
مرد	50.5
کل	100.0

آمار توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده بازه سنی

پاسخ‌گویان	
سن	درصد
زیر ۲۰ سال	9.1
20-30	38.4
30-40	23.2
40-50	20.2
بالای ۵۰ سال	9.1
کل	100.0

راهنما و مشاور، پرسشنامه تحقیق حاضر از روایی لازم برخوردار است. برای بررسی پایایی این پرسشنامه از آنجایی که متغیرها اسمی می‌باشند. جمع‌آوری داده‌ها را بافاصله زمانی مجدداً تکرار کردیم که در اینجا بافاصله یک هفته این کار را صورت دادیم و نتیجه را باهم مقایسه کردیم. برای ارزیابی پایایی از ضریب کاپا استفاده شده است. در شاخص توافق کاپا صحبت از این است که دو نفر چقدر در تشخیص یک چیز بخصوص باهم توافق دارند. مقدار کاپا می‌تواند در نهایت یک باشد که دلیل یک توافق کامل بین مقادیر و متغیر است که این توافق شانسی نیست. از طرفی این مقدار صفر و یا حتی منفی هم می‌تواند باشد، صفر بودنش به این معنی است که احتمال تصادفی بودن این توافقات با احتمال غیر تصادفی بودنشان برابر است و زیر صفر بودنش دلیل این است که این توافق بیشتر احتمال دارد که به خاطر شانسی باشد. مقادیر ۰/۸ تا ۱ توافق عالی را نشان می‌دهد و مقادیر ۰/۶ تا ۰/۸ توافق قابل قبول و ۰/۴ تا ۰/۶ توافق متوسط را نشان می‌دهد. (بیرت، ۱۹۹۶: ۵۶۱). در جدول زیر ضرایب توافق کاپای تمامی سؤالات آورده شده است. بر اساس ضریب‌های کاپای به دست آمده برای هر سؤال و از آنجایی که ضریب کاپای بالای ۰/۴ قابل قبول است تمامی سؤالات پرسشنامه از پایایی لازم برخوردار است.

شماره سؤال	ضریب کاپا	شماره سؤال	ضریب کاپا
۱	۰.۷۴۶	۹	۰.۵۲۹
۲	۰.۷۹۱	۱۰	۰.۷۵۸
۳	۰.۵۱۲	۱۱	۰.۷۴۶
۴	۰.۷۷۵	۱۲	۰.۵۱۲
۵	۰.۵۵۰	۱۳	۰.۶۸۰
۶	۰.۶۲۴	۱۴	۰.۴۴۰
۷	۰.۶۵۳	۱۵	۰.۵۲۰
۸	۰.۶۶۶	۱۶	۰.۴۸۰

تحلیل توصیفی داده‌ها معطوف به بررسی ویژگی‌های دموگرافیکی پاسخگویان شامل جنسیت، تحصیلات، سن، مالکیت خودروی شخصی و شغل آنها و نیز سؤالات مربوط به ویژگی‌های جابه‌جایی‌های روزانه و مسافرت‌های سالانه آنها می‌باشد.

الف- توصیف ویژگی‌های دموگرافیکی

اولین بخش از تحلیل داده‌ها ی جمع‌آوری شده در این تحقیق معطوف به خلاصه سازی ویژگی‌های دموگرافیکی واحدهای مشاهده شده بود. نتایج حاصل در جدول (۱) خلاصه شده است. بر اساس جدول و بر حسب

33.3	کمتر از ۲
44.4	3-4
9.1	5-6
10.1	7-8
3.0	بیشتر از ۸
100.0	کل

آمار توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس تعداد مسافرت‌های سالانه

درصد	تعداد مسافرت‌های سالانه
63.6	کمتر از ۵
17.2	6-10
10.1	10-12
9.1	بیشتر از ۱۲
100.0	جمع

در تحلیل استنباطی داده‌ها تلاش شد با استفاده از آزمونهای آماری درستی یا عدم درستی فرضیات تحقیق مورد آزمون قرار گیرد.

**آزمون کای اسکوئر<sup>۴</sup>:** اساس آزمون کای اسکوئر، سنجش تفاوت فراوانی مشاهده‌شده و فراوانی مورد انتظار است. ارتباط بین متغیرهای کیفی در این پژوهش با استفاده از آزمون کای اسکوئر سنجیده شده است. سطح معنی‌داری برای بررسی و آزمون ارتباط و رد فرضیه  $H_0$  برابر  $\alpha = 0.05$  در نظر گرفته شده است. همچنین، زمانی که شرایط آزمون کای دو در بررسی ارتباط برقرار نباشد، از مقدار Exact P-value برای ارزیابی ارتباط استفاده شده است. اکنون با استفاده از آزمون کای اسکوئر ارتباط سنجی بین متغیر مستقل که الگوی جا به جایی‌های روزانه است را با متغیرهای وابسته (متغیرهای الگوی مسافرت‌های سالانه) می‌کنیم.

آمار توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس شغل

درصد	شغل
16.2	دانشجو
53.5	کارمند
13.1	شغل آزاد
12.1	خانه‌دار
5.1	دیگر
100.0	کل

آمار توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس تحصیلات

درصد	تحصیلات
16.2	سیکل
33.3	دیپلم
14.1	لیسانس
29.3	فوق‌لیسانس
7.1	دکتری
100.0	

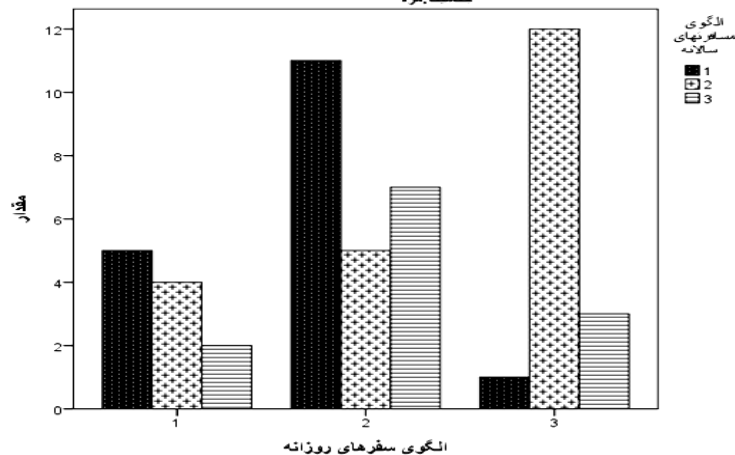
آمار توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس مالکیت خودروی شخصی

درصد	مالکیت خودروی شخصی
59.6	بله
40.4	خیر
100.0	کل

آمار توصیفی داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس تعداد سفرهای روزانه داخل شهر

درصد	تعداد سفرهای روزانه داخل شهر
------	------------------------------

جدول ستونی ارتباط بین الگوی سفرهای روزانه - الگوی مسافرت‌های سالانه و مردها



نمودار ارتباط الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه و مردها



بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه بر اساس جنسیت زن را نشان می‌دهد.

با توجه به آنچه در دو فرضیه بالا بررسی شد بین الگوی سفرهای روزانه و مسافرت‌های سالانه بر اساس جنسیت تفاوتی در توزیع فراوانی‌ها وجود ندارد البته می‌توان گفت با توجه به عدد کای اسکوئر ثبت شده بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه بر اساس جنسیت زن‌ها رابطه قوی‌تری وجود دارد.

### بررسی ارتباط بین مالکیت خودروی شخصی

#### الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه

ارتباط سنجی بین الگوی سفرهای روزانه - الگوی مسافرت‌های سالانه و مالکان خودروی شخصی

با توجه به جواب آزمون کای اسکوئر و از آنجایی که سطح معنی‌داری یا P-value برابر  $0/001$  است و کمتر از  $0/05$  بوده بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت سالانه برای مالکان خودروی شخصی رابطه معنی‌داری وجود دارد و عدد کای اسکوئر برابر  $17/747$  ارتباط بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه برای مالکان خودروی شخصی را نشان می‌دهد.

### بررسی ارتباط بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی

#### مسافرت‌های سالانه بر اساس جنسیت

#### ۱- بررسی ارتباط بین الگوی سفرهای روزانه -

##### مسافرت‌های سالانه و مردها:

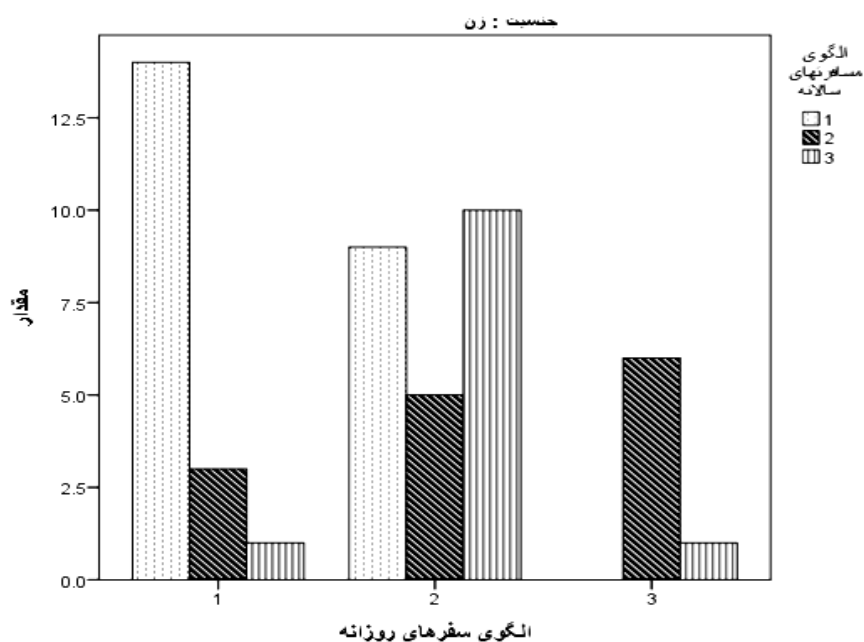
با توجه به جواب آزمون کای اسکوئر و از آنجایی که سطح معنی‌داری یا P-value برابر  $0/012$  است و کمتر از  $0/05$  بوده بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت سالانه بر اساس جنسیت مرد رابطه معنی‌داری وجود دارد و عدد کای اسکوئر برابر  $12/557$  ارتباط قوی بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه بر اساس جنسیت مرد را نشان می‌دهد.

#### ۲- بررسی ارتباط بین الگوی سفرهای روزانه -

##### مسافرت‌های سالانه و زن‌ها:

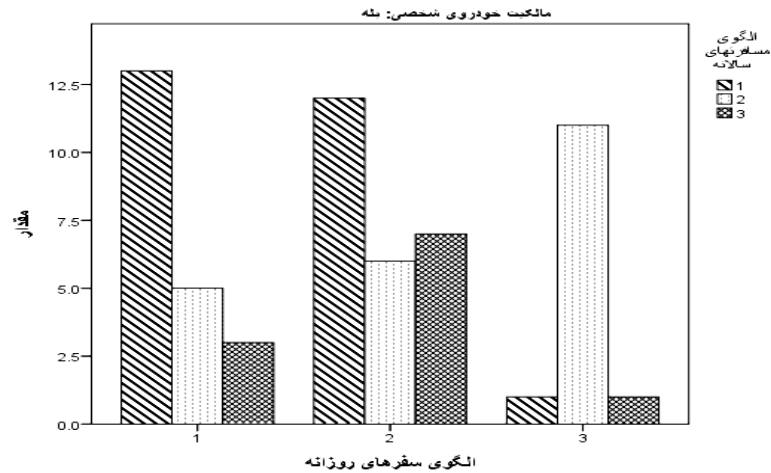
با توجه به جواب آزمون کای اسکوئر و از آنجایی که سطح معنی‌داری یا P-value برابر  $0/000$  است و کمتر از  $0/05$  بوده بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت سالانه بر اساس جنسیت زن رابطه معنی‌داری وجود دارد و عدد کای اسکوئر برابر  $22/608$  ارتباط قوی

جدول ستونی ارتباط بین الگوی سفرهای روزانه - الگوی مسافرت‌های سالانه و زن‌ها



نمودار رابطه الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه در زن‌ها





نمودار فراوانی مالکیت خودروی شخصی در سفرهای روزانه

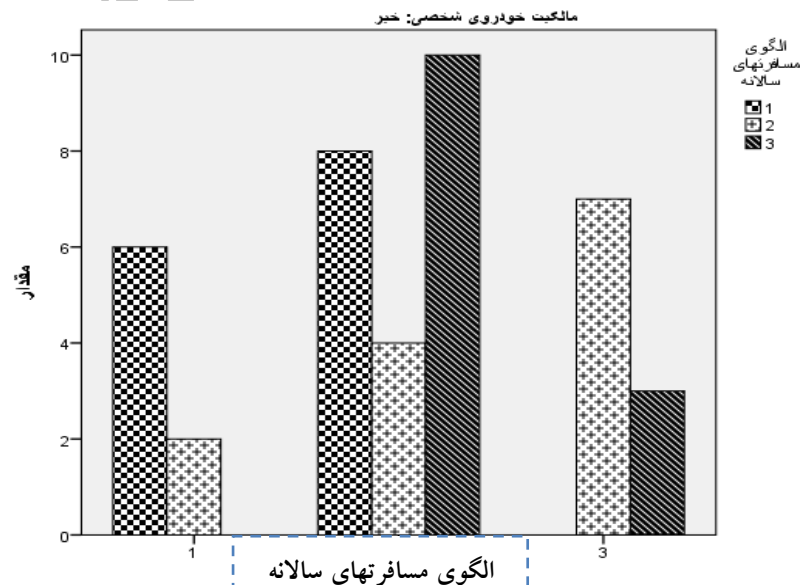
با توجه به آنچه در دو فرضیه بالا بررسی شد بین الگوی سفرهای روزانه و مسافرت‌های سالانه بر اساس مالکیت خودروی شخصی تفاوتی در توزیع فراوانی‌ها وجود ندارد بنابراین توزیع فراوانی‌ها تحت تأثیر مالکیت خودروی شخصی قرار نمی‌گیرد.

متغیرهای قسمت دوم پرسشنامه که در خصوص الگوی سفرهای سالانه افراد است را مورد بررسی قرار می‌دهیم. با استفاده از نرم‌افزار تحلیل آماری SPSS20 داده‌های این قسمت را خوشه‌بندی<sup>۵</sup> می‌کنیم.

روش خوشه‌بندی دومرحله‌ای: روش خوشه‌بندی روشی آماری برای گروه‌بندی مشاهدات در قالب زیرگروه‌های مشابه به هم و بر اساس یک یا چند ویژگی است.

### بررسی ارتباط بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه بر اساس عدم مالکیت خودروی شخصی

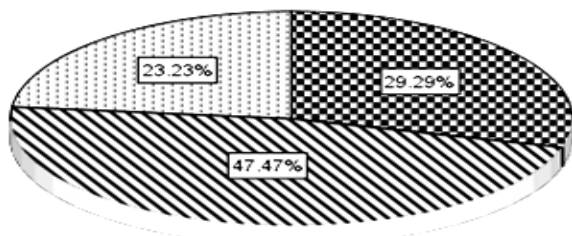
با توجه به جواب آزمون کای اسکوئر و از آنجایی که سطح معنی‌داری یا P-value برابر ۰/۰۰۱ است و کمتر از ۰/۰۵ بوده بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت سالانه بر اساس عدم مالکیت خودروی شخصی رابطه معنی‌داری وجود دارد و عدد کای اسکوئر برابر ۱۶/۷۷۵ ارتباط بین الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه بر اساس مالکیت خودروی شخصی را نشان می‌دهد.



نمودار فراوانی مالکیت خودروی شخصی در مسافرت‌های سالانه

## نمودار دایره ای الگوی سفرهای روزانه

1  
2  
3



نمودار ۴-۱: نمودار دایره ای الگوی سفرهای روزانه

هدف اصلی آن‌ها خرید است که ۵۲٪ این افراد را شامل می‌شود و این گروه به هیچ وجه برای سفرهای روزانه خود هدف آموزشی ندارند و مسافت‌های کوتاه را برای سفرهای روزانه خود انتخاب می‌کنند که ۹۷٪ این افراد را شامل می‌شود؛ و مبدأ همه این افراد خانه است و این گروه بیشتر (۵۲٪) بعد از ظهرها و اواخر هفته (۴۵٪) سفر درون شهری دارند.

**الگوی دوم:** با ۴۷،۵٪ فراوانی دارای ویژگی‌های زیر می‌باشند.

۶۰٪ افراد این گروه وسیله نقلیه شخصی را برای سفرهای روزانه خود انتخاب می‌کنند و نکته قابل توجه این است که تمامی افرادی که از دوچرخه برای سفرهای روزانه خود استفاده می‌کنند در این گروه قرار گرفته‌اند. معیار انتخابی آن‌ها برای استفاده از وسیله نقلیه لذت بوده است که ۳۶ درصد افراد را شامل می‌شود. مسیر سفرهای روزانه این گروه مسیرهای بزرگراهی طولانی است و در ۵۸٪ افراد هدف از این سفرهای روزانه انجام امور اداری است که مبدأ بیشتر این سفرها خانه (۶۸٪) و قبل از ظهر و اوایل هفته کارهای خود را انجام می‌دهند.

**الگوی سوم:** با ۲۳،۲٪ دارای ویژگی‌های زیر می‌باشند.

این گروه بیشتر (۵۲٪) از اتوبوس و در درجه دوم از مترو برای سفرهای روزانه خود استفاده می‌کنند و هزینه (۵۷٪) و امنیت معیارهای اصلی و تأثیرگذار در انتخاب وسیله نقلیه برای این گروه است و مسیر آن‌ها بیشتر تحت تأثیر شبکه حمل و نقل عمومی (۷۰٪) است و هدف بیشتر آن‌ها انجام امور اداری است که مسافت‌های کوتاه را ۹۱٪ این افراد طی می‌کنند و مبدأ ۶۹٪ از آن‌ها خانه

جدول ۴-۱۱ جدول فراوانی الگوی سفرهای روزانه

الگوی سفرهای روزانه	درصد	فراوانی
1	29.3	29
2	47.5	47
3	23.2	23
کل	100.0	99

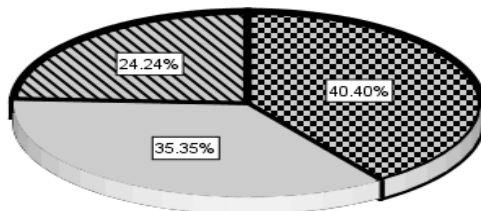
به این ترتیب الگوی سفرهای روزانه را در سه دسته تعریف می‌کنیم. دسته اول ۲۹،۳٪، دسته دوم ۴۷،۵٪ و دسته سوم ۲۳،۲٪ را به خود اختصاص می‌دهند. که این دسته‌بندی‌ها در جدول و نمودار زیر مشخص شده است.

حال به توصیف هر دسته بر اساس ویژگی‌های متغیرها می‌پردازیم. لازم به ذکر است که عناصر تأثیرگذار اصلی در شکل‌گیری این گروه‌ها به ترتیب اهمیت ۱. وسیله نقلیه ۲. معیار انتخاب وسیله نقلیه ۳. مسیر ۴. هدف و ۵. مسافت سفرهای روزانه است که مبدأ سفرها، زمان سفرها و روز این سفرهای تأثیر کمتری در شکل‌گیری این گروه‌بندی‌ها نسبت به بقیه عوامل دارد.

**الگوی اول:** با ۲۹،۳٪ فراوانی در سفرهای روزانه داخل شهر دارای الگویی با ویژگی‌های زیر می‌باشند.

در این دسته ۸۳٪ افراد بیشتر از وسیله نقلیه شخصی و بقیه افراد این گروه از تاکسی جهت سفرهای روزانه استفاده می‌کنند، معیار ۶۵٪ از آن‌ها برای انتخاب وسیله نقلیه راحتی است و معیار دیگری که در این گروه حائز اهمیت است سرعت است. ۴۸٪ افراد این گروه مسیرهای دارای چراغ راهنمایی را بیشتر طی می‌کنند و

خوشه بندی الگوی مسافرت‌های سالانه



در مسافرت‌های سالانه استفاده می‌کنند. هدف بیشتر (۸۰٪) آن‌ها تفریح است و مابقی با اهداف سفرهای کاری و زیارت به مسافرت می‌روند. بیشتر این افراد در طول سفر استراحت (۷۰٪) می‌کنند و مابقی آن‌ها به بازدید از مکان‌های تاریخی می‌پردازند. ۶۷٪ این افراد با ماشین شخصی سفر می‌کنند و البته اکثریت دوم از هواپیما برای مسافرت‌های سالانه خود استفاده می‌کنند. در این گروه هیچ‌کدام از افراد با اتوبوس مسافرت نمی‌کنند که نکته قابل‌توجهی است. فصل مسافرتی این افراد بیشتر تابستان (۵۵٪) و بهار است و هیچ‌کدام از آن‌ها در زمستان سفر کمی کنند و این افراد بیشتر (۶۷٪) روزهای تعطیل را برای مسافرت انتخاب می‌کنند.

است و فعالیت‌ها را قبل از ظهر و اوایل هفته انجام می‌دهند. اکنون به بررسی داده و متغیرهای قسمت سوم پرسش‌نامه می‌پردازیم. در این قسمت متغیرهای الگوی مسافرت‌های سالانه موردبررسی قرار می‌گیرند. این داده‌ها را نیز مانند داده‌های قسمت دوم وارد نرم‌افزار تحلیل آماری SPSS20 می‌کنیم تا مانند قسمت قبل این داده‌ها را خوشه‌بندی نماییم. الگوی مسافرت‌های سالانه در سه دسته با ویژگی‌های زیر دسته‌بندی می‌شوند.

جدول ۱۲-۴: جدول فراوانی الگوی مسافرت‌های سالانه

گروه الگوی مسافرت‌های سالانه	درصد	فراوانی
1	40.4	40
2	35.4	35
3	24.2	24
کل	100.0	99

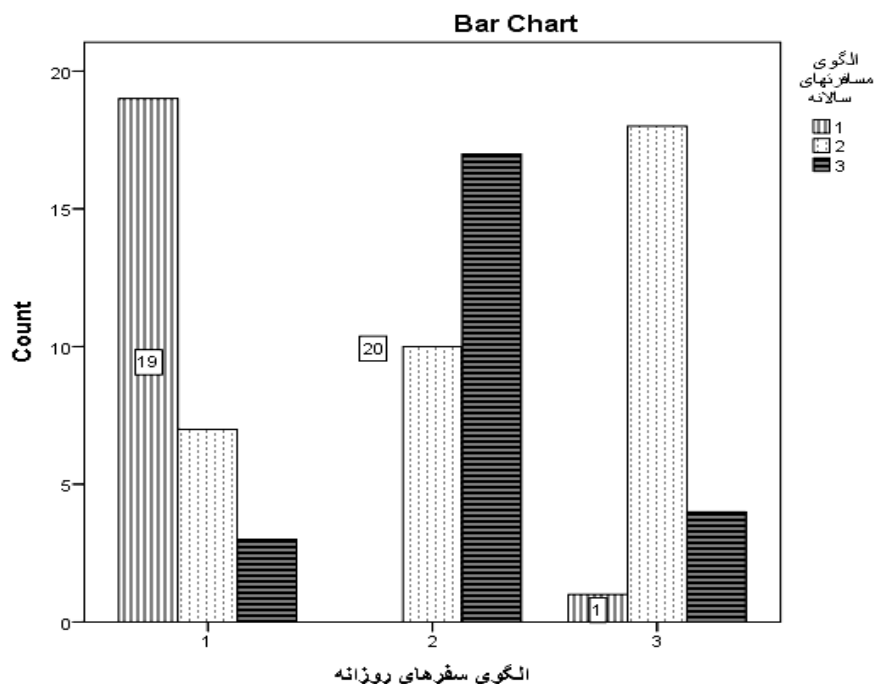
**الگوی دوم:** این گروه با ۳۵٪ فراوانی دارای ویژگی‌های زیر می‌باشند.

بیشتر افراد این گروه سفر درون‌مرزی (۵۱٪) دارند و هیچ‌کدام از افراد این گروه الگوی مسافرت برون‌مرزی ندارند. اقامت این گروه بیشتر (۴۳٪) خانه اقوام و آشنایان است و هدف غالب (۶۰٪) آن‌ها از مسافرت تفریح است و تمامی افرادی که باهدف دیدار اقوام و آشنایان مسافرت می‌کنند در این گروه قرار دارند فعالیت اصلی آن‌ها در مسافرت استراحت (۸۰٪) و هیچ‌کدام از آن‌ها بازدید از مکان‌های تاریخی را برای سفرهای خود در نظر ندارند. بیشتر آن‌ها با وسیله نقلیه شخصی (۷۴٪) به مسافرت می‌روند و اکثریت بعدی این گروه با قطار سفر می‌کنند. ۵۴٪ این افراد در تابستان سفر می‌کنند و تعداد اندکی از آن‌ها در پاییز به مسافرت می‌روند و البته روزهای مسافرتی غالب این گروه نیز روزهای تعطیل است.

این گروه‌ها با توجه به ویژگی‌های زیر تعریف می‌شوند. که در این گروه‌بندی متغیرهای زیر بیشترین تأثیر را در گروه‌بندی دارند. ۱-محدوده جغرافیایی مسافرت ۲-محل اقامت در مسافرت ۳-هدف مسافرت ۴-فعالیت‌های فرد در طول سفر و متغیرهای وسیله حمل‌ونقل، فصل و روز مسافرت در اولویت‌های بعدی گروه‌بندی قرار می‌گیرد.

**الگوی اول:** با ۴۰،۴٪ فراوانی دارای ویژگی‌های زیر می‌باشند.

سفرهای این گروه بیشتر درون‌مرزی است که شامل ۸۷٪ این افراد است. اقامت آن‌ها در بیشتر موارد در هتل صورت می‌گیرد و مابقی از خانه‌های اجاره‌ای برای اقامت



فرضیاتی که این فرض کلی را بررسی می‌کنند در این مورد نمی‌توان اظهار نظر کرد.

فرض سوم بررسی رابطه بین تکنولوژی مورد استفاده در سفرهای روزانه و مسافرت‌های سالانه که رابطه معنی‌دار وجود دارد.

فرض چهارم بررسی رابطه بین فعالیت‌ها در سفرهای روزانه و مسافرت‌های سالانه که با توجه به فرضیات تشکیل‌دهنده این فرض و بررسی آن‌ها در این مورد نیز نمی‌توان اظهار نظر کرد.

#### پیشنهاد‌های برگرفته از تحقیق

با توجه به رشد چشمگیر صنعت گردشگری برای پیشرفت این صنعت نیازمند بانک‌های اطلاعاتی هستیم. در صنعت گردشگری ایران هیچ‌گونه پایگاه اطلاعاتی معتبری وجود ندارد که بتوانیم با استفاده از آن پیش‌بینی‌ها و برنامه‌ریزی‌های لازم این صنعت را انجام دهیم. لذا پیشنهاد می‌شود حال که به این صنعت توجه شده است به دنبال تهیه بانک‌های اطلاعاتی برویم تا بتوانیم در این صنعت برنامه‌ریزی کنیم و مدیریت سفرها را به‌درستی انجام دهیم.

با استفاده از بانک‌های اطلاعاتی می‌توان پژوهش‌های ساختاریافته‌ای در راستای مدیریت این صنعت انجام داد که باعث پیشرفت این صنعت خواهد شد. این بانک‌های اطلاعاتی می‌توانند قدرت تحلیل و پیش‌بینی را بالا ببرند که برای این صنعت بسیار حیاتی است.

**الگوی سوم:** ۲۴٪ فراوانی ویژگی‌های زیر را دارا می‌باشند.

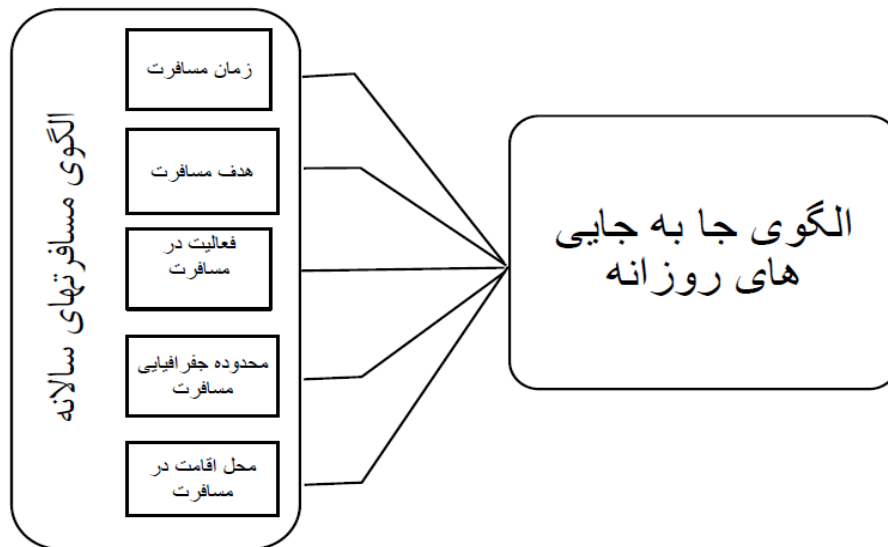
سفرهای آن‌ها بیشتر (۵۰٪) برون‌مرزی است. اقامت آن‌ها در هتل و خانه اقوام و آشنایان صورت می‌گیرد. ۳۳٪ آن‌ها برای مسافرت سالانه باهدف خرید و اهداف دیگر آن‌ها معالجه و درمان است و البته تمامی افرادی که باهدف خرید به مسافرت می‌روند در این گروه قرار دارند. این افراد سفرهای خود را با هواپیما (۳۷٪) و تعداد کمی از آن‌ها با ماشین شخصی انجام می‌دهند. فعالیت غالب آن‌ها در سفر ورزش و فعالیت‌های هیجان‌انگیز است. و البته بیشتر در ایام غیر تعطیل و تابستان و زمستان به سفر می‌روند.

#### نتیجه‌گیری و پیشنهاد برای تحقیقات آتی:

اکنون به جمع‌بندی نتایج حاصل از آزمون‌ها می‌پردازیم:

همان‌طور که پیش‌ازین بیان شد فرضیه اول بررسی ارتباط بین جابه‌جایی افراد در سفرهای روزانه و مسافرت‌های سالانه منطبق بر فرضیه اصلی است که الگوی سفرهای روزانه و الگوی مسافرت‌های سالانه بررسی شد که رابطه معنی‌دار وجود دارد.

فرض دوم بررسی رابطه بین مکان و فضای جابه‌جایی روزانه و مسافرت‌های سالانه که با توجه به



### مدل اثبات شده در پژوهش

شیراز، گزارش شماره TRV۲۰۱۱۳۵، موسسه عالی پژوهش در برنامه ریزی و توسعه، تهران، آذر (۱۳۷۲). شفاهی، مدل های تولید و توزیع سفر، مطالعه موردی شیراز: برنامه و توسعه، دوره ۲، شماره ۸، تابستان (۱۳۷۲).

کاظمی، محمد (۱۳۸۵) مدیریت گردشگری، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول  
کفاشی، مجید (۱۳۹۱) کاربرد آمار استنباطی در پژوهش های اجتماعی، تهران: انتشارات جامعه شناسان، چاپ اول.

کفاشی، مجید (۱۳۹۱) کاربرد آمار توصیفی در پژوهش اجتماعی، تهران: انتشارات جامعه شناسان، چاپ اول.  
گی، چاک. وای (۱۳۸۵) جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه پارساییان، علی و اعرابی، محمد، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ سوم  
محلای، صلاح الدین (۱۳۸۱)، جهانگردی پایدار شهری، مجله شهرداری ها، شماره ۴۶.

Cresswell, T. 2001a. The production of mobilities. *New Formations* 43: 11-25.

Cresswell, T. 2002. Introduction: theorizing place. In G. Verstraete and T. Cresswell (eds.), *Mobilizing Place, Placing Mobility: The Politics of Representation in a Globalized World*. Amsterdam: Rodopi, pp. 11-32.

Golob F T. (2000), A simultaneous model of household activity participation and trip chain generation. In: *Transportation Research*

Grazi F.& van den Bergh, Jeroen C.J.M. 2008. *spatial*

### پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی

۱. تحلیل و بررسی رابطه جابه جایی های فیزیکی افراد و الگوی مسافرت سالانه
۲. بررسی و تحلیل رابطه جابه جایی های ذهنی افراد و الگوی مسافرت سالانه
۳. بررسی و تحلیل رابطه جابه جایی های مجازی افراد و الگوی مسافرت سالانه
۴. بررسی رابطه سبک زندگی شهری و الگوی مسافرت سالانه
۵. بررسی و تحلیل رابطه سبک زندگی مردم ایران و الگوی مسافرت سالانه
۶. بررسی و تحلیل الگوی سفرهای روزانه و الگوی مهاجرت

### منابع و مآخذ

پاپلی یزدی، محمدحسین. سقایی، مهدی (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول

داس ویل، راجر (۱۳۸۴) مدیریت جهانگردی؛ مبانی، راهبردها و آثار، ترجمه اعرابی، سید محمد و یزدی، داوود، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ سوم  
دولت آبادی، فیروز. یعقوب زاده، رحیم (۱۳۸۸) گردشگری فرهنگی و ارائه راهکارها برای ارتقای آن در ایران، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، چاپ اول.

ذکایی آشتیانی، پور زاهدی و شفاهی، نتایج آمارگیری مبدا-مقصد: مطالعات جامع حمل و نقل درون شهری

Rodrigue J.P. & Comtois C. & Slack B. (2009). *The Geography of Transport Systems* Imprint.Routledge.  
YAO Liya, GUAN Hongzhi, YAN Hai, (2008), Trip Generation

## یادداشت‌ها

<sup>1</sup> *cochran*

<sup>2</sup> *Stratified sampling*

<sup>3</sup> *Cohen's Kappa Statistics for agreement*

<sup>4</sup> *Chi Square Test*

<sup>5</sup> *clustering*

Organization,Transport,and climate chang:comparing instruments of spatial planning and policy, Ecological Economics,vol.67,pp.630-639.

Grazi F. Jeroen C.J.M van den B. (2008).Spatial organization, Transport, and climate change: Comparing instrument of spatial planning and policy,Sciencedirect, Ecological economics(67), 630-639.

Hall, C.M. and Müller, D. (eds) (2004) *Tourism, Mobility and Second Homes: Between Elite Landscape and Common Ground*. Channel View Publications, Clevedon, UK.

Hall, C.M. and Williams, A.M. (eds) (2002) *Tourism and Migration: New Relationships Between Consumption and Production*. Kluwer, Dordrecht, the Netherlands.

Harris, B. *Land use Models in Transportation Planning: a review of past developments and current best practice*, Delawae Valley Regional Planning

Commision:

<http://www.bts.gov/tmip/papers/landuse/compendium/dvrpe-appb.htm> [1996].

Kaufmann, V. 2002. *Re-thinking Mobility: Contemporary Sociology*. Aldershot: Ashgate.

Kellerman, A. 1993. *Telecommunications and Geography*. London: Belhaven (Wiley).

Kellerman,A.2006.personal mobilities,London and New York.

Khisty, C. J. *Transportation Engineering: an introduction*, P. 38 Prentice-Hall, 1990.

Lash, S. and Urry, J. 1994. *Economies of Signs and Space*. London: Sage. Ling, P. M. & Glantz, S. A. (2002). Using tobacco-industry marketing research to design more effective tobacco-control campaigns. *JAMA: Journal of the American Medical Association*, 287, 2983-2989.

Linde, Y. A. Buzo & R. M. Gray, "An Algorithm for vector Quantizers design", *IEEE Trans. On Communications*, V. com - 28, Pp. 84-95, January 1980.

Meyer, M. D. & E. J. Miller, *Urban Transportation Planning*. Mc Graw Hill, New York, 2001.

Murat, H. Celik, (2010), Sample size needed for calibrating trip Distribution and behavior of the gravity model, *Journal of Transport Geography* 18. pp. 83-190

Ortuzar, J.D. Willumsen, L.G. (2001), *the Traffic Assignment*

DI Problem: Models and Methods. VSP, Wiley, New York. Utrecht, the Netherlands.

Urry, J. 2000. *Sociology beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century*. London:Routledge.