

تحلیل فضایی و جانمایی خدمات گردشگری شهری با استفاده از منطق فازی (مطالعه موردی: اقامتگاه‌های گردشگری شهر اصفهان)

رسول حیدری سورشجانی* - استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه کاشان، کاشان، ایران
ابوالفضل دهقان جزئی - کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۲/۰۴ تأیید مقاله: ۱۳۹۸/۰۷/۰۷

چکیده

صنعت گردشگری با ویژگی‌های خاص خود صنعتی پویا با آینده‌ای روشن تلقی می‌شود. سرمایه‌گذاری در این صنعت در همه کشورهای جهان که از جاذبه‌های گردشگری برخوردارند، رو به افزایش است. امروزه جذب گردشگران به رقابتی فزاینده در میان نهادهای درگیر در صنعت گردشگری تبدیل شده است. شهر اصفهان، یکی از شهرهای کشور در عرصه گردشگری است که نقش منحصر به فردی در سیستم اقتصاد گردشگری ایران دارد. براساس اعلام سازمان میراث فرهنگی، سالانه ۳ میلیون گردشگر داخلی و ۳۰۰ هزار گردشگر خارجی از این شهر بازدید می‌کنند. پژوهش تحلیلی کاربردی حاضر به بررسی تحلیل فضایی و مکان‌یابی مراکز اقامتی شهر اصفهان پرداخته است. اطلاعات مورد نیاز به کمک مشاهده، مطالعات کتابخانه‌ای و مراجعه به سازمان‌های مربوط به دست آمده است. تجزیه و تحلیل لایه‌های اطلاعاتی در نرم‌افزار ArcGIS و IDRISI Taiga و با استفاده از منطق فازی انجام شده است. در این پژوهش، با استفاده از روش میانگین نزدیک‌ترین همسایه (Moran's) تحلیل وضعیت اقامتگاه‌های گردشگری شهر اصفهان صورت گرفته است. نتایج نشان می‌دهد الگوی پراکنش فضایی اقامتگاه‌های گردشگری به صورت خوشه‌ای است. پس از استانداردسازی هر کدام از معیارها، از نرم‌افزار IDRISI استفاده شد؛ یعنی با استفاده از منوی MCE و انتخاب گزینه WLC، نقشه‌های محدودیت و نقشه‌های معیار با یکدیگر تلفیق شدند. نتیجه حاصل از این تلفیق، نقشه نهایی است که در آن پهنه‌های مناسب برای احداث اقامتگاه‌های گردشگری جدید در شهر اصفهان شناسایی شد. مکان‌های بهینه برای احداث اقامتگاه‌های گردشگری جدید در اطراف حاشیه رودخانه زاینده‌رود و در مجاورت مراکز تفریحی از جمله باغ گل‌ها، باغ تجربه، باغ جوان، مجموعه تفریحی ناژوان و صفا، باغ پرندگان، باغ نور، باغ بانوان ناژوان، کوه آتشگاه و منارجنبان و همچنین در قسمت‌هایی از منطقه ۳ اصفهان و در مجاورت جاذبه‌های گردشگری از جمله مسجد جامع و بازار، منار سبابان و... در کنار سایر معیارهای مورد نیاز مکان‌یابی شده‌اند.

کلیدی: اقامتگاه گردشگری، تحلیل فضایی، گردشگری شهری، مکان‌یابی، مکان، منطق فازی.

مقدمه

امروزه در صنعت گردشگری، آسایش سفر برای گردشگران، وابستگی بسیاری به موقعیت هتل‌ها دارد. گردشگران نیز همواره موقعیت هتل‌ها را یکی از ویژگی‌های برتر در رضایت‌مندی از مقاصد گردشگری می‌دانند (Lee et al., 2010). بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد که موقعیت هتل‌ها می‌تواند تأثیر چشمگیری بر تصمیم‌گیری و انتخاب گردشگران درباره هتل‌ها داشته باشد (Chu and Choi, 2000). در برنامه‌ریزی گردشگری پایدار، مکان‌یابی اصولی برای احداث هتل‌های جدید ضروری است (Yang et al., 2014). صنعت هتل به‌عنوان صنعتی خدماتی در مقایسه با صنعت ساختمانی، به‌شدت بر پایه راه‌کارهای مکان‌یابی مناسب به‌منظور ساخت هتل برای جذب گردشگران و ترویج موفقیت با رقابت شدید متکی است (Yang et al., 2017). علاوه‌براین، مکان‌یابی مناسب برای هتل‌ها با میزان بالای اشتغال، درآمد و سودآوری مرتبط است (Sim et al., 2006). یانگ در سال ۲۰۱۲ نتیجه گرفت، گردشگرانی که در هتلی با موقعیت ایده‌آل اقامت داشته‌اند، از گردشگرانی که در هتل‌هایی با موقعیت نامناسب بودند، رضایت بیشتری داشتند؛ بنابراین انتخاب محل هتل و عوامل تعیین‌کننده آن، ضرورت تجزیه و تحلیل عمیق در زمینه مکان‌یابی اصولی را نشان می‌دهد (Yang et al., 2012). در طول سه دهه گذشته، پژوهشگران توجه بیشتری به موضوع مکان‌یابی هتل‌ها داشته‌اند. این موضوع از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است؛ زیرا سبب رضایت‌مندی گردشگران در یک دوره بلندمدت می‌شود. مکان‌یابی هتل‌ها مستلزم شناسایی، ارزیابی و انتخاب نهایی مناسب‌ترین شرایط موجود است. تعداد گردشگرانی که از یک هتل بازدید می‌کنند و در آن اقامت دارند، همچنین درآمد هتل‌ها، به‌شکلی مستقیم به موقعیت مناسب آن‌ها بستگی دارد. مکان بهینه هتل‌ها، نه‌تنها زیرساخت‌ها و خدمات آب و برق را دارد، بلکه در اطراف جاذبه‌های گردشگری، مانند اماکن تاریخی، پارک‌ها، فضاهای تفریحی و سایر مکان‌های گردشگری که به‌طور معمول برای گردشگران جذاب است، قرار دارد (Gabrijela et al., 2019). با این حال، دو شکاف عمده در بحث مکان‌یابی هتل‌ها وجود دارد. اول اینکه، مکان‌یابی هتل‌ها با توسعه محلی، به‌ویژه در مناطق شهری مرتبط است. اگرچه نوع استفاده از زمین، مستقیم‌ترین نمایه از توسعه شهری است، این شاخص در پژوهش‌های مکان‌یابی هتل‌ها به‌شدت نادیده گرفته شده است. مورد دوم اینکه اگرچه روش رگرسیون خطی در مدل‌های مکان‌یابی هتل‌ها فراگیر است (Yang et al., 2014)، این روش نقایصی دارد؛ از جمله نداشتن دقت کافی در پیش‌بینی، دشواری، در نظر نگرفتن رگرسیون غیرخطی و ناتوانی در ترکیب ناهمگنی فضایی و وابستگی؛ بنابراین باید از مدل‌های جدید در سیستم اطلاعات جغرافیایی استفاده کرد (Yang et al., 2015). شهر اصفهان سومین کلان‌شهر کشور، محدودیت‌ها و نارسایی‌هایی در زمینه مکان‌یابی و توزیع فضایی مطلوب هتل‌ها و مراکز اقامتی دارد؛ از جمله تناسب نداشتن تعداد هتل‌ها و مراکز اقامتی با تعداد گردشگران واردشده به این شهر (دانش‌پور و همکاران، ۱۳۹۴). از سوی دیگر، به دلیل اینکه بیشتر هتل‌ها در شهر اصفهان قدیمی هستند و تنها چند هتل پرستاره و مدرن در این شهر وجود دارد، همچنین به دلیل اینکه استفاده مناسب از این هتل‌ها برای همه اقشار جامعه در همه فصول سال وجود ندارد، مسئله لزوم توجه به معضلات هتل‌ها و اقامتگاه‌های گردشگری شهر اصفهان ضروری است (وارثی و همکاران، ۱۳۹۰).

طی سال‌های اخیر، گردشگری شهری در شهر اصفهان به دلیل حجم بالای جاذبه‌های تاریخی به مهم‌ترین برند این

شهر تبدیل شده است. با توجه به موقعیت شهر اصفهان نسبت به کانون‌های جمعیت مبدأ گردشگر فرصت (نیمه شمالی و جنوبی کشور)، حجم بالای ورودی گردشگر به شهر و تنوع و تعداد زیاد جاذبه‌های گردشگری، نیاز به اقامت شبانه گردشگران ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. اقامتگاه‌های گردشگری موجود در شهر اصفهان علاوه بر کمبود کمی، از نظر مکانی با الگوی پراکنش جاذبه‌های گردشگری شهر هم‌خوانی ندارد و ادامه‌دادن این الگوی توزیع مراکز اقامتی گردشگران، موجب افزایش هزینه‌های عمومی، ترافیک، آلودگی هوا و اتلاف زمان و کاهش کارایی مراکز گردشگران می‌شود؛ در نتیجه هم اقامت مهمانان و هم زندگی شهروندان ساکن در شهر دچار اختلال می‌شود. در این پژوهش، فضاهای بهینه با توجه به شاخص‌های اثرگذار برای تعیین مکان مراکز اقامتی گردشگری در شهر اصفهان به کمک قابلیت‌های سامانه‌های واکاوی مکانی و منطق فازی مکان‌یابی می‌شود.

پیشینه پژوهش

شوال و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهش خود به بررسی محل هتل‌ها و فعالیت گردشگری در شهرها پرداختند. این مقاله نظری و تجربی به کمک تجزیه و تحلیل فعالیت زمان-فضایی گردشگران در چهار هتل در مناطق مختلف هنگ کنگ صورت گرفت و حرکات سفرهای روزانه ۵۵۷ مسافر با استفاده از GPS ثبت شد. براساس این مطالعه، محل هتل‌ها تأثیر زیادی بر جنبش‌های گردشگری دارد. همچنین سهم زیادی از کل بودجه گردشگری در مجاورت هتل است. علاوه بر این، تأثیرات موانع ژئومورفیک بر جنبش‌های گردشگری را نشان می‌دهد. یافته‌ها پیامدهای مهمی در سطح مقصد و سازمانی دارند.

آدام و اریک (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای به شناسایی و ارزیابی تفاوت عوامل تعیین‌کننده مکان هتل‌ها در غنا پرداختند و نتیجه گرفتند که عوامل مکانی مانند ویژگی‌های اقتصادی محله، مشخصات فیزیکی، عوامل اجتماعی-فرهنگی و حمل‌ونقل، دسترسی به جاذبه‌های گردشگری و فضاهای تفریحی در تعیین محل هتل‌ها تأثیرگذار هستند.

لی و همکاران (۲۰۱۵) در مقاله‌ای به بررسی محل هتل‌ها با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و رگرسیون لجستیک در شهر هنگ‌کنگ پرداختند و نتیجه گرفتند که امکانات حمل‌ونقل در اطراف هتل‌ها، با اندازه تعداد ایستگاه‌های حمل‌ونقل عمومی شهری و وسعت زمین ترافیکی، در انتخاب محل هتل مؤثر است. با توجه به یافته‌های ناسازگار، تأثیر حمل‌ونقل و جاذبه‌های توریستی در مکان‌یابی هتل‌ها باید بیشتر بررسی شود.

مارکو (۲۰۱۶) در مقاله‌ای به بررسی موقعیت مکانی هتل‌ها در اقتصاد گردشگری در اسپانیا پرداخت و نتیجه گرفت که انتخاب محل مناسب برای هتل‌ها، تأثیر چشمگیری بر سود هتل‌ها دارد که نشان‌دهنده رابطه U شکل بین دو متغیر است. هزینه، به جای درآمد، به عنوان منبع اصلی سود خالص هتل به دلیل موقعیت مناسب شناخته شده است.

یانگ و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی عوامل تعیین‌کننده رضایت گردشگران با مکان هتل‌های شهری در شهر لس‌آنجلس پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد دسترسی به جاذبه‌های گردشگری، فرودگاه‌ها، دانشگاه‌ها، حمل‌ونقل عمومی، فضاهای سبز و پارکینگ، اهمیت زیادی دارد و گردشگران از آن رضایت دارند.

کرو و همکاران (۲۰۱۷) با بررسی محل هتل‌ها در لیبسون، به تحلیل عوامل تعیین‌کننده موقعیت هتل‌ها پرداختند و نتیجه گرفتند که دسترسی به حمل‌ونقل، رستوران‌ها و جاذبه‌های فرهنگی عوامل مهمی در تعیین محل هتل‌ها نیستند، بلکه الگوی محل هتل‌هایی با درجه بالا در مناطق تازه بازسازی‌شده شهری است که با مکان‌های امن و دور از زندگی شبانه و نزدیک به مناطق تجاری در مرکز شهر قرار دارد.

پوپویچ و همکاران (۲۰۱۹) به مکان‌یابی هتل‌ها با استفاده از مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره پرداختند. در این پژوهش، روش‌های MCDM پیشنهاد شده است؛ زیرا مسئله مدنظر مجموعه‌ای از گزینه‌هایی است که باید براساس مجموعه‌ای از معیارهای متضاد برآورد شود. مدل پیشنهادی با مثالی مشخص نشان داده شده است که شامل در نظر گرفتن شش کوه در صربستان به عنوان مکان‌های بالقوه، برای احداث هتل‌های گردشگری است.

وارثی و رضایی (۱۳۹۱) با تحلیل فضایی و مکان‌یابی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی نتیجه گرفتند که توزیع هتل‌های این شهر با توزیع و پراکندگی جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی، ورزشی تناسب چندانی ندارد. در این پژوهش، براساس نیازسنجی فضاها و مناطق مختلف و مطابق با واقعیت‌های موجود شهر شیراز، ۱۹ نقطه که اولویت‌های بیشتری برای احداث هتل‌های جدید دارند معرفی شدند. همچنین پیشنهاد شد برای ارتقای عادلانه سطح دسترسی گردشگران و بهبود الگوی توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی براساس استانداردها و ضوابط، این مناطق در برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در دستور کار مسئولان قرار بگیرند.

ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی تحلیلی-توصیفی با موضوع برنامه‌ریزی و مکان‌یابی بهینه تسهیلات و زیرساخت‌های گردشگری شهری با استفاده از GIS انجام دادند و نتیجه گرفتند که علی‌رغم وجود جاذبه‌های فراوان تاریخی و فرهنگی شهر سمنان و واقع شدن این شهر در گذرگاه معروف ابریشم و محور ترانزیتی ریلی تهران-مشهد، به جهت توزیع فضایی-مکانی نامتناسب منابع و تسهیلات گردشگری در این شهر، استفاده بهینه‌ای از پتانسیل‌ها و کارکردهای موجود نشده است. همچنین تحلیل یافته‌ها در این پژوهش نشان می‌دهد، براساس مدل آشورت و تنبرینگ، جاذبه‌های شهری و تجاری، محدوده مرکزی شهر و بخش تاریخی آن را پوشش می‌دهند؛ درحالی‌که مکان‌یابی تأسیسات اقامتی و پذیرایی در محور خیابان‌های اصلی ورود و خروج مسافران شکل گرفته و دسترسی مناسب به جاذبه‌ها را برای گردشگران فراهم کرده است. در واقع نتایج این پژوهش نشان می‌دهد ضعف مدیریت منابع، تسهیلات، امکانات، خدمت گردشگری و توزیع نامناسب آن‌ها، تبلیغات بسیار کم و نوعی ناآگاهی عمومی درباره جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری، نشان‌دهنده نبود برنامه‌ریزی صحیح و مناسب برای جذب توریسم به شهر سمنان است.

دانش‌پور (۱۳۹۵) به مکان‌یابی احداث هتل‌های جدید در شهر اصفهان با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) پرداخت و نتیجه گرفت که مناسب‌ترین مکان برای احداث هتل‌های جدید در شهر اصفهان، مناطق واقع در بخش‌های غربی و تا حدودی مرکزی و شرقی این شهر است. همچنین می‌توان گفت توزیع و مکان‌گزینی هتل‌های شهر اصفهان مناسب نیست و ۰/۷۶ درصد آن‌ها در بخش مرکزی واقع شده‌اند که شامل مناطق ۱ و ۳ شهر اصفهان است.

مبانی نظری

فضاهای گردشگری شهری: علاقه به گردشگری شهری از دهه ۱۹۸۰ افزایش یافته است؛ زیرا اولین بار به عنوان یک فعالیت مشخص شناخته شد (Edwards et al., 2008). در حوزه ساختار فضایی گردشگری در شهرها، همیشه یک منطقه پژوهشی مهم بوده است (Pearce, 1998). با توجه به شیوه‌هایی که پدیده‌ها در فضاهای شهری قرار می‌گیرند و چگونگی تأثیر این برنامه‌ها بر برنامه‌های طراحی گردشگری شهری، یکی از مهم‌ترین پژوهش‌ها برای تجزیه و تحلیل، توزیع پدیده‌های مربوط به گردشگری، مانند جاذبه‌های انتخابی، امکانات پشتیبانی و اقامت عمومی، به ویژه هتل‌هاست (Pearce, 1995). برخی مطالعات در این زمینه، الگوهای مشخص توزیع بخش‌های خاص گردشگری را در بخش‌های خاص شهرها شناسایی کرده‌اند که مهم‌ترین آن‌ها خوشه‌بندی و الگوهای خطی است. این الگوها را می‌توان با عواملی مانند دسترسی، اجاره زمین، محدودیت‌های برنامه‌ریزی و نزدیکی به پدیده‌های مربوط به گردشگری بیان کرد (Ashworth and Tunbridge, 1990). امروزه گردشگری شهری مسئله و فعالیتی مهم است که سبب تغییرات فضایی گسترده در شهرهای بزرگ شده است (کازس، ۱۳۸۲: ۵). شهرها به دلیل امکانات معیشتی و رفاهی، فعالیت‌های اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، فرهنگی، سیاسی، بهداشتی، ارتباطی، فراغتی و داشتن جاذبه‌های تاریخی و گردشگری، مقصد گردشگران به شمار می‌آیند (رضوانی، ۱۳۸۹: ۱۵). فضای گردشگری شهری، بخشی از فضای عمومی شهر است که منابع گردشگری در آن وجود دارد (موحد، ۱۳۸۹: ۴۳). این فضاها را در شهرهای معاصر می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: ۱. فضاهای مدرن یا جدید مانند پارک‌ها، مراکز خرید و فروش مدرن، فرهنگسراها، میدان‌ها و پلاژها، ۲. فضاهای سنتی مانند بازارها، امامزاده‌ها، گورستان‌ها، باغ‌ها، مساجد و سایر اماکن تاریخی (انوری و نساج، ۱۳۸۹: ۲۰).

منابع گردشگری از سه بخش عمده تشکیل شده است؛ بخش اول، عناصر اولیه گردشگری است که در واقع عامل اصلی جذب گردشگر به شمار می‌آید و شامل مکان‌های قابل بازدید، مانند جنگل‌ها، رودخانه‌ها، حیات وحش، غارها، آبشارها و مکان‌هایی است که برای فعالیت‌های گردشگری ساخته شده‌اند، مانند موزه‌های طبیعی، گالری‌های هنری، سالن‌های تئاتر و... بخش دوم، عناصر ثانویه گردشگری شامل تأسیسات اقامتی، فروشگاه‌ها، نمایشگاه‌ها و... است. بخش سوم، عناصر دیگری هستند که راهنمایی و خدمات گردشگری را انجام می‌دهند، مانند اداره راهنمای گردشگری، بنگاه‌های تورگردانی و مسافرت و... (بیرانوند، ۱۳۸۷: ۲۸). فضاهای گردشگری فضاهایی هستند که دارای ظرفیت‌های مذهبی، تاریخی، فرهنگی و طبیعی است که برای گردشگران انگیزه سفر را ایجاد می‌کنند. این فضاها در برخی موارد به صورت انفرادی بسیار قوی هستند و یک مورد آن‌ها ممکن است انگیزه لازم را برای سفر به وجود آورد، اما همواره وجود چندین جاذبه ارزشمند در کنار یکدیگر یا قرارگرفتن آن‌ها در یک مسیر گردشگری می‌تواند انگیزه سفر را تقویت کند. به موازات فضاهای گردشگری موجود، بسیاری از تسهیلات و عناصر مکمل وجود دارند که در انتخاب مقصد گردشگری مؤثرند. اماکن اقامتی، هتل، رستوران، جاده، دسترسی و خدمات بین‌راهی به نوعی بر موفقیت یک منطقه در جذب گردشگران مؤثرند. در سال‌های اخیر، فضاهای گردشگری از دیدگاه جوامع حرفه‌ای و علمی بسیار مدنظر قرار گرفته است (تقدیسی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۰۲).

ساختار فضایی گردشگری شهری: شهرها از مهم‌ترین اهداف گردشگری از زمان آغاز شهرنشینی بوده‌اند. امروزه

گردشگری بخش فراوانی از فضا در نقاط شهری را به کمک هسته‌های شهری (توریستی-تاریخی)، موزه‌های مختلف، حوضه‌های آبریز شهری، پارک‌های تمیز و محوطه‌های تخصصی به خود اختصاص می‌دهد (Karski, A., 1990). با این حال، قبل از سال ۱۹۸۰، مطالعات گردشگری شهری تقسیم شد و به‌عنوان یک میدان مجزا شناخته نشد. آشورث چهار رویکرد موجود برای تحلیل گردشگری شهری را مشخص کرد: ۱. رویکرد تسهیلاتی که بر تحلیل فضایی مکان جاذبه‌های گردشگری، امکانات، زیرساخت‌ها و مناطق تمرکز دارد، ۲. رویکرد اکولوژیکی که بر ساختار و مورفولوژی مناطق شهری متمرکز است و ویژگی‌های شناسایی مناطق یا مناطق کاربردی مانند واحدهای تجاری مرکزی (CBD) را دارد، ۳. رویکرد کاربر که دیدگاه بازاریابی متمرکز بر گردشگران است، ۴. رویکرد سیاست که به طیف وسیعی از مسائل مربوط به سیاست، از جمله ارائه خدمات زیربنایی و بازاریابی مقصد مربوط است (Ashworth, 1989: 33). ایجاد ساختار فضایی گردشگری در شهرها از یک مرحله زودرس نگرانی مداوم در زمینه پژوهش‌های گردشگری شهری بوده است. از دیدگاه عرضه، این موضوع منعکس‌کننده منافع ذاتی در راه‌هایی است که پدیده‌ها در فضا قرار گرفته‌اند. از پیامدهای برنامه‌ریزی گردشگری شهری و برنامه‌های طراحی، دو رویکرد گسترده برای این موضوع به دست می‌آید: رویکرد تجربی تجزیه و تحلیل توزیع پدیده‌های مرتبط با گردشگری، به‌ویژه محل اقامت و رویکرد مفهومی بررسی وجود و عملکرد مناطق گردشگری، به‌ویژه درباره میراث فرهنگی و برنامه‌ریزی گردشگری شهری. بیشتر مطالعات توزیع فضاهای گردشگری بر بخشی خاص از صنعت گردشگری، بیشتر درباره محل اقامت و مکان هتل‌ها متمرکز شده است. توزیع جاذبه‌های انتخاب‌شده و امکانات پشتیبانی نیز در این مطالعات بررسی شده است. مطالعات انجام شده تاکنون، الگوهای توزیع مجزا، به‌ویژه خوشه‌بندی و الگوهای خطی را در پدیده‌های گردشگری در بخش‌های خاص شهرها ایجاد کرده‌اند. الگوی توزیع پدیده گردشگری شهر را می‌توان با عواملی مانند دسترسی، اجاره زمین، تأثیر تجربی، محدودیت‌های برنامه‌ریزی، خرید مقایسه‌ای و نزدیکی به پدیده‌های مربوط به گردشگری توضیح داد (Mimi Li et al., 2015: 35).

مکان‌یابی هتل و تأثیر آن بر افزایش سود بازار گردشگری: امروزه در برنامه‌ریزی مدیریت هتل‌ها، روش اندازه‌گیری عوامل موفقیت سود یک هتل، روندی ساده نیست و جنبه‌های گوناگون و عوامل متعددی برای اندازه‌گیری عملکرد مدیریت هتل‌ها وجود دارد (Lee et al., 2010). در میان عوامل مهم و اصلی از خلاصه مطالعات پژوهشگران درباره افزایش فروش، دو عامل محل (موقعیت) و راحتی دسترسی اهمیت فراوانی دارند (Lee, 2003). از همه پژوهش‌هایی که به‌منظور یافتن راهی برای افزایش سود هتل از طریق تورم توریستی همراه با رفتارهای انتخابی بالا انجام شده است، مکان هتل یکی از عوامل مهم در بهره‌برداری از یک هتل است. در این میان، میزان امکانات، خدمات و سیاست عملیاتی مهم نیست؛ زیرا حجم فروش بیشتر متأثر از محل هتل است (Seo, 2002). از آنجا که اهمیت مکان، بخش زیادی از فعالیت‌های هتل را به میزان چشمگیری تشکیل می‌دهد، مدیران هتل باید به کمک پژوهش‌های علمی و منطقی مکان مناسب را انتخاب کنند (Yoo and Kwang, 2009).

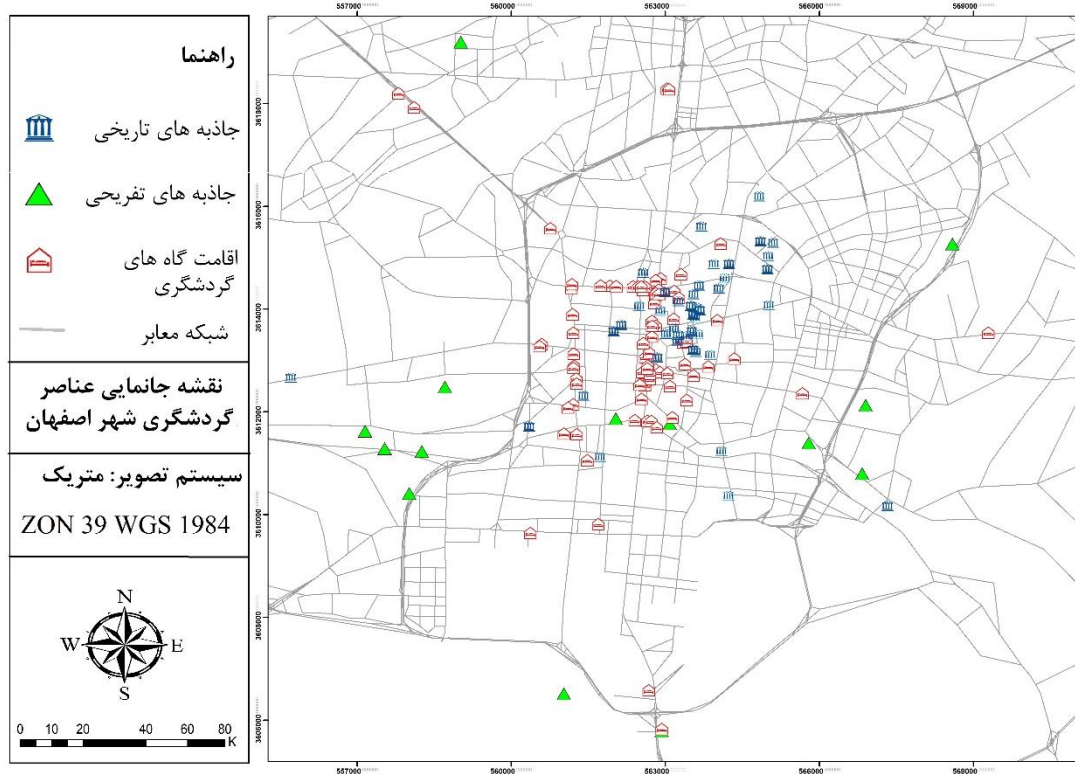
معیارهای مکان‌یابی فضاهای شهری: انتخاب محل هتل عنصری مهم در راهبرد مدیریت مقصد است. شناخت عوامل مؤثر بر انتخاب محل هتل، کلید تضمین برنامه‌ریزی فضایی منسجم در مقصد گردشگری است (Issahaku and Francis, 2013). ویژگی‌های فضایی نیز تعیین‌کننده‌های مهم مکان‌های هتل محسوب می‌شوند. محل اقامت گردشگری

شامل مجموعه‌ای از ویژگی‌های خصوصی واقع شده در محیط فیزیکی خاص است که ویژگی‌های عمومی مانند محیط طبیعی، امنیت عمومی یا میراث فرهنگی را دربرمی‌گیرد (Albert et al., 2014). سولدر سال ۲۰۱۵ دریافت که هتل‌ها با مسافت دورتر، ولی با کیفیت مشابه با هتل‌هایی نزدیک‌تر ولی کیفیت کمتر رقابت می‌کنند. همچنین بیان کرد که امکان همکاری در هتل‌های همسایه مشابه با کیفیت است. به‌منظور افزایش تقاضا، هتل‌ها در مکان‌هایی قرار دارند که نزدیک به بازارهای بالقوه خود هستند. آن‌ها معمولاً خوشه‌بندی می‌شوند تا مزایای آگلومراسیون را به‌دست آورند (Seul, 2015). باروس نیز در سال ۲۰۰۵ دریافت که هتل‌ها در نزدیکی بازارهای بالقوه خود کارآمدتر از همتایان خود هستند که نیاز به دسترسی فوری دارند (Barros, 2005). مدل پیشنهادی یوکنو نیز نشان می‌دهد در یک شهر تک‌محور، محدوده فضایی بین هتل‌ها با توجه به تقاضای زیاد برای محل اقامت در مرکز شهر مانند مرکز تجارت مرکزی (CBD) یا منطقه گردشگری است (Yokeno, 1968). همچنین ویور استدلال می‌کند که این امر به این دلیل است که گردشگران ترجیح می‌دهند مکان‌هایی را در اختیار داشته باشند که خدمات مختلفی در آن‌ها وجود دارد (Weaver, 1993). مهم‌ترین معیارهای بهینه در تعیین مکان‌های مناسب فعالیت و کاربردهای شهری به شرح زیر است (سعیدینا، ۱۳۸۷): سازگاری، آسایش، کارایی، مطلوبیت، ایمنی و سلامتی (زیاری، ۱۳۹۲: ۲۲ و ۲۳؛ پورمحمدی، ۱۳۹۲: ۹۴).

جدول ۱. معیارهای مکان‌یابی هتل و مراکز اقامتگاه‌های گردشگری

منبع	معیار
تقوایی و همکاران (۱۳۹۲) Eun Min (2012) Arbel and Pizam (1977) Ashworth et al. (1985) Tunbridge (1990)	دسترسی، جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، عوامل طبیعی، خدمات شهری، هتل، آتش‌نشانی، پاسگاه ترمنال، پمپ‌بنزین، فرودگاه
طاهری بیگان و همکاران (۱۳۹۳) Samuelson, (1954)	تأسیسات خدماتی-رفاهی، راه‌های ارتباطی، مراکز اقامتی پذیرایی، فاصله از مراکز خدماتی
وارثی و رضایی (۱۳۹۱) Rigall-I-Torrent and Fluvia (2011)	فضای سبز، شبکه ارتباطی، هتل، مراکز جاذب گردشگری، مراکز صنعتی، کاربری اراضی، ورزشی، آموزش عالی
شیخ‌السلامی و حسنوند (۱۳۹۶) Yang et al. (2012)	دسترسی به حمل‌ونقل عمومی و معیارهای گره‌شکن
چراغی و ذولفی (۱۳۹۶)	کاربری اراضی، جاذبه‌های توریستی، دسترسی به جاده، مراکز جمعیتی
کدیور و همکاران (۱۳۹۵)	معیارهای دسترسی: فاصله از سکونت‌گاه دسترسی راه
محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۲) Jacint and José (2013)	توریسم، کاربری اراضی، جاده‌ها، شیب دسترسی به اماکن توریستی
کاظمیان (۱۳۹۰)	دسترسی به ناوگان حمل‌ونقل شهری، دسترسی هتل به بزرگراه‌ها و خیابان‌های شریانی، نبود کاربری‌های ناسازگار و واگرا پیرامون هتل و نزدیکی به فضای سبز
دانش‌پور (۱۳۹۵)	نزدیکی به مراکز تجاری، نزدیکی به مراکز تاریخی، نزدیکی به مراکز تفریحی، فاصله مناسب از هتل‌های موجود، دسترسی به پایانه‌های مسافری
Mimi Li et al. (2015)	هتل‌های موجود زمین‌های تجاری، سطح زمین ترافیک (ILA) ایستگاه‌های مترو و BRT، شاخص‌های ترکیبی استفاده از زمین (LUD)، مساحت ناحیه استفاده تجاری (GFA) و تعداد جاذبه‌های NA
Zhou et al. (2014)	نزدیکی به جاذبه‌های گردشگری، نزدیکی به مرکز شهر، نزدیکی به حمل‌ونقل عمومی، قابلیت دسترسی به مترو، ایستگاه اتوبوس و تاکسی
Li et al. (2013) Lu and Stepchenkova (2012)	راحتی حمل‌ونقل، دسترسی راحت به مقاصد گردشگری
Chaves et al. (2012)	نزدیکی به مرکز شهر، نزدیکی به حمل‌ونقل عمومی، نزدیکی به جاذبه‌های گردشگری، شرایط همسایگی
Ren et al. (2016)	نزدیکی به امکانات حمل‌ونقل، پارک، مرکز خرید، جاذبه میراث فرهنگی
Issahaku and Eric (2014)	حمل‌ونقل، دسترسی به جاذبه‌های گردشگری و فضاهای تفریحی
Yang et al (2017)	جاذبه‌های گردشگری، حمل‌ونقل عمومی، فضاهای سبز، پارکینگ

محدوده مورد مطالعه: شهر اصفهان در ۴۲۴ کیلومتری جنوب تهران واقع شده است. محدوده شرقی آن از غرب به سمت خمینی‌شهر و نجف‌آباد، از جنوب به کوه صفه و سپاهان‌شهر، از شمال به گزبرخوار و از شرق نیز به دشت سگزی منتهی می‌شود. سطح شهر از پهنای عمومی دریاها حدود ۱۵۷۰ متر ارتفاع دارد و در قسمت شمالی و شرقی به کویر محدود می‌شود. در قسمت غربی و جنوبی نیز، به سلسله‌کوه‌های زاگرس می‌رسد. در سال ۱۳۹۵ براساس آمار رسمی کشور، جمعیت این شهر ۲,۲۴۳,۲۴۹ نفر بوده است. اصفهان با داشتن جاذبه‌های تاریخی و طبیعی، قابلیت دست‌یافتن به جایگاه معتبر جهان را دارد و می‌تواند به مقصد گردشگری ملی و منطقه‌ای تبدیل شود. با توجه به معیارهای مختلف، دسته‌بندی‌های متعددی از گردشگری ارائه شده است؛ از جمله گردشگری فرهنگی، تاریخی، طبیعت‌گرا، تفریحی، مذهبی و زیارتی (مهندسین مشاور باوند، ۱۳۸۵).

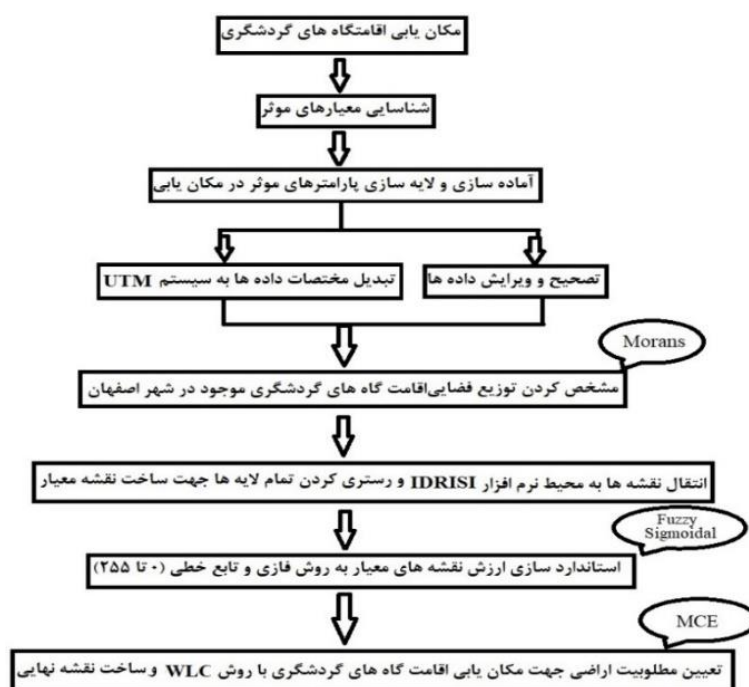


شکل ۱. نقشه جانمایی عناصر گردشگری شهر اصفهان

روش پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی است و مبانی تئوریک آن براساس مطالعات اسنادی، کتابخانه‌ای، بازدید میدانی و مراجعه به سازمان‌ها و ارگان‌های مربوط انجام شده است. معیارهای استفاده‌شده برای مکان‌یابی براساس مطالعات انجام‌شده انتخاب شده است. با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده، ابتدا با استفاده از روش تحلیل نزدیک‌ترین همسایه، الگوی پراکنش فضایی مراکز اقامتی در شهر اصفهان مشخص شده است. در این مطالعه، به‌منظور مکان‌یابی محل‌های مناسب برای احداث اقامتگاه‌های گردشگری در شهر اصفهان، پس از انتخاب و تهیه معیارهای فاصله از اماکن تاریخی،

فاصله از مراکز تفریحی، فاصله از پارکینگ‌های عمومی، فاصله از ایستگاه‌های آتش‌نشانی، فاصله از بیمارستان، فاصله از پارک‌های شهری، فاصله از کلانتری‌ها، فاصله از ایستگاه‌های اتوبوس BRT، فاصله از ایستگاه‌های مترو، فاصله از بانک‌ها و فاصله از اقامتگاه‌های گردشگری موجود در شهر اصفهان (هتل، مهمان‌پذیر و هتل سنتی) از قابلیت‌های سیستم اطلاعات جغرافیایی، نرم‌افزار IDRISI و منطق فازی استفاده شده است. نرم‌افزار Idrisi taiga با قابلیت‌های فازی‌سازی و پشتیبانی از انواع توابع فازی این امکان را فراهم می‌کند تا با مشخص کردن نقاط کنترل، از فرمول‌های فازی از پیش تعیین‌شده نرم‌افزار استفاده شود و بسیاری از مراحل اضافی در این فرایند که ضریب خطای کاربر را افزایش می‌دهد حذف شود.



شکل ۲. فرایند پژوهش

روش ترکیب خط وزنی: این روش بر مبنای محاسبه ارزش سودمندی استوار است. در این روش، کاربر دو متغیر را مقایسه می‌کند و اولویت هر کدام از آن‌ها را نسبت به دیگری تعیین می‌کند. هرچه ارزش یک متغیر از دیگری بیشتر باشد، وزن بیشتری به آن معیار داده می‌شود (مهتابی اوغانی، ۱۳۸۹؛ شیخی نارانی، ۱۳۸۶). برای انجام دادن روش ترکیب وزنی در پژوهش حاضر، ابتدا فاصله از معیارهای مورد استفاده در نرم‌افزار ArcGIS به فرمت رستری تبدیل شد و سپس برای ورود به نرم‌افزار IDRISI به منظور استانداردسازی با منطق فازی و انجام دادن روش ترکیب خطی وزنی به فرمت ASCII تبدیل شد.

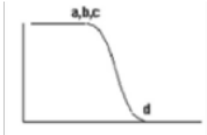
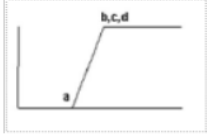
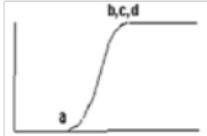
استانداردسازی لایه‌ها با استفاده از منطق فازی: در این پژوهش، پس از اینکه لایه‌ها وارد محیط IDRIS شدند، باید برای استانداردسازی با منطق فازی مقدار واحدی برای لایه‌ها انتخاب شود. در واقع مقیاس معمولی برای منطق فازی بین ۰-۱ یا ۰-۲۵۵ است که در این پژوهش از معیار دوم استفاده شده است که اعداد نزدیک‌تر به ۲۵۵

مطلوبیت بیشتر را نشان می‌دهند. در منطق فازی، انتخاب آستانه و نوع تابع فازی مدنظر است (فاضل‌نژاد و همکاران ۱۳۹۵ به نقل از Estman, 1997); یعنی علاوه بر مسئله انتخاب مقیاس برای تهیه نقشه‌های فازی باید نوع تابع فازی نیز بررسی شود (شهابی و همکاران، ۱۳۸۹). در پژوهش حاضر، پس از مرور منابع و بررسی دیدگاه‌های کارشناسی، از توابع فازی استفاده شد. مقادیر آستانه و نوع تابع فازی برای استانداردسازی نقشه‌های معیار در این مطالعه در جدول ۲ آمده است. پس از استانداردسازی هر کدام از معیارها، از قابلیت دیگر نرم‌افزار IDRISI استفاده شده است؛ یعنی با استفاده از منوی MCE و با انتخاب گزینه WLC، نقشه‌های محدودیت و نقشه‌های معیار تلفیق شده‌اند. نتیجه این تلفیق، نقشه نهایی است که در آن پهنه‌های مناسب برای اقامتگاه‌های گردشگری جدید در شهر اصفهان شناسایی شده است.

جدول ۲. حد آستانه و نوع تابع فازی برای استانداردسازی نقشه‌های معیار در منطق فازی

نوع تابع فازی	نام تابع فازی	شکل تابع	نقاط کنترل				معیارها	ردیف
			a	b	c	d		
افزایشی	linear		۵۰۰	۱۰۰۰	*	*	فاصله از جاذبه‌های تاریخی	۱
افزایشی	linear		۵۰۰	۱۰۰۰	*	*	فاصله از جاذبه‌های تفریحی	۲
افزایشی	linear		۵۰۰	۱۰۰۰	*	*	فاصله از پارکینگ عمومی	۳
افزایشی	Sigmoidal		۱۰۰	۳۰۰	*	*	فاصله از ایستگاه آتش‌نشانی	۴
افزایشی	Sigmoidal		۱۰۰	۳۰۰	*	*	فاصله از بیمارستان	۵
افزایشی	Sigmoidal		۱۰۰	۳۰۰	*	*	فاصله از پارک‌های شهری	۶
افزایشی	Sigmoidal		۱۰۰	۳۰۰	*	*	فاصله از کالانت‌تری‌ها	۷
افزایشی	Sigmoidal		۱۰۰	۳۰۰	*	*	فاصله از ایستگاه‌های BRT	۸
افزایشی	Sigmoidal		۱۰۰	۳۰۰	*	*	فاصله از ایستگاه‌های مترو	۹
افزایشی	Sigmoidal		۱۰۰	۳۰۰	*	*	فاصله از بانک‌ها	۱۰
کاهشی	Sigmoidal		*	*	۱۰۰۰	۱۵۰۰	فاصله از اقامتگاه‌های گردشگری موجود	۱۱

جدول ۳. فرمول و شکل توابع فازی

فرمول تابع فازی	شکل تابع	تابع فازی
$\mu = \cos_2$ $a = (x - \text{point c}) / (\text{point d} - \text{point c}) * \pi / 2$ When $x < \text{point c}, \mu = 1$		کاهشی Sigmoidal
$\mu = \cos_2$ Increasing linear $a = (1 - (x - \text{point a}) / (\text{point b} - \text{point a})) * \pi / 2$ When $x > \text{point b}, \mu = 1$		افزایشی linear
$m = \cos_2 <$ $a = (1 - (x - \text{point a}) / (\text{point b} - \text{point a})) * \pi / 2$ When $x > \text{point b}, m = 1$		افزایشی sigmoidal

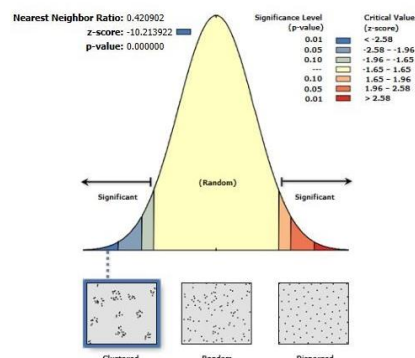
منبع: Ahmadi givi et al., 2015

یافته‌ها

تحلیل توزیع فضایی هتل‌ها و مهمان‌پذیرهای شهر اصفهان

بررسی وضعیت توزیع فضایی هتل‌ها و مهمان‌پذیرها به کمک روش نزدیک‌ترین همسایه (Average Nearest Neighbor) انجام شده است. براساس این تکنیک، پراکندگی هتل‌ها در سطح شهر اصفهان خوشه‌ای است. براساس نتایج عددی، میانگین فاصله مشاهده شده ۲۹۰/۹۷۸۶ متر و مقدار میانگین نزدیک‌ترین فاصله مورد انتظار ۶۹۱/۳۲۱۹ متر است؛ بنابراین نزدیک‌ترین همسایه برابر با ۰/۴۲۰۹۰۲ اندازه‌گیری شد که بیانگر توزیع خوشه‌ای اقامتگاه‌های گردشگری در شهر اصفهان است. در ادامه به منظور بررسی اختلاف مشاهده شده با توزیع خوشه‌ای، از آزمون zscore استفاده شد. مقدار این آماره ۱۰/۲۱۳۹۲۲- و مقدار p-value نیز ۰/۰۰۰ است که نشان می‌دهد اختلاف معناداری با الگوی توزیع خوشه‌ای وجود ندارد. به‌طور کلی توزیع اقامتگاه‌های گردشگری در شهر اصفهان از شبکه معابر اصلی شهر تبعیت کرده و تمرکز شدیدی در اطراف خیابان چهارباغ عباسی و معابر پیرامون دارد. این الگو متأثر از حاکمیت وسایل حمل‌ونقل، به‌ویژه اتومبیل‌های شخصی و دسترسی به معابر اصلی است.

Average Nearest Neighbor Summary	
Observed Mean Distance:	۲۹۰/۹۷۸۶ Meters
Expected Mean Distance:	۶۹۱/۳۲۱۹ Meters
Nearest Neighbor Ratio:	۰/۴۲۰۹۰۲
Z-Score:	-۱۰/۲۱۳۹۲۲
p-value:	۰/۰۰۰۰۰۰
Dataset Information	
Input Feature Class:	Hotels
Distance Method:	EULIDEAN
Study Area:	۱۶۲۴۹۴۸۱۲/۵۷۲۳۸۱
Selection Set:	False



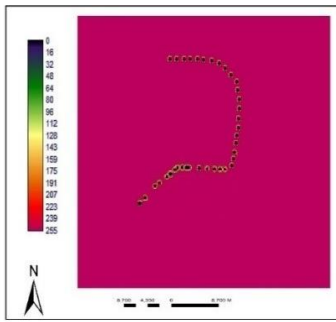
شکل ۳. نمایش پراکندگی خوشه‌ای هتل‌ها با تکنیک نزدیک‌ترین همسایه

آماده‌سازی و استخراج لایه‌ها

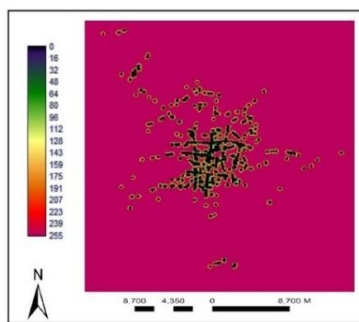
با شناسایی و مشخص شدن معیارهای اثرگذار در مکان‌یابی خدمات اقامتگاه‌های گردشگری، لایه‌های اطلاعاتی معیارهای هدف شناسایی و آماده شدند. در این میان، ۱۱ معیار مدنظر شناسایی و استخراج شدند تا در فرایند مکان‌یابی استفاده شوند. با توجه به اینکه داده‌ها ابتدا باید در پایگاه داده GIS وارد شوند و سپس به محیط نرم‌افزار idrisi انتقال بیابند، در ابتدا رقوم‌سازی، زمین مرجع نمودن (ژئورفرنس) و فرمت خوانای GIS لایه‌های اطلاعاتی صورت گرفت و پس از تحلیل‌های ابتدایی در این محیط فرایندهای تغییر فرمت لایه‌های رستری برای نرم‌افزار Idrisi Taiga انجام شد.

نتایج لایه‌های فازی شده

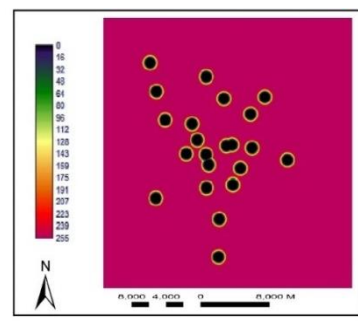
برای فازی کردن لایه‌های اطلاعاتی ابتدا خروجی پایگاه داده‌ها GIS به فرمت ASCII خروجی گرفته شد و سپس خروجی حاصل در نرم‌افزار Idrisi Taiga با توجه به تابع‌های فازی معرفی شده هر لایه فازی مشخص شد. در فازی‌سازی باید هر پیکسل متعلق به مجموعه فازی با ارزیابی هریک از مجموعه توابع عضویت مجموعه فازی ارزیابی شود و خروجی نقشه‌ها رستری بین ۰-۲۵۵ انتخاب شود. توزیع معیارهای مورد سنجش پژوهش متنوع است و همگونی یکسانی ندارد. کلانتری‌ها، آتش‌نشانی‌ها و جاذبه‌های تفریحی در سراسر شهر به‌طور همگون و پراکنده توزیع شده‌اند، اما سایر معیارها در مرکز شهر تمرکز اصلی دارند. جاذبه‌های تاریخی - گردشگری شهر با الگوی پراکنش مراکز اقامتی و هتل‌ها هم‌سانی لازم را ندارند. جاذبه‌های تاریخی نیز در محدوده‌های بافت تاریخی پراکنده شده‌اند. مراکز اقامتی گردشگری با اقتباس از معابر محور تاریخی چهارباغ و متأثر از چند جاذبه مطرح گردشگری شهر مکان‌یابی شده‌اند. این الگو سبب شکاف فاصله‌ای میان مراکز اقامتی و جاذبه‌های گردشگری شده است و تنها تعداد معدودی از جاذبه‌های گردشگری در فاصله مناسب با اقامتگاه‌ها قرار گرفته‌اند همچنین فاصله میانگین جاذبه‌های گردشگری تا مراکز اقامتی موجود ۱۰۵۷ متر و بیشترین ۷۰۹۹ متر و کمترین ۴۱ متر است. حدود ۲۰ درصد جاذبه‌های تاریخی در فاصله بیشتر از دو کیلومتری مراکز اقامتی، ۴۲ درصد بالای هزار متر، ۵۹ درصد بالای ۵۰۰ متر و ۴۱ درصد جاذبه‌های گردشگری در کمتر از ۵۰۰ متر اقامتگاه‌های گردشگری قرار گرفته‌اند. بررسی آمار فضایی مراکز اقامتی با کاربری‌های ضروری از جمله آتش‌نشانی، حاکی از آن است که مراکز اقامتی به‌طور میانگین در فاصله ۶۷۷ متری آتش‌نشانی‌های شهر قرار گرفته‌اند. حدود ۱۷ درصد مراکز اقامتی شهر نیز در فاصله بیشتر از هزار متری این کاربری هستند. وضعیت دسترسی مراکز اقامتی موجود نسبت به بیمارستان‌ها نامناسب‌تر است. میانگین فاصله مراکز اقامتی با بیمارستان نیز ۸۱۰ متر است. تعدادی از مراکز اقامتی نیز در فاصله بیشتر از ۵ کیلومتری بیمارستان‌ها قرار دارند. میانگین فاصله مراکز اقامتی گردشگران شهر اصفهان با کلانتری‌ها ۱۲۵۱ متر است که تنها ۳۵ درصد این اقامتگاه‌ها در فاصله زیر هزار متر کلانتری‌ها قرار دارند.



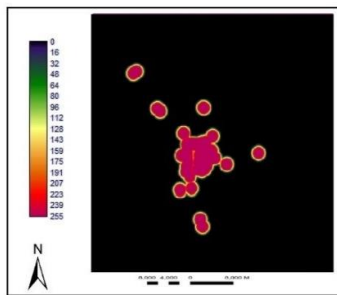
شکل ۶. طبقه بندی BRT



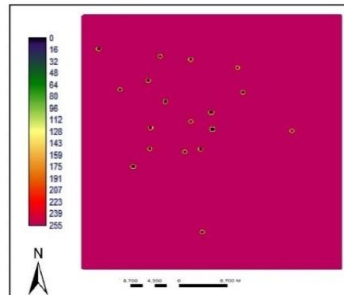
شکل ۵. طبقه بندی بانکها



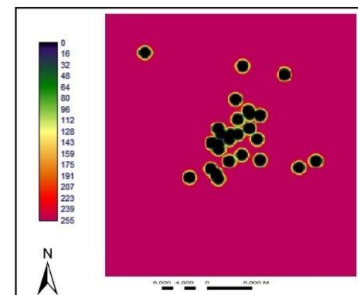
شکل ۴. طبقه بندی آتش نشانی



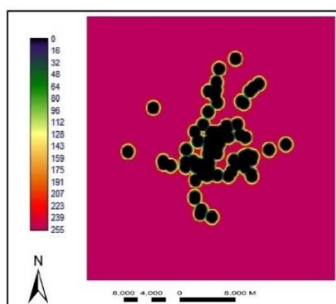
شکل ۹. طبقه بندی مراکز اقامتی



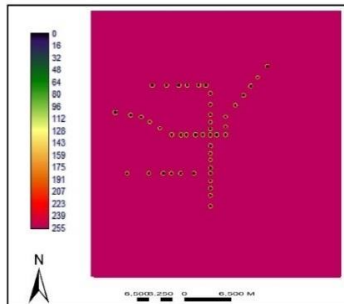
شکل ۸. طبقه بندی کلانتری



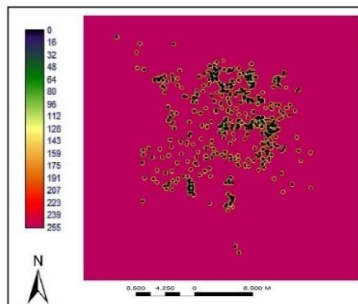
شکل ۷. طبقه بندی بیمارستانها



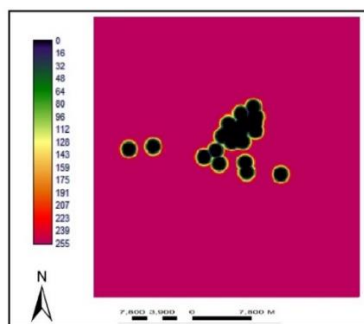
شکل ۱۲. طبقه بندی پارکینگها



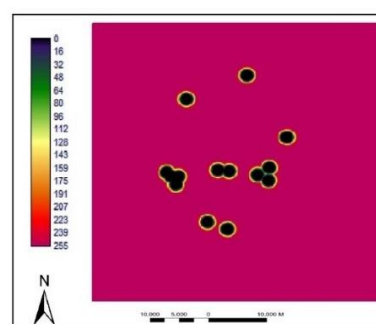
شکل ۱۱. طبقه بندی ایستگاه مترو



شکل ۱۰. طبقه بندی پارکها



شکل ۱۴. طبقه بندی جاذبه های تاریخی

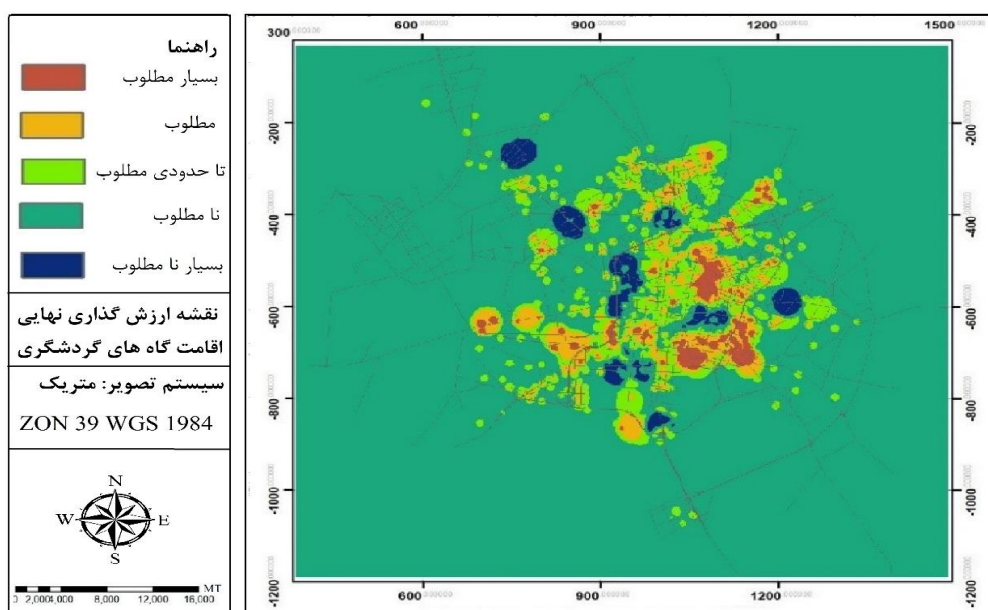


شکل ۱۳. طبقه بندی جاذبه های تفریحی

به‌منظور تلفیق لایه‌ها با استفاده از منطق فازی از روش ترکیب خطی وزن‌دار (WLC¹) استفاده شد. این روش با محدودیت وزن‌دهی سلیقه‌ای از روش وزن‌دهی پیوندی خودکار استفاده می‌کند. استفاده از روش بولین و عملگر OR ویژگی این روش است. در شکل ۱۵، ارزش‌گذاری نهایی اقامتگاه‌های گردشگری در شهر اصفهان انجام شده و مکان‌های بهینه برای احداث هتل‌های جدید مشخص شده است. این مکان‌های بهینه دور از هتل‌ها و مهمان‌پذیرهای موجود در شهر اصفهان هستند و در مجاورت مراکز تاریخی و تفریحی و سایر معیارهای مدنظر قرار گرفته‌اند. الگوی پراکنش مکان‌های پیشنهادی اقامتگاه‌های گردشگری، با فاصله از محور تاریخی چهارباغ و در بافت کهن و تاریخی شهر اصفهان مشخص شده است. محدوده‌های پیشنهادی از تنوع مکانی محرز در سطح شهر برخوردار هستند. این محدوده‌ها در نزدیکی آثار تاریخی-گردشگری شهر اصفهان قرار گرفته‌اند که با کمبود اقامتگاه‌های گردشگری مواجهند. خیابان‌های نشاط، هشت‌بهشت، گلزار، سبزه‌میدان، آتشگاه و اطراف محور تاریخی خواجه بهترین مکان‌ها برای ساخت اقامتگاه‌های گردشگری هستند، اما محور تاریخی چهارباغ با توجه به تراکم هتل‌ها و مهمان‌پذیرها نمی‌تواند مکان مستعدی برای ساخت هتل‌ها و اقامتگاه‌های گردشگری جدید باشد. نتیجه نقشه ترکیب‌شده نهایی نشان می‌دهد بیش از ۳ هزار هکتار از اراضی شهر اصفهان پهنه مطلوب و خیلی مطلوب برای احداث اقامتگاه‌های گردشگری دارند. این پهنه‌ها در نیمه شرقی شهر اصفهان و محدوده بافت کهن تاریخی، محدوده میان پل فردوسی تا پل شهرستان و اطراف محدوده آرامستان تاریخی تخت فولاد گسترش یافته‌اند. پهنارترین پهنه مرکز شهر که می‌توان آن را شکاف اقامتگاه‌های گردشگری در هسته تاریخی شهر اصفهان دانست، ۷۰۰ هکتار مساحت دارد که محدوده مجموعه گردشگری میدان عتیق، مسجد جامع اصفهان و قسمت اعظم بازار تاریخی شهر را دربرمی‌گیرد. فضای یادشده غیر از محدوده‌های پراکنده‌ای است که آثار تاریخی نفیس شهر اصفهان، از جمله کاخ عالی‌قاپو، مسجد شیخ لطف‌الله، بازار قیصریه و چهل‌ستون را دربرمی‌گیرد. از نظر دسترسی نیز، همه پهنه‌ها در موقعیت مناسب با مسیرها و خیابان‌هایی با دسترسی آزاد، مانند بزرگراه شهید آقابابایی، بزرگراه شهید رادنی‌پور و مسیر اتوبوس‌های تندرو قرار دارند. عناصر دیگر گردشگری که در پهنه‌های نیازمند هتل و اقامتگاه‌ها گردشگری شناسایی شده‌اند، عبارت‌اند از: منار دارالضیافه، منار سابان، منار چهل‌دختران، تالار اشرف، کوه آتشگاه، منارجنبان، تخت فولاد، کلیسای وانک، کلیسای بتلهم، باغ غدیر، باغ جوان، باغ تجربه، باغ گل‌ها، باغ نور، باغ پروانه‌ها، باغ پرندگان، پل شهرستان، پل مارنان، سی‌وسه پل، مجموعه تفریحی نازوان و همچنین قسمت‌های زیادی از حاشیه رودخانه زاینده‌رود، بوستان مشتاق، بوستان آبشار، مجموعه تفریحی جزیره بازی و پیست دوچرخه‌سواری.

به‌طورکلی می‌توان گفت جاذبه‌های گردشگری - تاریخی و جاذبه‌های تفریحی برای اقامتگاه‌های گردشگری مکان مناسبی است. در این میان، بیشتر هتل‌های شهر اصفهان از الگوی پراکنش جاذبه‌های گردشگری شهر تبعیت نکرده‌اند. بررسی‌های صورت‌گرفته درباره توزیع فضایی هتل‌ها در شهر اصفهان، نشان می‌دهد که حدود سی هتل در مناطق بهینه از نظر دسترسی به معیارهای مورد نیاز قرار ندارد.

1. Weighted Linear Combination



شکل ۱۵. ارزش گذاری نهایی

نتیجه گیری

امروزه گردشگری شهری به سرعت در حال تبدیل شدن به مقصد اصلی گردشگران است. دولت به کمک مؤسسات گردشگری در حال توسعه تلاش می کند تا این بخش را توسعه دهد و حفظ کند تا به منبع اصلی درآمد برای توسعه در هر کشور تبدیل شود. باید توجه داشت که پتانسیل گردشگری در ایران به طور کامل بررسی نشده است. موفقیت گردشگری در هر کشوری به توانایی این کشور در توسعه، مدیریت و ارائه امکانات و فعالیت های گردشگری در آن کشور بستگی دارد. بیشتر کشورهای در حال توسعه به گردشگری برای رشد اقتصادی و تنوع بسیار وابسته هستند. به منظور کاهش هزینه های گردشگران برای جست و جوی محل اقامت، اجرای بازدهی اتاق گردشگران و افزایش عملکرد و ارزیابی و انتخاب محل مناسب برای هتل ها به یکی از مهم ترین مسائل مربوط به صنعت گردشگری تبدیل شده است. تصمیم گیری درباره مکان یابی هتل ها در طول دو دهه گذشته، از جوامع دانشگاهی و تجاری بیشتر شده است. مکان یابی خدمات گردشگری، اهمیت راهبردی دارد؛ زیرا تصمیم گیری در محل معمولاً شامل تعهد بلندمدت از منابع است. مکان یابی مناسب عاملی مهم است که بر عملکرد هتل ها در آینده تأثیر می گذارد؛ بنابراین محل مناسب هتل نه تنها بر افزایش سهم بازار و سودآوری تأثیرگذار است، بلکه می تواند اقامت راحت گردشگران را نیز افزایش دهد؛ زیرا ایجاد یک محل خوب، دوره بازپرداخت سرمایه گذاری ثابت را کوتاه می کند. همچنین در زمان سرویس مبتنی بر مشتری، رعایت الزامات مشتری یا افزایش راحتی اقامت مشتری، وفاداری مشتری را افزایش می دهد. شهر اصفهان ۵۷ هتل و ۳۰ مهمان پذیر دارد. این آمار نشان می دهد وضعیت اقامتی هتل های اصفهان برای گردشگران، از جمله توریست ها مناسب نیست. در سال های اخیر، مسئولان استان اصفهان با تصویب قوانین و ایجاد تسهیلات برای رفع مشکل اقدام کرده اند، اما به گفته کارشناسان این اقدامات کافی نیست؛ زیرا سال گذشته حدود ۲۵۰ هزار گردشگر خارجی وارد اصفهان شدند؛ به طوری که ظرفیت هتل های ۴ و ۵ ستاره این شهر حدود ۲ هزار تخت است. پژوهش توصیفی-تحلیلی حاضر به بررسی و مکان یابی فضاهای جدید برای ساخت مراکز

اقامتی در شهر اصفهان و مکان‌یابی مراکز اقامتی با استفاده از منطق فازی پرداخته است. برای این منظور، ابتدا بررسی وضعیت توزیع فضایی هتل‌ها و مهمان‌پذیرهای شهر اصفهان صورت گرفت و با استفاده از تکنیک موران مشخص شد الگوی پراکنش فضایی مراکز اقامتی در شهر اصفهان خوشه‌ای است. سپس در فرایند مکان‌یابی مراکز اقامتی جدید در شهر اصفهان، معیارهایی از قبیل فاصله از مراکز تاریخی، تفریحی، پارک‌ها، ایستگاه‌های مترو، ایستگاه‌های آتش‌نشانی، مساجد، بیمارستان، پارکینگ، بانک و کلاتری‌ها و اقامتگاه‌های گردشگری فعلی در نظر گرفته شد. در ادامه، لایه‌های اطلاعاتی مورد نیاز در نرم‌افزار ArcGIS قرار گرفت و سپس فاصله اقلیدسی هریک از معیارهای مورد استفاده در این پژوهش تعیین شد. به منظور تهیه لایه‌های اطلاعاتی فاصله اقلیدسی، از ابزار Euclidean Distance در محیط Arc Map با Cell Size ۱۰ متر استفاده شد. در ادامه، لایه‌های رستری، به فرمت ASCII تبدیل شدند و در محیط نرم‌افزار IDRISI قرار گرفتند. به منظور استانداردسازی لایه‌ها به منطق فازی، مقدار واحد ۰-۲۵۵ انتخاب شد. پس از استانداردسازی هر کدام از معیارها، با استفاده از منوی MCE و با انتخاب WLC در نرم‌افزار IDRISI، نقشه‌های محدودیت و نقشه‌های معیار تلفیق شدند. نتیجه این تلفیق، نقشه نهایی است که در آن پهنه‌های مناسب برای اقامتگاه‌های گردشگری جدید در شهر اصفهان شناسایی شده است. با توجه به معیارهای استفاده‌شده در این پژوهش، پهنه‌های بسیار مناسب برای احداث هتل‌های جدید در شهر اصفهان، در نقشه نهایی مشخص شده‌اند. این پهنه‌ها در شعاع عملکرد مناسب خود، دسترسی مناسبی به عناصر مهم گردشگری از جمله مراکز تاریخی، مراکز تفریحی و پارک‌ها دارند و در مناطقی شناسایی شده‌اند که عناصر گردشگری آن‌ها شعاع دسترسی مناسبی به هتل‌ها و مراکز اقامتی ندارند. نتیجه نقشه ترکیب‌شده نهایی نشان می‌دهد بیش از سه هزار هکتار از اراضی شهر اصفهان پهنه مطلوب و خیلی مطلوب برای احداث اقامتگاه‌های گردشگری دارند. این پهنه‌ها در نیمه شرقی شهر اصفهان و محدوده بافت کهن تاریخی، محدوده پل فردوسی تا پل شهرستان و اطراف محدوده آرامستان تاریخی تخت فولاد گسترش یافته‌اند. پهناورترین پهنه مرکز شهر که می‌توان آن را گپ اقامتگاه‌های گردشگری در هسته تاریخی شهر اصفهان دانست، ۷۰۰ هکتار مساحت دارد که محدوده مجموعه گردشگری میدان عتیق، مسجد جامع اصفهان و قسمت اعظم بازار تاریخی شهر را دربرمی‌گیرد. فضای یادشده غیر از محدوده‌های پراکنده‌ای است که آثار تاریخی نفیس شهر اصفهان از جمله کاخ عالی‌قاپو، مسجد شیخ لطف‌الله، بازار قیصریه و چهل‌ستون را دربرمی‌گیرد. از نظر دسترسی نیز، همه پهنه‌ها در موقعیت مناسب با مسیرها و خیابان‌هایی با دسترسی آزاد، مانند بزرگراه شهید آقابابایی و بزرگراه شهید رادنی‌پور و مسیر اتوبوس‌های BRT قرار دارند. عناصر دیگر گردشگری که در پهنه‌های نیازمند هتل و اقامتگاه‌ها گردشگری شناسایی شده‌اند عبارت‌اند از: منار دارالضیافه، منار سابان، منار چهل‌دختران، تالار اشرف، کوه آتشفشان، منارجنبان، تخت فولاد، کلیسای وانک، کلیسای بتلهم، باغ غدیر، باغ جوان، باغ تجربه، باغ گل‌ها، باغ نور، باغ پروانه‌ها، باغ پرندگان، پل شهرستان، پل مارنان، سی‌وسه پل، مجموعه تفریحی ناژوان و قسمت‌های زیادی از حاشیه رودخانه زاینده‌رود، بوستان مشتاق، بوستان آبشار، مجموعه تفریحی جزیره بازی و پیست دوچرخه‌سواری.

به‌طورکلی می‌توان گفت جاذبه‌های گردشگری-تاریخی و جاذبه‌های تفریحی برای اقامتگاه‌های گردشگری مکان مناسبی است، اما بیشتر هتل‌های موجود شهر اصفهان از الگوی پراکنش جاذبه‌های گردشگری شهر تبعیت نکرده‌اند. بررسی‌های صورت‌گرفته درباره توزیع فضایی هتل‌ها در شهر اصفهان، نشان‌دهنده این است که حدود ۳۰ هتل، در

مناطق بهینه از نظر دسترسی به معیارهای مدنظر قرار ندارد. همچنین ظرفیت کم هتل‌ها، پاسخگونی بودن در فصول گردشگری، به‌ویژه در ایام نوروز و پایین‌بودن کیفیت آن‌ها که نارضایتی گردشگران را در پی داشته است، نشان‌دهنده ضعف شهر اصفهان در زمینه ارائه خدمات گردشگری به گردشگران است. در پایان پهنه‌های دارای قابلیت توسعه اقامتگاه‌های گردشگری به‌ترتیب مساحت اولویت‌بندی شد:

اولویت اول: پهنه جنوب شرق شهر اصفهان به مساحت ۸۳۰ هکتار، اولویت دوم: پهنه بافت و هسته تاریخی شهر اصفهان به مساحت ۷۰۰ هکتار، اولویت سوم: محدوده تفریحی-گردشگری نازوان در غرب اصفهان به مساحت ۳۵۰ هکتار و اولویت چهارم: محدوده منارجنبان و آتشگاه با مساحت ۱۵۰ هکتار.

نتایج این پژوهش با پژوهش‌های مرتبط هم‌خوانی دارد. نتیجه مطالعه وارثی و رضایی (۱۳۹۱) درباره مکان‌یابی مراکز اقامتی در شهر شیراز نشان می‌دهد توزیع هتل‌های این شهر با توزیع و پراکندگی جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی و ورزشی تناسب چندانی ندارد. نتایج پژوهش ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۱) درباره مکان‌یابی بهینه تسهیلات و زیرساخت‌های گردشگری شهری در شهر سمنان نشان می‌دهد توزیع فضایی-مکانی منابع و تسهیلات گردشگری در این شهر، متناسب نیست. نتایج پژوهش دانش‌پور (۱۳۹۴) نیز نشان می‌دهد توزیع هتل‌های شهر اصفهان مطلوب نیست و تعداد هتل‌ها و مراکز اقامتی با تعداد گردشگران تناسب ندارد. همچنین مکان‌های بهینه برای احداث هتل‌های جدید، در قسمت‌هایی از جنوب شهر اصفهان و قسمت‌هایی در مرکز شهر اصفهان است. نتایج این پژوهش در زمینه شناسایی محدوده‌های مطلوب اقامتگاه‌های گردشگری به پژوهشگران گردشگری شهری کمک می‌کند تا برای کاهش ضعف‌ها و مشکلات محدوده‌های یادشده اقدام کنند. همچنین می‌توانند در تحلیل‌های فضایی و مکان‌یابی اقامتگاه‌های گردشگری، در گام اول الگوهای پراکنش این پدیده‌ها را که متأثر از فرم‌ها و فرایندها هستند مشخص کنند و در گام‌های بعدی با توجه به تفکرات و ایده‌های حاکم بر برنامه‌ریزی شهری به اصلاح یا تثبیت الگوهای پراکنش بپردازند.

پیشنهادها

۱. جلوگیری از ساخت مراکز اقامتی در مناطق نامطلوب؛
۲. تعیین محدوده منطقه‌بندی گردشگری شهر اصفهان با تأکید بر هتل‌ها و مراکز اقامتی؛
۳. توجه به معیارهای مکان‌یابی در برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری؛
۴. اصلاح روند اجرایی و تسریع در اجرای قانون خصوصی‌سازی هتل‌ها و مراکز اقامتی؛
۵. ساخت هتل با ستاره‌های بین‌المللی و توجه به معماری هتل‌ها با تأکید بر معماری آثار تاریخی شهر اصفهان؛
۶. استفاده از قابلیت‌های بافت تاریخی و فرسوده در توسعه و گسترش اقامتگاه‌های گردشگری به شکل سنتی؛
۷. تغییر تدریجی الگوی پراکنش جغرافیایی اقامتگاه‌های گردشگری حمل‌ونقل و معبرمحور به الگوهای جاذبه‌گرا و پیاده‌محور.

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی، رضازاده، معصومه‌حافظ و مرضیه دارائی، ۱۳۹۱، «برنامه‌ریزی و مکان‌یابی بهینه تسهیلات و زیرساخت‌های گردشگری شهری با استفاده از GIS، موردشناسی: شهر سمنان»، نشریه جغرافیا و توسعه، شماره ۳۵، صص ۳۳-۴۸.
- انوری، آریا و مینا نساج، ۱۳۸۶، بررسی و تبیین نقش صنعت گردشگری در توسعه فضای شهری، همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلام شهر.
- بیرانوند، اسماعیل، ۱۳۸۷، تحلیل فضایی جاذبه‌های گردشگری طبیعی شهرستان خرم‌آباد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیای روستایی، دانشگاه اصفهان.
- پورمحمدی، محمدرضا، ۱۳۹۲، برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، تهران، مرکز پژوهش و توسعه علوم انسانی.
- تقدیسی، احمد، تقوایی، مسعود و سیامک پیری، ۱۳۹۲، «ارزیابی و سطح‌بندی دهستان‌های شهرستان دالاهو براساس توان منابع گردشگری در جذب گردشگر»، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال بیست‌ونهم، شماره چهارم، صص ۱۹۷-۲۱۴.
- تقوایی، مسعود، عبدالله‌زاده، مهدی، پورعیدی‌وند، لاله و فرزانه افشارپور، ۱۳۹۲، «تحلیلی بر مکان‌یابی بهینه مراکز اقامتی در شهر تبریز با بهره‌گیری از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP)»، فصلنامه علمی- پژوهشی فضای جغرافیایی، سال سیزدهم، شماره ۴۳ صص ۱۷۱-۱۸۹.
- چراغی، مهدی و علی ذولفی، ۱۳۹۶، «مکان‌یابی اماکن تفریحی و اقامتی استان زنجان (مطالعه موردی: محور گردشگری سلطانیه- کتله‌خور)»، مجله مهندسی جغرافیای سرزمین، دوره دوم، شماره ۲ صص ۷۹-۹۳.
- دانش‌پور، فرناز، ۱۳۹۴، مکان‌یابی احداث هتل‌های جدید در شهر اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی استاد امیر گندم‌کار، دانشکده مدیریت، دانشگاه شیخ‌بهایی اصفهان.
- رضوانی، علی‌اصغر، ۱۳۸۹، جغرافیا و صنعت توریسم، دانشگاه پیام‌نور.
- شهابی، هیمین، ۱۳۸۸، نقش عوامل ژئومورفیک در مکان‌یابی دفن مواد زائد شهر سقز با استفاده از مدل‌های GIS و فناوری سنجش‌ازدور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته ژئومورفولوژی، دانشگاه تبریز.
- شیخ‌الاسلامی، علیرضا و رضا حسنونند، ۱۳۹۶، مکان‌یابی کاربری‌های خدمات گردشگری هتل‌ها با استفاده از مدل AHP مطالعه موردی: شهر خرم‌آباد، کنفرانس پژوهش‌های معماری و شهرسازی اسلامی و تاریخی ایران، شیراز، دبیرخانه دائمی کنفرانس.
- شیخی‌نارانی، طه‌ورا و ناصر حافظی مقدس، ۱۳۸۶، پهنه‌بندی مناطق مستعد دفن پسماندها با کمک GIS (مطالعه موردی: استان قم)، دانشگاه آمل اولین کنفرانس GIS شهری.
- طاهری‌بچگان، سیما، هادی‌اصل، فاطمه و پانته‌آ صیقلانی، ۱۳۹۳، «مکان‌یابی سایت‌های گردشگری شهر بندرعباس جهت ایجاد فضای توریستی»، نشریه گردشگری شهری، دوره اول، شماره ۱، صص ۱۱۳-۱۲۶.
- فاضل‌نژاد، ندا، میرزایی، روح‌اله و رسول حیدری سورشجانی، ۱۳۹۶، «کاربرد روش الکتور در مکان‌یابی دفن بهداشتی پسماندهای شهری، مطالعه موردی: شهر خرم‌آباد»، مجله پژوهش در بهداشت محیط، دوره سوم، شماره ۱، صص ۵۵-۶۶.
- کازس، ژرژ و پوتیه فرانسواز، ۱۳۸۲، جهانگردی شهری، ترجمه صلاح‌الدین محلاتی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.

- کاظمیان، غلامرضا، حکیم‌الهی، آیدا و محمود ضیایی، ۱۳۹۰، *اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها در شهر تهران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مدیریت علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- کدیور، علی‌اصغر، وفایی، مهدی و داود کدیور، ۱۳۹۴، *امکان‌سنجی پهنه‌های مساعد برای ایجاد مراکز اقامتی گردشگری با استفاده از مدل AHP مطالعه موردی: دهستان گل‌مکان شهرستان چناران*، همایش ملی جایگاه علوم گردشگری در آمایش سرزمین و توسعه منطقه‌ای با تأکید بر استان گلستان، مؤسسه آموزش عالی جرجانی گرگان.
- موحد، علی، امان‌پور، سعید و کاوه نادری، ۱۳۸۹، «بازاریابی گردشگری شهری براساس برندبایی با مدل فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP)، مطالعه موردی: شهر کرمانشاه»، نشریه برنامه‌ریزی فضایی، سال اول، شماره ۳، صص ۱۷-۳۶.
- مهتابی اوغانی، مرضیه، ۱۳۸۹، کاربرد فرایند تحلیل شبکه و سامانه اطلاعات جغرافیایی برای گزینه‌های دفن مواد زائد شهری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده منابع طبیعی و علوم دریایی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- مهندسین مشاور باوند، ۱۳۸۵-۱۳۸۸، گزارش‌های طرح بازنگری طرح تفصیلی اصفهان.
- وارثی، حمیدرضا، تقوایی، مسعود و احمد شاه‌یوندی، ۱۳۹۰، «تحلیلی بر وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهر اصفهان با تأکید بر هتل‌ها»، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال بیست‌ودوم، شماره ۴، صص ۹۱-۱۱۲.
- وارثی، حمیدرضا و میثم رضایی، ۱۳۹۱، «تحلیل فضایی و مکان‌یابی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی، مطالعه موردی: شهر شیراز»، فصلنامه آمایش محیط، شماره ۱۹، صص ۱-۲۶.
- محمدی‌یگانه، بهروز، مهدی‌زاده، عفت، مهدی‌زاده، عصمت و صدیقه هاشمی، ۱۳۹۲، «امکان‌سنجی اماکن تفریحی اقامتی به‌منظور توسعه گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان دره‌شهر)»، مجله جغرافیا و مطالعات محیطی، دوره دوم، شماره ۷، صص ۷۹-۹۴.
- Abrahimzadeh, I., Rezazadeh, M., and Daraei, M., 2012, Optimizing Planning and Locating Urban Tourism Facilities and Infrastructure Using GIS Case Study: Semnan City. *Geography and Development Iranian Journal*, No. 35, PP. 33-48. (In Persian)
- Albert, S., Anna, G., Ricard, R., Mar, V., and Modest, F., 2014, Do Implicit Prices for Hotels and Second Homes Show Differences in Tourists' Valuation for Public Attributes for Each Type of Accommodation Facility, *IJHM*, Vol. 36, No. 120-129.
- Anvari, A., and Nassaj, M., 2007, Investigating and Explaining the Role of Tourism Industry in Urban Space Development, Regional Conference on Geography, Tourism and Sustainable Development, Islamic Azad University of Islamshahr. (In Persian)
- Arbel, A., Pizam, A., 1977, Some Determinants of Urban Hotel Location: The Tourists' Inclinations, *J. Travel Res.* Vol. 15, No.3, PP. 18-22.
- Ashworth, G., 1989, Urban Tourism: An Imbalance in Attention, *Prog. Tour. Recreat.Hosp, Manag*, No. 1, PP. 33-54.
- Ashworth, G., and Tunbridge, J., 1990, *The Tourist-Historic City*, Belhaven, London.
- Barros, C. P., 2005, Measuring Efficiency in the Hotel Sector, *Ann. Tour, Res*, Vol. 32, No. 2, PP. 456-477.
- Bav and Consulting Engineers., 2005-2008, Isfahan Detailed Plan Revision Plan Reports.
- Biranvand, E., 2008, Spatial Analysis of Natural Tourism Attractions in Khorramabad City, M.Sc. in Rural Geography, University of Isfahan. (In Persian)

- Chaves, M., Silveira, R. G., and Cristiane, P., 2012, Analysing Reviews in the Web 2.0: Small and Medium Hotels in Portugal, *Tourism Management*, Vol. 33, No 5, PP. 1286–87.
- Cheraghi, M., and Zolfi, A., 2017, Location of Resorts and Accommodation in Zanjan Province (Case Study: Soltanieh-Kataleh Khor Tourist Center), *Journal of Geographical Engineering of Territory*, Vol. 2, No. 2, PP. 79-93. (In Persian)
- Chu, R. K. S., and Choi, T., 2000, An Importance-Performance Analysis of Hotel Selection Factors in The Hong Kong Hotel Industry: A Comparison of Business and Leisure Travellers, *Tourism Management*, Vol. 21, No. 4, PP. 363–377. [https://doi.org/10.1016/s02615177\(99\)00070-9](https://doi.org/10.1016/s02615177(99)00070-9).
- Daneshpour, F., 2015, Locating New Hotels in Isfahan, Master's Thesis, Supervisor Amir Gandomkar, Faculty of Management, Sheikhbahi University. (In Persian)
- Edwards, D., Griffin, T., and Hayllar, B., 2008, Urban Tourism Research: Developing An Agenda. -*Ann. Tour, Res*, Vol. 35, No. 4, PP. 1031–1052.
- Eun Min P., and Young Ook K., 2012, an analysis of urban hotel location focusing on market segment and local and foreign guest preference, *Proceedings: Eighth International Space Syntax Symposium* Edited by M. Greene, J. Reyes and A. Castro. Santiago De Chile: PUC.
- Fazelnejad, N., Mirzaei, R., and Heidary Soreshjani, R., 2017, Application of Electrode Method in Municipal Landfill Sanitation, Case Study of Khorramabad City, *Journal of Research in Environmental Health*, Vol. 3, No. 1, PP. 55-66. (In Persian)
- Gabrijela, P., Dragisa, S., Miodrag, B., and Darjan, K., 2019, A Multiple-Criteria Decision-Making Model for the Selection of a Hotel Location, L and Use Policy, No. 84, PP. 49–58.
- Givi, A. A., Karimi, S., Foroughi, N., Moarab, Y., and Nikzad, V., 2015, Using Fuzzy Logic Analysis in GIS and FAHP Method for Parks Site Selection in Urban Environment (Case Study: Region 7, Tehran Municipality), *Current World Environment*, Vol. 10, No. 2, P. 432.
- Issahaku A., and Francis, E., 2014, Hotel Characteristics and Location Decisions in Kumasi Metropolis, Ghana, *Journal Tourism Geographies An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, Vol. 16, No. 4., PP. 653-668. Issahaku, A., and Francis, E. A., 2013, Dimensions of Hotel Location in the Kumasi Metropolis, Ghana. *Tour, Manag. Perspect*, No. 8, PP. 1–8.
- Jacint, B., and José, C. P., 2013, Relationship Between Spatial Agglomeration and Hotel Prices, Evidence From Business and Tourism Consumers, *Tour, Manag*, No. 36, PP. 391–400.
- Kadivar, A., Vafaei, M., and Kadivar, D., 2015, Feasibility Study of Suitable Areas for Tourism Accommodation Centers Using AHP Model, (Case Study of Golmakan Village of Chenaran County), *National Conference on Tourism Science in L and Planning and Regional Development with Emphasis on Golestan Province*, Gorgan, Jorchani Institute of Higher Education. (In Persian)
- Karski, A., 1990, Urban Tourism: A Key to Urban Regeneration, *Planner*, No. 6, PP. 15–17.
- Kauss, G., and François, P., 2003, *Urban Tourism*, Translated, by: Salaheddin Mahallati, Tehran, Shahid Beheshti University Press. (In Persian)
- Kazemian, G., Hakimollahi, A., and Ziaie, M., 2010, Prioritizing the Factors Affecting the Location of Hotels in Tehran, Master's Degree, Management, Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, School of Management and Accounting. (In Persian)
- Lee, K. W., 2003, Research of How Location of Hotel May Affect Their Relationships With Guests - Only for the FIT Guests in 5-Star Hotel in Seoul City.
- Lee, K. W., Hong Bumm, K., Hak Seon, K., and Dongsoo, L., 2010, The Determinants of Factors in FIT Guests' Perception of Hotel Location, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 17, No. 1, PP. 167–74.

- Li, H., Qiang, Y., and Rob, L., 2013, Determinants of Customer Satisfaction in the Hotel Industry: An Application of Online Review Analysis, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 18, No. 7, PP. 784–802.
- Li, M., Fang, L., Huang, X., and Goh, C., 2015, A Spatial–Temporal Analysis of Hotels in Urban Tourism Destination, *International Journal of Hospitality Management*, No. 45, PP. 34–43.
- Lu, W., and Svetlana, S., 2012, Ecotourism Experiences Reported Online: Classification of Satisfaction Attributes, *Tourism Management*, Vol. 33, No. 3, PP. 702–12.
- Marco Lajara, B., Claver Cortés, E., Úbeda García, M., and Zaragoza Sáez, P. D. C., 2016, Hotel Performance and Agglomeration of Tourist Districts, *Regional Studies*, Vol. 50, No. 6, PP. 1016–1035.
- Mimi, Li, Lei, F., Xiaoting, H., and Carey, G., 2015, A Spatial–Temporal Analysis of Hotels in Urban Tourism Destination, *International Journal of Hospitality Management*, PP. 34–45.
- Mohammadi Yeganeh, B., Mehdizadeh, E., Mehdizadeh, Es. And Hashemi, S., 2013, Feasibility Study of Residential Recreational Areas for Tourism Development in Rural Areas (Case Study: Dare Shahr City), *Journal of Geography and Environmental Studies*, Vol. 2, No. 7, PP. 79–94. (In Persian)
- Movahed, A., Amanpour, S., and Naderi, K., 2009, Urban Tourism Marketing Based on Branding Using AHP Model Case Study, Kermanshah City, *Journal of Spatial Planning*, Vol. 1, No. 3, PP. 17–36. (In Persian)
- Ohghani, M., 2010, Application of Network Analysis Process and GIS for Municipal Landfill Options. Master Thesis, Faculty of Natural Resources and Marine Sciences, Tarbiat Modarres University. (In Persian)
- Pearce, D. G., 1995, *Tourism Today: A Geographical Analysis*, 2nd Ed, Longman, Harlow.
- Pearce, D. G., 1998, Tourism Development in Paris: Public Intervention, *Ann. Tour. Res*, Vol. 25, No. 2, PP. 457–476.
- Pourmohammadi, M., 2013, *Urban L and Use Planning, Organization for the Study and Development of Humanities Textbooks (Samt)*, Tehran, Humanities Research and Development Center. (In Persian)
- Ren, L., Qiu, H., Wang, P., and Lin, P. M., 2016, Exploring Customer Experience with Budget Hotels: Dimensionality and Satisfaction, *International Journal of Hospitality Management*, No. 52, PP. 13–23.
- Rezvani, A., 2010, *Geography and Tourism Industry*, Payam Noor University. (In Persian)
- Rigall-I-Torrent, R., Fluvia, M., Ballester, R., Saló, A., and Ariza, E., Espinet, J., 2011, The Effects of Beach Characteristics and Hotel Location with Respect to the Beach on Hotel Prices, *Tour, Manag*, Vol. 32, No. 5, PP. 1150–1158.
- Samuelson, P.A., 1954, The Pure Theory of Public Expenditure, *Rev, Econ, Stat*, Vol. 36, No. 4, PP. 387–389.
- Seo, J., 2002, An Application of Analytic Hierarchy Process to Select the Hotel Site.
- Seul, K. L., 2015, Quality Differentiation and Conditional Spatial Price Competition Among Hotels, *Tour, Manag*, No. 46, PP. 114–122.
- Shahbi, H., 2009, The Role of Geomorphic Factors in Landfill Site Detection in Saqez City Using GIS Models and Remote Sensing Technology. M.Sc., Geomorphology, University of Tabriz. (In Persian)
- Shaykh Al-Islami, A., and Hasanvand, R., 2017, Locating Hotel Tourism Services Uses Using AHP Model Case Study of Khorramabad City, Iranian Islamic and Historical Architecture and Urbanism Research Conference, Shiraz, Permanent Secretariat Conference. (In Persian)

- Sheikhnarani, H., 2007, Zoning of Hazardous Waste Areas By GIS Qom Province Case Study, University of Amol First Urban GIS Conference. (In Persian)
- Sim, J., Mak, B., and Jones, D., 2006, A Model of Customer Satisfaction and Retention for Hotels, *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, Vol. 7, No. 3, PP. 1–23.
- Susana, C., and António Miguel, M., 2017, Hotel and Hostel Location in Lisbon: Looking for Their Determinants, *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, Vol. 20, No. 3, PP. 504-523.
- Tagdisi, A., Taqawi, M., and Piri, S., 2013, Evaluation and Classification of Dalhou Townships Based on Tourism Resource Capacity in Tourism Attraction, *Geographical Research Quarterly Journal*, Vol. 29, No. 4, PP. 197-214. (In Persian)
- Tahri Bachegan, S., Hadiasel, F., and Seyqalizadeh, P., 2014, Location of Tourist Sites in Bandar Abbas City to Create Tourist Space, *Journal of Urban Tourism*, Vol. 1, No. 1, PP. 113-126. (In Persian)
- Taqawi, M., Abdollahzadeh, M., Pouraiedivand, L., and Afsharpour, F., 2013, An Analysis of the Optimal Location of Residential Centers in Tabriz City Using The AHP Process, *Journal of Geographic Space*, Vol. 13, No. 43, PP. 171-189. (In Persian)
- Varesi, H., and Rezai, M., 2012, Spatial Analysis and Location of Residential Centers in Historical Cities, Case Study of Shiraz, *Journal of Management System*, No. 19, PP. 1-26. (In Persian)
- Varesi, H., Taqawai, M., and Shahivandi, A., 2010, An Analysis of the Status of Tourism Infrastructure in Isfahan With Emphasis on Hotels, *Journal of Geography and Environmental Planning*, Vol. 22, No. 4, PP. 91-112. (In Persian)
- Wall, G., and Dudycha, D., 1985, Point Pattern Analyses of Accommodation in Toronto, *Annals of Tourism Research*. No. 12. PP. 603-618.
- Weaver, D. B., 1993, Model of Urban Tourism for Small Caribbean Islands, *Geogr. Rev*, Vol. 83, No. 2, PP. 134–140.
- Yang, Y., Luo, H., and Law, R., 2014, Theoretical, Empirical, and Operational Models in Hotel Location Research, *International Journal of Hospitality Management*, No. 36, PP. 209–220. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.004>.
- Yang, Y., Tang, J., Luo, H., and Law, R., 2015, Hotel Location Evaluation: A Combination of Machine Learning Tools and Web GIS, *International Journal of Hospitality Management*, No. 47, PP. 14–24. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.02.008>.
- Yang, Y., Wong, K. K. F., and Wang, T., 2012, How Do Hotels Choose Their Location? Evidence From Hotels in Beijing, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 31, No. 3, PP. 675–685. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.09.003>.
- Yang, Y., Zhenxing, M., and Jingyin, T., 2017, Understanding Guest Satisfaction with Urban Hotel Location, *Journal of Travel Research*, 57(2), PP. 243-259.
- Yang, Y., Hao, L., and Rob, L., 2014, Theoretical, Empirical, and Operational Models in Hotel Location Research, *IJHM*, No. 36, PP. 209–220.
- Yokeno, N., 1968, La Localisation De L'industrie Touristique: Application De L'analyse De Thunen-Weber. *Cahiers Du Tourisme*, Centre Des Hautes Etudes Touristiques, Aix-En-Provence.
- Yoo, K. M., & Kim, N. J. (2009). Tourism resource development strategies using space syntax. *Journal of Tourism Sciences*, 33(6), 75-92.
- Zhou, L., ShunYe, P., Pearce, L., and Mao Ying, W., 2014, Refreshing Hotel Satisfaction Studies by Reconfiguring Customer Review Data, *International Journal of Hospitality Management*, No. 38, PP. 1–10.