

# ارزیابی توزیع فضایی زیرساخت‌های گردشگری و تعیین نقش فرایندهای اقتصادی-سیاسی و رشد فیزیکی شهرها در شکل‌گیری آن (مطالعه موردی: شهر زنجان)

محسن احدنژاد روشتی<sup>۱</sup>حیدر صالحی میشانی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۹۱/۱۰/۲۴ - تاریخ پذیرش: ۹۱/۱۲/۵

## چکیده

عناصر گردشگری شهری شامل جاذبه‌ها و عناصر ثانویه است. عناصر ثانویه گردشگری آن دسته از خدمات و تسهیلات را دربرمی‌گیرد که رفاه گردشگران را فراهم می‌کند و نحوه پراکنش آن‌ها در شهر، فضای گردشگری را شکل می‌دهد. بر این اساس این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و با رویکردی سیستمی، عناصر ثانویه گردشگری در شهر زنجان را ارزیابی کرده‌است و نقش فرایندهای مختلف را در مکان‌یابی آن‌ها تعیین می‌کند. به این منظور ابتدا با استفاده از GPS، موقعیت هر کدام از این عناصر گردشگری در شهر و سپس نحوه پراکنش آن با استفاده از مدل نزدیک‌ترین همسایه تعیین شد.

بر اساس نتایج برآمده از مدل مذکور، توزیع فضایی عناصر گردشگری در گذر زمان تغییر کرده است؛ از این رو برای مشخص شدن علت این تغییر ابتدا با تحلیل تصاویر ماهواره‌ای در سال‌های ۱۳۶۳، ۱۳۷۹ و ۱۳۹۱، رشد فیزیکی شهر بررسی شد. این بررسی رشد فیزیکی بسیار شدید شهر، در یک دهه گذشته را نشان داد. به گونه‌ای که مساحت زمین‌های ساخته شده در سال ۱۳۹۱، رشدی معادل ۹۲ درصد مساحتی برابر با ۴۷۶۴ هکتار داشته‌است. این رشد موجب شکل‌گیری عناصر گردشگری در بافت‌های جدید و دور از بافت مرکزی شهر شده‌است. در گام بعدی برای شناسایی علل این جریان، مدل ANP مورد استفاده قرار گرفت. نتایج این مدل نشان داد که هزینه‌های عمومی با ضریب تأثیر ۰/۳۸، مهم‌ترین شاخص و قیمت زمین به عنوان مهم‌ترین زیرمعیار با وزن ۰/۴۹ بیشترین تأثیر را در مکان‌یابی عناصر گردشگری در سال‌های اخیر داشته است.

کلیدواژه‌ها: فضای گردشگری شهری، عناصر ثانویه گردشگری، مدل نزدیک‌ترین همسایه، مدل ANP.

## مقدمه

گردشگری به مثابه یک پدیده تمدنی تأثیرات متعدد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی دارد که در گذر زمان از یک حالت تفریحی به یک نیاز اساسی بدل شده‌است و در چند سال اخیر به عنوان یک رفتار مشخص انسانی ظهور کرده است. بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری تعداد گردشگران در سال ۲۰۱۱ با رشد ۴/۶ درصدی به ۹۸۲ میلیون نفر رسیده‌است و درآمد حاصل از آن با رشد ۳/۸ درصد از ۱ تریلیون دلار فراتر رفته‌است (www.Unwto.Com, ۲۰۱۲).

«گردشگری شهری شاخه‌ای جدید در مطالعات گردشگری است که از اوایل دهه ۹۰ با نظریه‌های آشورث<sup>۱</sup> وارد ادبیات گردشگری شده است» (۲۰۱۱: ۱۵۹۵) (شوال<sup>۲</sup>). از آن زمان تاکنون پژوهشگران زیادی این نوع گردشگری را از جنبه‌های مختلف بررسی کرده‌اند. از آن جمله، ارزیابی توزیع فضایی عناصر گردشگری است. این نوع گردشگری یکی از بحث‌های جدیدی است که در چند سال اخیر مطرح شده است و با توجه به ماهیت موضوع از روش‌های کمی و مدل‌های آمار فضایی در بررسی آن استفاده می‌شود.

عناصر گردشگری شهری به دو بخش اولیه و ثانویه تقسیم می‌شود. عناصر اولیه همان جاذبه‌های شهری هستند که گردشگران را به خود جلب می‌کنند اما عناصر ثانویه آن دسته از خدمات و امکانات را شامل می‌شود که رفاه گردشگران را فراهم می‌کند مانند هتل‌ها، مسافرخانه‌ها، رستوران‌ها و غیره (شکویی و موحد، ۱۳۸۱). این مراکز به عنوان مبدأ و مقصد گردش‌های روزانه در شهر اهمیت فوق‌العاده‌ای دارند و نحوه جایگیری آن‌ها در شهر، می‌تواند کاهش یا افزایش فضای خدماتی و تغییر الگوی رفتاری گردشگران را به همراه داشته باشد (موحد، ۱۳۸۷). در نتیجه نحوه پراکنش عناصر گردشگری در فضای شهری، در مدت زمان ماندن گردشگران و در نتیجه اقتصاد گردشگری نقش مهمی دارد. بنابراین مطالعه این موضوع باعث می‌شود تا فضای حرکتی گردشگران و مکان‌هایی که بیشتر متأثر از رفتار گردشگران است، مشخص شود تا برای افزایش رفاه گردشگران، در این مکان‌ها، برنامه‌ریزی‌های لازم انجام شود.

از سوی دیگر، نحوه پراکندگی زیرساخت‌های گردشگری در شهر، محصول تصمیم‌گیری‌های انسانی است و کارکردهای انسانی متأثر از ساختار جامعه و نیازهای آن‌هاست. از این رو شناسایی توزیع فضایی عناصر گردشگری در شهر ضمن مشخص کردن فرهنگ جامعه شهری در دوره مورد مطالعه، نقش مؤلفه‌های اقتصادی-سیاسی، فرهنگی و سازمان‌های دولتی و خصوصی مؤثر در شکل‌گیری این الگوها را نشان می‌دهد. بنابراین بررسی نحوه پراکنش پدیده‌ها در شهر یکی از موضوعات مهم به‌شمار می‌آید. شاید این گفته شیفر که «جغرافیا زمانی علم محسوب می‌شود که بر آرایش فضایی پدیده‌ها در حوزه معین تأکید کند نه بر خود پدیده‌ها» (شیفر، ۱۹۵۳: ۲۲۹)<sup>۳</sup>، دلیل محکمی بر این ادعا باشد.

با وجود این، مطالعه در زمینه نحوه چینش عناصر گردشگری در سطح ملی و جهانی بسیار محدود است. هرچند که بررسی پراکندگی فضایی پدیده‌های جغرافیایی در سطح ناحیه و شهر از دهه ۵۰ میلادی، با مطالعات جغرافیدانان مکتب علم فضایی به‌صورت جدی به حوزه جغرافیا وارد شد (شکویی، ۱۳۸۵). اما این بحث چندان مورد توجه کارشناسان رشته گردشگری نیست. از این رو مطالعه حاضر گامی نوین در این زمینه به‌شمار می‌آید. زنجان یکی از شهرهای مهمی است که بر اساس معماری شهرهای ایرانی-اسلامی بنا شده است، بنابراین ساختار کالبدی ویژه‌ای دارد. زیرساخت‌های گردشگری این شهر متأثر از ایدئولوژی اسلامی است. البته زنجان در دو دهه گذشته مانند اکثر شهرهای ایران رشد خیره‌کننده‌ای داشته است. این رشد فیزیکی به همراه سیاست‌های اقتصادی و تغییراتی که در شیوه زندگی مردم رخ داده، ساختار کالبدی شهر و در نتیجه مکان‌یابی زیرساخت‌های گردشگری را دگرگون کرده است؛ از این رو در این تحقیق ضمن بررسی نحوه پراکنش عناصر ثانویه گردشگری در شهر زنجان، شاخص‌های مؤثر در مکان‌گزینی آن‌ها نیز در گذر زمان بررسی می‌شود تا سؤال‌های زیر پاسخ داده شود:

- توزیع فضایی مراکز اقامتی و رستوران‌های شهر زنجان چگونه است؟
- آیا نحوه پراکنش مراکز اقامتی و رستوران‌های شهر زنجان در گذر زمان تغییر کرده است؟
- چه شاخص‌هایی بیشترین تأثیر را در تغییر مکان‌یابی این عناصر داشته‌اند؟

#### پیشینه تحقیق

اگر چه بررسی توزیع فضایی عناصر گردشگری در شهر کمتر با دید کمی و مدل‌سازی بررسی شده است، می‌توان به چند پژوهش که به بررسی زیرساخت‌های گردشگری از جنبه‌های مختلف پرداخته‌اند، اشاره کرد:

- موحد (۱۳۸۲) توزیع فضایی عناصر اقامتی در شهر اصفهان را بر اساس نظریه‌های آشورث، تنبرگ و گتز بررسی کرد و نتیجه گرفت که تأسیسات اقامتی و جاذبه‌های شهری در محدوده مرکزی شهر اصفهان قرار دارند و بخش تاریخی آن را شکل داده‌اند که این موضوع خود موجب تمرکز گردشگران در این قسمت از شهر شده‌است.

- طاهری‌منه و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی چالش‌های موجود در صنعت گردشگری شهر شیراز در ارتباط با محدودیت مراکز اقامتی»، وضعیت اماکن اقامتی شهر شیراز را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که با وجود مسافر بسیار در بیشتر ماه‌های سال، مراکز اقامتی این شهر، پایین‌تر از ظرفیت استاندارد فعالیت می‌کنند. ایشان در ادامه با طرح فرضیه‌هایی در زمینه کیفیت مراکز اقامتی و تأثیر آن در جلب گردشگران، وضعیت کیفیت خدمات در مراکز اقامتی را نیز ارزیابی کردند.

- وارثی و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیلی بر وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهر اصفهان» یکی از مشکلات خدمات گردشگری را نبود مکان‌های سکونت و هتل‌های مناسب در تمام فصل‌های سال و برای تمام اقشار جامعه با درآمدهای مختلف دانستند. همچنین مهم‌ترین مزیت آن را دسترسی مناسب هتل‌های شهر اصفهان به مراکز تفریحی، تاریخی و تجاری در این شهر می‌دانند و معتقدند که وجود جاذبه‌های تاریخی در این شهر، فرصت خوبی برای صنعت هتلداری به شمار می‌آید. - خادارو<sup>۱</sup> و سیتانا<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) با مدل جاذبه، نقش زیرساخت‌های حمل و نقل را به مثابه یکی از عناصر گردشگری در توسعه توریسم بین‌المللی بررسی کردند. آن‌ها دریافتند که زیرساخت‌های حمل و نقل مهم‌ترین گزینه در تعیین جریان‌های توریستی در نواحی مقصد است. همچنین آن‌ها نتیجه گرفتند که نحوه دسترسی به جاذبه‌ها نقش مهمی در رضایت گردشگر و میزان صرف هزینه او دارد.

- کرچر<sup>۳</sup> و لاو<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) در مقاله‌ای الگوهای رفتاری گردشگران در شهر هنگ کنگ را ارزیابی کردند و دریافتند که ۲۱ درصد از کل مسافرت‌های روزانه گردشگران در شهر هنگ کنگ در محدوده ۵۰۰ متر هتل محل اقامت آن‌ها است. بر این اساس ایشان، هتل‌ها را در بازار گردشگری بسیار مؤثر دانستند.

- شووال<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۱) با استفاده از ۵۵۷ دستگاه GPS، نقش هتل‌ها در فعالیت‌های گردشگران در شهر هنگ کنگ را بررسی کردند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان می‌دهد که مکان هتل با توجه به اینکه گردشگر بیشترین زمان سفر و هزینه آن را در مجاورت هتل صرف می‌کند، تأثیر عمیقی در رفتار گردشگران دارد. - یانگ<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی شاخص‌های بالقوه در انتخاب محل هتل را با استفاده از مدل لوجیت<sup>۷</sup> و با ترکیب ویژگی‌های هتل و مکان آن ارزیابی کردند. نتایج نشان داد که تعداد ستاره هتل، تنوع خدمات، اثر تراکم، زیرساخت‌های خدمات عمومی، دسترسی به جاده، دسترسی به مترو و دسترسی به سایت‌های گردشگری از عوامل مهم در مکان‌یابی هتل‌ها در شهر است.

#### فرضیه تحقیق

هدف این پژوهش بررسی توزیع فضایی زیرساخت‌های گردشگری و تعیین نقش فرآیندهای مختلف در شکل‌گیری و تغییر آن است. بر این اساس، دستیابی به پاسخ فرضیه‌های زیر مورد نظر خواهد بود:

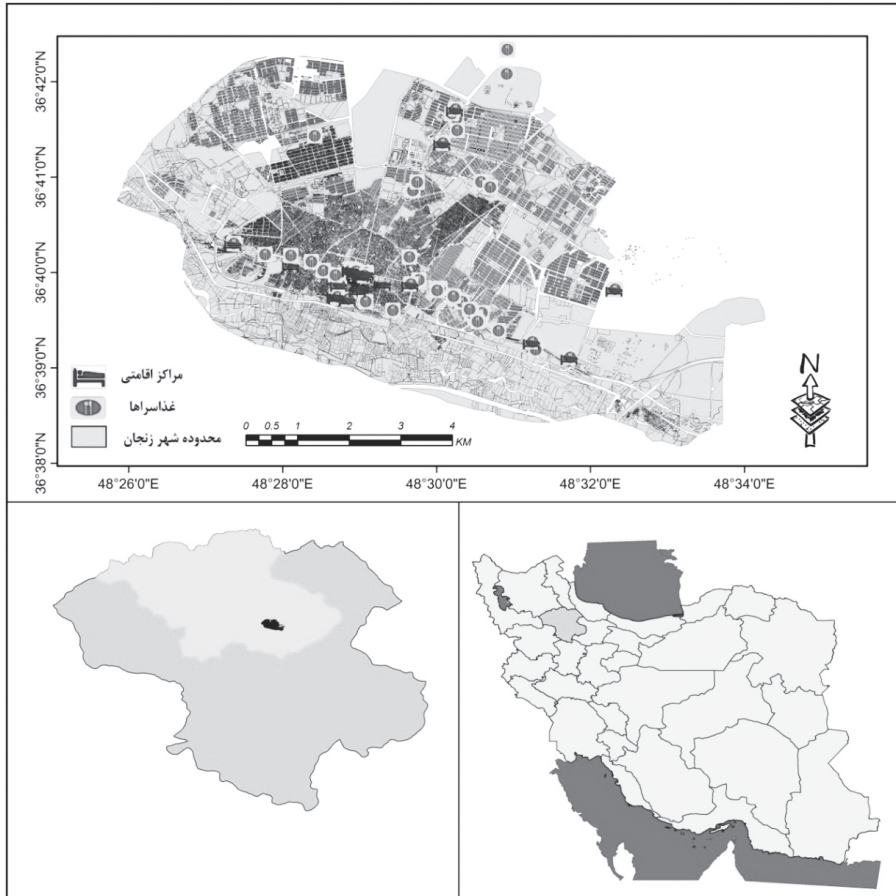
- توزیع فضایی مراکز اقامتی و رستوران‌های شهر زنجان از نوع توزیع خوشه‌ای است.
- نحوه پراکنش مراکز اقامتی و رستوران‌های شهر زنجان در گذر زمان تغییر کرده است.
- رشد فیزیکی شهر یکی از عوامل مؤثر در تغییر توزیع فضایی عناصر ثانویه گردشگری است.

#### منطقه مورد مطالعه

موقعیت جغرافیایی شهر زنجان منطبق بر ۴۸ درجه و ۲۸ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۳۰ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ و ۳۶ درجه و ۴۰ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۴۱ دقیقه عرض شمالی از خط استوا است. فاصله شهر زنجان تا تهران ۳۳۰ کیلومتر است و بر اساس آمار سرشماری ۱۳۹۰، جمعیتی معادل ۴۸۶۴۹۵ نفر دارد. این شهر

۴ منطقه و ۲۷ ناحیه شهری دارد. ساختار کالبدی شهر تلفیقی از معماری ایرانی-اسلامی است؛ یک بازار بزرگ و یک مسجد جامع در ناحیه ۱ و در بخش مرکزی شهر قرار دارند. همچنین شهر زنجان ۲۲ مرکز اقامتی شامل ۹ هتل و ۱۳ میهمان پذیر دارد و همین طور ۴۷ رستوران و سفره-خانه دارد که بیشتر در بافت مرکزی و کنار جاده‌های اصلی شهر جای گرفته‌اند. این غذاسراها به همراه مراکز اقامتی، ساختار فضایی گردشگری شهر زنجان را شکل داده‌اند (صالحی، ۱۳۹۱).

شکل ۱- موقعیت سیاسی شهر زنجان به همراه پراکندگی عناصر خدماتی گردشگری در شهر



## روش تحقیق

ترکیبی از روش‌های تحلیلی، سیستمی و موردی، روش تحقیق را تشکیل دادند و نوع پژوهش نیز «کاربردی» است. جامعه آماری شامل هتل‌ها، مسافرخانه‌ها، رستوران‌ها و غذاسراها، عناصر ثانویه گردشگری در شهر زنجان هستند. آمار و اطلاعات، با استفاده از تصاویر ماهواره‌ای، استفاده از سیستم موقعیت‌یاب جهانی<sup>۱</sup> روش‌های کتابخانه‌ای، میدانی و نقشه‌های طرح تفصیلی شهر زنجان و همچنین تهیه ۷۲ پرسش‌نامه برای تمام مالکان عناصر خدماتی گردآوری شده‌است.

هدف این تحقیق ارزیابی توزیع فضایی زیرساخت‌های گردشگری و تعیین نقش فرایندهای اقتصادی-سیاسی و بررسی رشد فیزیکی شهر در شکل‌گیری و تغییر این الگوها است. به این منظور ابتدا با انجام مطالعات میدانی و با استفاده از GPS، مکان‌گزینی هتل‌ها، مسافرخانه‌ها و رستوران‌ها در شهر مشخص شد. سپس با استفاده از مدل میانگین نزدیک‌ترین همسایه<sup>۱</sup>، نحوه پراکنش این عناصر در شهر در دو دوره مختلف (از سال تأسیس تا ۱۳۸۰ در جایگاه عناصر قدیمی و از سال تأسیس تا ۱۳۹۱ در جایگاه کل عناصر خدماتی در شهر) بررسی شد. سپس برای دستیابی به علت تغییر در الگوی مکان‌گزینی عناصر گردشگری ابتدا با استفاده از تصاویر ماهواره لندست<sup>۲</sup>سنجنده ETM+ در سه زمان ۱۳۶۳، ۱۳۷۹ و ۲۰۱۳، رشد فیزیکی شهر مشخص و نقش آن در پراکندگی عناصر گردشگری بررسی شد.

پس از آن شاخص‌های اساسی و تأثیرگذار در مکان‌گزینی عناصر ثانویه گردشگری در چند سال اخیر مشخص شد. این شاخص‌ها در چهار گروه هزینه‌های عمومی، ضوابط و مقررات شهرسازی، حمل و نقل و آلودگی دسته‌بندی شد و زیر معیارهای هر کدام، به کمک فرایند تحلیل شبکه (ANP<sup>۳</sup>) در نرم‌افزار سوپر دسی زن<sup>۴</sup> مقایسه‌ای بین شاخص‌ها و زیر معیارهای آن‌ها تعیین شد و میزان تأثیر هر یک از شاخص‌ها مشخص شد.

### تکنیک‌های تحقیق

#### شاخص میانگین نزدیک‌ترین همسایه

این شاخص، تجزیه و تحلیل چهارگوش توزیع نقاط را با توجه به تراکم آن‌ها در سطح ارزیابی می‌کند و علاوه بر آن تغییرات تراکم نقاط را نیز محاسبه می‌کند. شاخص میانگین نزدیک‌ترین همسایه مبتنی بر اندازه‌گیری فاصله تک تک کاربری‌ها تا نزدیک‌ترین همسایه آن‌ها است و در تعیین همگرایی و واگرایی انواع کاربری‌های مختلف به کار می‌رود.

با این نوع آنالیز می‌توان فهمید که آیا توزیع نقاط تصادفی است یا خیر؟ همچنین اینکه نوع الگوی پراکنش چگونه است؟ (۲۰۰۰) کامارو (رو)<sup>۵</sup>. در این روش شاخص نزدیک‌ترین همسایه بر اساس میانگین فاصله از هر کاربری تا نزدیک‌ترین همسایه‌هایش محاسبه می‌شود. فاصله مورد انتظار در این روش با تجزیه و تحلیل کمیت Z به دست می‌آید. اگر این مقدار بین ۱/۹۶ تا ۱/۹۶- باشد، اختلاف معناداری بین توزیع مشاهده شده و توزیع تصادفی وجود ندارد. در غیر این صورت توزیع، تجمعی یا یکنواخت خواهد بود.

به عبارت دیگر در این مدل، الگوی پراکنش نقاط با تئوری تصادفی مقایسه می‌شود. چنانچه فاصله متوسط مشاهده‌ای از فاصله متوسط الگوی تصادفی بیشتر باشد، الگوی نقاط مشاهده‌ای نسبت به الگوی تصادفی، پراکنده<sup>۶</sup> است. به طریق مشابه می‌توان گفت، الگوی نقاط، زمانی حالت خوشه‌ای دارد که در آن فاصله متوسط مشاهده‌ای بین نزدیک‌ترین همسایه از الگوی تصادفی کمتر باشد (لی و همکاران، ۱۳۸۱).

شاخص میانگین نزدیک‌ترین همسایه از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$ANN = \frac{\bar{D}_O}{\bar{D}_E}$$

که در آن  $\bar{D}_O$  متوسط فاصله بین هر یک از شاخص‌ها به نزدیک‌ترین همسایه است که از رابطه زیر به دست می‌آید.

$$\bar{D}_O = \frac{\sum_{i=1}^n d_i}{n}$$

که  $\bar{D}_E$  میانگین فاصله مورد انتظار برای شاخصه به دست آمده یک الگوی تصادفی:

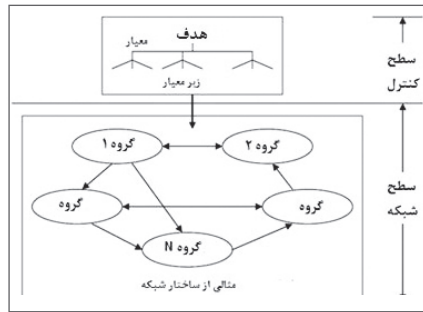
$$\bar{D}_E = \frac{0.5}{\sqrt{n/A}}$$

در معادله قبلی  $\bar{D}_E$  برابر است با فاصله بین شاخص  $\bar{A}$  و نزدیک‌ترین همسایه آن،  $n$  برابر است با مجموع تعداد شاخص‌ها و  $A$  برابر با کل مناطق مورد مطالعه.

آماره Z که به مقیاس Z<sup>۱</sup> نیز معروف است برابر است با نسبت فاصله متوسط مشاهده‌ای بین نزدیک‌ترین همسایه‌های توزیع نقاط به فاصله متوسط پیش‌بینی شده نزدیک‌ترین همسایه منطقه مورد مطالعه. مدل فرایند تحلیل شبکه (ANP)

آقای ساعتی روش ANP را در سال ۱۹۹۶ معرفی کرد که در ادامه نظریه AHP بود. با این تفاوت که این روش، فرض مبنی بر عدم وجود رابطه بین سطوح مختلف تصمیم‌گیری را ندارد (دیکمن و بیرگونول)<sup>۲</sup>. مؤلفه‌های موجود در ساختار سلسله‌مراتبی از قوانین متفاوتی تشکیل شده‌اند که معمولاً مؤلفه‌های سطح پایین بر روی مؤلفه‌های سطح بالا اثر می‌گذارد. در این شرایط سیستم ساختار شبکه‌ای دارد که مدل ANP از این ساختار شبکه‌ای سرچشمه گرفته‌است. شکل شماره ۱ رابطه ساختاری مدل ANP را نشان می‌دهد.

شکل ۲- ارتباط ساختاری مدل تحلیل شبکه (صالحی، ۱۳۹۱: ۶۰)



این سیستم را می‌توان به ۲ بخش مجزا تقسیم کرد: بخش اول که شامل رابطه شبکه‌ای بین هدف و زیر معیارهای اصلی است، روابط داخلی سیستم را متأثر می‌کند. بخش دوم شامل ساختار سلسله‌مراتبی شبکه‌ای است و روابط شبکه‌ای بین مؤلفه‌های زیر معیار و خوشه‌ها را تشکیل می‌دهد.

مدل ANP نه تنها روابط بین معیارها را محاسبه می‌کند؛ بلکه وزن نسبی هر کدام از معیارها را نیز اندازه‌گیری می‌کند. نتیجه این محاسبه‌ها یک سوپر ماتریس را تشکیل می‌دهد که بعد از محاسبه رابطه سوپر ماتریس و نظرسنجی‌های تکمیلی، امکان استنتاج وابستگی بین هر کدام از معیارها و انتخاب‌ها و وزن اولویت‌ها وجود دارد. هر چه که وزن محاسبه شده بیشتر باشد، اولویت بیشتری خواهد داشت و در نتیجه امکان انتخاب بهترین گزینه وجود دارد (ساتی)<sup>۳</sup>.

از فرمول زیر برای مشخص کردن بهترین گزینه‌ها استفاده می‌شود:

$$DI_i = \sum_{j=1}^r S_{ij} = \sum_{j=1}^r R_j W_{ij}, \quad \forall i, j = 1, 2, \dots, r,$$

DI<sub>i</sub>: شاخص مورد انتظار گزینه i

S<sub>ij</sub>: وزن گزینه i تحت معیار j

R<sub>j</sub>: وزن نسبی زیر معیار j

W<sub>ij</sub>: وزن نسبی گزینه i تحت زیر معیار j

گزینه‌ای که بیشترین DI را داشته باشد، بهترین گزینه است. در نتیجه مجموعه A\* به شکل زیر تعریف می‌شود:

### مبانی نظری

#### توزیع فضایی عناصر گردشگری شهری

گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به صورت زنجیره‌ای برای خدمت‌رسانی به گردشگران انجام می‌شود (زنگی‌آبادی و محمدی، ۱۳۸۵). بنابراین «گردشگری شامل تمام پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی

1- Z-scale

2-Dikmen and Birgonul 2007

3. Saaty, 2007

از گردشگران است» (مک اینتاش)<sup>۱</sup>. در این میان شهرها که بزرگ‌ترین دستاورد بشر هستند، همواره یکی از مهم‌ترین مقصدهای گردشگری بوده‌است (زندى مهر، ۱۳۸۶). در واقع شهرها در بردارنده مراکز مهم اقتصادی، علمی، تفریحی و... هستند و افزون بر این از جاذبه‌های طبیعی نیز بهره‌مندند؛ از این رو کانون جلب جهانگردان به‌شمار می‌آیند. قسمتی از شهر که عناصر گردشگری مانند جاذبه‌ها، مراکز اقامتی و غذاسراها در آن واقع شده‌است و رفتار گردشگران متأثر از آن شکل می‌گیرد، فضای گردشگری شهری خوانده می‌شود (شکویی و موحد، ۱۳۸۱). بنابراین فضای گردشگری شهری محصول پراکندگی زیرساخت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در داخل شهر است و پراکندگی عناصر گردشگری نیز محصول تصمیم‌گیری‌های انسانی است و همچنین کارکردهای انسانی نیز متأثر از اندیشه‌ها، نهادها، ساختار جامعه و نیاز آن‌ها است (شکویی، ۱۳۸۵).

بنابراین در زمان‌های مختلف و تحت تأثیر نیروهای مسلط بر شهر، عناصر خدماتی گردشگری، توزیع فضایی متفاوتی را از قبیل توزیع منظم، توزیع خوشه‌ای و توزیع تصادفی به خود می‌گیرند. در اکثر شهرهایی که بافت کالبدی برنامه‌ریزی شده‌ای دارند، توزیع خدمات، الگوی منظمی دارد. در حالی که شهرهای جهان سوم با بافت‌های قدیمی و نظام‌مند، توزیع تصادفی دارند. البته در بعضی موارد، وجود پدیده‌ای شاخص در یک شهر موجب می‌شود که بیشتر زیرساخت‌های خدماتی، اطراف آن مکان‌یابی شوند و توزیع خوشه‌ای شکل بگیرد. برای نمونه، حرم مطهر امام رضا در شهر مشهد موجب شده تا اکثر هتل‌ها و رستوران‌های شهر در اطراف آن جای‌گیرد (صالحی، ۱۳۹۱).

#### شاخص‌های مؤثر در شکل‌گیری و تغییر فضای گردشگری

در این بخش شاخص‌های مؤثر در مکان‌یابی هتل‌ها، رستوران‌ها، مسافرخانه‌ها و... به مثابه عناصر ثانویه گردشگری بررسی می‌شوند. این شاخص‌ها به دو دسته کلی دسته‌بندی می‌شود: «دسته اول ویژگی‌های مکانی که عناصر گردشگری در آن شکل می‌گیرند از قبیل نحوه دسترسی، سطح تراکم، میزان سازگاری بین کاربری‌ها و میزان رشد فیزیکی شهر و دسته دوم شاخص‌های مرتبط با خود عناصر می‌باشند مانند تعداد ستاره هتل‌ها، سطح زیر بنا، تنوع خدمات و... که در شهرهای مختلف و در زمان‌های متفاوت، اهمیت هر یک از این شاخص‌ها تغییر می‌کند» (ینگ و دیگران)<sup>۲</sup>. برای مثال دسترسی آسان، شاخص مهم در مکان‌یابی تمام زیرساخت‌های شهری به‌شمار می‌آید. اهمیت این شاخص برای عناصر گردشگری بسیار حیاتی است؛ زیرا در یک قسمت از شهر رونق بازار گردشگری، به تراکم تعداد گردشگران در آن مکان وابسته است (باروس)<sup>۳</sup>.

بنابراین اکثر هتل‌ها و رستوران‌ها در بخش CBD شهر مکان‌یابی می‌شدند؛ زیرا ضمن دسترسی آسان به این مراکز به گردشگران امکان می‌داد تا به دیگر خدمات و جاذبه‌های موجود در بخش مرکزی شهر نیز دسترسی داشته باشند<sup>۴</sup>. در حالی که در چند دهه گذشته در بیشتر شهرهای اروپایی و آمریکایی تراکم شدید در بخش مرکزی از یک سو و افزایش سرعت حمل و نقل از سوی دیگر موجب جای‌گیری عناصر خدماتی و به‌ویژه هتل‌ها و میهمان‌سراها در اطراف شهرها و در نزدیکی حومه‌ها شده‌است. بنابراین یک شاخص ممکن است در یک بازه زمانی نقش مهمی در مکان‌گزینی عناصر خدماتی داشته باشد اما با تغییر شرایط اقتصادی-سیاسی و ساختار جامعه، اهمیت خود را از دست بدهد.

از جمله شاخص‌های مرتبط با عناصر گردشگری که در مکان‌یابی آن‌ها مؤثر هستند، مقیاس و تعداد ستاره عناصر خدماتی است. در واقع در مکان‌یابی زیرساخت‌های گردشگری تفاوت در سطح زیر بنا، تفاوت در هزینه زمین است (باوم و هوه من)<sup>۵</sup>. بنابراین سرمایه‌گذاران با توجه به قیمت زمین و مقدار سرمایه، هتل‌ها و رستوران‌ها را در زمین‌هایی بنا می‌کنند که هم به اندازه کافی فضای باز و هم صرفه اقتصادی داشته‌باشد.

از سوی دیگر به نسبت تفاوت در کیفیت خدماتی که ارائه می‌دهند، مشتریان مختلف و سودهای متفاوتی خواهند داشت (آگان و نیلد)<sup>۶</sup>. «بنابراین مراکز خدماتی با کیفیت بالا در خدمت‌رسانی تمایل دارند در کنار هم قرار بگیرند و عناصر با درجه پایین‌تر در مکان‌های دیگر شهر مکان‌یابی خواهند شد. البته پر واضح است که تمام این فاکتورهای مذکور تحت تأثیر رشد فیزیکی شهر و ایجاد جاذبه‌های گردشگری در بافت‌های جدید قرار خواهند گرفت و در آرایش خود الگوی متفاوتی پیدا می‌کنند» (کال نینز و چونگ)<sup>۷</sup>.

## یافته‌های تحقیق

اولین گام در بررسی توزیع فضایی عناصر گردشگری، مشخص کردن موقعیت مکانی این عناصر است؛ از این رو با استفاده از GPS و با مطالعات میدانی سنگین، پراکنش هتل‌ها، مسافرخانه‌ها، رستوران‌ها و تمام غذاسراهایی که مورد استفاده گردشگران قرار می‌گیرند، مشخص شد. بر اساس بررسی‌ها، ۲۲ مرکز اقامتی شامل ۹ هتل و ۱۳ میهمان‌پذیر و همچنین ۴۷ رستوران و سفره‌خانه در شهر زنجان وجود دارد که بر اساس سال تأسیس، عناصر مذکور به دو دسته عناصر قدیمی (از زمان تأسیس تا سال ۱۳۸۰) و کل عناصر (تمام عناصر از زمان تأسیس تا ۱۳۹۱) تقسیم شدند تا نحوه پراکندگی عناصر خدمات گردشگری در طول زمان بررسی شود و محاسبه روند تغییر در مکان‌یابی آن‌ها امکان‌پذیر باشد.

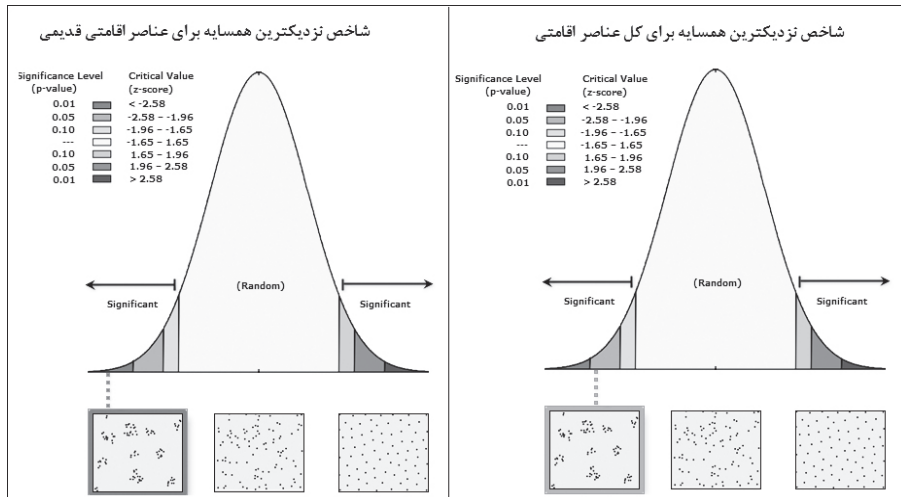
در گام بعدی برای تعیین نحوه پراکنش، از مدل نزدیک‌ترین همسایه استفاده شد. نتایج این مدل که یکی از مدل‌های مناسب برای نمایش توزیع فضایی است در سه سطح ۱- توزیع پراکنده (با Z-SCORE  $1/65 < 2/58$ )، ۲- توزیع رندمی یا تصادفی (با Z-SCORE  $1/65$  تا  $1/65$ ) و ۳- توزیع خوشه‌ای (با Z-SCORE  $1/65 > 2/58$ ) ارائه می‌شود (صالحی، ۱۳۹۱).

در زیر نتیجه مدل ابتدا برای مراکز اقامتی و سپس برای غذاسراها آمده است.

جدول ۱- نتایج شاخص نزدیک‌ترین همسایه برای مراکز اقامتی شهر زنجان

مراکز اقامتی قدیمی	کل مراکز اقامتی	
۰/۵۵	۰/۶۳	nearest neighbor ratio
-۱۲/۵۳	-۲/۳۷	z-score
۰/۰۰۰۰۰	۰/۰۳۶	p-value

شکل ۳- نحوه توزیع فضایی مراکز اقامتی



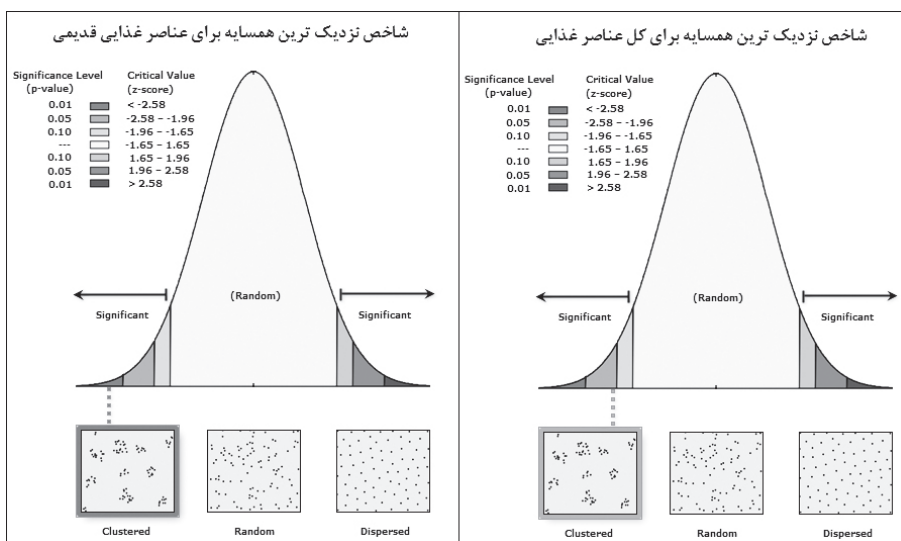
بر اساس نتایج به دست آمده، توزیع فضایی عناصر اقامتی هم برای کل عناصر و هم برای عناصر اقامتی قدیمی، خوشه‌ای است. البته همان گونه که در شکل ۲ نشان داده شده است، میزان خوشه‌ای بودن عناصر قدیمی (قبل از ۱۳۸۰) بسیار قوی‌تر از کل عناصر است به نحوی که Z-score عناصر قدیمی  $-12/53$  و p-value آن صفر است که به معنای خوشه‌ای بودن شدید در تمام سطوح معناداری است. در حالی که Z-score کل عناصر  $-2/37$  و p-value آن  $0/036$  که به معنای توزیع به نسبت خوشه‌ای و در سطح اطمینان ۹۵ درصد است.



جدول ۲- نتایج شاخص نزدیک‌ترین همسایه برای غذاسراهای شهر زنجان

غذاسراهای قدیمی	کل غذاسراها	
۰/۴۷	۰/۵۸	nearest neighbor ratio
-۵/۱۵	-۱/۹۹	Z-score
۰/۰۰۰۰۰۶	۰/۰۳۲	p-value

شکل ۴- نحوه توزیع فضایی غذاسراهای شهر زنجان

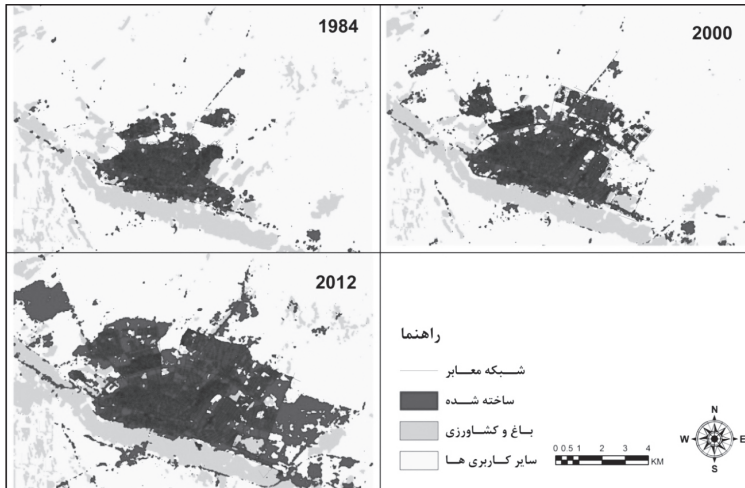


نتایج مدل نزدیک‌ترین همسایه برای غذاسراها نیز خوشه‌ای و بسیار شبیه به نحوه پراکندگی مراکز اقامتی است. به گونه‌ای که توزیع فضایی غذاسراهای قدیمی شهر زنجان در سطح ۹۹ درصد و با  $Z\text{-score} = -5/15$  کاملاً خوشه‌ای است. درحالی‌که همین شاخص برای کل غذاسراها  $Z\text{-score} = -1/99$  دارد و  $p\text{-value} = 0/032$  توزیع نسبتاً خوشه‌ای در سطح ۹۵ درصد دارد.

به‌طور کلی نتایج مدل نزدیک‌ترین همسایه مشخص کرد که عناصر خدماتی گردشگری در شهر زنجان توزیع کاملاً خوشه‌ای دارد؛ یعنی بنا به دلایلی بیشتر این مراکز در کنار همدیگر مکان‌یابی شده‌اند اما در چند سال اخیر و متأثر از شرایط موجود، مراکز تازه‌تأسیس از مراکز قدیمی فاصله گرفته است و در بخش‌های دیگر شهر مکان‌یابی شده‌اند.

بنابراین در گام بعدی تحقیق برای پاسخ به این سؤال که چه شاخص‌هایی موجب پراکندگی عناصر در شهر شده‌است؟ و چرا؟ ابتدا با استفاده از تصاویر ماهواره‌ای در بازه زمانی ۱۳۶۳، ۱۳۷۹ و ۱۳۹۱، رشد فیزیکی شهر بررسی شد، سپس روندهای اقتصادی-سیاسی تأثیرگذار، بعد از سال ۱۳۸۰ که موجب این پراکندگی شده‌اند، ارزیابی شد. نتایج آن در زیر آمده‌است.

شکل ۵- روند گسترش شهر زنجان طی سالهای ۱۳۶۳، ۱۳۷۹ و ۱۳۹۱



جدول ۳- نتایج گسترش شهر زنجان در سالهای ۱۳۶۳ تا ۱۳۹۱ (به هکتار)

مجموع (۱۹۸۶)	سایر کاربری‌ها	کشاورزی و باغ	ساخته شده	
۱۵۲۴/۷۸	۰	۰	۱۵۲۴/۷۸	ساخته شده
۲۰۲۵/۹	۶۹۵/۹۷	۱۳۴۹/۳۸	۸۰/۵۵	کشاورزی و باغ
۱۲۹۴۹/۹۲	۱۱۷۶۵/۳۴	۳۱۰/۵	۸۷۴/۰۸	دیگر کاربری‌ها
۱۶۵۰۰/۶	۱۲۴۶۱/۳۱	۱۵۵۹/۸۸	۲۴۷۹/۴۱	مجموع (۱۳۷۹)

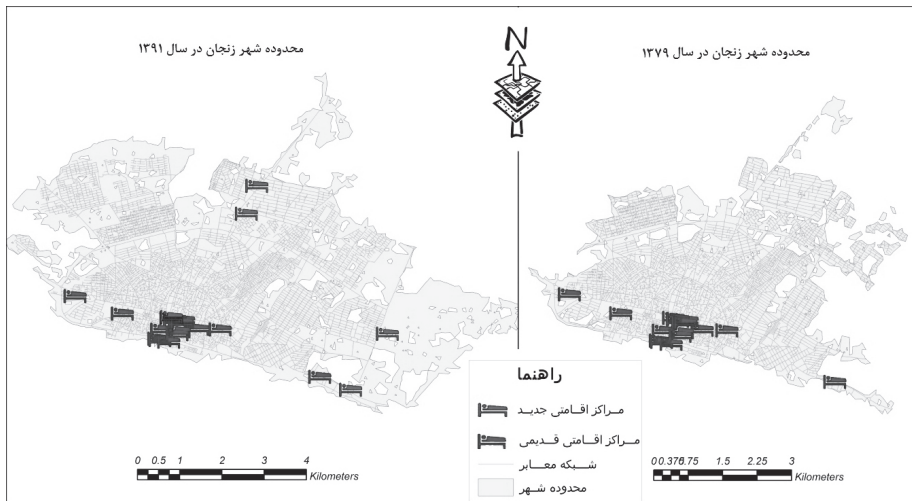
جدول ۴- نتایج گسترش شهر زنجان در سالهای ۱۳۷۹ تا ۲۰۱۱ (به هکتار)

مجموع (۱۳۷۹)	دیگر کاربری‌ها	کشاورزی و باغ	ساخته شده	
۲۴۷۹/۴۱	۰	۰	۲۴۷۹/۴۱	ساخته شده
۱۵۵۹/۸۸	۱۴۶/۳۴	۱۳۳۹/۷۵	۸۳/۷۹	کشاورزی و باغ
۱۲۴۶۱/۳۱	۹۴۲۲/۹۱	۸۳۷/۵۴	۲۲۰/۸۶	دیگر کاربری‌ها
۱۶۵۰۰/۶	۹۵۶۹/۲۵	۲۱۶۷/۲۹	۴۷۶۴/۰۶	مجموع (۱۳۹۱)

نتایج برآمده از تحلیل عکس‌های ماهواره‌ای در دوره ۱۳۶۳ تا ۱۳۷۹، رشد ۶۳ درصدی زمین‌های ساخته شده را نشان می‌دهد. به طوری که مساحت این زمین‌ها در ابتدای سال ۱۳۶۳، ۱۵۲۴/۷۸ هکتار بوده‌است و این مساحت در سال ۱۳۷۹ افزون بر ۲۴۷۹ هکتار شده‌است. رشد فیزیکی شهر زنجان در سال‌های بعد از ۱۳۷۹ با سرعت بیشتری نسبت به دوره گذشته همچنان ادامه داشته‌است، به گونه‌ای که زمین‌های ساخته شده در سال ۱۳۹۱، رشدی معادل ۹۲ درصد و مساحتی برابر با ۴۷۶۴ هکتار داشته‌است.

براین اساس می‌توان گفت گسترش فیزیکی شهر زنجان در چند سال گذشته بسیار چشم‌گیرتر از قبل بوده است که این خود موجب تمایل بیشتر سرمایه‌گذاران برای ساخت عناصر خدماتی و اقامتی در بخش‌های جدیدی از شهر شده است که هم جاذبه‌های بیشتر و هم تراکم بسیار کمتر دارند. این امر سبب پراکندگی این مراکز شده است. برای ملموس کردن موضوع، محدوده شهر زنجان در سال‌های ۱۳۷۹ و ۱۳۹۱ مشخص شد، سپس عناصر خدماتی بر روی آن قرار گرفت تا به این طریق روند تغییر در مکان‌یابی عناصر خدماتی در ارتباط با رشد فیزیکی شهر مشخص شود (شکل‌های ۵ و ۶).

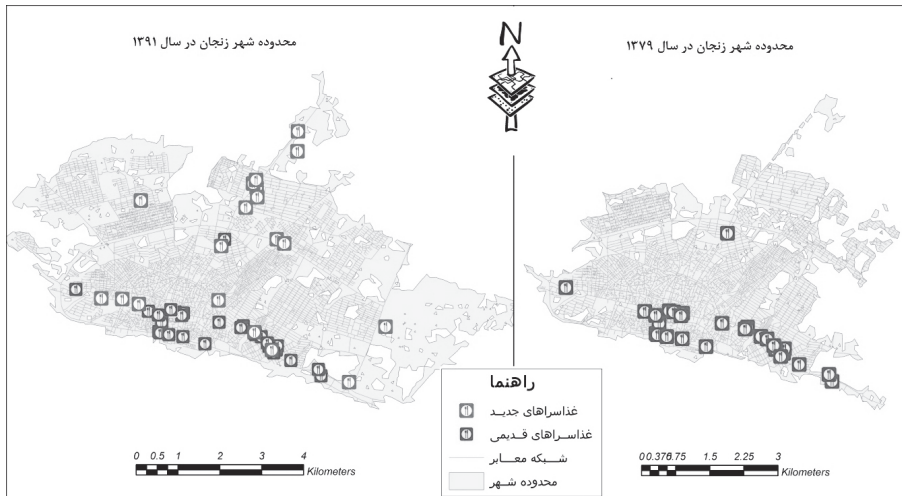
شکل ۶- روند مکان‌یابی مراکز اقامتی در شهر زنجان



همان‌گونه که در شکل (۵) به روشنی مشخص می‌شود، از ۵ هتلی که بعد از ۱۳۸۰ ساخته شده است، ۴ عدد از آن‌ها در بافت‌های جدید شهر قرار گرفتند و تنها یک هتل در بخش مرکزی شهر و در کنار دیگر عناصر اقامتی، مکان‌یابی شده است. این امر منجر به پراکنش عناصر اقامتی و تغییر در توزیع فضایی آن‌ها شده است. در واقع در گذشته از میان ۱۷ هتل و مسافرخانه‌ای که در شهر ساخته شد، ۱۴ عدد از آن‌ها در بخش مرکزی شهر قرار داشت. در حالی که هتل‌هایی که بعد از ۱۳۸۰ ساخته شدند، از بخش مرکزی فاصله گرفته و به سمت جاده‌های اصلی شهر رفته‌اند. این وضعیت برای رستوران‌ها و غذاسراهای شهر نیز تکرار شده است، به نحوی که گسترش شهر به سمت کمربند شمالی و ایجاد یک سایت گردشگری با نام گاوازنگ در این مکان، موجب شده است تا ۸ عدد از ۲۱ رستورانی که بعد از ۱۳۸۰ تأسیس شده‌اند، تنها در این قسمت از شهر مکان‌یابی شوند. این امر خود در توزیع فضایی غذاسراهای شهر زنجان در چند سال اخیر تغییر شدیدی ایجاد کرده است.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که با رشد فیزیکی شهر، بیشتر عناصر خدماتی از بافت مرکزی شهر فاصله گرفته و به سمت بخش‌های جدید و به‌خصوص در کنار جاده‌های اصلی مکان‌گزینی شده‌اند. در حالی که عناصر قدیمی بیشتر در این بافت قرار داشته‌اند. این موضوع مهم‌ترین عامل در تغییر پراکنش عناصر گردشگری در شهر است.

شکل ۷- روند مکان‌یابی غذاسراها در شهر زنجان



علاوه بر رشد فیزیکی شهر که مکان‌های جذاب‌تر را برای عناصر خدماتی به همراه آورد، عوامل دیگری نیز در تغییر توزیع فضایی مؤثر بوده‌اند که با عنوان شاخص‌های اقتصادی - سیاسی در این بخش بررسی می‌شود.

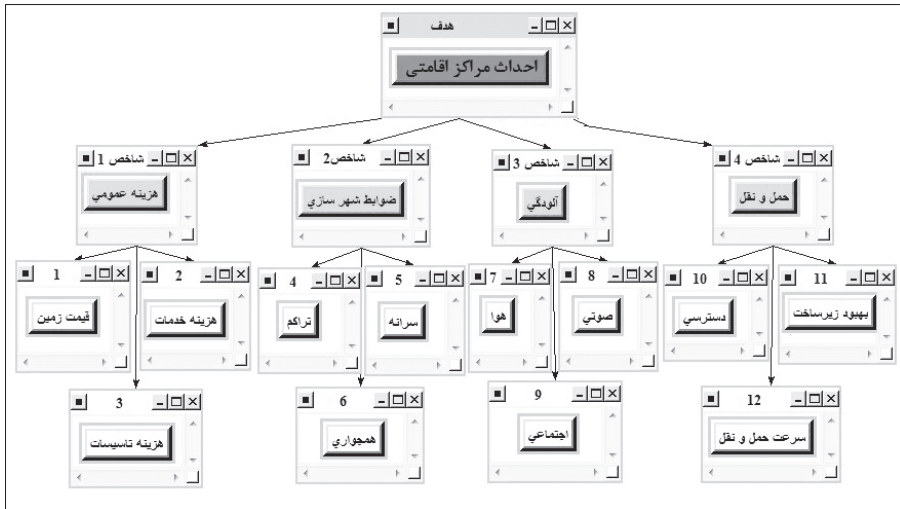
#### نقش فرایندهای اقتصادی-سیاسی در پراکنش عناصر گردشگری

در اوایل دهه ۷۰ میلادی، جغرافیای ساختاری بر پایه نظریه‌های رادیکالی به علم جغرافیا وارد شد. نظریه‌پردازان این مکتب در جستجوی شناخت توزیع منابع کمیاب و زیرساخت‌های عمومی در شهر با توجه به فرایندهای اجتماعی و اقتصادی - سیاسی بودند. در این مکتب، توزیع پدیده‌های مشهود جغرافیایی، نتیجه عملکرد نیروهای اتفاقی و منحصر به فرد نیست؛ بلکه، این پدیده‌های جغرافیایی، محصول مجموعه‌ای از سازوکارهای ریشه‌دار است که در طول زمان و متأثر از نیروهای اجتماعی شکل گرفته‌اند (شکویی، ۱۳۸۴).

برای شناسایی علل مکان‌یابی عناصر گردشگری شهر زنجان در چند سال اخیر که موجب فاصله گرفتن این عناصر از بخش مرکزی شهر شده و در نتیجه توزیع فضایی این عناصر را دچار تغییر نموده است، شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی بررسی شد. به این منظور ابتدا بر اساس یافته‌های محققان پیشین (لینگ فنگ و لی هونگ، شوال و کوهن-هتاب، ینگ و دیگران) و نظر کارشناسان خبره در این امر، ۷۲ پرسش‌نامه برای هتل‌داران، رستوران‌داران و مسئولان مرتبط، شاخص‌های اساسی و تأثیرگذار در انتخاب محل عناصر خدماتی تهیه و همین‌طور اهمیت نسبی آن‌ها مشخص شد.

پس از آن شاخص‌ها در چهار گروه هزینه‌های عمومی، ضوابط و مقررات شهرسازی، حمل و نقل و آلودگی دسته‌بندی شد و زیرمعیارهای هر کدام، به کمک فرایند تحلیل شبکه (ANP) در نرم‌افزار سوپر دسی ژن مقایسه‌ای بین شاخص‌ها و زیرمعیارهای آن‌ها تعیین شد. بر اساس نتایج مدل، هزینه‌های عمومی با ضریب تأثیر ۰/۳۸، مهم‌ترین شاخص و قیمت زمین به عنوان مهم‌ترین زیرمعیار با وزن ۰/۴۹، بیشترین تأثیر را در انتخاب محل ساخت مراکز خدماتی داشته‌اند. همچنین ضریب تأثیر دیگر شاخص‌ها و زیرمعیارها در جدول (۵) ارائه شده‌است.

شکل ۸- مدل مفهومی فرایند تحلیل شبکه



جدول ۵- نقش عوامل مؤثر در مکان‌گزینی عناصر ثانویه گردشگری شهر زنجان در چند سال گذشته

آلودگی	حمل و نقل	ضوابط شهرسازی	هزینه عمومی	شاخصهای اصلی	هزینه عمومی
				۰/۳۸	هزینه عمومی
				۰/۲۸	ضوابط شهرسازی
				۰/۲۶	حمل و نقل
				۰/۱۳	آلودگی
			۰/۴۹		قیمت زمین
			۰/۲۷		هزینه خدمات
			۰/۲۴		هزینه تأسیسات
		۰/۴۶			تراکم
		۰/۳۴			سرانه
		۰/۲۰			همجواری
	۰/۴۵				سرعت حمل و نقل
	۰/۲۸				بهبود زیرساخت
	۰/۲۷				دسترسی
۰/۴۰					هوا
۰/۳۸					صوتی
۰/۲۲					اجتماعی

نتایج بیانگر آن است که در بخش مرکزی شهر زنجان افزایش قیمت زمین و گران بودن خدمات و تأسیسات عمومی موجب شد تا ساخت مراکز خدماتی، صرفه اقتصادی چندانی نداشته باشد. همچنین تراکم شدید هتل‌ها، مسافرخانه‌ها و رستوران‌ها در بخش مرکزی شهر، رقابتی شدیدی ایجاد کرده‌است که کار را برای هتل‌داران و رستوران‌داران جدید بسیار مشکل ساخته‌است؛ از این رو سرمایه‌داران سعی می‌کنند که تا از بخش مرکزی شهر فاصله بگیرند.

از سوی دیگر بافت فرسوده و قدیمی بخش مرکزی که خیابان‌های کم‌عرض دارد، موجب شده‌است تا گردشگران برای دسترسی به این مراکز، با مشکل ترافیک و آلودگی‌های صوتی و آلودگی هوایی روبه‌رو باشند. خود گردشگران نیز ترجیح می‌دهند که بیشتر از داخل شهر در بخش‌های حاشیه‌ای آن ساکن باشند. همچنین قوانین شهرداری مانند یک طرفه کردن خیابان‌ها در بخش مرکزی شهر، یکی دیگر از مسائلی است که موجب افت بازار گردشگری در بافت قدیمی شده‌است.

وجود این مشکلات از سویی و سیاست‌های موجود در شهرداری زنجان مبنی بر ایجاد هتل و رستوران در حاشیه شهر و واگذاری وام‌های کلان از سوی دیگر موجب شده‌است تا سرمایه‌گذاران، تمایلی به ایجاد یا حتی ترمیم عناصر قدیمی در مرکز شهر نداشته باشند. همچنین پیشرفت‌های سیستم حمل و نقل و افزایش سرعت انتقال باعث شده‌است گردشگران به راحتی به مراکز خدماتی در حاشیه شهر دسترسی داشته باشند. مجموع این عوامل نحوه پراکنش مراکز اقامتی و غذاسراهای شهر زنجان را تغییر داده‌است و می‌توان نتیجه گرفت که دیگر بافت فرسوده، ظرفیت و جذابیت گذشته را برای ایجاد این مراکز ندارد.

### نتیجه‌گیری

با روند رو به رشد فناوری و زندگی صنعتی در جوامع و گسترش اختراعات جدید که انسان را به شهرها (محورهای تحول) وابسته کرده‌است، گردشگری به نیاز اساسی و رفتار مشخص انسانی بدل شده‌است. عناصر خدماتی گردشگری یکی از ارکان اصلی نظام گردشگری است که همواره در ماندگاری و هزینه‌های گردشگر نقش مهمی دارد.

این پژوهش توزیع فضایی عناصر ثانویه گردشگری و نقش فرایندهای مختلف در ایجاد و تغییر این فضا را ارزیابی کرده‌است. برای این منظور موقعیت تمام عناصر گردشگری در شهر مشخص شد. سپس نحوه پراکنش آن‌ها با استفاده از مدل نزدیک‌ترین همسایه تعیین گردید. نتایج نشان داد که توزیع فضایی عناصر گردشگری خوشه‌ای است. در نتیجه فرض اول پژوهش تأیید می‌شود.

علاوه بر این، یافته‌ها بیانگر تغییر توزیع فضایی عناصر اقامتی، از الگوی خوشه‌ای به الگوی تصادفی است که بنابر آن فرض دوم نیز تأیید می‌شود. در گام بعدی برای مشخص شدن علت این تغییر، تصاویر ماهواره‌ای در سال‌های ۱۳۶۳، ۱۳۷۹ و ۱۳۹۱ به منظور بررسی رشد فیزیکی شهر، تحلیل شد. بر اساس نتایج به دست آمده، شهر در یک دهه گذشته رشد فیزیکی بسیار شدید داشته‌است. این امر مکان‌یابی عناصر گردشگری در سطح شهر را تغییر داده‌است. بنابراین می‌توان گفت که با رشد فیزیکی شهر اکثر عناصر خدماتی از بافت مرکزی شهر فاصله گرفته و به سمت بخش‌های جدید و به‌ویژه در کنار جاده‌های اصلی مکان‌گزینی شده‌اند. این موضوع مهم‌ترین عامل در تغییر توزیع فضایی عناصر گردشگری در شهر است. براین اساس فرض سوم نیز تأیید می‌شود.

در نهایت، برای شناسایی علل حرکت عناصر گردشگری از بافت مرکزی شهر، شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی مؤثر در مکان‌یابی عناصر گردشگری با استفاده از مدل ANP بررسی شد. نتایج مدل نشان داد که هزینه‌های عمومی با ضریب تأثیر ۰/۳۸ مهم‌ترین شاخص و قیمت زمین به عنوان مهم‌ترین زیرمعیار با وزن ۰/۴۹ بیشترین تأثیر را در انتخاب محل ساخت مراکز خدماتی داشته‌اند.

### منبع

- جی، لی و وانگ، دیوید. (۱۳۸۱). تجزیه و تحلیل آماری با Arcview GIS، ترجمه: محمدرضا حسین نژاد، و فریدون قدیمی عروس محله. تهران: دانشگاه علم و صنعت، چاپ اول.
- زندى مهر، هوشنگ. (۱۳۸۶). «بررسی وضعیت موجود صنعت توریسم در شهر شیراز با توجه به نقش شهرداری در آن». طرح شهرداری شیراز. معاونت برنامه‌ریزی گروه مطالعات و پژوهش، ۱۹۷-۱.
- زنگی آباد، علی و محمدی، جمال. (۱۳۸۵). «تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان». مجله جغرافیا و توسعه، ۱۳۱-۱۵۶.
- شکویی، حسین. (۱۳۸۴). اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا فلسفه‌های محیطی و مکتب‌های جغرافیایی. تهران: انتشارات گیتاشناسی. جلد دوم. شکویی، حسین. (۱۳۸۵). دیدگاه‌های نو در جغرافیای شهری. تهران: انتشارات سمت، جلد دوم.

- شکویی، حسین و موحد، علی. (۱۳۸۱). «شناخت الگوی فضای توریستی شهر اصفهان با استفاده از GIS». دوره ۶ شماره ۴. صالحی میشانی، حمیدر. (۱۳۹۱). «تحلیل فضایی عناصر گردشگری در محیط شهری با استفاده از مدل ANP». دانشگاه زنجان. دانشکده علوم انسانی.
- طاهری‌دمنه، محسن، فرمانی، سکینه و مستوفی‌الممالکی، رضا. (۱۳۹۰). «بررسی چالش‌های موجود در صنعت گردشگری شهر شیراز در ارتباط با محدودیت مراکز اقامتی». *مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*. سال دوم. شماره هشتم.
- قدمی، مصطفی، تولایی، سیمین و فاطمی، محمدمهدی. (۱۳۸۹). «ارزیابی استراتژیک قابلیت‌های توسعه گردشگری». (مطالعه موردی: شهر فریدونکنار). *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*. جلد ۱۶. شماره ۱۹، ۱۲۸-۱۱۱.
- موحد، علی. (۱۳۸۷). «توزیع فضایی مراکز اقامتی در شهرهای تاریخی». (مطالعه موردی: شهر اصفهان). *پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*. شماره ۶۵، ۱۰۵-۱۱۶.
- وارثی، حمیدرضا، تقوایی، مسعود و شاهینوند، احمد. (۱۳۹۰). «تحلیلی بر وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهر اصفهان». *مجله جغرافیای و برنامه‌ریزی محیطی*. سال ۳۲، ۴۴.
- Barros, C.P., 2005. Measuring efficiency in the hotel sector. *Annals of Tourism Research* 32 (2), 456-477.
- Baum, J.A.C., Haveman, H.A., 1997. Love thy neighbor? Differentiation and agglomeration in the Manhattan hotel industry, 1898-1990. *Administrative Science Quarterly* 42 (2), 304-338.
- Camarero, J.J., Gutierrez, E. and Fortin, M.J (2000). Spatial pattern of sub-alpine grassland Eco tones in the Spanish central Pyrenees. *Forest Ecology and Management*, 134: 1-16.
- Dikmen, Isik, M.T, Birgonul(2007), using analytic network process for performance measurement in construction, College of Architecture, Georgia Institute of Technology, USA, 1-11.
- Egan, D.J., Nield, K., 2000. Towards a theory of interurban hotel location. *Urban Studies* 37 (3), 611-621.
- Kalmins, A., Chung, W., 2004. Resource-seeking agglomeration: a study of market entry in the lodging industry. *Strategic Management Journal* 25 (7), 689-699.
- Khadaroo, J & Seetanah (2008), the role of transport infrastructure in international tourism development, *Tourism Management*, 831-840.
- Ling-Feng Hsieh, Li-Hung Lin(2010), A performance evaluation model for international tourist hotels in Taiwan—An application of the relational network DEA, *International Journal of Hospitality Management* 29, 14-24.
- Mcintosh, Robert.W, Goeldner, Charles Rand Ritchie,R.Brent(1995), *Tourism, Principles, practices, Philosophies*, United States Of America: John WILEY & SONS, Inc.
- McKercher, B., & Lau, G. (2008). Movement patterns of tourists within a destination. *Tourism Geographies*, 10(3), 355-374.
- Raymond K.S. Chu, Tat Choi (2000), an importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: a comparison of business and leisure travelers, *Tourism Management* 21, 363-377.
- Saaty, Tomas L (2007), *Fundamentals of the Analytic Network Process*, Proc. of the International Symposium on the Analytic Hierarchy Process, Kobe, Japan.
- Schaefer, Fred K.(1953), *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 43, No. 3, pp. 226-249.
- Shoval, Noam, Bob McKercher, Amit, Barenboim(2011), hotel location and tourism activity in cities, *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 4, pp. 1594-1612.
- Shoval, Noam, Cohen-Hattab, Kobi(2001), urban hotel development patterns in the face of political shifts, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No. 4, pp. 908-925.
- Shoval, Noam. 2006. The geography of hotels in cities: an empirical validation of a forgotten model. *Tourism Geographies* 8 (1), 56-75.
- UNWTO,(2012), *tourism highlights 2012 edition*. Available in www.Unwto.com.
- Yang, Yang, Kevin K.F. Wong, Tongkun, Wang (2012), How do hotels choose their location? Evidence from hotels in Beijing, *International Journal of Hospitality Management* 31, 675- 68.