

تحلیل فضایی و مکانیابی هتل‌ها در ساختار شهری (مطالعه موردی: شهر تبریز)

دکتر مریم جعفری مهرآبادی^۱

حمید رخساری^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۴/۱۸

چکیده

شهر تبریز از دیرباز با توجه به موقعیت جغرافیایی خود یکی از مراکز جاذب گردشگران و از ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ... از شهرهای مهم ایران به شمار می‌آمده است و مقصد بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی بوده است. به همین منظور توجه به زیرساخت‌های اقامتی یکی از ضرورت‌های توسعه گردشگری در این شهر است. با وجود نقش محوری که موقعیت مکانی هتل‌ها در چشم‌اندازهای شهری و نیز ساخت گردشگری شهری مدرن دارند، اما این بخش هم در مطالعات شهری و هم در مطالعات گردشگری کمتر مورد مطالعه‌ی پژوهشگران قرار گرفته است. در این مقاله، با روش توصیفی-تحلیلی با استفاده از مدل AHP و نرم افزار GIS به تحلیل فضایی و مکان‌یابی هتل‌های شهر تبریز پرداخته شده است. نتایج تحقیق نشان داده است که الگوی فضایی منطقه بندی از مکان‌های مناسب و سازگار هتل‌های شهر تبریز در نزدیکی مقاصد گردشگری در مجاورت هسته اصلی شهر است. که این الگو، در ادامه این روند بافاصله گرفتن از مرکز شهر به علت تراکم بیشتر کاربری‌های ناسازگار در مناطق دورتر، کاهش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: مکان‌یابی، گردشگری شهری، هتل، تبریز.

۱- مقدمه

در عصر حاضر گردشگری شهری به صورت مسئله و فعالیتی مهم در مدیریت شهری و توسعه شهرها درآمده است، این فعالیت شهری تغییرات فضایی و کارکردی گسترده‌ای را برای شهرها به وجود آورده است. در این بین، هتلداری و مهمانداری به عنوان یک صنعت گسترده، پویا و در حال رشد در شهرها مطرح است. این صنعت در عمل در محیط بسیار رقابتی فضایی قرار گرفته است. به گونه‌ای که، محل و موقعیت مکانی هتل‌ها به عنوان منبع صنعت گردشگری نقش بسیار مهمی در موفقیت آن ایفا می‌کند. در دو دهه گذشته، ارزیابی و انتخاب موقعیت مکانی مناسب برای هتل‌ها تبدیل به یکی از مهم‌ترین مسائل برای صنعت هتلداری شده است (Cró & Martins, 2017). این موضوع مورد توجه مطالعات دانشگاهی و نیز فضای کسب‌وکار بوده است، و به خوبی مشخص شده است که انتخاب موقعیت مکانی و محل تسهیلات گردشگری پیامدهای استراتژیک مهمی دارد، زیرا تصمیم برای موقعیت مکانی به طور معمول تعهد و تضمین طولانی‌مدتی از منابع را دربردارد (Chū et al, 2008: 293). در واقع، در شهرها هتل‌ها با اهداف مختلف همچون گردشگری، کسب‌وکار، کنفرانس‌ها و... مورد توجه گروه‌های هدف یا مشتریان خود در سطح ملی و بین‌المللی هستند، که مکان هتل، به طور مستقیم بر موفقیت سرمایه‌گذاری، جذب و رضایت مشتری تأثیر می‌گذارد، بنابراین آن‌ها باید به عنوان یک اولویت در برنامه‌ریزی شهرها بررسی شوند (Yang et al, 2014; Alegre et al, 2013; Urtasun, 2006). بعلاوه می‌توان گفت بررسی مکان هتل‌ها موجب تسهیل درک فضای گردشگری و ساختار شهری نیز می‌شود، به این دلیل که هتل‌ها امکانات اولیه گردشگری شهری را پشتیبانی کرده و موقعیت مکانی آن‌ها در شهر، حرکت گردشگران را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بنابراین، تحقیقات مربوط به مکان و موقعیت هتل‌ها به دولت‌ها و مقامات شهری کمک می‌کند تا درک جغرافیایی لازم را جهت تأمین اقامت و کمک به سیاست‌های لازم برای توسعه گردشگری شهری فراهم آورند. علاوه بر این، موقعیت مکانی هتل‌ها به عنوان عنصری مهم از زیرساخت‌های شهری، می‌تواند عملکرد دیگر زیرساخت‌ها در شهرها همچون مراکز کنوانسیون، بخش‌های مرکزی شهر، حمل‌ونقل، و فعالیت عمده گردشگران (Yang et al, 2014: 209) را تحت تأثیر قرار دهد. مطالعات گذشته نشان می‌دهد برخی از نظریه‌های مکان‌یابی به طور گسترده در راستای ویژگی‌های اساسی مکان‌یابی هتل‌ها به کار گرفته شده است. جغرافیدانان شهری همچون: یوکینو، ۱۹۶۸؛ اگان و نیل، ۲۰۰۰؛ شوال، ۲۰۰۶، در مکان‌یابی هتل‌ها بیشتر به کاربری اراضی شهری در جهت عملکرد مناسب موقعیت مکانی هتل‌ها به منظور الگویی جهت توزیع فضایی و جغرافیایی در شهر توجه خاصی داشته‌اند. با وجود نقش محوری که هتل‌ها در چشم‌اندازهای شهری و نیز ساخت گردشگری شهری مدرن بازی می‌کنند، بخش هتل هم در مطالعات شهری و هم در مطالعات گردشگری کمتر مورد تحقیق پژوهشگران قرار گرفته است. از کلان‌شهرهای کشور که می-

تواند در این زمینه مورد مطالعه قرار گیرد، شهر تبریز است؛ این شهر در سال‌های اخیر در زمینه گردشگری شهری پیشرفت‌های چشمگیری داشته است، شهر تبریز، به دلیل دارا بودن جاذبه‌های گردشگری تاریخی-فرهنگی، تجاری و... توانمندی بالایی در جذب گردشگران داخلی و خارجی داشته است؛ به همین منظور فراهم کردن تجهیزات و تسهیلات اقامتی گردشگران از ضرورت‌هایی است که لازم است مورد توجه قرار گیرد. چراکه فراهم کردن امکانات اقامتی که صنعت هتلداری را به وجود می‌آورد، شامل تسهیلاتی که یکی از بخش‌های پویای گردشگری را تشکیل می‌دهد، می‌تواند عامل مؤثری برای تقویت گردشگری (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸: ۲۱۸) در شهر تبریز باشد. که این مهم، نیازمند توزیع مناسب مکانی- فضایی این نوع کاربری در سطح شهر به‌منظور ارائه خدمات هر چه بهتر به متقاضیان این بخش گردشگری است.

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

امروزه گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین بخش‌های اقتصاد جهان تبدیل شده است. گردشگری شهری نوعی گردشگری است که شهروندان علاقه‌مند به جاذبه‌های مختلف همانند فرهنگی، تاریخی، مذهبی و طبیعی ضمن گردش مسئولانه بخشی از اوقات فراغت خود را در این اماکن می‌گذرانند (علیزاده آذر، ۱۳۹۴: ۲۳۴). گردشگری پدیده‌ای شهری است؛ به‌ویژه شکل انبوه آن، که امروزه دیده می‌شود، عمدتاً برخاسته از شهرها است (رهنمایی، ۱۳۹۰: ۲۷). به‌طور مشخص، گردشگری شهری یکی از محبوب‌ترین انواع گردشگری است که کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در واقع، این موضوع و تحقیقات در این رابطه بیشتر در ۲۰ سال گذشته مورد توجه بوده است. در مطالعات گردشگری بسیاری از محققان، از اشورث (۱۹۹۰) به‌عنوان آغازگر تحقیقات گردشگری شهری نام‌برده‌اند. نظر اصلی اشورث بر این پایه است که مراکز شهری قابلیت‌های بسیاری برای گردشگران به‌منظور مقصد سفر دارند (Shival et al, 2011). برخی ویژگی‌های گردشگری شهری، آن را از دیگر اشکال گردشگری قابل تشخیص می‌کند، البته این ویژگی‌ها قابل تعمیم برای تمام مقصدهای شهری نیست و ممکن است در برخی مقصدهای غیرشهری هم وجود داشته باشند. یکی از ویژگی‌ها این است که تعداد قابل توجهی از گردشگران در مناطق شهری دارای یک هدف اصلی به‌غیر از اوقات فراغت، از جمله حضور در کنفرانس، خرید، و بازدید از دوستان و بستگان باشند. رابطه بین گردشگری و مناطق شهری توسط نویسندگان متعدد مورد مطالعه قرار گرفته است، که در سه عنصر منابع شهر به‌صورت متمایز بررسی شده‌اند: عناصر اولیه مانند امکانات فرهنگی و تاریخی، امکانات تفریحی، خصوصیات فیزیکی و ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی که از دلایل اصلی گردشگری شهری برای مقصد سفر است. عناصر ثانویه مانند اقامت، غذا، خرید و بازار نیز عناصر بسیار مهم هستند، اما مهم‌تر از همه آخرین گروه است که نشان‌دهنده عناصر مازاد مانند دسترسی، حمل‌ونقل، پارکینگ و اطلاعات توریستی است. این عناصر در موفقیت گردشگری شهری نقش بسیار مهمی

بازی می‌کنند (Emre Aksöz & Paul Bac, 2012). صنعت هتلداری در شهرها با این سه عنصر در ارتباط نزدیک است. در واقع، صنعت هتلداری از هسته‌های گردشگری شهری است. از آنجاکه از دوران باستان گردشگری و سفر جزو علایق اصلی و ذاتی بشر به شمار می‌رفته است، امکانات و تسهیلاتی برای علاقه‌مندان سفر و گردشگری در اقصی نقاط جهان فراهم می‌شده است. در روم باستان تعداد زیادی مسافرخانه یا استراحتگاه در مسیر مسافرانی که البته آن زمان بیشتر مقامات دولتی و شخصیت‌های شناخته‌شده بودند، بنا می‌شد. در قاره آسیا نیز استراحتگاه‌های کوچک و موقتی در مسیر کاروان‌ها ساخته می‌شد. در قرن پانزدهم میلادی نخستین مهمان‌پذیرها با هدف درآمدزایی در شهرهای اروپایی پا به عرصه وجود گذاشتند. گفته می‌شود کلمه هتل از دهه ۱۷۶۰ میلادی برای نامیدن این مراکز اقامتی مورداستفاده قرار می‌گرفت. واژه هتل ریشه فرانسوی دارد و به لغت hôte به معنی hôte یا همان میزبانی بازمی‌گردد. در شهرهای آمریکا مکان‌هایی را که به این کار اختصاص می‌یافت، با واژه Inn مشخص می‌کردند. واژه Inn در زبان انگلیسی به مفهوم کاروانسرا، مسافرخانه، مهمانخانه و گاه به معنی منزل به‌کاربرده می‌شد و همراه با این کلمه و در مواردی مشابه از عبارت COFFEE HOUSE استفاده می‌شد. تکامل این صنعت در آمریکا با گشایش "سیتی هتل" در شهر نیویورک در سال ۱۷۹۴ میلادی آغاز و این نخستین ساختمانی بود که به ارائه خدمات مربوط به هتلداری اختصاص می‌یافت. گسترش چشمگیر این صنعت به سال‌های قرن بیستم برمی‌گردد. سال ۱۹۳۰ میلادی رکود سرد و سنگینی بر این صنعت تحمیل شد که سرمایه‌داران امید کمی به بهبود آن داشتند، ولی آغاز جنگ جهانی دوم باعث شد که رونقی سریع و شگفت‌آور در این صنعت به وجود آید، برخلاف اکثر صنایع که جنگ آن‌ها را دچار خسران کرد، هتلداری از شانس ویژه‌ای برخوردار شد و تا آغاز دهه ۱۹۵۰ میلادی این روند ادامه یافت. کارهای جمعی و گسترش سرمایه‌ها به‌منظور تأسیس هتل‌های زنجیره‌ای در همان سال‌ها شروع شد (Levy-Bélvin, 2012).

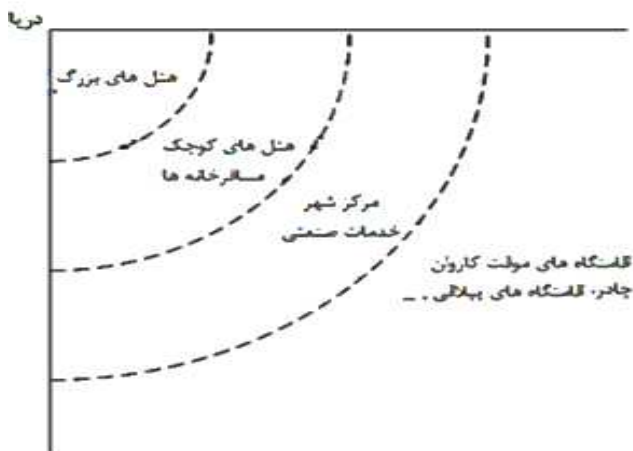
استاتلر^۱ پدر صنعت هتل مدرن اذعان می‌کند عامل موقعیت و مکان جغرافیایی عامل مهمی در گردشگری و بازاریابی مهمان‌داری است (Feng et al, 2002: 131). از زمان انقلاب صنعتی، جغرافیدانان صنعتی با به‌کارگیری نظریه‌های مختلف سعی در درک مکان و موقعیت صنایع کردند. به همان منوال موقعیت مکانی هتل‌ها در این نظریه‌ها گنجانده شد. مطالعات گذشته نشان می‌دهد برخی از نظریه‌های مکان‌یابی به‌طور گسترده در راستای ویژگی‌های اساسی مکان‌یابی هتل‌ها استفاده شده است. به‌گونه‌ای که اندیشمندان نظریه اقتصادی نوکلاسیک از تئوری مکان مرکزی فون

۱ - Ellsworth Statler

تونن جهت مکان‌یابی هتل‌ها استفاده کرده‌اند (Adam, 2013:2). یوکنو^۲ در سال ۱۹۶۸ یک مدل متحدالمرکز از منطقه بندی کاربری اراضی بر اساس اصل نرخ اراضی ارائه داد (شکل ۱). در مدل منحنی یوکنو، که از مدل کاربری اراضی کشاورزی فون تونن (۱۸۲۶)، بهره گرفته شده است، منطقه هتل‌ها در مرکز شهر واقع شده است (شکل ۱)؛ به‌طور دقیق، بین منطقه مرکزی شهر (CBD) و منطقه تجاری شهر: فرض اساسی به این‌گونه است که گردشگران حاضر به پرداخت مبالغ بیشتری به ازای دسترسی سریع و آسان به مرکز شهر هستند. بر اساس مدل یوکنو انتظار می‌رود رقابت عمده برای پیدا کردن محل مناسب هتل‌های شهری، بهره‌گیری از مناطق مجاور مراکز توریستی شهرها باشد. باین‌حال، در عمل سیاست‌های برنامه‌ریزی، مسائل مربوط به مالکیت زمین، در دسترس بودن زمین برای ساخت‌وساز و انواع عوامل دیگر موجب شده است که اغلب هتل‌ها در مناطق خارج از مرکز شهر واقع شوند (Shoval, 2006).

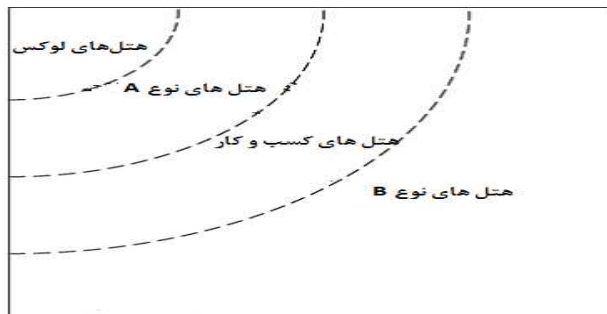
شکل ۱. مدل مکان‌یابی و پراکنش فضایی هتل‌ها در ساختار شهر از یوکنو

در سال ۱۹۹۸ ویلیامز به بررسی مدل مکان‌یابی و پراکنش فضایی هتل‌ها و اقامتگاه‌های گردشگری در ساختار شهرهای ساحلی پرداخت (شکل ۲). ویلیامز در مدلی که از بررسی شهرهای ساحلی در کشورهای آسیایی ارائه کرد، نشان داد که در مکان‌یابی هتل‌ها سرمایه‌گذاران هتل‌های بزرگ تمایل دارند در زون اول هتل‌های خود را در نزدیکی سواحل جاذب گردشگران احداث کنند و بعد از آن در زون دوم هتل‌ها و مسافرخانه‌های کوچک قرار می‌گیرد. در زون سوم منطقه خدمات صنعتی و متل‌ها واقع می‌شود و اقامتگاه‌های موقت مانند کاروان، چادر و اقامتگاه‌های بیبلاقی در زون چهارم و منطقه لبه شهر قرار می‌گیرند. ویلیامز عوامل منطقه بندی و کاربری اراضی را در مدل پراکنش فضایی و مکانی هتل‌ها در شهرهای ساحلی مؤثر می‌دانسته است. به گونه‌ای که سرمایه‌گذاران هتل‌ها برای احداث هتل و اقامتگاه از نظر کاربری و منطقه بندی شهری دارای محدودیت‌ها و فرصت‌هایی هستند (Williams, 1998).



شکل ۲. مدل مکان‌یابی و پراکنش فضایی در ساختار شهر از ویلیامز در مدل دیوید جی. اگان و کوین نیلد^۳ در سال ۲۰۰۰ شناسایی هتل‌ها بر اساس سلسله‌مراتب مکانی در شهر صورت گرفته است (شکل ۳). در این مدل، در یک نگاه کلی، یک سلسله‌مراتب احتمالی مشترک برای شهرها ارائه شده است که مکانیابی هتل‌ها در سطوح زیر تقسیم‌بندی شده‌اند: هتل‌های لوکس (با کیفیت ۵/۴ ستاره و واقع در مرکز شهر). هتل‌های نوع A (معمولاً متشکل از ساختمان‌های تبدیل‌شده به هتل، واقع در لبه مرکزی شهر که معمولاً برای اهداف مسافران کسب‌وکار متوسط و یا گردشگران می‌باشند)؛ هتل‌های کسب‌وکار (با کیفیت ۳ ستاره و واقع

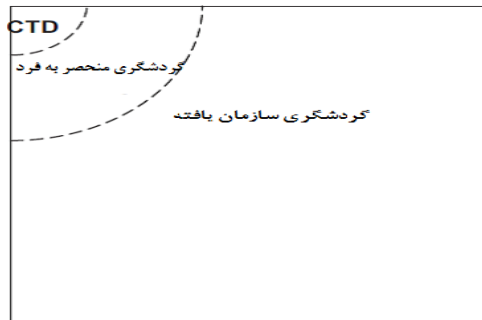
در حومه شهر)؛ هتل‌های نوع B و هتل‌های کسب‌وکار باکیفیت ۳ ستاره (واقع در لبه شهر و معمولاً در منطقه متصل به جاده‌ها، و باهدف کسب‌وکار و مسافران دیگر). اگان و نیلد اذعان داشتند این مدل می‌تواند قادر به پیش‌بینی مکان هتل‌های جدید در بخش‌های مختلف شهرها باشد (Egan & Nield, 2000).



شکل ۳. مدل مکان‌یابی و پراکنش فضایی هتل‌ها در ساختار شهر (دیوید جی. اگان و کوین نیلد)

علاوه بر این، شوال (۲۰۰۶) با توسعه مدل یوکینو (۱۹۶۸) نشان داد که مدل وی قادر به پیش‌بینی مکان هتل در شهر است (شکل ۴). این فرضیه با استفاده از میانگین نرخ سالانه اتاق^۱ (ARR) تأیید شده است، این نرخ، به‌طور متوسط قیمت سالانه‌ی اجاره برای یک اتاق در یک هتل (به‌جز صبحانه و موارد اضافی) را نشان می‌دهد. این تحقیق تجربی نشان داد که میانگین نرخ اتاق هتل‌های موجود در مراکز اصلی منطقه گردشگری شهر به‌طور قابل‌توجهی بالاتر از هتل‌های واقع در مناطق دورتر است. دلیل اصلی آن این است که هتل‌هایی که در مرکز قرار گرفته‌اند درصد بالاتری از گردشگران فردی را جذب می‌کنند، که حاضر به پرداخت اجاره‌بهای بیشتر برای یک موقعیت مکانی مناسب در مرکز شهر هستند. از سوی دیگر، هتل‌های در حاشیه، گروه تورهایی سازمان‌یافته – که برای این گروه، موقعیت مکانی کمتر موردنظر است – را جذب می‌کنند. در نتیجه اختلاف قابل‌توجهی در میانگین نرخ سالانه اتاق هتل‌ها در مناطق مختلف شهری وجود دارد (Shoval, 2006).

^۱ - Annual Room Rate



شکل ۴. مدل مکان‌یابی و پراکنش فضایی هتل‌ها در ساختار شهر از شوال

باتوجه به آنچه ذکر شد محل و موقعیت مکانی به‌روشنی نقش بسیار مهمی در موفقیت توسعه هتل‌های جدید بازی می‌کند (yang et al, 2012). به‌گونه‌ای که، یانگ و نگ و وانگ (۲۰۱۲) نشان می‌دهند که موقعیت مکانی یک کلید و عامل اساسی در استراتژی رقابتی هتل‌ها است و رفتار گردشگران را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بنابراین لازم است قبل از اقدام به طرح ساخت یک هتل جدید، مطالعه امکان‌سنجی به‌منظور دستیابی به نوعی تحلیل از سایت مورد نظر انجام شود. چراکه در حال حاضر رقابت در بازار هتلداری بسیار بالا است (Hua & Yang, 2017). بنابراین، هنگام انتخاب محل هتل‌ها باید به شناسایی عناصر مرکزی و ویژگی‌های فیزیکی سایت پرداخت. مثلاً نزدیکی به فرودگاه یا ایستگاه راه‌آهن و عواملی مانند دسترسی به گره حمل‌ونقلی، نزدیکی به مناطق عمده جنب و جوش در شهر و جاذبه‌های آن‌ها، و نیز عوامل اقتصادی - اجتماعی که باعث تولید بازار جاذب برای هتل می‌گردند (Gutierrez et al, 2017). بنابراین، انتخاب مکان هتل بسیار پیچیده و شامل عوامل یا عناصر چندوجهی و دشوار است. برای اندازه‌گیری و ارزیابی انتخاب یک محل مناسب برای هتل، تصمیم‌گیرنده باید قادر به تجزیه و تحلیل انتقادی مسائل زیست‌محیطی، اقتصادی و عوامل فرهنگی - اجتماعی باشد. درواقع، شواهد نشان می‌دهد تحقیقات در مسائل مربوط به انتخاب موقعیت مکانی هتل هنوز ناشناخته باقی‌مانده است (Adam, 2013). تحقیقات مربوط به موقعیت مکانی هتل‌ها به دلیل ماهیت میان رشته‌ای موضوع، در بین ترکیبی متنوع از رشته‌های دانشگاهی مانند مدیریت گردشگری و هتلداری، جغرافیا، اقتصاد، بازاریابی، امور مالی و برنامه‌ریزی شهری - اما هر یک بصورت جداگانه - پراکنده شده است. محققان با پیشینه‌های مختلف تمایل بیش‌ازحد و تأکید بر نظریه‌ها و مدل‌های مربوط به رشته‌های خاص خود را دارند. بنابراین، تفاوت روش‌شناختی و تغییرات در رشته‌های مختلف، مشاهده می‌شود (yang, 2014:209). در جریان‌های مختلف تحقیقات مربوط به موقعیت مکانی هتل‌ها، رشته‌های مختلف دیدگاه‌ها و نظریه‌های خود را ارائه کرده‌اند. این نظریه‌ها عبارت‌اند از نظریه‌های جغرافیایی (یوکنو، ۱۹۶۸، اگان و نیل، ۲۰۰۰؛

شوال ۲۰۰۶)، نظریه‌های اقتصادی (کالنینز^۱ و چانگ، ۲۰۰۴)، و نظریه‌های بازاریابی (بام و هاومن^۲، ۱۹۹۷؛ یورتاسان^۳ و گوتیرز^۴، ۲۰۰۶). باین وجود، نظریه‌های منطقه بندی و کاربری اراضی با استفاده از سیستم‌های اطلاعات جغرافیایی در مطالعات مکان‌یابی زیر ساخت‌های گردشگری اغلب مورد توجه جغرافیدانان بوده است (López & Zink, 1991; Batters & Cottrell, 2007; Mutinhu & Curry, 1994).

اِپرمن و برور^۵ (۱۹۹۶) یک چارچوب مفهومی برای تصمیم‌گیری مکان‌یابی هتل با استفاده از سیستم GIS، ارائه داده‌اند که این چارچوب مراحل اکتساب داده‌ها و تحلیل داده‌ها را بررسی می‌کند. جوِرگر و همکاران^۶ (۱۹۹۹) یک مثال دقیق از کاربرد GIS در انتخاب مکان هتل ارائه کرده‌اند. آنها در تحقیق خود، با توجه به شرایط نوع خاک، نوع کاربری اراضی، وضعیت حفاظت، دسترسی به جاده و دسترسی به ساحل، یک رویکرد جی‌آی‌اسی تشخیصی گام‌به‌گام به کار برده‌اند تا تعداد مکان‌های احتمالی را محدود کنند و در نهایت سایت‌های مناسب برای هتل‌های جدید را انتخاب کنند. بیداسی و وایات^۷ (۱۹۹۹) در تحلیل موقعیت مکانی هتل‌ها یک سیستم پشتیبان تصمیم‌گیری فضایی برای انجام روش ترکیب خطی وزنی به کار بردند تا به تفکیک، اوزان مناسب موقعیت‌های مکانی احتمالی هتل‌ها را به دست آورند. کرسنت و همکاران^۸ (۲۰۱۲) از GIS برای پشتیبانی انتخاب مکان استراحتگاه‌های آب‌درمانی^۹ بر اساس پنج معیار استفاده کرده‌اند. آلیوش و اشلنتریش^{۱۰} (۲۰۱۱) یک مدل ارزیابی توسعه بین‌المللی به منظور بررسی مکان‌های احتمالی برای گسترش هتل‌های زنجیره‌ای ارائه کرده‌اند. چوی (۲۰۰۸) برای تحلیل مکان‌یابی هتل‌ها از روش تصمیم‌گیری فازی AHP جهت مکان‌یابی هتل‌ها بهره گرفته است، و در مطالعه خود نقش محل و موقعیت مکانی هتل را در موفقیت آنها مورد تحلیل قرار داده است. در مطالعات داخلی نیز ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای تحت عنوان برنامه‌ریزی مکان‌یابی بهینه تسهیلات و

۱ - Kalnins

۲ - Haveman

۳ - Urtasun

۴ - Gutiérrez

۵ - Oppermann & Brewer

۶ - Geographic Information System

۷ - Joerger

۸ - Beedasy & Whyatt

۹ - Crecente

۱۰ - thalassotherapy resorts

۱۱ - Aliouche & Schlenrich

زیرساخت‌های گردشگری شهری با استفاده از GIS، به مکان‌یابی بهینه‌ی مراکز اقامتی و پذیرایی در شهر سمنان پرداخته و راهبردها و پیشنهادهای لازم جهت بهبود فضای گردشگری شهر سمنان و جذب هر چه بیشتر گردشگران به شهر را ارائه کرده‌اند. وارثی و رضایی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای تحت عنوان تحلیل و مکان‌یابی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی با استفاده از GIS، به بررسی وضع موجود هتل‌های شهر شیراز پرداخته‌اند و پس از پی بردن به توزیع نامناسب و کمبود هتل، به کمک مدل AHP و هم‌پوشانی شاخص‌ها در محیط نرم‌افزار GIS، مکان‌های مناسب برای تأسیس هتل‌های جدید در شهر شیراز را مشخص کرده‌اند. نتایج این تحقیق نشان داده است که هتل‌های شهر شیراز در مرکز شهر متمرکز شده‌اند. درحالی‌که جاذبه‌های شهر شیراز در سطح شهر پراکنده هستند؛ که این نشان دهنده توزیع نامناسب هتل‌ها در شهر شیراز است. کیامهر و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به تحلیل توزیع فضایی هتل‌ها در مقصدهای گردشگری شهر کرمانشاه پرداخته‌اند. در این پژوهش، برای تعیین الگوی فضایی جاذبه‌های گردشگری و هتل‌ها، از مدل‌های همسایگی در GIS استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان داده است که هتل‌های شهر کرمانشاه در مرکز شهر و متناسب با جاذبه‌های گردشگری این شهر مکان‌گزینی شده‌اند.

۳- روش شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نوع توصیفی-تحلیلی است. گردآوری داده‌ها با استفاده از منابع کتابخانه‌ای (آمارها و نقشه‌های طرح تفصیلی) صورت گرفته است. از مدل فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) و نرم‌افزار GIS استفاده شده است (وزن دهی براساس نظر کارشناسان بوده و نتایج در قالب نقشه نمایش داده شده است). امروزه روش‌های ریاضی برای انتخاب موقعیت مناسب و مکان‌یابی در بین جغرافیدانان توسعه‌یافته‌اند و تقریباً هر روش ارزیابی دارای نقاط قوت و ضعف است که در این بین، فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی از روش‌های معروف است که این روش می‌تواند در یافتن راه‌حل برای مشکل انتخاب موقعیت مکانی (Chou et al, 2008: 294) مورد استفاده قرارگیرد. بدون شک، GIS در تصمیم‌گیری در گردشگری و بازاریابی هتلداری از طریق تجزیه و تحلیل داده‌ها، مدل‌سازی و پیش‌بینی مؤثر واقع شده است (Feng et al, 2002:132). آنجاکه سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) یکی از قدرتمندترین سامانه‌ها در پاسخ‌گویی به نیازهای مطالعات کاربردی بوده است، در مدیریت هتلداری می‌تواند مؤثر واقع گردد. به ویژه که اطلاعات مربوط به موقعیت مکانی در تعیین عملکرد و بهره‌برداری هتل‌ها مهم است (Yang et al, 2015: 15). بدون تردید تعیین اصول دقیق مکان‌یابی فعالیت‌های مختلف در شهر به دلیل ماهیت پویای مسائل شهری بسیار دشوار است. به همین منظور، هدف اصلی از سلسله اقدامات برنامه‌ریزی منطقه بندی و کاربری اراضی شهری توسط جغرافیدانان و برنامه‌ریزان شهری، تأمین رفاه اجتماعی و

اقتصادی مصرف‌کنندگان خدمات شهری بوده است؛ که این الگو در مکان‌یابی هتل‌های شهری جهت برنامه‌ریزی و توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهری در نظر گرفته می‌شود. معیارهای مکان‌گزینی که می‌تواند در راستای انتخاب یک موقعیت مکانی مناسب برای هتل بر اساس کاربری اراضی شهری در مطالعات جغرافیدانان شهری مورد توجه قرارگیرد، عبارت‌اند از:

الف) سازگاری: یکی از اهداف اصلی برنامه‌ریزی کاربری اراضی مکان‌یابی مناسب کاربری‌ها و جداسازی کاربری‌های ناسازگار از یکدیگر است. مثلاً سعی می‌شود کاربری‌هایی که آلودگی‌هایی از قبیل دود، بو و صدا تولید می‌کنند دور از مناطق مسکونی، فرهنگی و اجتماعی استقرار یابد. در مقابل فعالیت‌هایی که مکمل یکدیگرند در کنار هم مستقر می‌شوند. کاربری‌های سرویس‌دهنده با ترتیب اولویت هم‌جواری نیز مشخص می‌شود. برای نمونه در ضوابط مربوط به کاربری مسکونی سرویس‌دهنده مکان‌یابی کاربری‌های (فضای باز، گذران اوقات فراغت و کاربری تفریحی مثل پارک)، بهداشتی و درمانی، آموزشی و تجاری به ترتیب از اولویت هم‌جواری برخوردارند.

ب) آسایش: فاصله و زمان از جمله عوامل مهمی هستند که در اندازه‌گیری میزان آسایش و راحتی انسان‌ها به شمار می‌آیند. چراکه به دنبال تأمین آن‌ها سهولت دسترسی به خدمات شهری که یکی از اهداف مهم برنامه‌ریزی شهری است میسر می‌شود. چگونگی دسترسی به خدمات شهری موردنیاز ساکنان و دوری از کاربری‌های مزاحم و ناسازگار از مؤلفه‌های مهم آسایش تلقی می‌گردد.

ج) کارایی: یکی از عوامل اصلی تعیین‌کننده مکان کاربری‌ها در شهر، الگوی قیمت زمین شهری است، به لحاظ اینکه هر کاربری از لحاظ اقتصادی و سرمایه‌گذاری تابعی از قیمت زمین و هزینه‌های متصور بر آن است که بر اساس شیوه تحلیل هزینه و منفعت معین می‌شود.

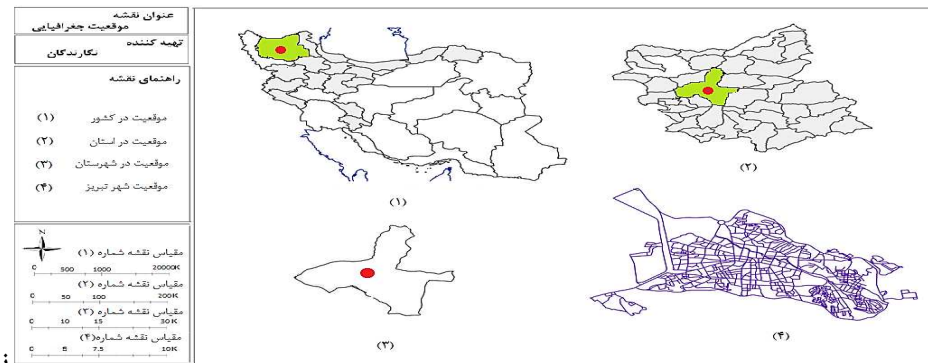
د) مطلوبیت: مطلوبیت و دلپذیری در برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری یعنی تلاش در جهت حفظ و نگهداری عوامل طبیعی، ایجاد فضاهای باز و دلپذیر، چگونگی شکل گرفتن راه‌ها، ساختمان‌ها و فضای شهری.

ه) سلامتی: اعمال ضوابط محیطی و بهداشتی مناسب برای کاهش آلودگی حاصل از کاربری‌های مختلف و رعایت استانداردهای بهداشتی برای تأمین سلامتی محیط‌زیست انسانی یکی از اهداف مکان‌یابی کاربری‌ها است.

و) استانداردهای ایمنی: هدف از این معیارها، حفاظت شهر در مقابل خطرهای احتمالی است. خطر بلایای طبیعی مانند سیل، زلزله، طوفان و عوامل غیرطبیعی. مانند هم‌جواری منطقه صنعتی با منطقه مسکونی که با اصل سازگاری مورد اشاره مغایرت دارد و سایر مواردی که به نحوی باعث تضعیف ضریب ایمنی و امنیت شهر می‌گردد (زیاری، ۱۳۸۶).

این پژوهش شهر تبریز را به عنوان مطالعه موردی برگزیده است. این شهر، مرکز استان آذربایجان شرقی با جمعیت ۱۵۵۸۶۹۳ تن (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵)، از دیرباز در زمینه‌های

مختلف سیاسی و اقتصادی دارای اهمیت بوده است و همچنین از شهرهای مهم تاریخی-فرهنگی ایران به شمار می آید و گردشگران شهری بسیاری برای بازدید از جاذبه های تاریخی، فرهنگی و ... به این شهر سفر می کنند. قدمت صنعت هتلداری در تبریز به بیش از یک قرن می رسد. در سال ۱۲۸۲ خورشیدی اولین مسافرخانه به سبک نوین در ایران با نام مهمانخانه نظافت، توسط میرزا اسحاق خان معزالدوله در جوار پل قاری تبریز احداث شد^۱. در حال حاضر شهر تبریز دارای تعدادی هتل است که هتل های پارس و شهریار در منطقه ائل گلی و هتل کایا لاله پارک در میدان شهید فهمیده، به همراه هتل بین المللی تبریز و هتل گسترش در منطقه آبرسان از مهم ترین هتل های تبریز محسوب می شوند. همچنین هتل های ایران، آذربایجان، دریا، سینا، قدس، ارک، مروارید، پارک و نگین از دیگر هتل های این شهر هستند.



نقشه ۱. موقعیت شهر تبریز

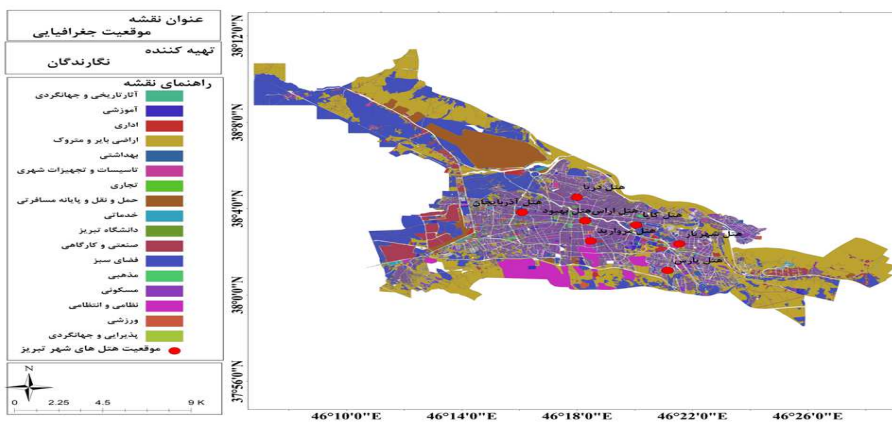
ترسیم: نگارندگان

۴- نتایج و یافته ها

در این مطالعه، با توجه به هدف پژوهش که بررسی مکان یابی و توزیع فضایی هتل های شهر تبریز است، لازم گردید که این هتل ها با یکسری پارامترها و شاخص های کاربری اراضی شهری که مورد نظر جغرافیدانان و برنامه ریزان شهری در مطالعات مکان یابی هتل ها است، مورد بررسی قرار گیرند. به همین منظور برای مکان یابی هتل ها از لایه های اطلاعاتی کاربری اراضی شهر تبریز بهره گرفته شده است. همان گونه که در نقشه ۲ نشان داده شده است. لایه های کاربری های مختلف شهر تبریز شامل: کاربری های تاریخی-جهانگردی، آموزشی، اداری، اراضی بایر و متروک، بهداشتی-درمانی، تأسیسات و تجهیزات شهری، تجاری، حمل و نقل و پایانه مسافرتی، خدماتی،

^۱ تبریز، آرمان شهر گردشگران تابستانی ایران زمین، ایرنا، ۳ شهریور ۱۳۹۲

آموزش عالی، صنعتی-کارگاهی، فضای سبز، مذهبی، مسکونی، نظامی-انتظامی، ورزشی، پذیرایی و جهانگردی تقسیم‌شده‌اند. و در ادامه به هر لایه با توجه نظر کارشناسان شهری در این حوزه با توجه به روش AHP امتیاز از ۱ تا ۹ امتیاز داده شده است. برای بررسی وضعیت توزیع فضایی هتل‌های شهر تبریز موقعیت مکانی هفت هتل شامل: هتل دریا، هتل آذربایجان، هتل بهبود، هتل ارس، هتل مروارید، هتل شهریار، هتل پارس در محدوده شهر تبریز در ارتباط با کاربری‌های شهری مورد بررسی قرار گرفته است.



نقشه ۲. وضعیت موجود هتل‌ها و کاربری اراضی شهر تبریز

ترسیم: نگارندگان

در فرایند تحلیل سلسله مراتبی بیشترین وزن به لایه‌ای تعلق می‌گیرد که بیشترین تأثیر را در تعیین هدف دارد. به عبارت دیگر معیار وزن دهی به هر واحد اطلاعاتی نیز بر اساس بیشترین نقشی است که در داخل آن لایه ایفا می‌کند (لوپز و زینک، ۱۹۹۱). با تشکیل ماتریس زوجی می‌توان وزن هر گزینه را محاسبه کرد. در مرحله بعد با مقایسات زوجی هر معیار با سایر معیارها وزن نهایی تعلق گرفته به هر معیار محاسبه شده است. در این مرحله خبرگان مقایسه‌هایی را بین معیارهای تصمیم‌گیری انجام داده و امتیاز آن‌ها را نسبت به یکدیگر تعیین می‌کنند. این مقایسه‌ها بر اساس جدول ۹ کمیتی انجام می‌شود (جدول شماره ۱). ارجحیت یک گزینه یا عامل نسبت به خودش مساوی با یک است، لذا اصل معکوس بودن یک عامل نسبت به دیگری و ارجحیت یک برای یک عامل یا گزینه نسبت به خودش، دو خاصیت اصلی ماتریس مقایسه‌ای دو به دویی در فرایند AHP هستند. این دو خاصیت باعث می‌شود که برای مقایسه n معیار یا گزینه، تصمیم‌گیرنده تنها به $\frac{n(n-1)}{2}$ سؤال پاسخ دهد.

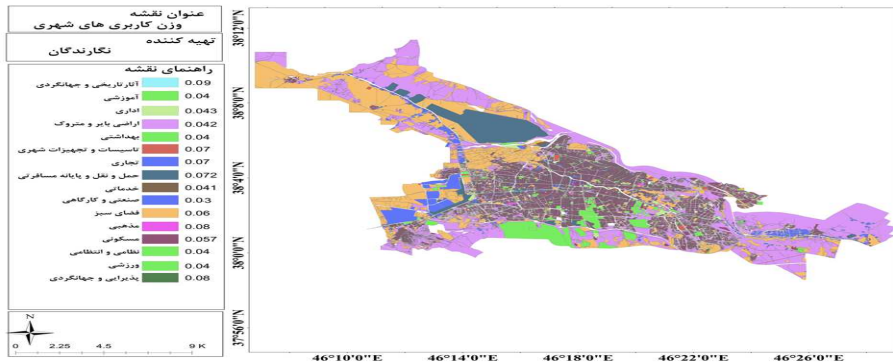
جدول شماره ۱. جدول ۹ کمیتی مقایسات زوجی

ارزش	وضعیت مقایسه نسبت به z	توضیح
۱	اهمیت یکسان Equally Preferred	دو عنصر اهمیت یکسانی دارند
۳	نسبتاً مرجح Moderately Preferred	گزینه یا شاخص نسبت به z کمی مهم‌تر است.
۵	ترجیح زیاد Strongly Preferred	گزینه یا شاخص نسبت به z مهم‌تر است.
۷	ترجیح بسیار زیاد Very strongly Preferred	گزینه دارای ارجحیت خیلی بیشتری از z است.
۹	اهمیت مطلق Extremely Preferred	گزینه از z مطلقاً مهم‌تر است و قابل مقایسه نیستند.
۲-۴-۶	ارزش‌های بینابین در قضاوت‌ها	ارزش‌های بینابین را نشان می‌دهد مثلاً ۸، بیانگر اهمیتی زیادتز از ۷ و پایین‌تر از ۹ برای z است.

در این مقاله مقایسه زوجی در لایه‌ها در نرم‌افزار Export Choice صورت می‌گیرد که پس از آن وزن‌ها و نسبت توافق (CR) را محاسبه نموده، چنانچه این نسبت کمتر از ۰/۱ باشد، مقایسه‌ها قابل قبول و وزن‌های محاسبه‌شده را استخراج می‌کنیم. در صورتی که نسبت توافق ما از ۰/۱ بیشتر باشد، آنگاه با اعمال تغییراتی در ماتریس مقایسه دوتایی آن را برای حد قابل قبول تنظیم می‌کنیم. عملیات محاسبه وزن‌ها و محاسبه نسبت توافق توسط نرم‌افزار Export Choice انجام می‌گیرد. چنانچه مقایسه‌های انجام‌شده، قابل قبول باشند، نتیجه اعلام خواهد شد. شرط این اعلام نتیجه نیز کمتر بودن نسبت (CR) از ۰/۱ است. شایان‌ذکر است این نسبت (CR) برای داده‌های ما کمتر از ۰/۱ به دست آمده که نشان‌دهنده قابل قبول بودن نتیجه است. در ادامه اوزان فوق از مدل AHP به عنوان وزن‌های لایه‌های اطلاعاتی مورد استفاده قرار گرفتند و نهایتاً نقشه خروجی یا نقشه هر یک از پارامترها و عوامل مؤثر در مکان‌یابی هتل‌های شهری در شهر تبریز با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیا تهیه گردید.

همان‌گونه که در جدول ۲ و ۳ نشان داده شده است با توجه به ماتریس زوجی تهیه شده از لایه‌های کاربری اراضی شهری شهر تبریز کاربری آثار تاریخی و جهانگردی ۰/۰۹، کاربری آموزشی ۰/۰۴، کاربری اداری ۰/۰۴، کاربری اراضی بایر و متروکه ۰/۰۴، کاربری بهداشتی ۰/۰۴، کاربری تأسیسات و تجهیزات شهری ۰/۰۷، کاربری تجاری ۰/۰۷، کاربری حمل‌ونقل و پایانه ۰/۰۷، کاربری خدماتی ۰/۰۴، کاربری صنعتی و کارگاهی ۰/۰۳، کاربری فضای سبز ۰/۰۶، کاربری مذهبی ۰/۰۸، کاربری مسکونی ۰/۰۵، کاربری نظامی و انتظامی ۰/۰۴، کاربری ورزشی ۰/۰۴، کاربری پذیرایی و جهانگردی ۰/۰۸ اوزان رو به خود تخصیص داده‌اند. بر اساس مقیاس‌های زوجی صورت گرفته از پنج مؤلفه مکان‌یابی شامل توسط کارشناسان کاربری‌های اداری، کاربری اراضی بایر، کاربری‌های صنعتی و کارگاهی نظامی و انتظامی و کاربری ورزشی کمترین امتیازها را گرفتند. در مقابل فعالیت‌هایی که مکمل مکان‌یابی هتل‌ها در کنار یکدیگر مستقر شده‌اند شامل: کاربری‌های فضای سبز، گذران اوقات فراغت و کاربری تفریحی مثل پارک، جهانگردی پذیرایی، تأسیسات و تجهیزات، حمل‌ونقل و پایانه، مذهبی و تجاری از امتیاز بیشتری برخوردارند.

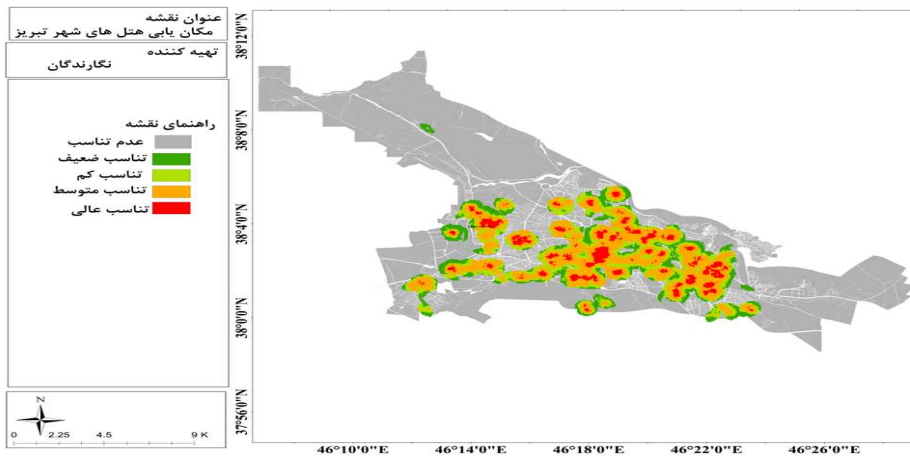
در پایان لازم است، هرکدام از لایه‌ها که قبلاً اطلاعات آن‌ها جمع‌آوری و مورد کارشناسی قرار گرفته، از طریق مدل AHP و در نرم‌افزار، آن در GIS بر روی نقشه مبنا شهر تبریز تلفیق شده است.



نقشه ۳. وزن‌های اختصاص یافته به هر لایه اطلاعاتی شهر تبریز

ترسیم: نگارندگان

در بسیاری از مدل‌سازی‌ها و اهدافی که به منظور مکان‌یابی و پهنه‌بندی در سیستم اطلاعات جغرافیایی انجام می‌گیرد عملیات انطباق یا قرار دادن لایه‌ها بر روی یکدیگر به‌عنوان یکی از مراحل اصلی در مکان‌یابی صورت می‌پذیرد. با توجه به نوع هدف در همپوشانی لایه‌ها اطلاعاتی لازم است که به میزان و ضریب اهمیت هر لایه نسبت به سایر لایه‌ها توجه شود (حجازی، ۱۳۹۴: ۱۱۱). در این مقاله ابتدا نقشه لایه‌های اطلاعاتی گوناگون و معیارهای لازم جهت مکان‌یابی هتل‌های شهر تبریز تهیه شده است. سپس نقشه لایه‌ها اطلاعاتی هر یک از عوامل مؤثر در مکان‌یابی هتل‌های شهر تبریز در محیط GIS با یکدیگر تلفیق گشتند. که با ضرب وزن‌های به‌دست آمده در لایه‌های مؤثر در مکان‌یابی در *weighted overlay* و ادغام لایه‌های وزن‌دار در *Raster calculator* مکان‌های اولویت‌دار، جهت مکان‌یابی هتل‌های شهر تبریز شناسایی شده است. نتیجه حاصل شده از تلفیق، خروجی نهایی مدل به‌صورت نقشه‌ی نهایی مکان بهینه‌ی هتل‌های شهری در شهر تبریز در نقشه ۴ است. نتایج نقشه خروجی نشان داده است که الگوی پراکنش فضایی هتل‌های شهر تبریز متمرکز در مرکز شهری بوده است و مکان‌گزینی هتل‌ها بیشترین رابطه را با کاربری‌های آثار تاریخی و جهانگیری متمرکز در مرکز تاریخی این شهر داشته است که گردشگران این شهر را به خود جذب می‌کنند. این کاربری‌ها با تمرکز در بخش مرکزی شهر تبریز در ارتباط با آثار تاریخی سرمایه‌داران بخش مهمانداری و هتلداری را برای مکان‌گزینی هتل‌ها تشویق کرده‌اند. در الگو پراکنش فضایی و مکان‌گزینی هتل‌های شهر تبریز در واقع محدوده‌های لبه شهر حومه شهر کمتر مورد توجه بوده است.



نقشه ۴. تحلیل فضایی و مکان‌یابی هتل‌ها در ساختار شهر تبریز

ترسیم: نگارندگان

۵- بحث و نتیجه‌گیری

یکی مهم‌ترین مسائل گردشگری شهری در کشور موضوع زیرساخت‌های مناسب هتلداری است. راهکارهایی برای توزیع فضایی هتل‌ها باید انواع فعالیت‌ها و ساختمان‌ها از جمله اداری، مراکز تفریحی، ویلایی، فروشگاه‌ها، مراکز درمانی، باشگاه‌ها و... را پشتیبانی کند. در واقع در برنامه ریزی گردشگری شهری، سازگاری انواع کاربری اراضی، بخصوص برای هتل‌ها که جاذب گردشگران داخلی و خارجی هستند از اهمیت بخصوصی برخوردارند، باین وجود میزان مطالعات درزمینه مکان‌یابی هتل‌ها در کشور بسیار پایین است. در چند دهه گذشته، موضوع موقعیت مکانی هتل‌ها مورد بحث و چالش صاحب‌نظران رشته‌های مختلف قرار گرفته است، و نظریه‌پردازان جغرافیا بیشتر بحث خود را معطوف به مکان‌یابی هتل‌های شهری در مناطق مختلف شهری کرده اند. در این زمینه با توجه به نبود دیدگاه مشترک در بین محققان رشته‌های مختلف این رویکرد همچنان مجهول مانده است. نظریه‌های جغرافیایی (اگان و نیلد ۲۰۰۰، شوال، ۲۰۰۶)، نظریه‌های اقتصادی (کالنینز و چانگ، ۲۰۰۴) و نظریه های بازاریابی (بام و هاورمن، ۱۹۹۷؛ یورتاسان و گوتیرز، ۲۰۰۶) در رابطه با مکان‌یابی هتل‌ها نشان از اختلافات محققان رشته‌های مختلف در این زمینه دارد. تصمیم‌گیری در مورد انتخاب مکان مناسب برای ساخت یک هتل را باید از جمله تصمیمات استراتژیک و بسیار حساس برای مدیران و سرمایه‌گذاران صنعت هتلداری دانست. زیرا پس از انتخاب مکان و اجرای عملیات ساخت هتل، دیگر امکان تغییر مکان نبوده و یا این جابه‌جایی با هزینه‌های بسیاری همراه

خواهد بود. همچنین مکان یک هتل در میزان جذب گردشگر، میزان رضایت گردشگر و درنهایت در میزان درآمد به‌دست‌آمده از آن هتل بسیار مؤثر است. علیرغم اهمیت موضوع مکان‌یابی هتل، این موضوع در مطالعات، همچنان کم‌رنگ مانده است. در این مقاله کلان‌شهر تبریز از شهرهای دارای پتانسیل درزمینه گردشگری فرهنگی، تاریخی و... مورد ارزیابی قرار گرفت، که با استفاده از بررسی کاربری‌های اراضی شهری به تحلیل و شناخت مراکز مساعد احداث هتل‌های شهری پرداخته شد، نتایج مقاله نشان داده است که سازگاری بیشتر کاربری‌های شهری با مکان و موقعیت هتل‌ها در مرکز اصلی شهر است و با فاصله گرفتن از مرکز شهر این سازگاری کاهش می‌یابد. با توجه به تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته می‌توان اذعان کرد که این الگوی فضایی دارای همخوانی با مرکز شهر تبریز از نظر تمرکز کاربری‌های آثار تاریخی و جاذبه‌های گردشگری این شهر است. جاذبه‌های گردشگری شهر تبریز همچون برج ساعت، بازار بزرگ تبریز، خانه مشروطه، موزه آذربایجان، ارک تبریز تقریباً همگی در محدوده مرکزی شهر متمرکز شده و با فاصله کمی از هم قرار گرفته‌اند و با فاصله اندکی از پل گاری و مقبره الشعرا قرار دارند. همچنین نتایج تحقیق به‌دست‌آمده با مطالعات مدل‌های پراکنش فضایی و مکان‌یابی هتل‌ها در شهرهای تاریخی از جمله یوکنو (۱۹۶۸)، اشورث و تنبریج (۱۹۹۰) و شوال (۲۰۰۶) از نظر تمرکز در مرکز شهر و هم‌جواری با جاذبه‌ها و نیز با مطالعات وارثی و رضایی (۱۳۹۱) از نظر تمرکز هتل‌ها در مرکز شهر، کیامهر و همکاران (۱۳۹۵) از نظر تمرکز در مرکز شهر و هم‌جواری با جاذبه‌ها منطبق بوده است. در پایان می‌توان اذعان کرد که مراکز شهری از مهم‌ترین مناطق مورد توجه سرمایه‌گذاران بخش اقامتی و صنعت هتلداری در شهرهای دارای مراکز تاریخی- فرهنگی است. در نتیجه رقابت مکان‌گزینی هتل‌ها در این منطقه شهری بیشتر از سایر مناطق شهرهای تاریخی- فرهنگی است.

منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی؛ حافظ‌رضازاده، معصومه؛ دارائی مرضیه (۱۳۹۳)، برنامه ریزی و مکان‌یابی بهینه تسهیلات و زیرساخت‌های گردشگری شهری با استفاده از GIS موردشناسی: شهر سمنان، فصلنامه جغرافیا و توسعه، مقاله ۶، دوره ۱۲، شماره ۳۵: ۳۳-۴۸.
۲. تقوایی، مسعود؛ اکبری، محمود (۱۳۸۸)، مقدمه برای برنامه علوی پیام نشر شهری، گردشگری مدیریت و ریزی اصفهان اول چاپ.
۳. حجازی، اسدالله (۱۳۹۴)، مکان‌یابی دفن زباله‌های شهری با استفاده از تکنیک‌های اطلاعات مکانی و تحلیل سلسله مراتبی: مطالعه موردی شهرستان مراغه، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی، مقاله ۷، دوره ۱۹، شماره ۵۴: ۱۰۵-۱۲۵.
۴. رهنمایی، محمدتقی (۱۳۹۰)، گردشگری شهری، تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
۵. زیاری، کرامت‌الله (۱۳۸۶)، برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری، انتشارات دانشگاه یزد.
۶. علیزاده آذر، کامران، احمد توزه، واحد، عزیزیان، صلاح (۱۳۹۴)، تحلیلی بر وضعیت توسعه گردشگری و موانع عمده جذب گردشگری در شهرها (مطالعه موردی: مهاباد)، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۲، شماره ۳: ۲۵۲-۲۳۳.
۷. کیامهر؛ رامین، پیری؛ عیسی، بزم آورد؛ شب بو، آذری، مهدی (۱۳۹۵)، تحلیلی بر توزیع فضایی هتل‌ها در مقصدهای گردشگری، مطالعه موردی: شهر کرمانشاه، فصلنامه گردشگری شهری، مقاله ۴، دوره ۳، شماره ۱: ۴۳-۵۷.
۸. وارثی؛ حمیدرضا، رضائی؛ میثم (۱۳۹۱)، تحلیل فضایی و مکان‌یابی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی: هتل‌های شهر شیراز، فصلنامه آمایش محیط، دوره ۵، شماره ۱۹: ۱-۲۶.

9. Adam, Issahaku. Francis Eric Amuquandoh. (2013) **Dimensions of hotel location in the Kumasi Metropolis Ghana**, Tourism Management Perspectives, 8 (-), 1-8.

10. Alegre, Joaquín, Cladera, Magdalena, Sard, Maria. (2013) **Tourist areas: Examining the effects of location attributes on tour-operator package holiday prices**, Tourism Management 38(-), 131-141.

11. Aliouche, E.H., Schlenrich, U. (2011) **A model of optimal international market expansion: the case of US hotel chains expansion into China**. In: Tuunanen, M., Windsperger, J., Cliquet, G., Hendrikse, G.(Eds.), *New Developments in the Theory of Networks*. Springer Verlag, Berlin, Heidelberg, (-), 135-154.

12. Ashworth, G. J., Tunbridge, J. E. (1990) **The tourist-historic city**. London: Belhaven.
13. Beedasy, J., Whyatt, D. (1999), **Diverting the tourists: a spatial decision-support system for tourism planning on a developing island**, International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation 1 (3–4), 163–174.
14. Boers, B., Cottrell, S. (2007) **Sustainable tourism infrastructure planning: a GIS-supported approach**. Tourism Geographies, 9 (1), 1–21.
15. Chou, T.-Y., Hsu, C.-L., Chen, M.-C. (2008) **A fuzzy multi-criteria decision model for international tourist hotels location selection**. International Journal of Hospitality Management, 27 (2), 293–301.
16. Crecente, J. M. , Santé, I., Díaz, C., Crecente, R. (2012) **A multicriteria approach to support the location of thalassotherapy (seawater therapy) resorts: application to Galicia region, NW Spain**. Landscape and Urban Planning 104 (1), 135–147.
17. Cró, Susana & Martins, António Miguel (2017). **Hotel and hostel location in Lisbon: looking for their determinants**, Tourism Geographies, 20(13) 504-523.
18. Egan, J. David, Nield, Kevin (2000). **Towards a Theory of Intraurban Hotel Location**, Urban Study, 37 (3) 611-621.
19. Emre Aksoz, Ozan, Dorin Paul Bac. (2012) **The Importance of Urban Tourism for Hotel Marketing Policies: The Case of Eskisehir**, GeoJournal of Tourism and Geosites Year , 1(9), 7-16.
20. Feng, Ruomei and Alastair M . Morrison. (2002) **GIS Applications in Tourism and Hospitality Marketing: A Case in Brown County, Indiana, Anatolia**, An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 13(2), 143-127.
21. Gutierrez, J., Garcia-Palomares, J., Romanillos, G., & Salas-Olmedo, M. (2017). **The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona**. Tourism Management, 62(-), 278–291.
22. Hua, N., & Yang, Y. (2017). **Systematic effects of crime on hotel operating performance**. Tourism Management, 60(-), 257–269.
23. Joerger, A., DeGloria, S.D., Noden, M.A., (1999). **Applying geographic information systems: siting of coastal hotels in Costa Rica**. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 40 (4), 48–59.
24. Levy-Bonvin, Jacques, (2012), **Researching the history of pubs, inns and hotels**. Retrieved 2012-12-17. <http://www.buildinghistory.org/buildings/inns.shtml>,
25. Lopez, H. J&J, A. Zink.(1991) **GIS-Assisted Modeling of Mass Movements**, Itc Journal
26. Moutinho, L., Curry, B., (1994). **Modelling site location decisions in tourism**. Journal of Travel & Tourism Marketing, 3 (2), 35–57.
27. Oppermann, M., Brewer, K.P.,(1996). **Locational decision making in hospitality using GIS: a paradigm shift?** In: The Australian Tourism and Hospitality Research Conference, Canberra, - (-), 279–288.
28. Shoval, Noam. (2006) **The Geography of Hotels in Cities: An Empirical Validation of a Forgotten Model**. In: Tourism Geographies, 8(1), 56-75.

29. Shoval, Noam , McKercher Erica Ng, Bob and Birenboim, Amit. (2011) **Hotel Location and Tourist Activity in Cities**, Annals of Tourism Research, 38(4), 1594–1612.
30. Urtasun, A., Gutiérrez, I. (2006) **Hotel location in tourism cities: Madrid 1936–1998**. Annals of Tourism Research, 33 (2), 382–402.
31. Williams, Stephen, (1998). **Tourism Geography**, Routledge, London and New York.
32. Yang, Yang, Luo, Hao, Law, Rob (2014). **Theoretical, empirical, and operational models in hotel location research**, International Journal of Hospitality Management, 36(-), 209– 220.
33. Yang, Yang, Tang, Jingyin, Luo, Hao, Law, Rob (2015). **Hotel location evaluation: A combination of machine learning tools and web GIS**, International Journal of Hospitality Management 47(-), 14–24.
34. Yang, Y., Wong, K. K. F., & Wang, T. (2012). **How do hotels choose their location? Evidence from hotels in Beijing**. International Journal of Hospitality Management, 31 (3), 675 – 685.