

ارزیابی معیارهای مکانی و مکانیابی مراکز اقامتی در شهر رشت (نمونه موردی: هتل کادوس)

اکرم اسفندیاری: مربی، دپارتمان ساختمان و معماری، دانشکده فنی دختران کرمانشاه، دانشگاه فنی و حرفه ای استان کرمانشاه، ایران
 esfandiari.akram@yahoo.com

فائزه قلیزاده: مربی، دپارتمان ساختمان و معماری، دانشکده فنی دکتر معین رشت، دانشگاه فنی و حرفه ای استان گیلان، ایران
 Fzj.gholizade@gmail.com

چکیده

گردشگری بخش عمده‌ی اقتصاد جهانی را تشکیل می‌دهد و یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان می‌باشد. در دهه‌های اخیر، اهمیت گردشگری در سطح بین‌المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی همواره و به طور بی سابقه در حال افزایش بوده است. از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند موجب جذب گردشگران بین‌المللی و داخلی شود تأسیسات و تجهیزات مربوط به صنعت گردشگری می‌باشد. از میان این تأسیسات، مراکز اقامتی به عنوان مبدأ و مقصد گردش‌های روزانه در شهر از اهمیت بسیاری برخوردار هستند. از این رو توزیع بهینه و مکانیابی صحیح آنها از درجه اهمیت بالایی برخوردار است زیرا مکانیابی صحیح این مراکز می‌تواند باعث آرامش خاطر گردشگران و رفع نیازهای آنها در زمینه‌ی اقامت، رونق گرفتن هرچه بیشتر صنعت گردشگری و همچنین موجب رشد اقتصادی و افزایش درآمدهای گردشگری شود. روش تحقیق در پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی بوده که اطلاعات مورد نیاز آن از طریق مشاهده میدانی، مصاحبه، مطالعه طرح‌های صورت گرفته در رابطه با شهر رشت و نقشه ۱:۲۰۰۰ این شهر به دست آمده است. این مقاله ابتدا با استفاده از ماتریس‌ها وضع موجود هتل کادوس را مورد بررسی قرار می‌دهد و پس از ارزیابی مکانی آن به عنوان یکی از هتل‌های اصلی شهر رشت و پی بردن به نقاط قوت و ضعف آن، با توجه به عوامل موثر در مکان‌یابی هتل‌ها، مکان مناسب برای هتل را از طریق مدل AHP و نرم افزار GIS پیشنهاد می‌دهد. در این تحقیق مکان مناسب برای ساخت مراکز اقامتی در شهر رشت با توجه به شاخص‌های موثر در مکان‌یابی بر روی خروجی‌های نرم افزار GIS نمایش داده شده است.

واژه‌های کلیدی: شهر رشت، ارزیابی مکانی هتل کادوس، معیارهای مکانیابی هتل، (GIS) سیستم اطلاعات جغرافیایی، مدل AHP

۱- مقدمه

گردشگری یکی از رشد یافته‌ترین صنایع نیمه دوم قرن بیستم است که اغلب به عنوان کلیدی برای رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه استفاده شده است (Font and Ahjem, 1999:63). در حال حاضر بسیاری از کشورها منافع اقتصادی و اجتماعی خود را از توریسم دریافت می‌کنند و درآمدهای توریسم را برای توسعه زیرساخت‌های مناطق به کار می‌گیرند (Eccles and Casta, 1996:44). این در حالی است که شهر به عنوان پیشرفته‌ترین و کامل‌ترین دستاورد بشر همواره مورد توجه گردشگران قرار دارد، به طوری که فضاهای شهری مهم‌ترین فضاهای اقامتی گردشگران محسوب می‌گردند (زند، ۱۳۸۶:۳). از این رو استفاده از هتل بیشترین تأثیر اقتصادی را در صنعت گردشگری دارد؛ تا آنجا که بیش از ۶۰ درصد هزینه‌های گردشگران صرف هزینه هتل می‌شود (Law, 1966:106). بنابراین هتل‌ها به عنوان مبدأ و مقصد گردش‌های روزانه در شهر از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار هستند و نحوه قرارگیری آنها در فضای شهر، میتواند کاهش یا افزایش فضای خدماتی و تغییر الگوی رفتاری گردشگران را به همراه داشته باشد. به طوری که فاصله مراکز اقامتگاهی از مرکز شهر و جاذبه‌های گردشگری بیش‌تر باشد، هزینه پرداختی گردشگر افزایش می‌یابد. از سوی دیگر استفاده از هتل بیش‌ترین تأثیر اقتصادی را در صنعت گردشگری دارد. به طوری که بیش از ۶۰ درصد هزینه‌های گردشگر صرف هزینه هتل می‌شود (موحد، ۱۳۸۷:۱). در نتیجه با سرمایه‌گذاری برای مکان‌یابی صحیح، مراکز اقامتگاهی می‌تواند نقش اساسی در فضای گردشگری شهری ایفا نماید به طوری که رضایت‌مندی گردشگران را به همراه داشته و همچنین درآمد بیش‌تری به صنعت گردشگری شهر تزریق نماید.

به نظر می‌رسد مراکز اقامتی مانند هتل‌ها و تأسیسات زیربنایی صنعت گردشگری در شهر رشت بی‌توجه به رشد شهر و نیاز گردشگران به شکل بسیار کند گسترش یافته‌اند و از طرف دیگر ایجاد مراکز اقامتی در این شهر بدون برنامه خاص و مدون بوده است و پراکندگی نامناسب آنها همواره مشکلاتی را در امر پاسخگویی به نیاز گردشگران به دنبال دارد. شهر رشت، شهرستانی بزرگ در قلب استان گیلان است که در عین مرکز بودن شاهراه ارتباطی شرق و غرب و قلب تپنده استان گیلان است و همچنین دارای اماکن و آثار تاریخی، فرهنگی و مذهبی متعددی است که سالانه گردشگران زیادی را به خود جذب می‌کند (علی‌زاده، ۱۳۸۸:۶۰۷). اما با توجه به پتانسیل‌های بالا در مقوله صنعت گردشگری در زمینه زیرساختها و تأسیسات مورد نیاز گردشگران به خصوص در زمینه هتل‌ها دارای ضعف‌ها و مشکلات بسیاری از جمله کمبود هتل، توزیع نامناسب مکانی هتلها و عدم مکان‌یابی صحیح هتل‌ها می‌باشد. بنابراین با توجه به رشد و توسعه‌ی شهر رشت و افزایش گردشگر هتل‌های موجود ناکافی می‌باشند. در نتیجه نیاز به مکان‌یابی جدید جهت احداث هتل احساس می‌شود و از این رو باید روش‌هایی را به کار گرفت تا با در نظر گرفتن تمامی فاکتورها بتوان مکان‌های بهینه این هتلها را تعیین نمود. لذا لازم است در زمینه مکان‌یابی مراکز اقامتی از سیستم‌های جدیدی مانند سیستم اطلاعات جغرافیایی که توانایی تجزیه و تحلیل تعداد زیادی پارامتر را به طور همزمان استفاده شود.

در این تحقیق نیز به منظور مکان‌یابی هتلها و تعیین بهترین مکان برای احداث هتل‌های جدید از نرم‌افزار GIS استفاده گردیده است و از آنجا که در زمینه مکان‌یابی هتل‌های شهر رشت مطالعه‌ای صورت نگرفته است لذا انجام پژوهش در این حوزه در راستای ارتقای کیفیت زندگی شهری شهروندان رشت و گردشگران امری ضروری می‌نماید.

۲- پیشینه تحقیق

در میان صنایع خدماتی، فعالیت گردشگری به علت ایفای نقش اساسی در اقتصاد ملی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است از این رو در زمینه ارزیابی کیفیت خدمات توریستی مطالعات متعددی صورت گرفته است از جمله می‌توان بررسی کیفیت خدمات در هتل‌های درجه یک و تجمعی توسط ویل کین و همکارانش در سال ۲۰۰۷، بررسی سطح کیفیت خدمات در هتل‌های آب گرم توسط اچ سپهیه و دیگران در سال ۲۰۰۸ (طاهری دمنه و دیگران، ۱۳۹۰:۲)، بررسی چالش‌های موجود در صنعت گردشگری شیراز در ارتباط با محدودیت مراکز اقامتی توسط طاهری دمنه و دیگران در سال ۱۳۸۹ و غیره را نام برد. اما در زمینه مکان‌یابی خدمات گردشگری از جمله مراکز اقامتی در ایران مطالعات بسیار محدودی صورت گرفته است که اکثر قریب به اتفاق آنها مربوط به پایان‌نامه‌ها و مقالات دانشجویی می‌باشد که برخی از آنها عبارتند از:

- پرهیزکار، اکبر در سال ۱۳۷۶ در پایان‌نامه دوره‌ی دکترا دانشگاه تربیت مدرس به ارائه الگوی مناسب مکان‌گزینی مراکز خدمات شهری با تحقیق در مدل‌ها و GIS شهری پرداخته است و به این نتیجه رسیده است که کاربرد توأم مدل‌های ریاضی و توانمندی‌ها و قابلیت GIS شهری، الگوی مناسبی برای مکان‌گزینی مراکز خدمات شهری می‌باشد.
- موحد، علی در سال ۱۳۸۷ در نشریه‌ی پژوهش‌های جغرافیای انسانی مقاله‌ای با عنوان توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی: شهر اصفهان ارائه داده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد مکان‌یابی هتل‌ها براساس محور خیابان‌های تاریخی شکل گرفته که این وضعیت برخلاف نظر وال، دودیکا، هاجیسون، آشورت و تنبرگ می‌باشد.
- وارثی، حمیدرضا؛ رضایی، میثم در سال ۱۳۹۱ در نشریه‌ی جغرافیا: آمایش محیط مقاله‌ای با عنوان تحلیل فضایی و مکان‌یابی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی: هتل‌های شهر شیراز ارائه داده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که توزیع هتل‌های شهر شیراز با توزیع و پراکندگی جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی، ورزشی و طبیعی تناسب چندانی ندارد. لذا، با جمع‌آوری داده‌های مؤثر در قالب لایه‌های اطلاعاتی نظیر شبکه‌ی ارتباطی، فاصله از مراکز جاذب گردشگر، کاربری اراضی، فاصله از مراکز صنعتی و غیره با استفاده از GIS و مدل AHP مناسب‌ترین مکان‌ها جهت احداث هتل‌های جدید را معرفی نموده است. در این پژوهش با توجه به پیشینه پژوهش و نداشتن نمونه موردی مشابه به مکان‌یابی مراکز اقامتی در شهر رشت می‌پردازد و به استفاده از روش‌های مکان‌یابی در این نمونه موردی مشخص می‌پردازد.

۳- روش شناسی تحقیق

در قسمت اول تحقیق به ارزیابی مکان هتل بزرگ کادوس در شهر رشت پرداخته شده است. در این روش به وسیله‌ی ارزیابی کیفی معیارهای سازگاری، مطلوبیت، ظرفیت و وابستگی در مورد هتل کادوس، به ماتریس کلی برای این مقوله رسیدیم.

در قسمت دوم تحقیق ابتدا به وسیله مدل تحلیل سلسله مراتبی و سپس به وسیله مدل همپوشانی لایه‌های بدست آمده از مدل سلسله‌مراتبی به مکانیابی مناسب کاربری هتل در منطقه چهار رشت خواهیم رسید.

- تحلیل سلسله مراتبی^۱: فرآیند تحلیل سلسله مراتبی یکی از کارآمدترین تکنیک‌های تصمیم‌گیری است که اولین بار توسط توماس ال ساعتی در سال ۱۹۸۰ مطرح شد. این روش در بردارنده یکسری مقایسه‌های دو به دو به منظور ساختن ماتریس تناسب است. این ماتریس تعدادی مقایسه دوتایی را به عنوان ورودی دریافت و اوزان مورد نظر را به عنوان خروجی تولید می‌کند (Malczewski, 1999:7) به همین دلیل در این تحقیق برای ارزش‌دهی به پارامترها و آلت‌رناتیوها و انتخاب مکان مناسب از این مدل استفاده می‌کنیم

- مدل هم پوشانی شاخص‌ها^۲: ترکیب لایه‌های اطلاعاتی مختلف در GIS، تحت عنوان Overlay شناخته می‌شود. در این مدل، به عوارض مختلف در کلاس‌های متفاوت موجود، وزن‌های مختلفی داده می‌شود و ترکیب انعطاف‌پذیری از نقشه‌ها به دست می‌آید که دامنه‌ای از اعداد را در برمی‌گیرد. علاوه بر وزن دهی به واحدها در هر لایه اطلاعاتی، به هر لایه بر اساس اهمیت آن در مکانیابی وزن داده می‌شود. (تاجیک، ۱۳۸۸:۶۶)

۴- مبانی نظری

در این بخش ابتدا واژگان تحقیق تعریف می‌شوند، که شامل:

ارزیابی: از نظر لغوی واژه ارزیابی به معنی تعیین ارزش چیزی است (معین، ۱۹۹:۱۳۷۱). اما در اصطلاح کنترل و ارزیابی فرآیندی است که طی آن نتایج عملکرد و فعالیت‌های شرکت طوری تحت نظارت و کنترل قرار می‌گیرد که بتوان عملکرد واقعی را با عملکرد مطلوب مقایسه کرد. "این فرآیند بازخورد لازم را به مدیران می‌دهد تا بتوانند نتایج را ارزیابی کنند و در صورت لزوم اقدامات تصحیح‌کننده و اصلاحی را اتخاذ کنند. (هانگر، ۱۳۸۴:۲۶۰)

تعریف و مفهوم مکان‌یابی: فعالیتی است جهت انتخاب مکانی مناسب برای کاربرد خاص، که قابلیت‌ها و توانایی‌های یک منطقه را از لحاظ وجود زمین مناسب و کافی و نیز ارتباط آن کاربری خاص با کاربریهای شهری را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد (پیرمرادی، ۱۳۸۸:۲).

معیارها و استانداردهای مکان‌یابی: تعیین اصول دقیق مکان‌یابی فعالیت‌های مختلف در شهر به دلیل ماهیت پویای مسائل شهری اگر نه غیر ممکن، بدون تردید بسیار دشوار است. هدف اصلی از سلسله اقدامات برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری تامین رفاه اجتماعی و اقتصادی شهروندان است (محمدپور، ۱۳۸۲:۹۳).

معیارهای مکان‌گزینی که در راستای هدف فوق قرار می‌گیرد عبارتند از:

- سازگاری: یکی از اهداف اصلی برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری مکانیابی مناسب کاربری‌ها و جداسازی کاربریهای ناسازگار از یکدیگر است. مثلاً سعی می‌شود کاربری‌های که آلودگیهای از قبیل دود، بو و صدا تولید می‌کنند دور از مناطق مسکونی، فرهنگی و اجتماعی استقرار یابند (همان).

- ایمنی: هدف از این کار حفاظت جان انسان‌ها، متعلقات آنها، و تأسیسات و تجهیزات شهری در مقابل حوادث طبیعی و انسانی است (زنگی‌آبادی، ۱۳۸۷:۶۵).

- آسایش: فاصله و زمان عوامل مهمی در اندازه‌گیری میزان آسایش و راحتی انسانها به شمار می‌آید، چرا که بر اثر تأمین آنها سهولت دسترسی به خدمات شهری که یکی از اهداف مهم برنامه‌ریزی شهری است میسر می‌شود (پورمحمدی، ۱۳۸۸:۹۳).

- کارایی: به منظور ایجاد سازمان فضایی و عملکردی مناسب در مکان‌گزینی فعالیتها و همچنین تأمین ارتباطات لازم بین عملکردها و استفاده‌کنندگان برای بالا بردن میزان کارآمدی در کارکردهای شهری تدابیر و اصول لازم را به کار می‌گیرد (همان)

- مطلوبیت: منظور از مطلوبیت حفظ عوامل طبیعی، چشم‌اندازها، فضاهای باز و... است (زیاری، ۱۳۸۱:۳۰)

معنا و مفهوم گردشگری: در فرهنگ لغت، جهانگردی را در اقطار عالم سفر کردن و شناخت، مسافرت برای تفریح و سرگرمی و سفری که در آن مسافر به مقصدی رفته و سپس به محل سکونت خود بازمی‌گردد تعریف کرده‌اند (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳:۱۷) گردشگری مجمع‌پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت‌ها و جوامع میزبان، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی، در فرآیند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدیدکنندگان است. (پاپلی، یزدی و سقایی، ۱۳۸۵:۱۲)

تسهیلات و امکانات گردشگری: می‌توان کلی می‌توان تسهیلات و امکانات موردنیاز گردشگران را در سه سطح دسته‌بندی کرد که هر کدام رابطه‌ی مستقیم با یکدیگر دارند و از هم غیرقابل تفکیک‌اند؛ ولی درعین حال هر کدام برای کارایی در جذب گردشگر به پردازشی جداگانه نیاز دارند. این سه سطح عبارت‌اند از:

- تسهیلات و امکانات اقامتی

- تسهیلات و امکانات خدماتی

- تسهیلات و امکانات تجاری

در پردازش امکانات و تسهیلات اقامتی در نظر گرفتن چگونگی مکان‌یابی و ساماندهی فضایی چه در مقیاس جغرافیایی و در مقیاس جغرافیایی و در مقیاس مکان اقامت در اولویت برنامه‌ریزی است (همان، ۱۳۸۰) رابطه‌ی مثبتی بین افزایش کمی و کیفی زیرساخت‌ها و تعداد گردشگران وجود دارد. بسط و گسترش ارتباطات و وسایل مدرن حمل و نقل، توسعه‌ی خدمات هوایی و فرودگاهی و بهره‌برداری از راه‌های ارتباطی و مواصلاتی بر اقبال گردشگران به مقاصد خواهد افزود. (غفاری، ۱۳۸۱:۲۲۲)

مراکز اقامتی: مراکز اقامتی شامل هتل‌ها، مهمانسراها، متل‌ها، کاروانسراها، کمپ‌ها، کلبه‌های ساحلی و کوهستانی، اردوگاه‌ها، پانسیون‌ها، پلاژهای توریستی، زائرسراها و ساختمان‌های مدارس به هنگام تعطیلات می‌باشند. از آنجایی که این‌گونه تأسیسات عامل موثری برای تقویت جهانگردی بین‌المللی محسوب می‌شود، اهمیت دادن به آن‌ها باید مورد توجه قرار گیرد و کشورهایی که فاقد تأسیسات اقامتی هستند در طرح‌ریزی صنعت جهانگردی به ساخت این‌گونه تأسیسات به ویژه

¹ AHP

² IO

هتل‌های توریستی اقدام نمایند. در طرح‌ریزی برنامه‌های تاسیساتی و محل اقامت توریست‌ها، مسئله کیفیت محل از لحاظ آرامش و همچنین لزوم فراهم آوردن و تامین انواع وسایل ورزشی و تفریحی نبایستی از نظر دور بماند. (رضوانی، ۱۴۰:۱۳۷۳)

هتل: هتل‌ها مهمان‌سرای هستند که از تعداد اتاق‌های متعددی برخوردارند. در هتل به غیر از تامین امکانات خواب، خدمات گسترده و متنوع دیگری از جمله تریا، رستوران، استخر، سالن‌های بدنسازی و فروشگاه‌های تهیه‌ی سوغات تدارک دیده شده‌است. امروزه صنعت هتل‌داری به همراه صنعت تامین غذا، یکی از بخش‌های بسیار پویای صنعت گردشگری محسوب می‌شود (رنجبریان، ۱۰:۱۳۸۴)

الف) نظریه‌ی مرتبط با کاربری مورد نظر

به منظور توضیح الگوهای مکانی صنعت گردشگری و چگونگی تکامل آن در طول زمان، درک اصول و مفاهیم باتلر برای توسعه‌ی گردشگری در شهرها اساسی به نظر می‌رسد. مراحل و فرایندهای توسعه‌ی گردشگری در شهرها از نظر باتلر دارای هفت مرحله می‌باشد. این مراحل در زیر به اختصار آمده‌اند:

مرحله کشف^۱: اولین مرحله فرآیند توسعه‌ی گردشگری باتلر مرحله کشف می‌باشد. وی عقیده دارد که برای یک شهر تعداد معدودی گردشگر وجود دارد و اثرات اقتصادی آن کم است، تعداد گردشگرها به اندازه‌ی نیست که واجد فراهم آوردن امکانات خاصی باشد و عواید دریاقتی نیز کم است. ارتباط گردشگر با اقتصاد محلی بسیار کم و افراد محلی موقعیت محلی را در کنترل خود دارند. ارتباط با گردشگران معمولاً صمیمی است و با آن‌ها به عنوان مهمان افتخاری رفتار می‌شود. این مرحله‌ی کشف یا مرحله‌ی قبل از پیدایش فعالیت توریسم نامیده می‌شود. صنعت گردشگری به صورت رسمی وجود ندارد و در حاشیه قرار می‌گیرد و گردشگران ناگزیر به تطبیق با شرایط محلی هستند. (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱:۶)

مرحله‌ی وارد عمل شدن^۲: مرحله افزایش فعالیتهای توریستی است، تعداد گردشگران شروع به افزایش می‌کند و معمولاً گردشگران، با مدت اقامت کوتاه تر اما با تعداد بیش تری به یک مکان مقصد می‌آیند. مؤسسات تجاری شروع به احداث خدمات و امکانات تخصصی توریستی می‌کنند. مهمان‌خانه‌ها و هتل‌های کوچک، مکان‌هایی برای غذا خوردن، فراهم آوردن راهنما و فعالیتهای گردشگری کوچک می‌شوند. بعضی از مردم به سادگی یک یا دو اتاق برای گردشگران در خانه‌های خود فراهم می‌کنند، مرحله اثرات افزایشی به وجود می‌آید، یعنی فراهم آوردن امکانات توریستی امکانات بعدی را با خود به همراه می‌آورد و جذب یک گردشگر سبب جذب گردشگران بعدی می‌شود و سرویس دهی به صورت رسمی صورت می‌گیرد و جامعه‌ی شهری در حال تطبیق تدریجی خود با فرآیند افزایش گردشگر می‌شود. (همان) بر اساس شرایط موجود به نظر می‌رسد شهر رشت در این مرحله از فرآیندهای توسعه گردشگری قرار داشته باشد.

مرحله‌ی توسعه^۳: مرحله‌ی رشد سریع گردشگری و تغییرات دراماتیک در همه‌ی جنبه‌های بخش گردشگری در یک مدت زمان نسبتاً کوتاه به وجود می‌آید. این مرحله نیز مانند سایر مراحل به صورت انتقالی صورت می‌گیرد تا این که به سرعت صورت پذیرد، نرخ رشد واقعی گردشگر و خصوصیات رشد بستگی به عوامل جاذب و تلاش‌هایی دارد که برای کنترل مدیریت توریسم می‌شود، مقصد گردشگری وارد یک سیستم یکپارچه رسمی گردشگری می‌شود که سیستمی از کمپانی‌های غیر محلی و فراملی است و فعالیت توریسم در قالب یک ساختار کاملاً سازمان یافته صورت می‌گیرد، هتل‌های کوچک در شهرها تبدیل به هتل‌های بزرگ می‌شوند و در این مرحله دورنمای صنعت گردشگری در مقصد شهرها به صورت فراملی می‌گردد. (همان)

مرحله‌ی تحکیم بخشی^۴: در این مرحله نرخ رشد گردشگران و سایر فعالیتهای مربوط به توریسم کاهش می‌یابد، گرچه تعداد واقعی گردشگران در حال افزایش است اما آن چه در این مرحله دارای اهمیت است این است که سطح توسعه‌ی توریسم بیش از ظرفیتهای کشش محیطی، اقتصادی و اجتماعی مقصد است و سبب رو به زوال رفتن محصولات توریستی می‌شود. در این مرحله گردانندگان صنعت گردشگری و زنجیره هتل‌ها ترتیب سفرهای توریستی را می‌دهند و مقصد جزئی از یک سیستم یکپارچه می‌شود و گردشگری بر اقتصاد منطقه غالب است و جاذبه‌های موجود حالت تخصصی و غیر منحصر به فرد به خود می‌گیرند. علاوه بر این فصلی بودن فعالیت گردشگری مانعی برای اقتصاد منطقه یا شهر است.

مرحله‌ی رکود^۵: در مرحله رکود که در بعضی از موارد به آن مرحله اشباع می‌گویند، مشکل پذیرش و ظرفیت زیاد وجود دارد و منجر به رو به زوال رفتن محصولات گردشگری می‌شود. معمولاً راه حلی که برای این مشکل پیشنهاد می‌گردد این است که امکانات اقامتی از قبیل هتل‌ها تبدیل به آپارتمان‌های خودکفا گردد. مقصد، ممکن است دارای امکانات بالای توریستی باشد اما باعث افزایش گردشگران نشود و گردشگران مراجعه کننده معمولاً تکراری هستند.

مرحله‌ی کاهش^۶: ممکن است که مرحله رکود برای مدتی وجود داشته باشد و پس از آن دو حالت افزایش و یا کاهش تعداد گردشگران مراجعه کننده وجود داشته باشد. حالت کاهش زمانی به وجود می‌آید که گردشگرانی که مکرراً می‌آیند با محصولاتی که عرضه می‌شود راضی هستند و بعضی از بازدیدکنندگان قبلی فوت کرده‌اند یا قادر به سفر کردن نیستند. در این مرحله معمولاً تلاشی توسط کسانی که فعالیت گردشگری را در مقصد یا شهر کنترل می‌کنند، صورت نمی‌گیرد و تا تلاش‌ها ناموفق هستند، رفتار مردم نسبت به گردشگران حالت مطلوبی ندارد و کسانی که به تازگی در صنعت گردشگری شروع به فعالیت و رقابت کرده‌اند مخصوصاً فرصت‌های مداخله‌گر شروع به منحرف کردن و تسخیر بازارهای سنتی گردشگری کرده‌اند. هرچه تعداد گردشگران کم شود هتل‌ها و امکانات تخصصی کم‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرند. باتلر پیشنهاد می‌کند که برای حل مشکل در این مرحله برخی از هتل‌ها تبدیل به آپارتمان‌ها، مراکز بهداشتی و سایر استفاده‌های مناسب و بهینه برای صنعت گردشگری شوند.

مرحله تجدیدسازی^۷: به عقیده باتلر تجدیدسازی زمانی اتفاق می‌افتد که محصولات جدید توریستی عرضه شده و یا تصویری برای مردم به وجود آید. باتلر این جدید و متفاوت از مقصد حالت را به عنوان یکی از سه حالت ممکن بعد از مرحله رکود پیشنهاد می‌کند (همان).

¹ Exploration Stage
² Involvement Stage
³ Development Stage
⁴ Consolidation Stage
⁵ Stagnation Stage
⁶ Decline Stage
⁷ Rejuvenation Stage

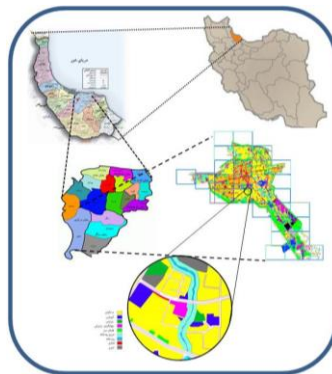
ب) عوامل موثر در کاربری مورد نظر

با توجه به مطالب ذکر شده بر اساس هدف پژوهش که مکان یابی و توزیع فضایی هتل‌های شهر رشت می باشد، لازم گردید که این هتل ها با توجه به یک سری پارامترها و شاخص ها مورد بررسی قرار گیرند. در این پژوهش برای مکان یابی هتل‌های شهر رشت از لایه های اطلاعاتی زیر استفاده شده است:

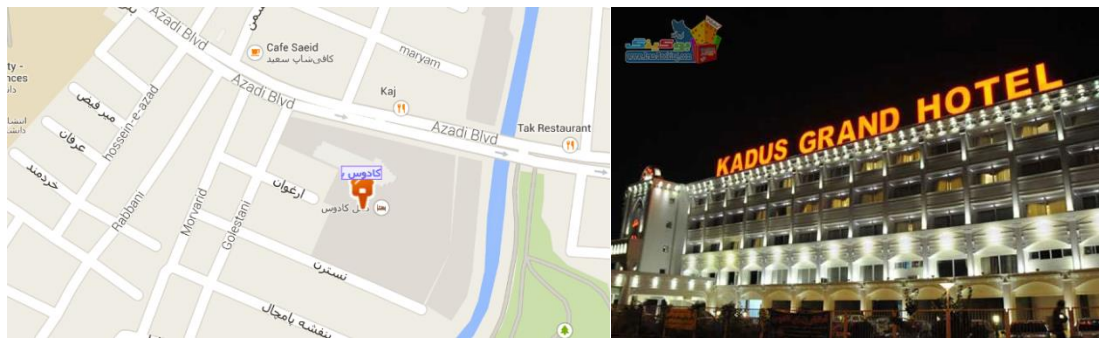
- فاصله از شبکه ارتباطی
- فاصله از مراکز جاذب گردشگر
- کاربری اراضی
- فاصله از فضای سبز
- فاصله از مراکز ورزشی
- فاصله از مراکز آموزش عالی
- فاصله از مراکز صنعتی. (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱:۱۳)

۵- یافته ها

شهر رشت مرکز استان گیلان می باشد. در عرض جغرافیایی ۳۷ درجه و ۱۵ دقیقه قرار دارد. شهرستان رشت با تراکمی معادل ۴۱۴ نفر در هر کیلومتر مربع، بیشترین سهم جمعیت در بین شهرستان های این ناحیه را دارد. نمونه هتل انتخاب شده برای ارزیابی مکانی در این تحقیق هتل ۵ ستاره کادوس در شهر رشت است. این هتل در بلوار آزادی و خیابان منظریه شهر رشت واقع است. (علی‌زاده، ۱۳۸۸:۹) (شکل ۱) (نقشه ۱)



شکل ۱: موقعیت هتل کادوس، در سطح کشور، استان، شهر و منطقه (نگارندگان)



شکل ۱: هتل بزرگ کادوس رشت (<http://www.iran-booking.com/hotels/kadus-grand-hotel-rasht>)

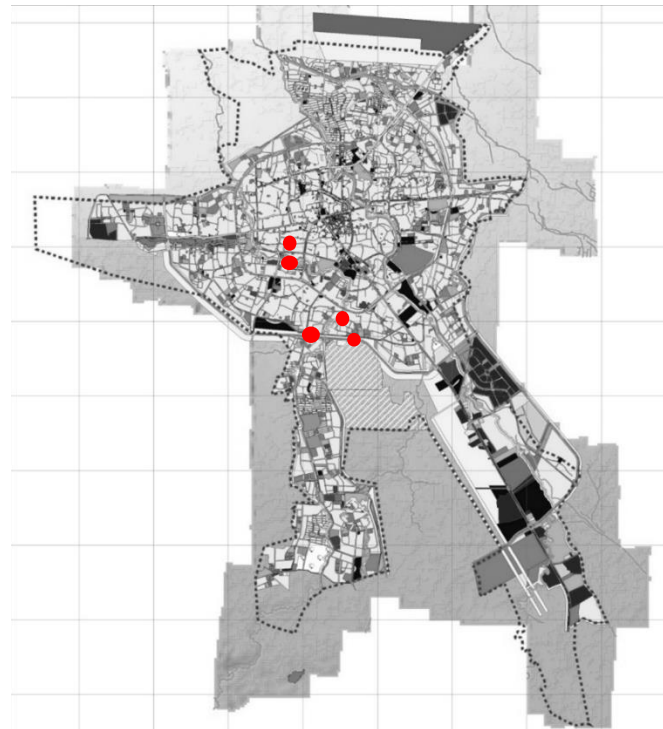
از ۸۹ واحد تاسیسات اقامتی در سطح استان گیلان ۳۶ واحد آن هتل است که ۴۰.۴ درصد کل واحدهای اقامتی استان را شامل می شود که بیشترین تعداد آن در شهر رشت ایجاد شده است. از ۳۶ واحد هتل، ۴ هتل یا ۱۲.۵ درصد چهار ستاره، ۱ هتل یا ۳.۱ سه ستاره، ۱۱ هتل یا ۳۴.۳ دو ستاره و ۲۰ هتل یا ۶۲.۵ درصد یک ستاره می باشد (<http://www.gchto.ir/main/pages/>)

جدول ۲: کیفیت و ظرفیت هتل‌های شهر رشت (همان)

نام تاسیسات	درجه	تعداد اتاق	تعداد تخت
۱. هتل کادوس	۴	۹۶	۲۲۵
۲. هتل اردیبهشت	۲	۳۲	۶۴
۳. هتل پردیس	۲	۵۲	۱۰۴
۴. هتل کیوان	۱	۲۵	۵۰
۵. هتل پامچال	۲	۲۵	۳۰

جدول ۱: تعداد هتل های استان گیلان (<http://www.gchto.ir/>)

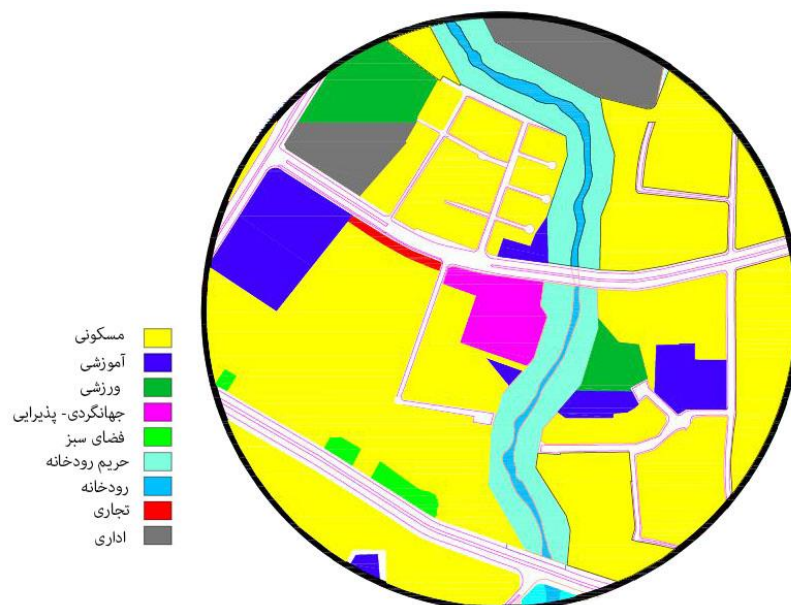
ردیف	نوع هتل با درجه	تخت	تعداد
۱	هتل ۴ ستاره	۷۹۷	۴
۲	هتل ۳ ستاره	۱۶۷	۱
۳	هتل ۲ ستاره	۷۰۱	۱۱
۴	هتل ۱ ستاره	۱۰۵۷	۲۰



شکل ۳: پراکندگی هتل‌های موجود شهر رشت (نگارندگان)

۵-۱- ارزیابی معیارهای مکانی برای هتل کادوس

بررسی این معیارها بر اساس کاربری‌هایی است که در شعاع ۵۰۰ متری از کاربری مورد نظر پژوهش یعنی هتل بزرگ کادوس رشت واقع شده‌اند. معیارهای ارزیابی شده برای کاربری مورد نظر شامل ماتریس سازگاری، مطلوبیت، ظرفیت و وابستگی است. در انتها به وسیله ماتریس ترکیبی به یک نتیجه‌گیری برای ارزیابی موقعیت هتل خواهیم رسید.



شکل ۴: کاربری‌های شعاع ۵۰۰ متری هتل کادوس رشت (نگارندگان)

الف) ماتریس سازگاری^۱

کاربری‌هایی که در یک منطقه استقرار می‌یابند نباید موجب مزاحمت و مانع اجرای فعالیت‌های دیگر گردند بر این اساس کاربری‌ها از نظر سازگاری ممکن است حالت‌های زیر را داشته باشند:

^۱Compatibility

جدول ۳: ماتریس سازگاری کاربری‌های پیرامون هتل کادوس (نگارندگان)

کاربری ها	کاملاً سازگار (۲)	نسبتاً سازگار (۱)	بی تفاوت (۰)	نسبتاً ناسازگار (-۱)	کاملاً ناسازگار (-۲)
مسکونی				-۱	
آموزشی				-۱	
تجاری		۱			
آموزش عالی		۱			
فضای سبز	۲				
ورزشی		۱			
اداری		۱			
شبکه معابر	۲				
مجموع	۴	۴	۰	-۲	۰

محاسبه ماتریس سازگاری

بنابراین با توجه به ماتریس سازگار، موقعیت هتل کادوس رشت نسبت به کاربری‌های اطراف آن در حالت نسبتاً سازگار می‌باشد. $X = \frac{6}{8} = 0.75$

تحلیل کاربری‌ها از لحاظ سازگاری

- کاربری مسکونی: این نوع کاربری دارای نیازهای مشابه با هتل‌ها نمی‌باشد. در نتیجه می‌تواند به عنوان همجواری نسبتاً نامناسب با فاصله از هتل‌ها قرار داشته باشد. هتل نباید درون مناطق مسکونی واقع شود، زیرا باید در سطح شهری و منطقه‌ی شهری به فعالیت بپردازد و حضور آن داخل یک محله‌ی شهری مشکلات عیده‌ای برای ساکنین و همچنین گردشگران ایجاد خواهد کرد. (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱: ۱۵)

- کاربری آموزشی: هتل‌ها در صورت قرارگیری در کنار واحدهای آموزشی پیامدهای نامطلوب تربیتی برای دانش‌آموزان در پی خواهند داشت و به تبع عملکرد خود باعث افزایش تردد وسایل نقلیه می‌شوند. که برای آن‌ها ناسازگاری ایجاد می‌کند. در نتیجه بهتر است این کاربری در حریم هتل‌ها قرار نگیرد. اما به علت قرارگیری هتل در مرکز فضای شهری و منطقه‌ای، در نتیجه به‌طور حتم این مراکز در شعاع عملکردی هتل واقع خواهند شد. زیرا نباید هتل در فضایی دور دست واقع شود. (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱: ۱۷)

- کاربری ورزشی: مراکز ورزشی از طرفی به دلیل شلوغی این اماکن به فاصله ۰-۳۰۰ کم‌ترین امتیاز داده شده و از طرف دیگر به دلیل این که مراکز ورزشی جاذب گردشگران بسیاری هستند، هتل‌ها باید دارای یک فاصله استاندارد از این اماکن باشند تا بتوانند پاسخگوی نیازهای گردشگران ورزشی باشند. (همان، ۱۶)

- کاربری اداری: کاربری اداری به علت میزان مراجعات روزانه و ترافیک مربوط به خود نباید در مجاورت هتل‌ها واقع شود و حداقل فاصله استاندارد باید در مکانیابی هتل با آن‌ها رعایت شود. اما به علت نیاز ادارات به هتل‌ها در مواقع ضرورت باید فاصله مناسبی از هتل در صورت احتیاج داشته باشند. (همان، ۱۷) در نتیجه این دو کاربری باهم نسبتاً سازگار هستند.

- کاربری آموزش عالی: این کاربری در زمره‌ی کاربری آموزشی قرار دارد، اما به علت فعالیت در سطح منطقه و کشوری، و مراجعه کاربران از سطح کشور به علت جلسات و همایش‌ها و ...، نیاز به استفاده از کاربری هتل دارد. در نتیجه باید یک حریمی بنا بر استانداردهای موجود بین این دو کاربری وجود داشته باشد. در نتیجه این دو کاربری باهم نسبتاً سازگار هستند. (همان)

- کاربری تجاری: کاربری‌های تجاری نیز در صورت تمرکز در کنار هتل‌ها، به تبع عملکرد خود باعث افزایش تردد وسایل نقلیه و ترافیک می‌شوند. اما در رده‌ی مراکز جاذب گردشگر قرار می‌گیرند و یکی از اهداف میهمانان هتل در دوران اقامت آنها محسوب می‌شوند. در نتیجه این مراکز نباید در مجاورت هتل‌ها قرار گیرند و همچنین نباید به میزان زیادی از آن‌ها دور باشند. این دو کاربری نسبت به هم تقریباً سازگار هستند. (همان، ۱۵)

- شبکه معابر (خیابان اصلی): عمده‌ترین آلودگی صوتی در شهرها ناشی از سر و صدای اتومبیل‌ها و موتور سیکلت‌ها در خیابان‌های اصلی و میادین و آلودگی صوتی ایجاد شده توسط دیگر کاربری‌های مزاحم می‌باشد. هر چند سر و صدای اتومبیل‌ها در کل شهر ایجاد آلودگی می‌کند ولی به علت نیاز هتل‌ها به قرارگیری در نزدیکی شریان اصلی شهری، این دسته از کاربری‌ها کاملاً با شبکه معابر اصلی شهری سازگاری دارند. (همان)

- فضای سبز: قرارگیری فضای سبز در مجاورت هتل از امتیازات آن به حساب می‌آید. در نتیجه کاملاً با کاربری هتل سازگاری دارد. فضای سبز باعث ایجاد دید و منظرهای مناسب اتاق‌های هتل می‌شود و بر ارزش هتل تاثیر بسزایی می‌گذارد. (همان)

ب) ماتریس مطلوبیت^۱

در این ماتریس سازگاری بین کاربری و محل استقرار آن ارزیابی می‌شود و بر این اساس می‌توان گفت که هر کاربری طبق ویژگی‌های خاص آن برای محلی خاص مناسب است و هر محلی نیز کاربری خاص خود را می‌طلبد. برای تهیه ماتریس باید خصوصیات و نیازهای هر کاربری با ویژگی‌های محل استقرار تطبیق داده شود. خصوصیات محل استقرار ممکن است این عوامل باشد: اندازه و ابعاد زمین، موقعیت، شیب، خصوصیات فیزیکی (جنس خاک، توپوگرافی و...)، دسترسی، تاسیسات و تجهیزات صدا، هوا، بو. (پورمحمدی، ۱۳۸۲: ۱۱۵)

^۱ Desirability

جدول ۴: ماتریس مطلوبیت (نگارندگان)

کاربری	کاملاً مطلوب (۲)	نسبتاً مطلوب (۱)	نسبتاً نامطلوب (۱)	کاملاً نامطلوب (۲-)
اندازه و ابعاد زمین			-۱	
موقعیت زمین		۱		
توپوگرافی و شیب زمین (۳ تا ۵ درصد)		۱		
دسترسی		۱		
تاسیسات و تجهیزات	۲			
حریم قانونی رودخانه	۲			
شیب زمین	۲			
جنس خاک		۱		
فاصله از گسل		۱		
مجموع	۶	۵	-۱	۰

محاسبه ماتریس مطلوبیت

بنابراین با توجه به ماتریس مطلوبیت، موقعیت زمین هتل کادوس رشت نسبت به کاربری هتل در حالت نسبتاً مطلوب می‌باشد. $X = \frac{10}{9} = 1.11$

تحلیل کاربری‌ها از لحاظ سازگاری

اندازه‌ی مکان: وسعت زمین مورد نیاز یکی دیگر از عوامل موثر در مکان‌یابی مراکز تجاری است. (همان، ۱۰۰) با توجه به جمعیت شهر رشت و تعداد مورد نیاز هتل در این شهر و بنا بر استانداردهای موجود، به‌طور میانگین برای هر هتل در سطح شهر ۱۵۰۰۰ تا ۴۰۰۰۰ مترمربع زیربنا باید در نظر گرفته شود. (همان، ۵۳) با توجه به زیربنای ۲۰۰۰۰ مترمربع هتل کادوس رشت، این هتل از لحاظ اندازه‌ی مکان در سطح نسبتاً نامطلوب قرار دارد.

موقعیت زمین: علاوه بر وسعت، شرایط فیزیکی زمین‌ها، بویژه از نظر ایمنی در مقابل حوادث طبیعی در استقرار مراکز تجاری موثر است. (همان، ۱۰۰) برای حفظ و حراست هتل‌ها و کاربران آن در مقابل حوادثی از قبیل سیل، زلزله، رانش و لغزش زمین و جلوگیری از ریزش‌های شیب‌های سست و ناپایدار لازم است نسبت به استقرار فضاهای تجاری در مکانی مطلوب و ایمن اقدام ضروری انجام شود. سیل که نتیجه بروز بارندگی‌های متوالی، طغیان رودخانه‌ها و جاری شدن آب در دشت‌ها و مناطق مسطح شده می‌باشد، می‌تواند خسارات فراوانی به مناطق شهری وارد نماید و در نتیجه فضاهای تجاری را با خطر تخریب و امنیت کاربران را با مشکل مواجه نماید. (روتز، ۳۰۸: ۱۳۷۵)

شهر رشت به لحاظ موقعیت قرارگیری در جلگه و شیب کم زمین، در برخی فصول سال دچار آب‌گرفتگی معابر می‌شود، اما از خطر سیل محفوظ است. اما این شهر بطور کلی از مناطق زلزله‌خیز ایران به حساب می‌آید (میرزایی؛ سیاهکلی؛ رضاپور، ۵: ۱۳۸۳) در نتیجه زلزله تنها خطر جدی است که این شهر را تحت تاثیر قرار می‌دهد و زمین را برای کاربری نسبتاً نامطلوب می‌کند خطر زلزله است. اما از منظر کلی زمین مورد نظر برای کاربری هتل نسبتاً مطلوب است. هتل کادوس در کنار رودخانه‌ای واقع شده است، اما بر اساس نقشه طرح تفصیلی شهر رشت، زمین این هتل در خارج از حریم رودخانه واقع است. در نتیجه، از این لحاظ موقعیت زمین کاملاً مطلوب است. جنس خاک در این محدوده شن با کمی رس است که تراکم و سختی متوسط دارد (مشاور فجر توسعه، ۱۲۵: ۱۳۹۲).

شعاع دسترسی: یکی از عوامل بسیار مهم در استقرار مراکز تجاری دسترسی است و چون مراکز محله‌ها، مناطق و شهرها بالاترین سطح دسترسی را دارند به همین دلیل مراکز تجاری را در مرکز این هسته‌ها مکانیابی می‌کنند. (پورمحمدی، ۹۹: ۱۳۸۲) هتل‌ها که در سلسله مراتب کاربری‌های تجاری جزء بخش مرکزی تجارت هستند، در سطح کشوری، حوزه شهر، شهر و کار می‌کنند. در نتیجه باید در مراکز آن‌ها قرار بگیرند. در شهر رشت هتل‌ها باید در حوزه‌ی مرکزی آن قرار داشته باشند.

تاسیسات و تجهیزات: دسترسی به تاسیساتی مانند آب، برق و سیستم دفع فاضلاب در این کاربری نیز مانند سایر کاربری‌ها، بویژه در محلات جدید الاحداث، تاثیر می‌گذارد. (همان، ۱۰۰) از آنجا که این هتل در داخل محدوده شهری قرار دارد، دارای تمام تاسیسات زیربنایی اعم از گاز، برق، آب، سیستم دفع فاضلاب و ... است. در نتیجه از این لحاظ کاملاً مطلوب است.

توپوگرافی و شیب زمین: زمین مورد نظر برای قرارگیری هتل‌ها، بهتر است دارای شیب به سمت منظر مناسب یا راه اصلی برای ایجاد دید مناسب به سایت و از سایت باشد. (روتز، ۳۰۷: ۱۳۷۵) شیب زمین در تمام سطح رشت صفر تا سه درصد است. صفر تا ۵ درصد بهترین شیب برای ساخت و ساز است. (سازمان نقشه برداری، ۱۱۲: ۱۳۹۲)

ج) ماتریس ظرفیت^۱

هر کاربری شهری مقیاسی دارد، همچنان که ساختار یک شهر از نظر کالبدی سطوح مختلفی دارد و چنانکه دو مقیاس مذکور با یکدیگر منطبق باشد هر کاربری عملکرد مناسبی خواهد داشت و هر سطحی از ساختار شهری نیز به نحو موثری از خدمات و فعالیت بهره‌مند خواهد شد و اگر منطبق نباشد مشکلات عدیده‌ای را برای هر دو پدیده به وجود خواهد آورد. (پورمحمدی، ۱۱۵: ۱۳۹۲)

فعالیت تجاری را میتوان چنین تقسیم کرد: بخش مرکزی تجارت (هتل‌ها، بازارها، فروشگاه‌ها، دفاتر کار، باشگاه‌ها، بانک‌ها، سینماها، موزه‌ها و...)، مراکز خرید منطقه‌ای (شرکت‌های تجاری، موسسات خدماتی، نهادهای اداری و فرهنگی و...)، مراکز خرید ناحیه‌ای (مراکز فروش کالا و خدمات ماهانه و نسبتاً تخصصی)، مراکز

^۱Capacity

خرید محله‌ای (مراکز خرده‌فروشی، فروشگاه‌های کوچک و...) از طرف دیگر هر سطح از ساختار فضایی شهری نیز تنها ظرفیت پذیرش سطح مناسبی از فعالیتها را دارد، بنابراین ساختار فضایی نیز میتواند چنین تقسیم شود: واحد همسایگی، زیر محله، محله، بخشی از شهر، شهر، منطقه و کشور. (همان: ۱۱۶) حال اگر بین دو مقیاس مذکور تناسبی وجود داشته باشد، یعنی برای مثال مقیاس هتل به شهر، موسسات خدماتی به بخشی از شهر، مراکز فروش نسبتاً تخصصی به محله، خرده فروشی به زیر محله و همسایگی تعلق یابد تناسب مطلوب حاصل میشود و فعالیتها بر اساس ظرفیت در نظر گرفته میشود و گرنه هر دو محل هم خواهند بود. در ماتریس ظرفیت زیر عدم تناسب کامل با واحد ۲-، نسبتاً نامناسب با واحد ۱-، بی تفاوت با عدد ۰، نسبتاً مناسب با واحد ۱، تناسب کامل با واحد ۲ نشان داده شده است.

جدول ۵: ماتریس ظرفیت هتل کادوس رشت (نگارندگان)

مقیاس / فعالیت	واحد همسایگی	زیر محله	محله	بخشی از شهر	شهر	منطقه	کشور	مجموع
استاندارد هتل	۰	۰	۰	۱	۲	۲	۱	۶
هتل کادوس	۰	۰	۰	۱	۲	۲	۱	۶

محاسبه ماتریس ظرفیت

بنابراین با توجه به ماتریس ظرفیت، موقعیت زمین هتل کادوس رشت نسبت به کاربری هتل در حالت کاملاً مناسب می‌باشد. $X = \frac{6}{6} = 1$

د) ماتریس وابستگی^۱

گاهی اوقات فعالیت یک کاربری، وابسته به فعالیت یا فعالیت‌های دیگر کاربری‌هاست، بنابراین در این ماتریس میزان وابستگی کاربری‌ها به کاربری مورد نظر و لزوم همجواری آنها بررسی می‌شود. کاربری هتل برای ارائه خدمات بهینه به فعالیت کاربری‌های مکمل فضای سبز عمومی، شبکه‌ی معابر (معابر اصلی شهری)، مراکز جذب گردشگر، تجاری، ورزشی، مراکز آموزش عالی، اداری وابسته هستند.
 -در کاربری هتل برای ارائه خدمات بهینه باید از همجواری با کاربری‌های مسکونی، آموزشی، هتل، آلاینده‌های هوا (صنایع، ترمینال‌ها، پارکینگ‌ها و...)، آلاینده‌های صوتی (بزرگراه‌ها، فرودگاه‌ها، راه آهن، مراکز تجاری پررفت و آمد و...)، آلاینده‌های محیطی (فاضلابها، کشتارگاه‌ها، دامداریها، گورستان‌ها، بیمارستان‌ها و...)، اجتناب و فاصله‌ی لازم را برای کاهش تأثیرات آن رعایت کنند.

جدول ۶: ماتریس وابستگی برای هتل کادوس رشت (نگارندگان)

کاربری ها	کاملاً وابسته (۲)	نسبتاً وابسته (۱)	بی تفاوت (۰)	نسبتاً غیروابسته (-۱)	کاملاً غیروابسته (-۲)
مسکونی					-۲
آموزشی					-۲
تجاری	۲				
آموزش عالی		۱			
فضای سبز	۲				
ورزشی		۱			
اداری		۱			
شبکه معابر	۲				
مجموع	۶	۳	۰	۰	-۴

محاسبه ماتریس وابستگی

بنابراین با توجه به ماتریس وابستگی، وابستگی هتل نسبت به کاربری‌های اطرافش به حالت نسبتاً وابسته میباشد. $X = \frac{5}{8} = 0.625$

ه) ماتریس ترکیب کاربری

در این ماتریس به ارزیابی کلی مکان قرارگیری هتل کادوس رشت پرداخته می‌شود. بنابر ماتریس زیر هتل نسبت به چهار ماتریس بررسی شده به حالت نسبتاً وابسته می‌باشد:

$$X = \frac{5}{8} = 0.625$$

جدول ۷: ماتریس ترکیب کاربری (نگارندگان)

هتل کادوس رشت	ارزیابی
	کاملاً سازگار
•	نسبتاً سازگار
	بی تفاوت
	نسبتاً ناسازگار

¹ Dependency

کاملاً ناسازگار	
کاملاً مطلوب	
نسبتاً مطلوب	•
بی تفاوت	
نسبتاً نامطلوب	
کاملاً نامطلوب	
کاملاً مناسب	•
نسبتاً مناسب	
بی تفاوت	
نسبتاً نامناسب	
کاملاً نامناسب	
کاملاً وابسته	
نسبتاً وابسته	•
بی تفاوت	
نسبتاً غیروابسته	
کاملاً غیروابسته	

۵-۲- مکان یابی هتل های جدید

با توجه به مطالب ذکر شده بر اساس هدف پژوهش که مکان یابی و توزیع فضایی هتل های شهر رشت می باشد، لازم گردید که این هتل ها با توجه به یک سری پارامترها و شاخص ها مورد بررسی قرار گیرند. در این پژوهش برای مکان یابی هتل های شهر رشت از لایه های اطلاعاتی فاصله از شبکه ارتباطی، فاصله از مراکز جاذب گردشگر، کاربری اراضی، فاصله از فضای سبز، فاصله از مراکز ورزشی، فاصله از مراکز آموزش عالی و فاصله از مراکز صنعتی استفاده شده است. (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱:۱۴)

جدول ۸: ماتریسهای ایجاد شده برای معیارهای مکانیابی هتل (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱:۱۴)

وزن نهایی	آموزش عالی	ورزشی	کاربری اراضی	مراکز صنعتی	مراکز جاذب گردشگر	هتل	شبکه ارتباطی	فضای سبز	لایه های اطلاعاتی
۰.۱۳۵	۲	۱	۱	۳.۵	۲	۲	۱.۵	۱	فضای سبز
۰.۱۵۹	۲	۱.۵	۱	۳	۱.۵	۲	۱	۱.۵	شبکه ارتباطی
۰.۰۸۸	۱	۲	۱	۲.۵	۲.۵	۱	۰.۵	۰.۵	هتل
۰.۲۴۴	۳	۲.۵	۲	۵	۱	۲.۵	۱.۵	۲	مراکز جاذب گردشگر
۰.۰۴۲	۲	۲.۵	۳.۵	۱	۲	۰.۴	۰.۳۳	۰.۲۸	مراکز صنعتی
۰.۱۴۲	۲.۵	۱.۵	۱	۳.۵	۰.۵	۱	۱	۱	کاربری اراضی
۰.۱۱۶	۱.۵	۱	۰.۶۶	۲.۵	۰.۴	۲	۰.۶۶	۱	ورزشی
۰.۰۷۵	۱	۰.۶۶	۰.۴	۲	۰.۳۳	۱	۰.۵	۰.۵	آموزش عالی
۱	۱۵	۱۲.۶۶	۱۰.۵۶	۲۳	۱۰.۲۳	۱۱.۹	۶.۹۹	۷.۷۸	وزن نهایی

ارزش گذاری لایه های اطلاعاتی

در این تحقیق برای ارزش گذاری لایه های اطلاعاتی از مدل AHP استفاده شده در این روش وزن دهی به معیارها در نرم افزار Choise Expert صورت گرفته است می گیرد. روش کار بدین گونه است:

الف: ایجاد ماتریس مقایسه دوتایی: این روش یک مقیاس اساسی را با مقادیر از ۱ تا ۹ برای تعیین میزان اولویت های نسبی دو معیار به کار می گیرد.

ب: محاسبه وزن معیارها: این مرحله شامل عملیات زیر است: الف- جمع نمودن مقادیر هر ستون ماتریس مقایسه دوتایی، ب، تقسیم نمودن هر مؤلفه ماتریس بر مجموعه ستونش (ماتریس حاصل ماتریس مقایسه دوتایی نرمال شده نام دارد)، ج- محاسبه میانگین مؤلفه ها در هر ردیف از ماتریس نرمال شده، یعنی تقسیم کردن مجموع امتیازات نرمال شده بر هر ردیف بر تعداد معیارها. این میانگین تخمینی از وزن نسبی معیارهای مقایسه شونده را ایجاد می کند.

ج: تخمین نسبت توافق: در این مرحله اگر مقایسه های انجام شده سازگار باشد تعیین خواهد شد. این مرحله شامل عملیات ذیل است: الف - تعیین بردار مجموع وزنی به وسیله ضرب کردن وزن اولین معیار در اولین ستون ماتریس مقایسه دوتایی اصلی، سپس ضرب نمودن دومین معیار، در دومین ستون، و این کار را برای تمام معیارها انجام می دهیم، سرانجام جمع نمودن این مقادیر در سطرها و تعیین بردار توافق به وسیله تقسیم بردار مجموع وزنی بر وزن معیارها که پیش تر تعیین گردید. اکنون که بردار توافق محاسبه شده است نیاز به محاسبه مقادیر دو عبارت دیگر داریم، لاندا (λ) و شاخص توافق (CJ). مقدار لاندا (λ) که برابر با میانگین مقادیر بردار توافق است. محاسبه (CJ) بر مبنای این واقعیت است که (λ) همیشه بزرگتر یا مساوی تعداد معیارهای تحت بررسی (n) است و $\lambda = n$ در صورتی است که ماتریس مقایسه دوتایی یک ماتریس سازگار باشد. بنابراین $\lambda = n$ می تواند اندکی از میزان سازگاری یا توافق در نظر گرفته شود که به صورت زیر محاسبه می گردد.

$$CJ = \frac{\lambda - n}{n - 1}$$

فرمول شماره (۱):

عبارت (CJ) که از آن به عنوان شاخص توافق یاد می‌شود، ملاکی برای انحراف از توافق تلقی می‌شود. همچنین می‌توان نسبت توافق (RC) را به طریق ذیل محاسبه کرد.

$$RC = \frac{CJ}{RJ}$$

فرمول شماره (۲):

که در آن RJ شاخص تصادفی است، شاخص تصادفی یک ماتریس مقایسه دوتایی که به صورت توافقی ایجاد شده است. می‌توان نشان داد که RJ بستگی به تعداد مولفه‌های مورد مقایسه دارد (محمودزاده، ۱۳۸۹:۹۴). جدول ۳ لایه‌های مراحل وزن دهی به لایه‌های اطلاعاتی را در مدل AHP برای مکانیابی هتل را نشان می‌دهد. همانگونه که از جدول شماره ۳ پیداست به لایه فاصله از شبکه ارتباطی و لایه فضای سبز با افزایش فاصله امتیاز کم تر و با کاهش فاصله امتیاز بیش تری داده شده است برای لایه فاصله از مراکز جاذب گردشگر به فاصله ۰-۲۰۰ کم ترین امتیاز و مکان هایی که در فاصله ۲۰۰-۴۰۰ قرار گرفته اند بیشترین امتیاز داده شده است و به مکان های بی که در فاصله بیش از ۴۰۰ متر قرار گرفته اند به تناسب افزایش فاصله امتیاز کم تری داده شده است. همچنین برای لایه فاصله از مراکز ورزشی از طرفی به دلیل شلوغی این اماکن به فاصله ۰-۳۰۰ کم ترین امتیاز داده شده است و از طرف دیگر به دلیل این که مراکز ورزشی جاذب گردشگران بسیاری هستند، هتل ها باید دارای یک فاصله استاندارد از این اماکن باشند تا بتوانند پاسخگوی نیازهای گردشگران ورزشی باشند. از این رو به فاصله ۳۰۰-۶۰۰ بیشترین امتیاز داده شده است و به مکان‌هایی که در فاصله بیش از ۶۰۰ متر قرار گرفته‌اند به تناسب افزایش فاصله امتیاز کم تری داده شده است. برای لایه فاصله از مراکز آموزش عالی به دلیل ازدحام و شلوغی در بیش تر ایام سال در این گونه مراکز به فاصله ۰-۳۰۰ کم ترین امتیاز و به خاطر این که مراکز آموزش عالی با برگزاری همایش‌های ملی و بین‌المللی و همچنین سمینارهای علمی می‌توانند گردشگران ویژه خود را جذب کنند.

باید یک استاندارد در مکان یابی هتل ها در ارتباط با این گونه مراکز رعایت شود تا پاسخگوی نیاز گردشگران باشد از این رو به فاصله ۳۰۰-۶۰۰ بیشترین امتیاز داده شده است و به مکان های بی که در فاصله بیش از ۶۰۰ متر قرار گرفته اند به تناسب افزایش فاصله امتیاز کم تری داده شده است. برای لایه های فاصله از هتل های موجود و مراکز صنعتی با افزایش فاصله امتیاز بیش تر و با کاهش فاصله امتیاز کم تر ی تعلق گرفته است همچنین برای لایه کاربری اراضی بر اساس ارزش اقتصادی و میزان تناسب اراضی برای ایجاد هتل امتیاز در نظر گرفته شده است. به عنوان مثال به کاربری بایر بر اساس ارزش اقتصادی کم تر امتیاز بالاتر و به کاربری تجاری بر اساس ارزش اقتصادی بالاتر امتیاز کم تری داده شده است.

جدول ۹: مراحل وزن دهی به معیارها در مدل AHP برای مکان یابی هتل (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱:۱۶)

معیار	وزن	زیرمعیار	وزن اولیه	وزن نرمال	نسبت توافق	معیار	وزن	زیرمعیار	وزن اولیه	وزن نرمال	نسبت توافق
شبکه ارتباطی اصلی	۰.۱۵۹	۰-۱۰۰	۰.۳۹۶	۰.۰۶۲	۰.۰۰۰	هتل های موجود	۰.۰۸۸	۰-۲۰۰	۰.۰۶۵	۰.۰۰۵	۰.۰۰۰
		۱۰۰-۲۰۰	۰.۲۲۷	۰.۰۳۶				۲۰۰-۴۰۰	۰.۱۱۶	۰.۰۱۰	
		۲۰۰-۳۰۰	۰.۱۶۷	۰.۰۲۶				۴۰۰-۶۰۰	۰.۱۸۳	۰.۰۱۶	
		۳۰۰-۴۰۰	۰.۱۲۲	۰.۰۱۹				۶۰۰-۸۰۰	۰.۲۹۱	۰.۰۲۵	
		-۴۰۰	۰.۰۸۸	۰.۰۱۳				-۸۰۰	۰.۳۴۵	۰.۰۳۰	
		۱۳۲۲				۴۳۳۰					

جدول ۱۰: مراحل وزن دهی به معیارها در مدل AHP برای مکان یابی هتل (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱:۱۷)

معیار	وزن	زیرمعیار	وزن اولیه	وزن نرمال	نسبت توافق	معیار	وزن	زیرمعیار	وزن اولیه	وزن نرمال	نسبت توافق
فضای سبز	۰.۱۳۵	۰-۲۰۰	۰.۴۶۲	۰.۰۶۲	۰.۰۰۲	مراکز جاذب گردشگر	۰.۲۴۴	۰-۲۰۰	۰.۱۲۴	۰.۰۳۰	۰.۰۰۰
		۲۰۰-۴۰۰	۰.۲۴۳	۰.۰۳۲				۲۰۰-۴۰۰	۰.۳۳۳	۰.۰۸۱	
		۴۰۰-۶۰۰	۰.۱۳۵	۰.۰۱۸				۴۰۰-۶۰۰	۰.۲۴۴	۰.۰۵۹	
		۶۰۰-۸۰۰	۰.۱۰۲	۰.۰۱۳				۶۰۰-۸۰۰	۰.۱۷۵	۰.۰۴۲	
		۸۰۰-	۰.۰۵۷	۰.۰۰۷				۸۰۰-	۰.۱۲۴	۰.۰۳۰	
		۱۹۰۸				۲۰۷۸					

جدول ۱۱: مراحل وزن دهی به معیارها در مدل AHP برای مکان یابی هتل (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱:۱۷)

معیار	وزن	زیرمعیار	وزن اولیه	وزن نرمال	نسبت توافق	معیار	وزن	زیرمعیار	وزن اولیه	وزن نرمال	نسبت توافق
مراکز آموزش عالی	۰.۰۷۵	۰-۳۰۰	۰.۴۲۸	۰.۰۳۲	۰.۰۰۱	مراکز جاذب گردشگر	۰.۲۴۴	۰-۳۰۰	۰.۱۱۱	۰.۰۱۲	۰.۰۰۱
		۳۰۰-۶۰۰	۰.۲۳۸	۰.۰۱۷				۳۰۰-۶۰۰	۰.۴۰۶	۰.۰۴۷	
		۶۰۰-۹۰۰	۰.۱۵۷	۰.۰۱۱				۶۰۰-۹۰۰	۰.۲۴۱	۰.۰۲۷	
		۹۰۰-	۰.۱۱۰	۰.۰۰۸				۹۰۰-	۰.۱۳۷	۰.۰۱۵	
		۱۲۰۰				۱۲۰۰					

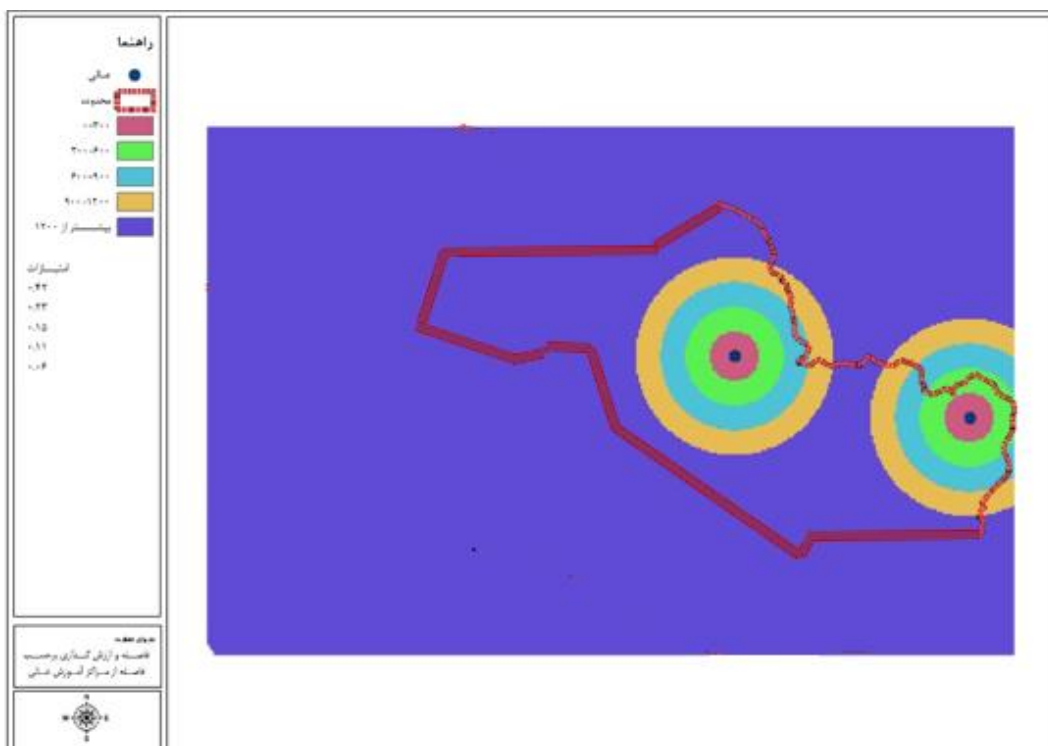
		۰.۰۶۷	۰.۰۰۵			۰.۱۰۵	۰.۰۱۲	
	۱۲۰۰-	۴۰۱۱				۱۲۰۰-	۲۳۴۲	

جدول ۱۲: مراحل وزن دهی به معیارها در مدل AHP برای مکان یابی هتل (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱:۱۸)

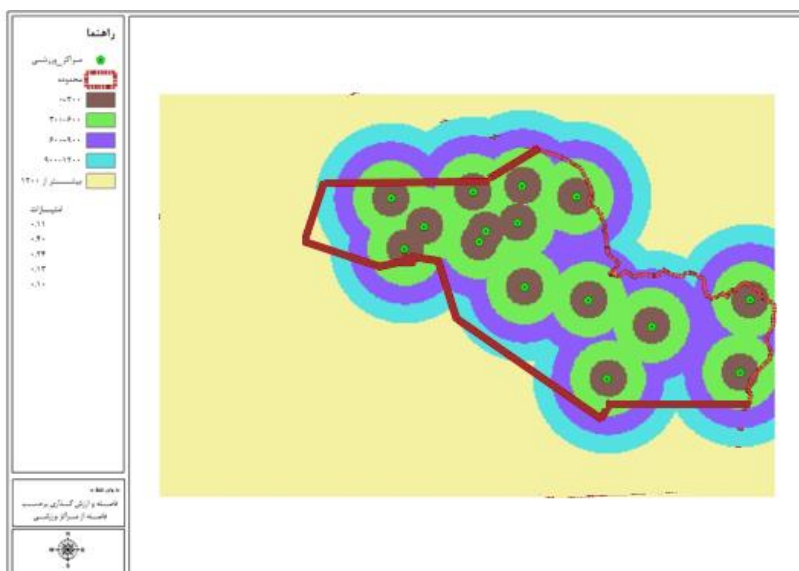
معیار	وزن	زیرمعیار	وزن اولیه	وزن نرمال	نسبت توافق
مراکز صنعتی	۰.۰۴۲	۰-۵۰۰	۰.۰۶۵	۰.۰۰۲	۰.۰۱
		۵۰۰-۱۰۰۰	۰.۱۲۴	۰.۰۰۵	
		۱۰۰۰-۱۵۰۰	۰.۱۶۵	۰.۰۰۷	
		۱۵۰۰-۲۰۰۰	۰.۲۷۰	۰.۰۱۱	
		۲۰۰۰-۵۹۴۵	۰.۳۷۶	۰.۰۱۵	

جدول ۱۳: مراحل وزن دهی به معیارها در مدل AHP برای مکان یابی هتل (وارثی، رضایی، ۱۳۹۱:۱۷)

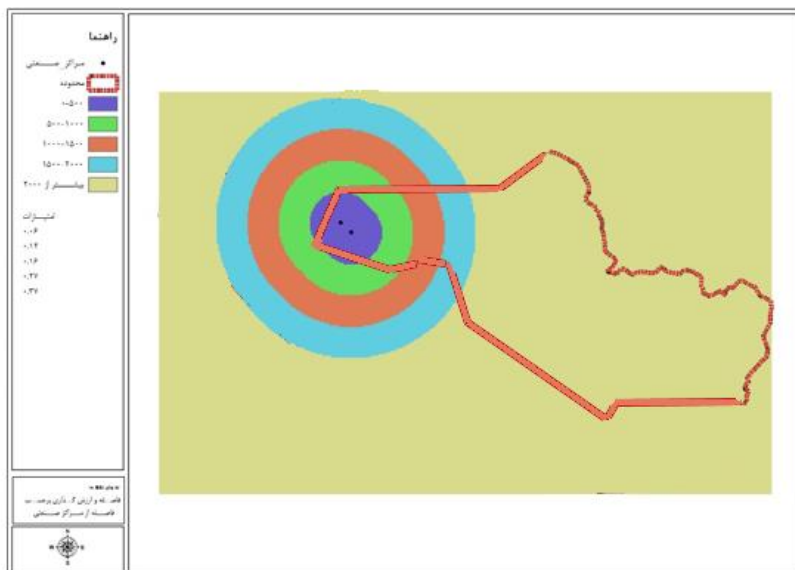
معیار	وزن	زیرمعیار	وزن اولیه	وزن نرمال	نسبت توافق
کاربری اراضی	۰.۱۴۲	باغ، فضای سبز	۰.۳۰۲	۰.۰۴۲	۰.۰۰
		صنعتی، پارکینگ	۰.۲۳۴	۰.۰۳۳	
		اداری، ورزشی	۰.۱۶۱	۰.۰۲۲	
		بهداشتی، درمانی	۰.۱۱۴	۰.۰۱۶	
		دانشگاه، آموزشی، هتل	۰.۱	۰.۰۱۴	
		مسکونی، تجاری	۰.۰۵۸	۰.۰۰۸	
		مذهبی، تاریخی	۰.۰۳۱	۰.۰۰۴	



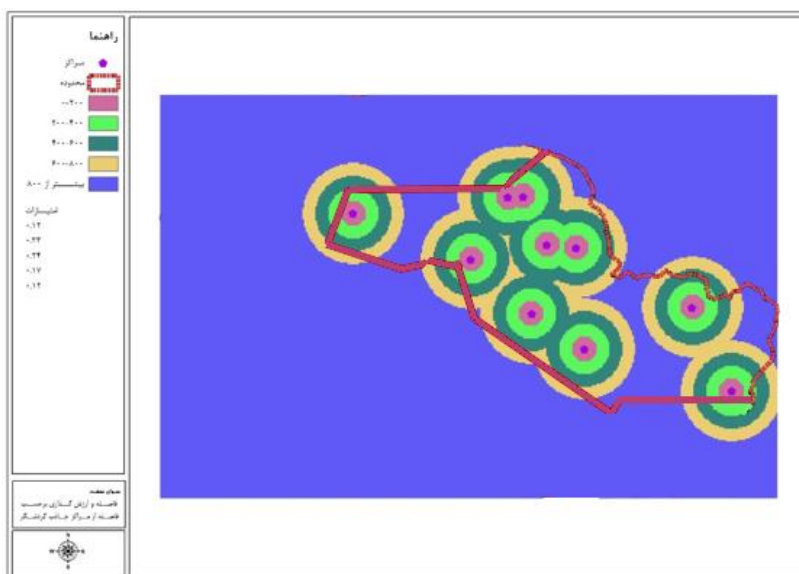
شکل ۵: ارزشیابی بر حسب فاصله از مراکز عالی (نگارندگان)



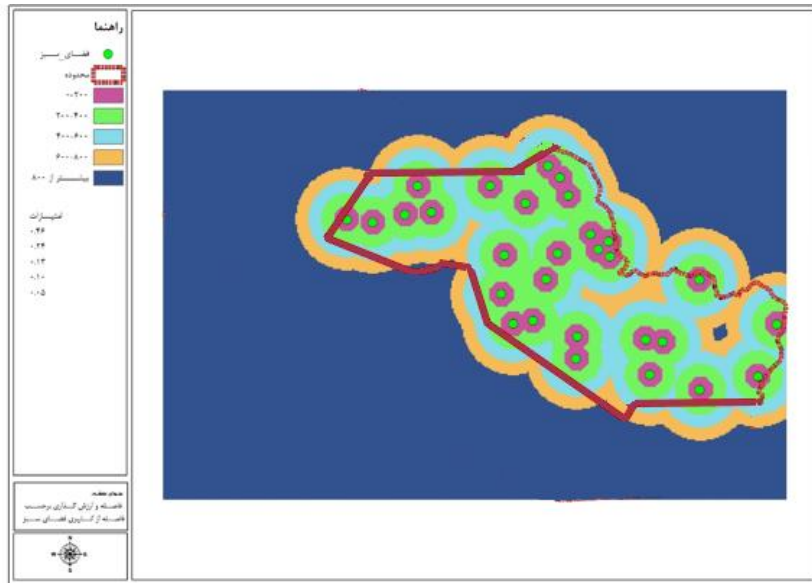
شکل ۶. ارزشیابی و فاصله بر حسب فاصله از مراکز ورزشی (نگارندگان)



شکل ۷: فاصله و ارزشیابی بر حسب فاصله از مراکز صنعتی (نگارندگان)



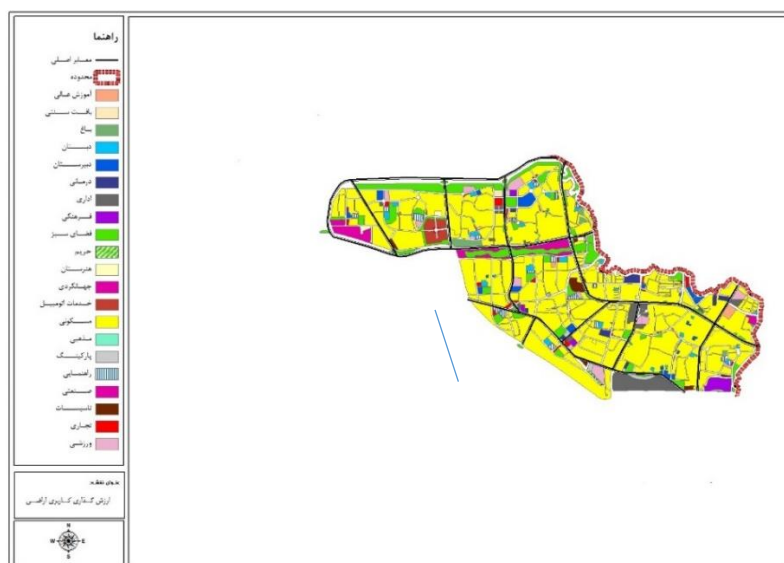
شکل ۸: فاصله و ارزشیابی بر حسب فاصله از مراکز جذب گردشگر (نگارندگان)



شکل ۹: فاصله و ارزش گذاری بر حسب فاصله از کاربری فضای سبز (نگارندگان)



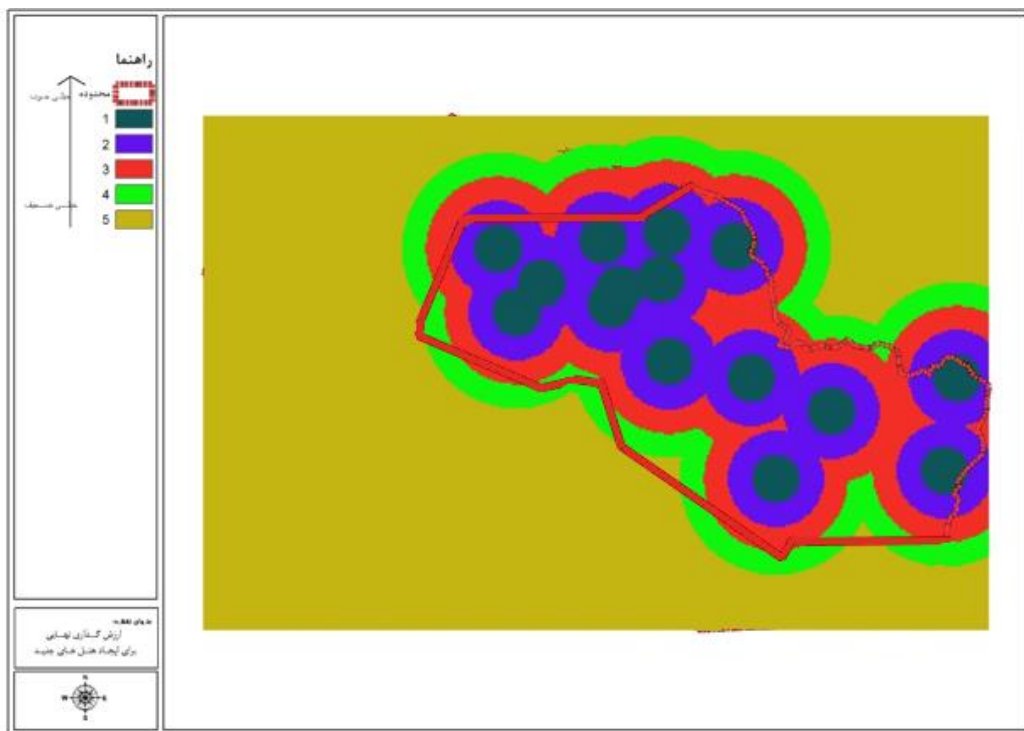
شکل ۱۰: فاصله و ارزش گذاری بر حسب فاصله از هتل های موجود (نگارندگان)



شکل ۱۱: ارزش گذاری کاربری اراضی (نگارندگان)

۶- تحلیل یافته ها

رشد و توسعه شهر رشت، افزایش گردشگران داخلی و لزوم سرمایه گذاری و برنامه ریزی برای جذب گردشگران خارجی نشان می دهد سرمایه گذاری در زمینه مراکز اقامتی به عنوان اساسی ترین زیرساخت صنعت گردشگری ضروری است. لذا در ابتدا بررسی و ارزیابی مکان هتل های موجود شهر رشت به منظور تاکید بر روی عدم مکان یابی کاملاً مناسب آن ها ضروری به نظر می رسد. در این راستا در این پژوهش به ارزیابی معیارهای مکانی بهترین هتل شهر رشت یعنی هتل بزرگ کادوس پرداخته و در انتها این نتایج حاصل شد که این هتل کاربری های پیرامون خود نسبتاً سازگار و وابسته، نسبت به زمین ساخته شده در آن نسبتاً مطلوب و محل قرارگیری آن نسبت به لایه های شهری کاملاً مناسب است، و در مجموع این کاربری نسبت به معیارهای بررسی شده در حالت نسبتاً مناسب قرار دارد. به منظور مکانیابی هتل ها در شهر رشت تلفیق لایه ها و تهیه نقشه نهایی معمولاً با توجه به نیاز پروژه تهیه می شود و معمولاً به چند صورت مختلف می باشد. اگر هدف از مکانیابی فقط تعیین مکانهای مناسب با درجه بالا باشد، این نقشه ها در قالب نقشه های تک منظوره و فقط با قابلیت نمایش مناطق مناسب تهیه می شوند. در این گونه نقشه ها هیچگونه رتبه بندی بین پارامترها صورت نمی گیرد. صورت دیگر نقشه های نهایی، علاوه بر تعیین مکانهای مناسب، مکان ها با مناسبت کم تا نامناسب که بستگی به نیاز پروژه بوده تهیه می شود. این نوع نقشه ها معمولاً پهنه ها را به رنگ، نماد و غیره نشان می دهند (عظیمی حسینی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۳). در این تحقیق جهت ترکیب لایه ها با یکدیگر از مدل همپوشانی شاخص ها استفاده شده است. در این مرحله متناسب با رتبه کسب شده، وزن دهی به دسته های هر لایه صورت گرفته و با ستونهای امتیازات مربوط به هر یک از لایه های اطلاعاتی ایجاد شده با یکدیگر جمع شده است. که نتایج آن در نقشه شماره زیر نشان داده شده است:



شکل ۱۲: ارزش گذاری نهایی زمین های شهری منطقه چهار رشت برای ایجاد هتل (نگارندگان)

۷- نتیجه گیری

رشد و توسعه شهر رشت، افزایش گردشگران داخلی و لزوم سرمایه گذاری و برنامه ریزی برای جذب گردشگران خارجی نشان می دهد سرمایه گذاری در زمینه مراکز اقامتی به عنوان اساسی ترین زیرساخت صنعت گردشگری ضروری است. لذا بررسی و توزیع فضایی و مکانیابی کاربریهای اقامتی نظیر هتل ها در سطح شهر رشت بر طبق استانداردها و ضوابط، ضروری به نظر می رسد. بر این اساس با مطالعه هتلهای این شهر مشخص شد که توزیع هتل ها با توزیع و پراکندگی جاذبه های تاریخی، فرهنگی، مذهبی، ورزشی و طبیعی تناسب چندانی ندارد. به طوری که تأسیسات اقامتگاهی شهر به صورت متمرکز در بخش مرکزی شهر توزیع شده اند و این امر باعث شده است که بخش زیادی از شهر با داشتن جاذبه های گردشگری متعدد تحت پوشش خدمات هتل ها نباشند. دلیل اصلی این ضعف، کمبود هتل بوده است. این امر، لزوم مکان یابی هتل های جدید را به شکل علمی و روشمند توجیه می کند. لذا، با جمع آوری داده های مؤثر در قالب لایه های اطلاعاتی نظیر شبکه ارتباطی، فاصله از مراکز جاذب گردشگر، کاربری اراضی، فاصله از مراکز صنعتی و غیره در انتها با استفاده از همپوشانی لایه های مذکور، مناسب ترین مکان ها جهت احداث هتل های جدید، از خیلی نامناسب تا خیلی مناسب تشخیص داده شد که پیشنهاد می شود جهت ارتقاء عادلانه ای سطح دسترسی گردشگران و بهبود الگوی توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی بر اساس استانداردها و ضوابط، در برنامه های کوتاه، میان و بلند مدت در دستور کار مسئولان و متولیان قرار گیرد.

منابع

۱. الوانی، مهدی و زهره دهدشتی؛ اصول و مبانی جهانگردی؛ تهران؛ انتشارات معاونت اقتصادی و برنامه‌ریزی؛ ۱۳۷۳
۲. پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی؛ گردشگری ماهیت و مفاهیم؛ تهران؛ انتشارات سمت؛ چاپ اول؛ ۱۳۸۵.
۳. پورمحمدی، محمدرضا؛ برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری؛ تهران؛ سمت؛ چاپ اول؛ ۱۳۸۲
۴. پیرمرادی، عبدالله؛ یافتن بهترین مکان ایستگاه آشنشانی با استفاده از فناوری اطلاعات و GIS؛ دومین کنفرانس بین المللی شهرداری الکترونیک، ۱۳۸۸.
۵. رضوانی، علی‌اصغر؛ جغرافیا و صنعت توریسم؛ تهران؛ انتشارات پیام‌نور؛ ۱۳۷۳
۶. رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی؛ خدمات صنعت و گردشگری، اصفهان؛ کنکاش؛ چاپ اول؛ ۱۳۸۴
۷. روتس، والتر؛ پتر، ریچارد؛ برنامه‌ریزی و طراحی هتل؛ ترجمه معاونت امور فنی، دفتر تحقیقات و معیارهای فنی؛ تهران؛ سازمان برنامه و بودجه؛ ۱۳۷۵.
۸. زندی مهر، هوشنگ؛ بررسی وضعیت موجود صنعت توریسم در شهر شیراز با توجه به نقش شهرداری در آن؛ طرح شهرداری شیراز، معاونت برنامه‌ریزی گروه مطالعات و پژوهش؛ ۱۳۸۶
۹. زنگی‌آبادی، علی؛ تحلیل و سازمان دهی ساختار فضایی، شاخص های توسعه شهری در شهرهای بالای صد هزار نفر در ایران، پایان نامه دوره دکتری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، ۱۳۸۷.
۱۰. زیاری، کرمان‌الله؛ برنامه ریزی کاربری اراضی شهری، انتشارات دانشگاه یزد، ۱۳۸۱.
۱۱. عظیمی‌حسینی، محمد و دیگران؛ کاربرد GIS در مکان یابی، انتشارات کاربرد مهرگان قلم، تهران، ۱۳۸۹.
۱۲. علی‌زاده، محمد؛ اثرات توریست و گردشگری در شهرستان رشت؛ نشر رستم و سهراب؛ چاپ اول؛ ۱۳۸۸.
۱۳. غفاری، هادی و محمدعلی مولایی؛ صنعت توریسم در ایران؛ مجله اطلاعات سیاسی اقتصادی (مطالعه موردی ایران)؛ مجله دانش و توسعه؛ شماره ۲۴.
۱۴. معین، محمد؛ فرهنگ فارسی دکتر محمد معین؛ تهران؛ امیرکبیر؛ چاپ هشتم؛ ۱۳۷۱
۱۵. موحد، علی، توزیع فضایی مراکز اقامتی در شهرهای تاریخی؛ مطالعه موردی شهر اصفهان، پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۶۵؛ ۱۳۸۷.
۱۶. مهندسین مشاور فجر توسعه؛ طرح امکان‌سنجی بلندمرتبه‌سازی شهر رشت؛ کارفرما شهرداری رشت؛ ۱۳۹۲
۱۷. تاجیک، زهره؛ تحلیل فضایی و مکانیابی مجموعه‌ها و مراکز ورزشی شهر اصفهان؛ پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان؛ ۱۳۸۸.
۱۸. میرزایی، نوربخش؛ سیاهکلی، علی؛ رضاپور، مهدی؛ روابط تضعیف شدت زمین‌لرزه در ایران؛ موسسه ژئوفیزیک دانشگاه تهران؛ نشریه فیزیک زمین و فضا؛ جلد ۳۰؛ شماره ۱؛ ۱۳۸۳
۱۹. وارثی، محمدرضا؛ رضایی، میثم؛ تحلیل فضایی و مکانیابی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی؛ تهران؛ فصلنامه آمایش محیط؛ شماره ۱۹؛ زمستان ۱۳۹۱
۲۰. وارثی، حمیدرضا، محمدی، جمال، شاهمیوندی، احمد؛ مکان یابی فضای سبز شهری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی، مونه موردی: شهر خرم آباد؛ مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، شماره ۱۰؛ ۱۳۸۷.
۲۱. هانگر، جی. دیوید و دیگران، مبانی مدیریت استراتژیک، ترجمه دکتر سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی؛ ۱۳۸۱
22. Font, X. and T.E. Ahjem , Searching for a balance in tourism development strategies ,International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 11, 1991.
23. Gavin Eccles, Jorge Costa ,Perspectives on tourism development, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 8 ,1996.
24. Law Christopher, M., Urban Tourism attraction visitors to large cities, Mansell, Publishing Limited, London. 1996.
25. Malczewski, J & Ogryczak, W. The multiple criteria Location Problem: Preference-based techniques and interactive decision support Environment and Planning. 1999.