



## Research Paper

# Investigating the Distribution of Urban Hotels in Iran

Mehdi Hesam <sup>\*1</sup>, Narjes Momen <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Assistant Professor, Faculty of Literature and Humanities, Guilan University, Rasht, Iran

<sup>2</sup> MSc. Student, Faculty of Literature and Humanities, Guilan University, Rasht, Iran Iran



10.22080/jtpd.2020.19442.3340

**Received:**

July 30, 2020

**Accepted:**

September 5, 2020

**Available online:**

March 18, 2021

**Keywords:**

Spatial distribution, Urban hotels, Tourist attractions, Iran.

## Abstract

Hotels play a pivotal role among tourism accommodations and their distribution and location can have a great impact on providing services and attracting tourists. Hence, the present study attempts to investigate the distribution of urban hotels in Iran. The research uses a descriptive-analytical method and the average nearest neighbor ratio, multi-distance spatial cluster analysis, central mean and standard deviation ellipse to analyze the data. For this purpose, Iran has been divided into seven regions based on tourism geography, including North, East, Center, Alborz, South, West and Northwest, and then for each of these regions and in general for the whole country of Iran, analyses have been done. The results indicate that based on the average nearest neighbor ratio, the distribution pattern of the hotels is scattered in the western and northwestern regions and clustered through the whole country of Iran. Moreover, based on multi-distance spatial cluster analysis, the hotels in Iran have a total clustered distribution. Furthermore, they are mostly distributed in the centers of the provinces. In general, it can be concluded that many cities and regions with tourism potential are deprived of this type of basic infrastructure. Therefore, all areas of the country should be considered in the spatial distribution of hotels.

## Extended Abstract

### 1. Introduction

One of the most important factors that can attract international and domestic tourists is the facilities and equipment related to the tourism industry. The location of tourism facilities has important strategic consequences, since making a decision for selecting the location typically involves a long-term commitment and guarantee of

resources. In Iran, one of the problems of tourism is the imbalance in the spatial organization of tourism. The amount of balance or imbalance in the studied area can be determined through spatial analysis. Therefore, spatial analysis of hotels is a criterion for determining the status of their distribution. Due to the importance of this issue, the present study investigates the distribution of urban

\* **Corresponding Author:** Mehdi Hesam

**Address:** Faculty of Literature and Humanities, Guilan University, Rasht, Iran

**Email:** [mhesam@guilan.ac.ir](mailto:mhesam@guilan.ac.ir)

**Tel:** +98919-446-4776

hotels in Iran through spatial analysis. What distinguishes this study from other studies in the field is considering the spatial distribution of these accommodation centers at both regional and national levels, which has not been studied so far. Moreover, in this research, the spatial distribution of urban hotels has been analyzed using the spatial statistics method and GIS.

## 2. Methodology

The present study is descriptive-analytical. The most important data required for the research has been the distribution of hotels in Iran. Considering that the main purpose of the research is to find the distribution of urban hotels, first the basic map of the location of cities in Iran in 2016 has been obtained and then the number of hotels in each city with their characteristics has been added to the descriptive table of each city. There have been 196 cities in Iran with 1,334 hotels. According to the purpose of the research based on the analysis of spatial distribution of the hotels in Iran, the average nearest neighbor ratio, multi-distance spatial cluster analysis, central mean analysis and standard deviation ellipse have been used for data analysis.

## 3. Findings

According to the findings, the hotels in Iran have a clustered distribution. This kind of spatial distribution in the northwestern and western cities of the country is highly due to the natural situation that causes the dispersed distribution of the cities and urban hotels. In fact, the favorable natural conditions have caused the urban hotels to have a good spatial distribution in these regions.

Conversely, in the central regions of Iran, this distribution is limited only to spaces with more suitable conditions and a large area of these regions is uninhabited.

## 4. Conclusion

One of the most important infrastructures is necessary for the development of tourism in the country are hotels. Due to the need to study the spatial distribution of the hotels in the country, in this study, a geographical zoning of the provinces of the country has been presented, including North, East, Center, Alborz, South, West and Northwest. An investigation of the hotels in these seven regions shows that they often tend to be scattered throughout these regions. However, the amounts of concentration and dispersion are different in each region. Tourism infrastructure such as hotels are mostly located in areas with tourist attractions. The research findings indicate the existence of a specific pattern of hotel distribution in the above regions.



## بررسی وضعیت پراکنش هتل های شهری در ایران

مهدی حسام<sup>۱\*</sup>، نرجس مومن<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> استادیار، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران  
<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران



10.22080/jtpd.2020.19442.3340

### چکیده

«هتل ها» نقش محوری در بین مراکز اقامتگاهی بخش گردشگری ایفا می نمایند. اما نحوه توزیع و مکان یابی آنها می-تواند در ارائه خدمات و جذب گردشگری تاثیر بسزایی داشته- باشد. از این رو، پژوهش حاضر به بررسی وضعیت پراکنش هتل- های شهری کشور ایران پرداخته است. روش پژوهش توصیفی- تحلیلی است. برای تحلیل یافته ها از روش میانگین نزدیک- ترین همسایه، تحلیل خوشه ای فضایی چندفاصله ای، میانگین مرکزی و بیضی انحراف معیار استفاده شده است. بدین منظور، کشور ایران به هفت منطقه براساس جغرافیای گردشگری شامل منطقه شمال، شرق، مرکز، البرز، جنوب، غرب و شمال غرب، تقسیم شده است و در هر یک از این مناطق و به صورت کلی برای کل کشور ایران، تحلیل صورت گرفته است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که براساس میانگین نزدیک ترین همسایه، الگوی پراکنش هتل ها در مناطق غرب و شمال غرب به صورت پراکنده بوده و وضعیت پراکنش هتل ها در کل ایران به صورت خوشه ای می باشد. همچنین، براساس تحلیل خوشه ای فضایی چند فاصله ای پراکنش هتلهای کشور ایران در مجموع دارای پراکنش خوشه ای هستند و توزیع بسیاری از هتل ها در مراکز استان صورت گرفته است. به صورت کلی می توان گفت: بسیاری از شهرها و مناطق دارای توان بالقوه گردشگری از این نوع زیرساخت اساسی محروم هستند. بنابراین، باید در توزیع فضایی هتل ها همه مناطق کشور مورد توجه قرار گیرند.

تاریخ دریافت:

۹ مرداد ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش:

۱۵ شهریور ۱۳۹۹

قابل داتلود از تاریخ:

۲۸ اسفند ۱۳۹۹

کلیدواژه ها:

توزیع فضایی، هتل های شهری،  
جاذبه های گردشگری، کشور  
ایران.

### ۱ مقدمه

زیرساخت های گردشگری به عنوان یکی از عوامل موثر در تحریک تقاضای گردشگری مطرح است (Lim et al, ۲۰۱۸). زیرساخت های گردشگری و مدیریت مقصد، اصلی ترین محرک های رقابت در کشورهای در حال توسعه است (Knežević Cvelbar et al, ۲۰۱۶). بسیاری از این

از مهم ترین عواملی که می تواند موجب جذب گردشگران بین المللی و داخلی شود: تاسیسات و تجهیزات مربوط به صنعت گردشگری می باشد (وارثی و رضائی، ۱۳۹۱).

\* نویسنده مسئول:

آدرس: دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت،  
ایران  
ایمیل: [Mhesam@guilan.ac.ir](mailto:Mhesam@guilan.ac.ir)  
تلفن: ۰۹۱۹۴۴۶۴۷۷۶

موضوع مورد مطالعه مشخص می‌گردد و در صورت توزیع نامتعادل میزان نابرابری و و تمرکز مشخص شده و امکان برنامه ریزی آگاهانه برای تعدیل نابرابری و توسعه متوازن همه مناطق فراهم می‌شود (افراخته و همکاران، ۱۳۹۵). بنابراین تحلیل فضایی هتلها معیاری برای مشخص نمودن وضعیت توزیع آنها می‌باشد. با توجه به اهمیت این موضوع، تحقیق حاضر به دنبال تحلیل فضایی از هتلهای شهری کشور ایران است. آنچه این پژوهش را از سایر پژوهشهای انجام شده در حوزه هتلها متمایز می‌سازد، توجه به توزیع فضایی این مراکز در سطح منطقه ای و ملی بوده که تاکنون مورد بررسی قرار نگرفته است. از طرف دیگر، در این پژوهش، از روش آمار فضایی و با کمک GIS سعی شده است تا توزیع فضایی هتل های شهری تحلیل شوند.

## ۲ مبانی نظری

صنعت گردشگری و هتل داری به موازات هم حرکت می‌کنند. روند رو به رشد اقتصاد گردشگری، کسب و کار هتلداری در سراسر جهان را ترغیب نموده تا استراتژی های جدیدی برای نیل به موفقیت اتخاذ نمایند؛ زیرا گردشگری و هتل داری به عنوان صنایع خدماتی بیش از صنایع دیگر به ارائه خدمات مطلوب مشتریان و وفاداری مشتریان وابسته است (کروبی و یوسفی، ۱۳۸۹). از سویی مسافران هتل را به مثابه یک پناهگاه و محل اقامت در پایان یک روز طولانی تلقی می نمایند، آنها می خواهند مطمئن شوند که هتل انتخابی، همان چیزی است که بدان نیاز دارند؛ به این اعتبار صنعت هتلداری نه تنها یکی از زیرساخت های صنعت گردشگری است بلکه با فراهم آوردن تسهیلات و خدمات مهمان نوازی نقشی کلیدی در ارتقای کیفیت تجربه گردشگر ایفا می کند (جاودان و فتحی زاده، ۱۳۹۵). برخی از زیرساخت ها می توانند به عنوان منبعی برای رقابت و همچنین به عنوان جاذبه مورد استفاده قرار می گیرند. به عنوان مثال، هتل-هایی مانند «برج العرب» یا «برج خلیفه» نه تنها مکان های اقامتی بلکه جاذبه های گردشگری هستند (Reisinger et al, ۲۰۱۸). هتلها پاسخی به تقاضای میلیون-ها نفر از گردشگرانی هستند که هر ساله هنگام بازدید از مقصدهای متفاوت نیاز به جایی برای اقامت دارند (Medlik & Ingram, ۲۰۰۰). در مناطق شهری، هتلها به صورت تصادفی توزیع نشده اند بلکه معمولا به صورت

زیرساخت ها در شهرها بوجود می آیند. از این رو گردشگری شهری در سال های اخیر گسترش زیادی پیدا کرده است. این بخش عموما تحت تاثیر بخش خدمات اقامتی است که شامل هتلها، مهمانسراها یا خوابگاه... است (زیاری و رخساری، ۱۳۹۸). بخش هتل جزء اصلی گردشگری شهری شده است (Arbel & Pizam, ۱۹۷۷). تاسیسات اقامتی یکی از نیازهای ثانویه بخش گردشگری است که هر شهر بزرگ و توریستی به آن نیاز دارد، هرچند گردشگران از همه هتلها و خدمات جانبی آن استفاده نکنند از سوی دیگر به دلیل تنوع سلیق و بنیه مالی گردشگران، شهر به انواع هتلها بر حسب درجات مختلف نیاز دارد (موحد، ۱۳۸۷). مراکز اقامتی به عنوان مبدا و مقصد گردش های روزانه در شهر بسته به پراکنش و توزیع فضایی آن ها، می تواند 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 جاذبه های گردشگری بیش تر باشد، هزینه پرداختی گردشگر افزایش می یابد. از سوی دیگر، استفاده از هتل بیش ترین تاثیر اقتصادی را در صنعت گردشگری دارد؛ به طوری که بیش از ۶۰ درصد هزینه های گردشگری صرف هزینه هتل می-شود (Law Christopher, ۱۹۹۶). انتخاب موقعیت مکانی و محل تسهیلات گردشگری پیامدهای استراتژیک مهمی دارد؛ زیرا تصمیم برای موقعیت مکانی به طور معمول تعهد و تضمین طولانی مدتی از منابع را در بر دارد (Cho et al, ۲۰۰۷). یکی از مشکلات اصلی در کشورهای در حال توسعه، تمرکز فعالیتها در یک یا چند نقطه خاص و بصورت کلی توزیع نامتوازن آنها است (داداش پور و جلالی، ۱۳۹۲). در ایران یکی از مسائل و مشکلات گردشگری، عدم توازن در سازمان فضایی گردشگری است (شماعی و موسی وند، ۱۳۹۰). بنابراین وجود عدالت جغرافیایی در پراکندگی خدمات و زیرساخت های گردشگری، می تواند عدم توازن در بهره مندی از امکانات بالقوه فضا را از بین ببرد؛ چرا که عدالت فضایی و عدالت جغرافیایی به معنی توزیع عادلانه خدمات و امکانات برای رسیدن به جامعه ای متوازن و یکی از رهیافت های عدالت اجتماعی است (موحد، ۱۳۹۳). برنامه ریزی فضایی با توجه به ویژگی بلند مدت خود می تواند تعادلی در توسعه اقتصادی و اجتماعی با مسائل محیط زیستی برقرار نماید (Risteski et.al., ۲۰۱۲). با تحلیل فضایی میزان تعادل و یا عدم تعادل در



(Egan et al, ۲۰۰۰). علاوه بر این، مقیاس هتل باعث می شود مکان گزینی هتل های جدید در نزدیکی هتل های دیگر باشد؛ به طوری که هر چه هتل جدید بزرگ تر باشد به هتل های دیگر نزدیک تر خواهد بود (Baum et al, ۱۹۹۷). خاطرنشان می شود: افزایش تعداد اتاق های هتل عاملی است که تا حد زیادی در افزایش سطح رقابت گردشگری نقش دارد (Jovanovic & Ilic, ۲۰۱۶). گزینش مکان یک هتل جدید به طور معمول پروژه ای هزینه بر و زمان بری است که قبل از این که یک هتل توسط مالکان خریداری یا ساخته شود، باید موقعیت مکانی مطلوب آن شناسایی شود. همچنین، مشخصات مناسب ظرفیت تسهیلات آن مشخص شود و مقدار زیادی سرمایه باید به این مهم اختصاص داده شود. به همین دلیل، هتلداران (تصمیم گیرندگان) به دنبال گزینش مکانی در سایت هایی هستند که بر اساس سیستم فعلی مناسب و در طول زمان حتی با تغییرات عوامل محیطی، جمعیت و روند بازار سود بخش باشند (Cho et al, ۲۰۰۷).

برای رسیدن به یک مکان مناسب برای احداث هتل، مالکان هتل ها باید به طور همه جانبه عوامل محیطی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... را که احتمالاً بر عملکرد هتل تاثیر می گذارد تجزیه و تحلیل کنند؛ زیرا شرایط مداوم در حال تغییر بازار، ابعاد مختلف عملکرد هتل ها را در آینده گسترش می دهد (زیاری و رخساری، ۱۳۹۸).

بررسی مکان هتل ها موجب تسهیل درک فضای گردشگری و ساختار شهری نیز می شود، به این دلیل که هتل ها امکانات اولیه گردشگری شهری را پشتیبانی کرده و موقعیت مکانی آنها در شهر حرکت گردشگران را تحت تاثیر قرار می دهد، بنابراین تحقیقات مربوط به مکان و موقعیت هتل ها به دولت و مقامات شهری کمک می کند تا درک جغرافیایی لازم را جهت تامین اقامت و کمک به سیاست های لازم برای توسعه گردشگری شهری فراهم آورند (جعفری مهرآبادی و رخساری، ۱۳۹۷). استایلر پدر صنعت هتل مدرن اذعان می کند: عامل موقعیت و مکان جغرافیایی عامل مهمی در گردشگری و بازاریابی مهمان داری است (Feng et al, ۲۰۰۲). البته یکی از دلایل اصلی مکانیابی هتل های در فضاها و مکان های خاص، جاذبه های گردشگری و مطرح بودن بسیاری از شهرها به عنوان مقصد گردشگری می باشد (Li et al, ۲۰۱۵).

خوشه های مترکم دسته بندی شده اند. به طور کلی، افزایش بهره-وری هتل یکی از مهم ترین علت ها برای قرارگیری هتل در نزدیکی هتل های دیگر است (Barros, ۲۰۰۵). عواملی که به صورت بالقوه ممکن است بر انتخاب محل هتل های شهری تاثیر بگذارند به دو دسته تقسیم می شود:

۱- جذابیت های مکانی مانند: دسترسی، اثر تراکم، کالاها و خدمات عمومی و توسعه شهری.

۲- ویژگی های اختصاصی هتل ها مانند: مقیاس هتل ها، رتبه بندی ستاره ای و نوع خدمات (سرایبی و همکاران، ۱۳۹۵).

البته، در بین عوامل تعیین کننده متعدد جذابیت یک مکان خاص از دیدگاه گردشگری بخصوص در زمینه مراکز اقامتی، میزان دسترسی معمولاً در بین مهم ترین عوامل قرار می گیرد (Albalate et al, ۲۰۱۵). تدارک کالاها و خدمات عمومی بر افزایش نرخ اتاق هتل ها تاثیر می گذارد و از این رو هتل هایی که در نزدیکی مکان هایی با زیرساخت های عمومی زیاد قرار می گیرند، درآمد بیشتری کسب می کند. بر این اساس، هتل ها مکان هایی با عرضه فراوان خدمات عمومی را برای مکان گزینی انتخاب می کنند (Rigell et al, ۲۰۰۷). چون بسیاری از گردشگران حساسیت های بالایی نسبت به قیمت دارند؛ بنابراین، باید استراتژی های مختلفی برای جذب گردشگری به هتل های مختلف اتخاذ شود (Peng et al, ۲۰۱۵). انتخاب مکان هتل ها در مناطق شهری به شدت وابسته به توسعه شهری است، به طوری که همراه با تغییر ساختار شهری، اولویت مکانی هتل هایی که در دوره های مختلف شکل گرفته اند، براساس آن تغییر می-کند (سرایبی و همکاران، ۱۳۹۵). در مطالعه ای در سال ۲۰۰۰ بر روی هتل های شهر پکن صورت گرفت نشان داد که قبل از سال ۱۹۸۵ بیشتر هتل ها در مناطق قدیمی شهر تمرکز یافته بودند؛ اما بعد از سال ۱۹۹۰ همراه با توسعه شهری، مرکز شهر و مناطق جدید شهری برای انتخاب مکان هتل ها دارای جذابیت بیشتری نسبت به مناطق قدیمی شدند (Begin, ۲۰۰۰).

برای تاسیس هتل در مقیاس های مختلف، هزینه های لازم برای خرید زمین نیز متفاوت خواهد بود. به طور کلی، هتل های بزرگ به منظور کاهش هزینه های زمین به دوری از مرکز شهر و قرارگیری در پیرامون شهر تمایل دارند

### ۳ روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی - تحلیلی است. مهم ترین داده مورد نیاز برای انجام پژوهش، پراکندگی هتل های کشور ایران بوده است. با توجه به این که هدف اساسی تحقیق پراکندگی هتلهای شهری می باشد، ابتدا نقشه مبنایی موقعیت شهرهای ایران در سال ۱۳۹۵ اخذ گردید و سپس تعداد هتلهای هر شهر با مشخصات آنها جمع آوری و به جدول توصیفی هر شهر اضافه گردید. تعداد شهرهای دارای هتل ایران ۱۹۶ شهر می باشد که تعداد ۱۳۳۴ هتل را در خود جای داده اند. با توجه به هدف پژوهش مبنی بر تحلیل توزیع فضایی هتل های ایران، از روشهای میانگین نزدیکترین همسایه، تحلیل خوشه ای فضایی چند فاصله ای<sup>۱</sup>، تحلیل میانگین مرکزی<sup>۲</sup> و بیضی انحراف معیار<sup>۳</sup> استفاده شده است.

### ۴ یافته ها

در این بخش سعی شده است تا یافته های پژوهش در راستای بررسی توزیع فضایی هتلهای کشور ایران در ارتباط با عوامل تاثیرگذار بررسی شود.

#### ۴.۱ پراکندگی هتلهای ایران بر اساس میانگین نزدیک ترین همسایه

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق میانگین نزدیک ترین همسایه برای منطقه شمال، شرق، البرز جنوبی، مرکز، جنوب، غرب، شمال غرب و کل ایران در جدول شماره یک آمده است:

جدول ۱: الگوی پراکنش متغیرهای مورد مطالعه بر اساس شاخص نزدیک ترین همسایه

شمال	شرق	البرز جنوبی	مرکز	جنوب	غرب	شمال غرب	کل ایران
۰/۸۶۶	۱/۱۲۴	۰/۹۶۴	۰/۹۹۲	۱/۰۷۴	۱/۲۴۳	۱/۳۰۹	۰/۸۶۶
-۱/۵۵	۱/۲۱۲	۰/۲۸	-۰/۰۸۴	۰/۰۴۹۵	۲/۶۳۳	۳/۰۵۵	-۳/۵۷
۰/۱۱۹	۰/۲۲۵	۰/۷۷۷	۰/۹۳۲	۰/۶۲	۰/۰۰۸	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

به صورت کلی دو دیدگاه درباره بررسی زیرساخت ها و خدمات گردشگری وجود دارد. نخست تجزیه و تحلیل توزیع پدیده های مربوط به گردشگری به ویژه در بحث اقامت و دوم عملکرد و تاثیر وجود این فضاها (Li et al, ۲۰۱۵). انتخاب هتل محل اقامت یکی از عناصر مهم مدیریت مقصد است (Adam & Amuquandoh, ۲۰۱۳) و عملکرد آینده آن بستگی به انتخاب مکان آن دارد (Popovic et al, ۲۰۱۹). بنابراین، توزیع فضایی پدیده ها و در موضع مورد بحث ما یعنی هتل ها می تواند بر عملکرد آنها و حتی سایر موضوعات تاثیر گذار باشد. این فضاها و توزیع فضایی پدیده ها تحت تاثیر انسان و برنامه ریزی های وی شکل می یابد. از این رو فضا شامل فرایندهای طبیعی تغییر یافته به وسیله انسان و شرایط اجتماعی تولید و تقسیم کار در یک کل منتظم است. فضای جغرافیایی، از مجموعه واقعیت های عینی در بخشی از سطح زمین به وجود می آید و از شرایط خاصی تأثیر می پذیرد (شکویی، ۱۳۸۸). شیفر قواعد نظم پذیری عمده ای را که در جغرافیا مورد بحث اند، الگوهای فضایی می نامد (پوراحمد، ۱۳۹۳). در تحلیل های فضایی موضوع اصلی توزیع می باشد (فرجی سبکبار، ۱۳۹۱). تحلیل فضایی، معیاری برای مشخص نمودن وضعیت توزیع جاذبه ها، امکانات و تسهیلات و زیرساخت های گردشگری و در یک کلام مشخص نمودن وضعیت توسعه گردشگری است (افراخته و همکاران، ۱۳۹۵). الگوی فضایی پراکندگی زیرساخت ها و فضاهای گردشگری و تقاضای گردشگری، فرآیندهای شکل گیری و توسعه فضاهای گردشگری نسبت به این که چگونه گردشگری در فضا نظم می یابد به طور متمرکز در جریان است (شماعی و موسی وند، ۱۳۹۰).

<sup>2</sup>. Mean centre  
<sup>3</sup>. Standard deviational ellipse

<sup>1</sup>. Multi-distance spatial cluster analysis (ripleys K function)



شود. این مسئله به دلیل وجود مقصدهای گردشگری خاص در هر استان شمال می باشد که باعث شده تمرکز خوشه ای اتفاق افتد. از این نوع مقصدها می توان به شهرهای رشت، بندرانزلی، رامسر، چالوس، محمودآباد و گرگان را نام برد. در این منطقه که شامل سه استان گیلان، مازندران و گلستان است، ۱۸۲ هتل شهری وجود دارد که شامل ۹ هتل ۵ ستاره، ۲۷ هتل ۴ ستاره، ۷۴ هتل سه ستاره، ۳۶ هتل دو ستاره و ۳۶ هتل یک ستاره می باشد.

آزمون توزیع هتل های شرق ایران را می توان در شکل ۵ مشاهده نمود. هتل های این منطقه بزرگ از توزیع خوشه ای پیروی کرده که از دلایل اصلی آن وجود استان خراسان رضوی و به خصوص شهر مشهد است که بسیاری از هتل های منطقه و حتی کشور را در خود جای داده است. از طرف دیگر، عقب ماندگی سه استان دیگر یعنی خراسان شمالی، خراسان جنوبی و سیستان و بلوچستان در عرصه گردشگری سبب شده است، زیرساخت ها زیادی در این استانها ایجاد نشود. در این منطقه ۳۳۰ هتل شهری وجود دارد که ۱۵ هتل پنج ستاره، ۳۶ هتل چهار ستاره، ۱۰۸ هتل سه ستاره، ۶۰ هتل دو ستاره و ۱۱۱ هتل یک ستاره می باشند.

نتیجه بررسی توزیع فضایی هتل های منطقه البرز در شکل ۶ نشان داده شده است. این منطقه که شامل استان- های تهران، البرز، قم، مرکزی و سمنان است، دارای پیشینه ای قوی در جذب گردشگر و فراهم آوردن زیرساخت های گردشگری می باشد. تهران از زمان قاجار و سپس پهلوی و همراه با پایتخت شدن و داشتن الزام در زمینه فراهم آوردن امکانات اقامتی مانند هتل برای هیئت های سیاسی، گردشگران، مسافران کاری و غیره، یکی از شهرهای دارای هتل های بسیار در ایران است. قزوین نیز همواره در تاریخ از شهرهای مهم و گردشگری ایران بوده و توسعه مناسبی را در زمینه زیرساختی به خود دیده است. قم نیز بنابر صبغه مذهبی خود در طول تاریخ همواره پذیرای زائرانی بوده که نیاز به مراکز اقامتی داشته اند. بنابراین در همه این استانهای هتلهایی تاسیس شده اند و به همین خاطر پراکندگی در این منطقه مهم دیده می شود. منطقه البرز دارای ۱۸۶ هتل است که شامل ۱۰ هتل پنج ستاره، ۳۱ هتل چهار ستاره، ۵۵ هتل سه ستاره، ۴۸ هتل دو ستاره و ۴۲ هتل یک ستاره می باشد.

با توجه به نتایج ذکر شده در جدول ۱، الگوی پراکنش منطقه شمال، شرق، البرز جنوبی، مرکز و جنوب با توجه به مقدار p-value مقادیر R به دست آمده، معنادار نبوده ولی برای مناطق غرب و شمال غرب بصورت پراکنده توزیع شده اند. اما وضعیت پراکنش هتل ها در کل ایران بصورت خوشه ای بوده است.

این نحوه تمرکز فضایی در شهرهای شمال غرب و غرب کشور بسیار وابسته به وضعیت طبیعی بوده و باعث شده شهرها و به طبع آن هتلهای شهری به صورت پراکنده گسترش یابند. در حقیقت اوضاع مناسب طبیعی سبب شده است تا پراکندگی هتل های شهری دارای توزیع فضایی مناسبی در سطح این مناطق باشد. برعکس، در مناطق مرکز ایران، این توزیع تنها در فضاهایی با شرایط مناسب تر اتفاق افتاده و پهنه وسیعی از این مناطق خالی از سکنه می باشد.

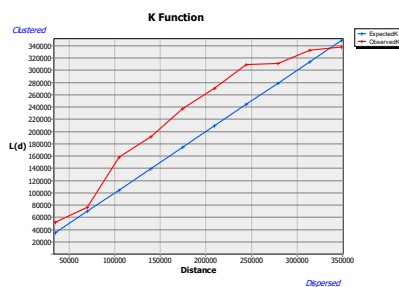
## ۴٫۲ بررسی توزیع فضایی هتلهای ایران بر اساس تحلیل خوشه ای فضایی چند فاصله ای

برای این منظور از تابع کای ریپلی استفاده شده است. این روش از روش های مفید برای بررسی آماری الگوی فضایی پدیده ها در فضا و مکان است که وضعیت خوشه بندی پدیده ها در فواصل مختلف جغرافیایی را نشان می دهد (شکل ۳). در اشکال مربوطه که در صفحات بعدی نشان داده شده است، محور افقی نشان دهنده فاصله و خط مورب صاف، الگوی توزیع تصادفی می باشد (عسکری، ۱۳۹۰). به صورت کلی، هر چه منحنی نتایج مشاهده شده بالاتر از منحنی نتایج مورد انتظار باشد، به معنای آن است که مشاهدات در آن فاصله خوشه بندی شده اند. برعکس، هر چه منحنی نتایج مشاهده شده پایین تر از منحنی نتایج مورد انتظار باشند، در آن صورت داده ها در آن فاصله از هم پراکنده تر هستند.

نخستین منطقه مورد بررسی، هتل های شمال ایران است. نتایج بررسی این منطقه در ارتباط با تابع مورد بحث در شکل ۴ نشان داده شده است. تفسیر کلی این شکل نشان می دهد که در مجموع در فواصل کم هتلهای شمال کشور از توزیع خوشه ای پیروی می کند. ولی در فواصل بیشتر این تمایل بسمت توزیع تصادفی مشاهده می شود و از میزان گرایش به خوشه ای شدن هتل ها کاسته می

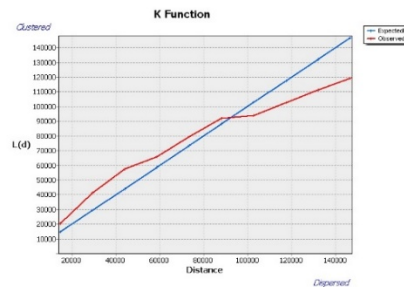
زمینه بوده و تعداد هتل های بیشتری را دارا می- باشد. هتل های منطقه غرب کشور به تعداد ۱۰۰ مورد است که ۵ هتل پنج ستاره، ۱۷ هتل چهار ستاره، ۳۲ هتل سه ستاره، ۲۷ هتل دو ستاره و ۱۹ هتل یک ستاره می- باشند. همچنین، منطقه شمال غرب کشور که شامل استان- های آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی، اردبیل، کردستان و زنجان می باشد و نیز به صورت کلی دارای هتل های بشکل پراکنده در تمام نقاط شهری منطقه می- باشند. بر طبق شکل زیر، هتل ها در این منطقه گرچه در فواصل نزدیک تمایل به خوشه ای شدن به خصوص در استان آذربایجان شرقی یعنی شهر تبریز و همچنین استان اردبیل به دلیل برتر بودن در جذب گردشگری دارند اما در فواصل دورتر به حالت پراکنده در می- آیند و تمایل به توزیع تصادفی و پراکندگی در سطح منطقه دارند. در این منطقه ۱۴۲ هتل وجود دارد که ۴ هتل پنج ستاره، ۱۷ هتل چهار ستاره، ۵۱ هتل سه ستاره، ۳۵ هتل دو ستاره و ۳۵ هتل یک ستاره می- باشند.

برای مشخص شدن تصویری کلی از وضعیت پراکنش هتل های کشور، تحلیل خوشه ای فضایی چند فاصله ای مربوط به کلیه مناطق کشور بصورت ملی محاسبه شده و نتیجه آن در شکل ۱۲ نشان داده شده است. چنان که در این شکل مشخص شده، هتل های کشور در مجموع دارای پراکنش خوشه ای هستند؛ اگرچه تمایل به خوشه ای بودن زیاد نیست و به خط نرمال نزدیک است اما به دلیل وجود برخی شهرها با حالت بسیار قوی در جذب گردشگر و به تبع آن ساخت هتل مانند شهر تهران، مشهد، برخی شهرهای شمال کشور و همچنین برخی جزایر جنوب کشور، حالت تمرکزی اندکی در مکان یابی هتل های کشور دیده می شود.



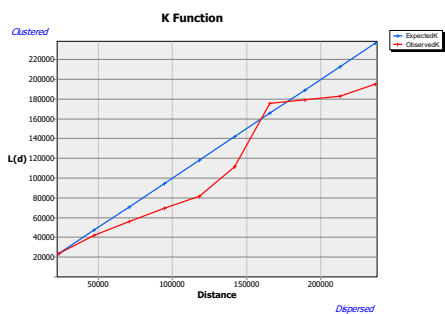
شکل ۲. تابع K ریپلی هتلهای شرق

منطقه مرکزی ایران شامل چهار استان گردشگر پذیر بخصوص گردشگران خارجی می باشد. این استان ها شامل اصفهان، فارس، یزد و کرمان است که همواره نقش اساسی در جذب گردشگران فرهنگی، تاریخی و البته طبیعی در ایران داشته اند. بنابراین وجود زیرساخت های گردشگری مانند هتل ضرورتی انکار ناپذیر در این اغلب نقاط این منطقه بوده است و به همین دلیل پراکندگی خاصی در هتل های منطقه شاهد هستیم. این منطقه دارای ۲۶۵ هتل است که شامل ۱۰ هتل پنج ستاره، ۲۸ هتل چهار ستاره، ۶۷ هتل سه ستاره، ۵۱ هتل دو ستاره و ۱۰۹ هتل یک ستاره می باشد. همچنین منطقه جنوب کشور در این تحقیق شامل دو استان هرمزگان و بوشهر می باشد. همان طور که در شکل زیر نشان داده شده- است، هتل های این منطقه در فواصل نزدیک خوشه ای بوده که اغلب به دلیل جزایر گردشگری استان هرمزگان مانند قشم و کیش است که در فواصل نزدیک به یکدیگر، تراکم بالایی از هتل ها را در خود جای داده اند. اما در فواصل دورتر به حالت پراکنده در می آیند که ناشی از وجود مقصدهای گردشگری دیگری از جمله شهر بوشهر می باشد که باعث شده است هتل ها به حالت پراکنده درآیند. هتل های منطقه جنوب شامل ۱۲۹ مورد است که ۱۵ هتل پنج ستاره، ۱۴ هتل چهار ستاره، ۵۵ هتل سه ستاره، ۳۰ هتل دو ستاره و ۱۵ هتل یک ستاره می باشند. هتل های منطقه غرب نیز در این تقسیم بندی که شامل استان های خوزستان، کهگیلویه و بویراحمد، چهارمحال و بختیاری، ایلام، همدان، لرستان و کرمانشاه می شود. به صورت کلی، دارای پراکندگی هستند. علت اساسی این امر، یکسان بودن تقریبی این استان ها به لحاظ جذب گردشگری می باشد که باعث شده است تقریباً به صورت یکسان در تمامی شهرهای منطقه هتل ها پراکنده شوند. البته، استان خوزستان دارای وضعیت مناسب تری در این

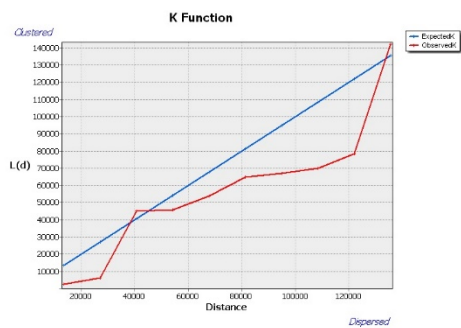


شکل شماره ۱. تابع K ریپلی هتلهای شمال ایران

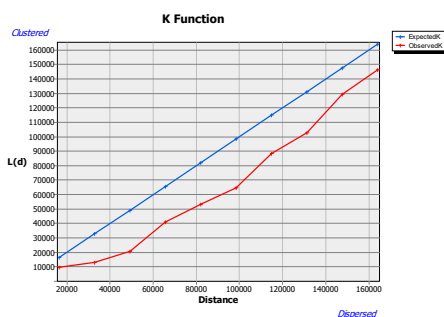




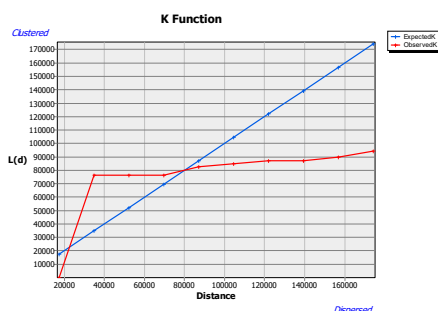
شکل ۴. تابع K ریپلی هتل های مرکز



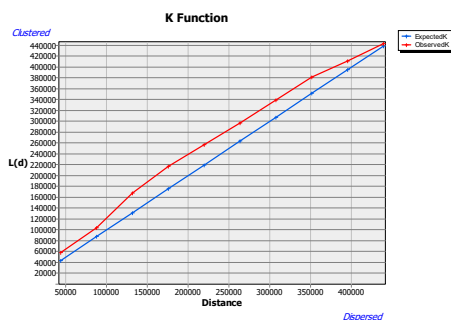
شکل ۳. تابع K ریپلی هتلهای البرز



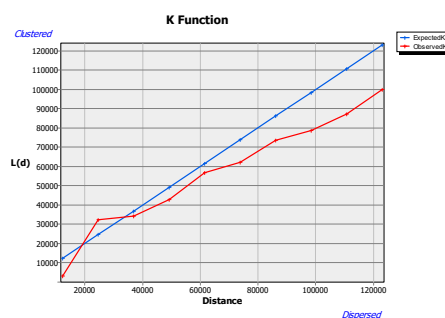
شکل ۶. تابع K ریپلی هتلهای غرب



شکل ۵. تابع K ریپلی هتلهای جنوب



شکل ۸. تابع K ریپلی هتل های ایران



شکل ۷. تابع K ریپلی هتلهای شمال غرب

### ۴٫۳ میانگین مرکزی<sup>۱</sup>

در تحلیل میانگین مرکزی، مرکز جغرافیایی و یا مرکز ثقل<sup>۲</sup> مجموعه ای از عوارض شناسایی می شود. به عبارتی، در این تحلیل سعی می شود تا نقطه مرکزی پراکندگی موضوعات مورد بررسی مشخص شود. چنانکه ملاحظه می گردد، میانگین مرکزی هتل‌های منطقه شمال کشور در غرب استان مازندران واقع شده است که یکی از مقصدهای اصلی گردشگری شمال و کل کشور می باشد. در منطقه شرق، این نقطه در مرکز استان خراسان رضوی و شهر مشهد قرار دارد که جاذبه قوی گردشگری مذهبی در سطح ملی و فراملی داشته و به همین خاطر تراکم اصلی هتل‌های این منطقه در شهر مشهد قرار دارد. در منطقه جنوب کشور، نقطه میانگین در نزدیکی جزیر قشم قرار دارد که یکی از مقصدهای اصلی گردشگری تفریحی بخصوص در فصول پاییز و زمستان کشور است. در منطقه مرکز کشور نقطه میانگین در استان اصفهان و مابین این استان و استان فارس به عنوان مقصدهای مهم گردشگری فرهنگی و تاریخی کشور در سطح ملی و بین المللی قرار دارد. در منطقه البرز این نقطه متعلق به شهر تهران به عنوان پایتخت سیاسی کشور می باشد که نقش بی بدیلی را در عرصه جذب مسافران بخصوص در سطح بین المللی ایفا می نماید. در منطقه غرب کشور این نقطه در استان خوزستان و هم مرز با استان همدان واقع شده است که هر دوی این استانها دارای نقش گردشگری پررنگ در سطح منطقه غرب کشور می باشند؛ اما در سطح منطقه شمال غرب کشور این نقطه متعلق به استان آذربایجان شرقی می باشد که نقش گردشگری قدرتمندی را حتی در سطح ملی ایفا می نماید؛ اما طبق شکل شماره ۱۳، میانگین مرکزی هتل‌های ایران در منطقه ای مابین استان سمنان و اصفهان قرار گرفته است. این وضعیت نشان دهنده گرایش به مرکز کشور در مکانیابی هتل‌های شهری کشور است. بسیاری از شهرهای در مناطق حاشیه ای کشور قرار دارند که جاذبه ها و منابع بسیاری برای گردشگری دارند، اما زیرساخت های مناسبی را دارا نمی باشند. از طرف دیگر وجود زیرساخت ها سبب افزایش تقاضای گردشگری می شود. اما مناطق البرز و مرکز ایران و شهرهای آن همواره جاذب گردشگری و ارائه دهنده

خدمات مورد نیاز آنها بوده اند. این موضوع رابطه بین شهرهای بزرگ و مکان یابی هتل ها و همچنین افزایش تعداد آنها را مشخص می کند که در سطح منطقه- ای و ملی می تواند تحلیل مناسبی از پراکندگی هتل- های شهری ارائه دهد. البته، برخی از شهرهای گردشگری وجود دارند که جمعیت زیادی ندارند ولی هتل های بسیاری در آنها وجود دارد. از این قبیل شهرهای می- توان به قشم، کیش، چابهار و سرعین اشاره نمود.

### ۴٫۴ بیضی انحراف معیار<sup>۳</sup>

تا به این جا، نحوه پراکندگی و میانگین مرکزی هتل- های مناطق تقسیم بندی شد. کشور مورد مطالعه مورد بررسی قرار گرفته است؛ اما جهت توزیع آنها مشخص نیست. برای این منظور، از بیضی انحراف معیار برای هریک از مناطق مورد بررسی استفاده شده و نتیجه آن در شکل ۱۳ نشان داده شده است.

همان طور که در شکل مذکور مشاهده می شود: بیضی انحراف معیار هتل های شمال کشور، محدود استان مازندران، قسمت اندکی از استان گلستان تا شهر گرگان و تقریباً نیمی از استان گیلان را در بر گرفته است. مشاهده می شود که تراکم هتل ها نیز در میان بیضی رسم شده قرار دارد. در منطقه شرق کشور نیز نقش بی بدیل مشهد باعث شده است که بیضی انحراف معیار تنها استان خراسان رضوی به مرکزیت شهر مشهد را شامل شود. همین مرکزیت را می توان برای جزایر جنوبی در منطقه جنوب متصور بود که باعث شده است: بیضی کوچک تری صرفاً در استان هرمزگان شکل گیرد. در منطقه مرکز کشور بیضی به شکل شمال غربی و جنوب شرقی و در سه استان اصفهان، یزد و فارس کشیده شده است که از قدرت مندترین مناطق گردشگری کشور محسوب می گردند. اما، محدودترین بیضی کشور مربوط به منطقه البرز با نقش بی بدیل تهران است که سبب شده بیضی انحراف معیار حول این استان و تا قسمتهای از استان قم، البرز و مرکزی را در بر بگیرد. بیضی انحراف معیار استانهای غربی کشور تقریباً همه استانها را به مرکزیت همدان در بر گرفته است. ولی در شمال غرب کشور این بیضی به خاطر نقش پررنگ استان آذربایجان شرقی به شکل دایره با مرکزیت

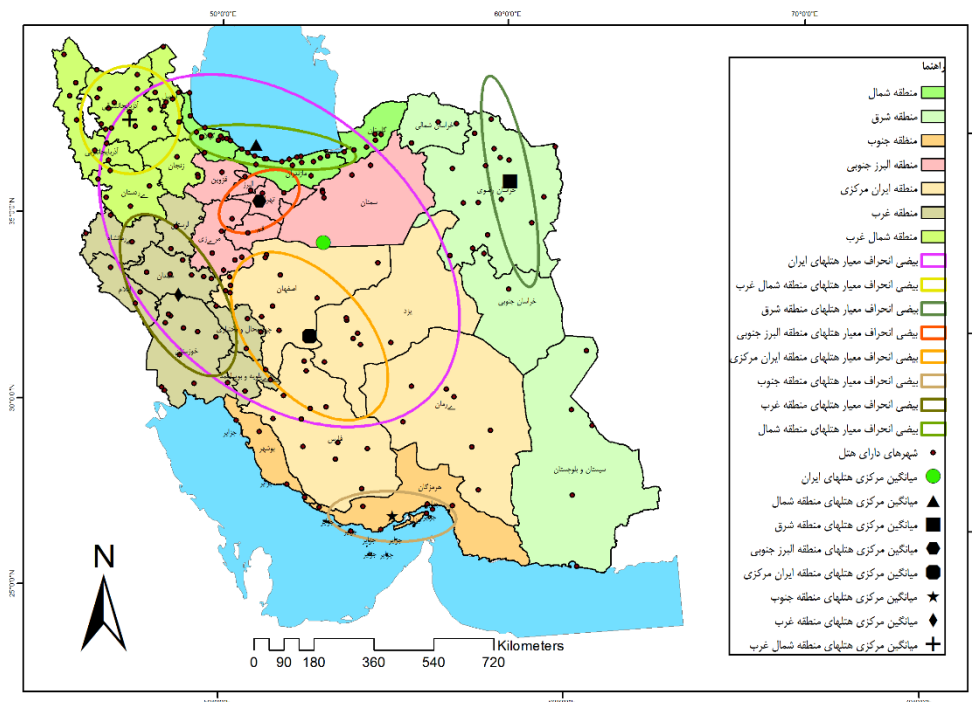
<sup>3</sup> . Standard deviational ellipse

<sup>1</sup> . Mean centre

<sup>2</sup> . Center of concentration

شرق تا استان کرمان می- باشد و بیضی همه مناطق به جز شرق و جنوب کشور را در بر گرفته است.

شهر تبریز درآمده است. در مجموع بیضی انحراف معیار هتل های کشور دارای جهت تقریباً شمال غربی به جنوب



شکل ۹: میانگین مرکزی و بیضی انحراف معیار هتل های شهر کشور به تفکیک مناطق و کل کشور

مانند هتل ها سعی می نمایند در جایی باشند که گردشگران به آنجا قصد سفر دارند که همانا جاذبه های گردشگری می باشد؛ اما بسیاری از هتل ها در شهرها دور از جاذبه ها مکانیابی شده اند که باعث نارضایتی گردشگران می شود. این مسئله در تحقیق مستوفی الممالکی و فرمانی (۱۳۸۸) مورد تایید واقع شده است. یافته های پژوهش نشان از وجود الگوی خاصی از پراکندگی هتل های مناطق فوق دارد. بسیاری از هتل ها در مکان هایی ایجاد می شوند که آن منطقه، جاذب گردشگران انبوه باشد و به این دلیل نواحی شمالی کشور، تهران، مشهد، اصفهان و شیراز، برخی از جزایر جنوبی کشور و تبریز بیشترین هتل ها را در خود جای داده اند. البته، در بسیاری از شهرها، هتل ها در مناطق مرکزی شهرها و در نزدیکی جاذبه های گردشگری مکان یابی می شوند که در تحقیقات موحد (۱۳۸۷)، وارثی و رضایی (۱۳۹۱)، سرایی، چهارراهی و صفریور (۱۳۹۸)، کیامهر و همکاران (۱۳۹۵) مورد تاکید قرار گرفته است. اما همان طور که ذکر شد تفاوت اصلی تحقیق حاضر با سایر

## ۵ نتیجه گیری

هتل ها یکی از مهم ترین زیرساخت های لازم برای توسعه گردشگری در کشور هستند؛ اما پراکندگی هتل ها و نحوه مکان یابی آنها در فضا از موضوعات مورد بحث در این زمینه است. با توجه به ضرورت بررسی توزیع فضایی هتلها در پهنه کشور، در این تحقیق منطقه بندی جغرافیایی از استانهای کشور ارائه شده که شامل منطقه شمال، شرق، مرکز، البرز، جنوب، غرب و شمال غرب می باشد. در تحقیقاتی که تاکنون در این زمینه انجام شده است، بیشتر در ابعاد شهری به بررسی موضوع پرداخته شده است و بررسی منطقه ای و ملی بر روی موضوع حاضر انجام نشده است. بررسی هتل های این هفت منطقه نشان می دهد که آنها اغلب تمایل به توزیع پراکنده در سطح مناطق خود دارند که البته در هر ناحیه این میزان تمرکز و پراکندگی متفاوت است. این موضوع حاصل علت هایی مانند پراکندگی مقصدها و جاذبه های گردشگری می باشد. اغلب زیرساخت های گردشگری

در استان های جنوبی کشور نیز جاذبه اصلی با جزایر خلیج فارس آن هم به قشم و کیش است که باعث شده است هتل ها، بیشتر در این دو جزیره تمرکز داشته باشند. در منطقه البرز به لحاظ اهمیت سیاسی و تعداد زیاد گردشگران و مسافران (که لزوما در تعریف گردشگری جای نمی گیرند)، تهران، بالاسری خاصی داشته و البته استان البرز و قم نیز در حالتی ضعیف تر پذیرای هتل ها بوده اند. اما در منطقه مرکز ایران که شامل چهار استان و چهار شهر اصلی اصفهان، شیراز، یزد و کرمان می باشد، هتل های این منطقه پراکنده در این چهار استان و البته در چهار شهر مراکز استان می- باشد. حتی بیضی آن نیز شامل چهار استان شده است. در استان های غربی کشور وضعیت پراکندگی به مراتب از بقیه مناطق بیشتر است؛ چرا که شهری که مقصد خاص گردشگری نسبت به سایر شهرهای منطقه باشد، وجود ندارد و همه مراکز استان دارای وضعیت یکسان هستند. البته، استان خوزستان و به خصوص شهر اهواز- به لحاظ تعداد هتل ها- اوضاع مناسب تری دارد. بیضی انحراف معیار ای منطقه نیز شامل همه استان ها بوده و تقریبا تا منتهی الیه استان خوزستان را شامل می- شود. اما در شمال غرب کشور به مانند منطقه البرز و شرق کشور، استان آذربایجان شرقی و شهر تبریز یگانگی خود را بر منطقه نشان می دهد و بیضی آن نیز به حالت دایره حول این شهر درآمده است. بنابراین، استفاده از جاذبه ها و منابع گردشگری شهرها و تبدیل آنها به جاذبه در کنار ایجاد جاذبه های جدید انسانساخت، توسعه کارکردهای شهری و اضافه نمودن نقش شهری بخصوص به شهرهایی که دارای عقب ماندگی در مراکز اقامتی و هتل هستند، ضرورت دارد.

تحقیقات مشابه، رویکرد منطقه ای و ملی آن به بحث توزیع فضایی هتل ها می باشد.

منطقه شمال کشور به عنوان یکی از مهم ترین مقصدهای گردشگری کشور که همواره گردشگران زیادی را در طول سال به خود جذب می نماید، در مدل تحلیل خوشه ای فضایی چند فاصله ای، در فواصل کم دارای الگوی خوشه ایی بوده و به تدریج در فواصل بالاتر به الگوی پراکنده در می آید. در این منطقه، کانون های گردشگری بزرگی وجود دارد که اغلب هتل ها در این کانون های شهری مکان یابی شده اند که بیشتر در غرب استان مازندران و شرق گیلان قرار دارند. از این کانون ها می توان به رامسر، لاهیجان، انزلی، رشت، بابلسر و غیره نام برد. اما هتل ها سعی می کنند در مقیاس منطقه سه استان در فواصل بیشتری پراکندگی خود را حفظ کرده و به دنبال مکان یابی در مکان های دورتر و کمتر رقابتی باشند. از این نوع مناطق می- توان به گرگان، آمل، چالوس، فومن، لنگرود و غیره نام برد. همچنین، وجود زمین، قیمت زمین، دسترسی به سایر زیرساخت ها، قرارگیری در مناطق با دسترسی مطلوب تر و ... باعث شده است که هتل ها متمایل به پراکندگی شوند. اما این موضوع در شرق کشور به خاطر جاذبه قوی حرم امام رضا (علیه السلام) کمتر صدق می- نماید؛ چرا که تاسیس و مکان یابی هتل به خاطر تقاضای بسیار زیاد در شهر مشهد کماکان ادامه دارد و سایر مناطق چهار استان خراسان رضوی و سه استان دیگر بهره کمتری از زیرساخت های گردشگری برده اند. در این میان، چابهار در استان سیستان و بلوچستان به خاطر شرایط اقتصادی و طبیعی خود، استثنا محسوب می شود.

## ۶ منابع

### منابع فارسی

پوراحمد، احمد (۱۳۹۳)، *قلمرو فلسفه جغرافیا*، چاپ هفتم، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

جاودان، مجتبی و فتحی زاده، فرح (۱۳۹۵). معیارهای انتخاب هتل از دیدگاه گردشگران شهر مشهد، *فصلنامه فضای گردشگری*، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۵۹-۸۰.

افراخته، حسن؛ رهنمایی، محمدتقی؛ طهماسبی، اصغر؛ ایمنی قشلاق، سیاوش (۱۳۹۵). تحلیل نابرابری های فضایی در توسعه منابع گردشگری (مورد مطالعه: استان اردبیل). *فصلنامه علمی- پژوهشی گردشگری و توسعه*، دوره پنجم، شماره ۱، صص ۱۰۷-۱۲۸.



شکویی، حسین (۱۳۸۸)، *اندیشه های نو در فلسفه جغرافیا*، چاپ یازدهم، انتشارات گیتاشناسی، تهران.

شماعی، علی و موسی وند، جعفر (۱۳۹۰). *سطح بندی شهرستان های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP، مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای*، سال سوم، شماره دهم، صص ۲۳-۴۰.

عسگری، علی (۱۳۹۰)، *تحلیل های آماری فضایی با ARCGIS*، چاپ اول، انتشارات سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران.

فرجی سبکبار، حسنعلی (۱۳۹۱)، *تحلیل نابرابریهای فضایی سکونتگاه های روستایی ایران، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، شماره ۱، صص ۱۰۰-۸۳.

قدمی، محسن؛ صرافی زاده، اصغر؛ مدنی، امیرمحسن (۱۳۹۰). *طراحی الگوی بومی طبقه بندی و رتبه بندی هتل ها در ایران، مجله مدیریت فرهنگی*، سال پنجم، شماره یازدهم، صص ۷۶-۸۸.

کروبی، مهدی و یوسفی، جواد (۱۳۸۹). *مقایسه ادراکات و انتظارات مهمانان نسبت به پنج بعد کیفیت خدمات در صنعت هتل داری؛ مطالعه موردی هتل های ۲ مشهد، فصلنامه مطالعات گردشگری*، شماره ۱۳، صص ۶۵-۸۴.

کلانتری، محسن و قزلباش، سمیه (۱۳۸۸)، *شناسایی کانون های جرم خیز شهری با استفاده از مدل های آماری گرافیک مبنا و سامانه های اطلاعات جغرافیایی GIS*، مورد مطالعه: سرقت در شهر زنجان، *فصلنامه مطالعات پیشگیری از جرم*، سال ۴، شماره ۱۱، صص ۹۱-۷۷.

کیامهر، رامین؛ پیری، عیسی؛ بزم آورد، شب بو؛ آذری، مهدی (۱۳۹۵). *تحلیلی بر توزیع فضایی هتل ها در مقصدهای گردشگری (نمونه موردی: شهر کرمانشاه)*، *گردشگری شهری*، دوره ۳، شماره ۱، صص ۴۳-۵۷.

جعفری مهرآبادی، مریم و رخساری، حمید (۱۳۹۷). *تحلیل فضایی و مکانیابی هتل ها در ساختار شهری (مطالعه موردی: شهر تبریز)*، *فصلنامه مطالعات ساختار و کارکرد شهری*، سال پنجم، شماره ۱۷، صص ۲۶-۴۶.

جعفری، حمیدرضا؛ حسن پور، سیروس؛ رحیلی خراسانی، لیلی و پوراحمد، احمد (۱۳۹۳)، *کاربرد سامانه اطلاعات جغرافیایی در مکان یابی و تحلیل فضایی مکانی آلودگی و منابع آلاینده های هوا در کلان شهر کرمانشاه، محیط شناسی*، دوره ۴۰، شماره ۱، صص ۶۴-۵۱.

داداش پور، هاشم و فتح جلالی، آرمان (۱۳۹۲)، *تحلیلی بر تخصصی شدن منطقه ای و تمرکز فضایی صنایع در ایران، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای*، سال سوم، شماره ۱۱، صص ۱-۱۸.

زیاری، کرامت الله و رخساری، حمید (۱۳۹۸). *بررسی عوامل بر مکان گزینی هتل ها و بازتاب های فضایی آن در منطقه شهری (مورد شناسایی: شهر بندرانزلی)*، *فصلنامه جغرافیا و امایش شهری- منطقه ای*، سال نهم، شماره ۳۲، صص ۱۷۰-۱۴۵.

سرایبی، محمدحسین؛ چهارراهی، مسعود؛ صفریپور، میثم (۱۳۹۵). *بررسی و تحلیل پراکنش فضایی هتل ها نسبت به جاذبه های گردشگری مورد شناسایی: شهر شیراز، فصلنامه برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، دوه ۷، شماره ۲۷، صص ۸-۲۵.

سرایبی، محمدحسین؛ رضایی، محمد رضا و صفریپور، میثم (۱۳۹۸). *تحلیل پراکنش فضایی هتل ها نسبت به جاذبه های گردشگری درمانی در شیراز، برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، دوره ۷، شماره ۲۷، صص ۵-۲۵.

سهرابی، بابک؛ طهماسبی پور، کاوه؛ رئیسی وانانی، ایمان؛ فضلی، صفر (۱۳۹۱). *شناسایی معیارها و تبیین مجموعه های فازی انتخاب هتل از دیدگاه گردشگران مقیم تهران، پژوهش های جغرافیایی انسانی*، دوره ۴۴، شماره ۱، صص ۷۴-۵۵.

مجله پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۶۵،  
صص ۱۰۵-۱۱۶.

موحد، علی؛ تولایی، سمین؛ کمانرودی کجوری، موسی و  
تابعی، نادر (۱۳۹۳)، تحلیل نابرابری های فضایی  
توزیع خدمات در سطح محلات منطقه شش  
تهران، *مجله آمایش سرزمین*، دوره ششم، شماره  
اول، صص ۵۹-۸۲.

وارثی، حمیدرضا و رضائی، میثم (۱۳۹۱). تحلیل فضایی و  
مکان یابی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی  
مطالعه موردی: هتل های شهر شیراز، *فصلنامه  
آمایش محیط*، شماره ۱۹، صص ۱-۲۶.

محمدعلی فیروزی (۱۳۹۷). مکان یابی هتل های شهر اهواز  
با استفاده از GIS و AHP، *فصلنامه مطالعات  
مدیریت گردشگری*، سال چهاردهم، شماره ۴۶،  
صص ۱۶۵-۱۹۵.

مستوفی الممالکی، رضا و فراهانی، سکینه (۱۳۸۸)،  
ارزیابی کیفیت خدمات جهانگردی در واحدهای  
اقامت و هتل های شهر شیراز، *فصلنامه جغرافیا  
و مطالعات محیطی*، سال اول، شماره ۲، صص  
۳۵-۴۴.

موحد، علی (۱۳۸۷). توزیع فضایی مراکز اقامت گاهی در  
شهرهای تاریخی مطالعه موردی شهر اصفهان،

## منابع لاتین

- Adam, I., & Amuquandoh, F. E. (2013). Dimensions of hotel location in the Kumasi Metropolis, Ghana. *Tourism Management Perspectives*, 8, 1-8.
- Albalate, D., Campos, J., & Jiménez, J. L. (2017). Tourism and high speed rail in Spain: Does the AVE increase local visitors?. *Annals of Tourism Research*, 65, 71-82.
- Arbel, A., & Pizam, A. (1977). Some determinants of urban hotel location: The tourists' inclinations. *Journal of Travel Research*, 15(3), 18-22.
- Barros, C. P. (2005). Evaluating the efficiency of a small hotel chain with a Malmquist productivity index. *International Journal of tourism research*, 7(3), 173-184.
- Baum, J. A., & Haveman, H. A. (1997). Love thy neighbor? Differentiation and agglomeration in the Manhattan hotel industry, 1898-1990. *Administrative Science Quarterly*, 304-338.
- Bégin, S. (2000). The geography of a tourist business: Hotel distribution and urban development in Xiamen, China. *Tourism Geographies*, 2(4), 448-471.
- 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.
- Egan, D. J., & Nield, K. (2000). Towards a theory of intraurban hotel location. *Urban Studies*, 37(3), 611-621.
- Feng, R., & Morrison, A. M. (2002). GIS applications in tourism and hospitality marketing: A case in Brown County, Indiana. *Anatolia*, 13(2), 127-143.
- Jovanović, S., & Ivana, I. L. I. Č. (2016). Infrastructure as important determinant of tourism development in the countries of Southeast Europe. *Ecoforum journal*, 5(1).
- Kalnins, A., & Chung, W. (2004). Resource-seeking agglomeration: a study of market entry in the lodging industry. *Strategic Management Journal*, 25(7), 689-699.
- Knežević Cvelbar, L., Dwyer, L., Koman, M., & Mihalič, T. (2016). Drivers of destination competitiveness in tourism: a global investigation. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1041-1050.
- Law Christopher, M (1996). *Urban Tourism attraction visitors to large cities*, Mansell, Publishing limited, London.



- Lee, M. J., & Jang, S. S. (2007). Market diversification and financial performance and stability: A study of hotel companies. *International Journal of Hospitality Management*, 26(2), 362-375.
- Li, M., Fang, L., Huang, X., & Goh, C. (2015). A spatial-temporal analysis of hotels in urban tourism destination. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 34-43.
- Lim, C., Zhu, L., & Koo, T. T. (2019). Urban redevelopment and tourism growth: Relationship between tourism infrastructure and international visitor flows. *International Journal of Tourism Research*, 21(2), 187-196.
- Lin, B. H., & Liu, H. H. (2000). A study of economies of scale and economies of scope in Taiwan international tourist hotels. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 5(2), 21-28.
- McCleary, K. W., Weaver, P. A., & Hutchinson, J. C. (1993). Hotel selection factors as they relate to business travel situations. *Journal of Travel Research*, 32(2), 42-48.
- Medlik, S & Ingram, H(2000). *The business of hotels*, fourth edition, great Britain Elsevier ltd
- Peng, B., Song, H., Crouch, G. I., & Witt, S. F. (2015). A meta-analysis of international tourism demand elasticities. *Journal of Travel Research*, 54(5), 611-633.
- Popovic, G., Stanujkic, D., Brzakovic, M., & Karabasevic, D. (2019). A multiple-criteria decision-making model for the selection of a hotel location. *Land use policy*, 84, 49-58.
- Reisinger, Y., Michael, N., & Hayes, J. P. (2019). Destination competitiveness from a tourist perspective: A case of the United Arab Emirates. *International Journal of Tourism Research*, 21(2), 259-279.
- Rigall-i-Torrent, R., & Fluvià, M. (2007). Public goods in tourism municipalities: formal analysis, empirical evidence and implications for sustainable development. *Tourism Economics*, 13(3), 361-378.
- Risteski, Michael, Kocevski, Jordan, Arnaudov, Kliment; 2012, Spatial planning and sustainable tourism basis for developing competitive tourist destinations, *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 44, pp 375 - 386.