



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال سوم، شماره‌ی ۱۰، پاییز ۱۳۹۳

صفحات ۱۶۱-۱۴۷

ارایه‌ی الگویی فضایی جهت تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری شهری (نمونه: شهر شیراز)

* محمدحسین سرایی

** رحیم حیدری چپانه

*** میثم صفرپور

**** یونس شاکری

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۹/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۱/۲۷

چکیده

در اغلب موارد فضای گردشگری شهری بسیار محدودتر و کوچک‌تر از کل نظام پهنه‌ی شهر است. برنامه‌ریزی گردشگری شهری نیازمند شناخت صحیح از فضاهای گردشگرپذیر در شهر است. این فضاها از سه الگوی خطی، نقطه‌ای و سطحی تشکیل شده است که با فرآیند حرکتی گردشگران معنی‌دار می‌شوند. تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری رهیافتی جهت تعیین الگوی تراکم حرکتی گردشگران در وضع موجود و بهینه است. هدف از تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری، مدیریت اجتماعی- مکانی فضاهای ویژه‌ی گردشگری است. در پژوهش حاضر با استفاده از تلفیق الگوهای خطی، نقطه‌ای و فرآیند حرکتی گردشگران، روشی جهت تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری پیشنهاد شده است. روش تحقیق توصیفی- تحلیلی با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که الگوی فضایی مناسب برای تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری باید در وحله‌ی اول دارای نگرشی سیستماتیک نسبت به تمامی عناصر دخیل در موضوع باشد، میزان جذابیت مقاصد گردشگری را لحاظ نماید، اولویت‌بندی گردشگران در انتخاب سفرهای درون‌شهری را رعایت نماید، همزمان اصول و معیارهای شهرسازی در انتخاب مسیرهای بهینه وارد سازد و در نهایت، حداکثر تراکم حرکتی گردشگران در حالت موجود و بهینه را شامل شود.

واژه گان کلیدی: الگوی فضایی، مسیرهای ویژه‌ی گردشگری، شهر، شیراز.

* دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه یزد

** استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز

*** نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه یزد (safarpour66@yahoo.com)

**** دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه یزد

مقدمه

در نگرش پست‌مدرنیستی به مدیریت شهری، توجه به مکان‌های کوچک مقیاس‌تر شهری، کاربرد و معنایشان ضروری می‌نماید (مدنی‌پور، ۱۳۸۷: ۱۴۱). مدیریت شهری منسجم نیازمند تخصیص بهینه‌ی امکانات و خدمات مطابق با کارآیی فضاهای مختلف شهر است (صفرپور، ۱۳۹۰: ۶۴). از دیدگاه جغرافیا، فضای شهری تعبیری کارکرد گرایانه دارد (مدنی‌پور، ۱۳۸۷: ۴۷). با توجه به نقش مهم گردشگری در دنیای کنونی، مدیریت فضاهای گردشگری جزء انکارناپذیر برنامه‌ریزی شهرهای با کارکرد گردشگری است. توجه به فرایند برنامه‌ریزی توسعه‌ی مقاصد گردشگری شهری، بسیار حساس است و به شرایط و عوامل زیادی بستگی دارد و مدیریت آن‌ها از اهمیت خاصی برخوردارند. مدیریت مقصد گردشگری (TDM)^۱ با عوامل بسیاری روبروست که شاید مهم‌ترین آن‌ها پایداری مقاصد^۲ در شرایط رقابتی^۳ بازارهاست. از این‌رو تهیه و تدوین سیستم اطلاعات مدیریت مقصد گردشگری (TDMIS)^۴ در این راستا اهمیت حیاتی دارد (گلدنر و ریچ^۵، ۲۰۰۳: ۴۱۷). یکی از مهم‌ترین وجوه مدیریت مقاصد گردشگری، تعیین فضاهای گردشگری شهر است که اکثر گردشگران در دید و بازدید از شهر آن فضاها را مورد استفاده قرار می‌دهند. فضاهای گردشگری شهری فضایی است که منابع گردشگری در آن قرار دارد و الگوی رفتاری گردشگران تابعی از منابع گردشگری است که تبلور آن فضای گردشگری را شکل می‌دهد (موحد، ۱۳۸۱: ۹۱). مهم‌ترین گام در تعیین فضای گردشگری شهر، تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری است. مسیرهای ویژه‌ی گردشگری^۶ رهیافتی است ناشی از حرکت گردشگران در سطح شهر که پیاده کردن استراتژی‌های گردشگری مدیران و بخش خصوصی در این فضاها می‌تواند تحولی شگرف در پایداری گردشگری شهر ایفا نماید. که می‌توان با اخذ خروجی‌های متناسب با حرکات جمعیتی، برنامه‌ریزی گردشگری را با توجه به ویژگی‌های گروه‌های متقاضی انجام داد و زیرساخت‌ها و امکانات مورد نیاز را تامین کرد (فرج‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۱۰). تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری گام نخست تخصیص آگاهانه و هدفمند امکانات در فضای گردشگری شهری است. هدف از تحلیل مسیرهای ویژه‌ی گردشگری، تعیین اولویت ساماندهی فضاهای گردشگری با نگاه سیستماتیک در فرآیند مدیریت و برنامه‌ریزی فضاهای گردشگری شهری است. پژوهش حاضر سعی در آرایه‌ی الگویی جهت تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری در راستای شناخت سازمان فضایی گردشگری شهری است. سؤال ویژه‌ی پژوهش در ارتباط با نحوه‌ی تعیین مسیرهای

^۱ Tourism Destination Management (TDM)

^۲ Destination Sustainability

^۳ Competitive

^۴ Tourism Destination Management Information System (TDMIS)

^۵ Geoldner & Rithcie

^۶ Tourism Special Route

ویژه‌ی گردشگری و تعیین پارامترها و معیارهای موجود در این فرآیند است. تحقیق حاضر به لحاظ ساختاری از مکتب ادراک محیطی و نظریه‌های جغرافیا به منزله‌ی علم فضایی و جغرافیای رفتاری نشأت گرفته‌است و سعی بر این بوده که با دید سیستماتیک و همه‌جانبه ابعاد مورد نظر موضوع مربوطه واکاوی شود.

پیشینه‌ی تحقیق

از مطالعات و بررسی‌های خارجی و داخلی مهمی که در این زمینه صورت گرفته است، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ادواردز و همکاران^۱ در مقاله‌ای تحت عنوان «پژوهش گردشگری شهری در حال توسعه در دستور کار» به بررسی ادبیات گردشگری شهری، چارچوب فرایندی که برای شناسایی مناطقی که برای پژوهش و تحقیقات گردشگری انتخاب می‌شوند و ارایه‌ی یک چارچوب مفهومی که می‌تواند برای تمرکز تحقیقات گردشگری شهری آینده مورد استفاده قرار بگیرد، پرداخته‌اند (ادواردز و همکاران، ۲۰۰۸).

- لیا و همکاران^۲ در مقاله‌ای تحت عنوان «توسعه‌ی صنعتی گردشگری از میراث جهانی یونسکو در چین: یک چشم‌انداز جغرافیایی» دو منبع اصلی خطر و تهدید یعنی فشار جمعیت، سیاست توسعه‌ی اقتصاد محلی و عدم حمایت‌های مالی از سایت‌های میراث فرهنگی که ممکن است سازش و سازگاری حفاظت از سایت‌های میراث فرهنگی را برهم بزنند شناسایی و مورد بررسی قرار داده‌اند (لیا و همکاران، ۲۰۰۸).

- احمد ابوالحاجی^۳ در مقاله‌ای تحت عنوان «اردن: گردشگری و تعارض با جوامع محلی» بیان می‌کند که تعارض اجتناب‌ناپذیر اجتماعی و فرهنگی میان صنعت گردشگری و ساکنان جوامع محلی در شهرهای تاریخی اردن از چالش‌های فراروی روند توسعه‌ی صنعت گردشگری در این کشور بوده و بررسی سطح ارتباط بین دولت، مردم و بازدیدکنندگان خارجی از جاذبه‌های گردشگری در شرایط مختلف ضروری است (احمد ابوالحاجی، ۲۰۱۰).

- رساله‌ی دکتری با عنوان بررسی و تحلیل الگوی فضایی توریسم شهری مطالعه‌ی موردی شهر اصفهان با هدف تبیین الگوی فضای توریستی شهر اصفهان توسط موحد (۱۳۸۱) از دیگر مطالعات صورت گرفته در این زمینه است. موحد و شکویی با مقاله‌ای برگرفته از این رساله به معرفی ویژگی‌های بافت تاریخی اصفهان و مشکلات ناشی از فشار بر این بافت را با استفاده از GIS مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند و به لزوم توجه به بخش مرکزی شهر اشاره نموده‌اند (موحد، ۱۳۸۱).

¹ Deborah Edwards, Tony Griffin, Bruce Hayllar

² Mimi Lia, Bihu Wub, Liping Cai

³ Ahmed Abu Al Haija

- پژوهش‌هایی توسط حیدری چپانه، (۱۳۸۳) در موضوع رساله‌ی دکترا تحت عنوان ارزیابی برنامه‌ریزی صنعت توریسم در ایران صورت گرفته است که سعی در شناخت عوامل عمده‌ی تأثیرگذار در توریسم بین‌المللی و داخلی ایران داشته‌اند و به‌دلایل ناکامی برنامه‌های توسعه‌ی توریسم در ایران پرداخته است.

- پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد میثم صفرپور با عنوان بررسی و تحلیل الگوی فضایی توریسم شهری با استفاده از GIS نمونه: شیراز. در این پایان‌نامه الگوهای رفتاری گردشگران در انتخاب مسیرهای گردشگری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌است. در این پژوهش، مسیرهای بهینه‌ی گردشگری با اعمال تغییر در الگوی رفتاری گردشگران در اولویت‌بندی سفر و انتخاب جاذبه‌ها پیشنهاد شده‌است (۱۳۹۰).

تمایز پژوهش حاضر با سایر مطالعات

پس از بررسی و تحلیل منابع و پیشینه تحقیقات راجع به فضاهای گردشگری شهری و مسیرهای ویژه‌ی گردشگری، مشاهده شد که در برخی از تحقیقات صورت گرفته، در ارتباط با اهمیت و ضرورت تعیین فضاهای گردشگری و تخصیص بهینه‌ی زیرساخت‌ها و امکانات به این فضاها سخن به میان آمده‌است، اما در رابطه با معیارها و پارامترهای تعیین حدود کلی این فضاها سخنی به میان نیامده است. فضاهای گردشگری تابعی از الگوهای نقطه‌ای، سطحی و خطی عناصر گردشگری هستند که با حرکت گردشگران در این عناصر، فضاهای گردشگری شکل می‌گیرد. در پژوهش حاضر با اولویت دادن به الگوهای خطی، نقطه‌ای و حرکتی گردشگران در سطح شهر، سعی در ارایه‌ی چهارچوبی جهت تعیین الگوی حرکتی گردشگران، تعیین مسیرهای بهینه‌ی گردشگری و تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری شده‌است.

اهداف تحقیق

در پژوهش حاضر هدف‌های زیر مدنظر است:

- ارایه‌ی الگویی جهت تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری
- بیان ضرورت و اهمیت توجه به مسیرهای ویژه‌ی گردشگری

سؤالات تحقیق

با توجه به اهداف مطرح شده، در پژوهش حاضر سؤال ویژه‌ی تحقیق از این قرار است که تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری به چه صورت انجام می‌گیرد؟ پارامترها و معیارهای موجود در این فرآیند چیست؟ و سؤالات فرعی عبارتند از: الگوی رفتاری گردشگران در انتخاب اولویت‌های سفر و روند حرکتی آنان در شهر شیراز چگونه است؟ کاربرد مسیرهای ویژه‌ی

گردشگری در برنامه‌ریزی گردشگری شهری چیست؟

روش تحقیق

نوع این پژوهش از نظر هدف کاربردی- توسعه‌ای است. در پژوهش حاضر با استفاده از روش توصیفی- تحلیلی به تحلیل مسیرهای گردشگری شهری پرداخته شده است. روند انجام پژوهش بدین صورت می‌باشد که به کمک مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی و سپس با استفاده از پرسش‌نامه و نظرسنجی از گردشگران، اطلاعات لازم جمع‌آوری شده است. جامعه‌ی آماری تحقیق، گردشگران داخلی هستند که در سال ۱۳۹۰ از شهر شیراز بازدید کرده‌اند. حجم نمونه شامل ۱۹۶ گردشگر ایرانی است که در زمان پژوهش روش نمونه‌گیری به صورت فضایی (نقطه‌ای) و تصادفی ساده انجام گرفت. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران (با حجم جامعه‌ی نامشخص، مقدار خطا ۰/۰۷ درصد و ضریب اطمینان ۰/۹۵) مشخص شده است. پس از انجام تحلیل‌های آماری، با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی سعی در تعیین سازمان فضای گردشگری موجود و ارایه‌ی الگوی بهینه‌ی گردشگری شهر شیراز شده است. لذا بر اساس داده‌های مستخرج از پرسش‌نامه و آمار به دست آمده از سازمان‌های مربوطه، ابتدا میزان جذابیت هر کدام از جاذبه‌های شهری شیراز بر اساس فراوانی مراجعه کنندگان مشخص شده و سپس ۴ مسیر اصلی گردشگری یا به عبارتی دیگر الگوی غالب رفتار گردشگران در اولویت‌بندی جاذبه‌های شهری نسبت به ۳ دروازه‌ی ورودی اصلی شهر مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته است و در نهایت، مسیر بهینه گردشگری بر حسب معیارها و ضوابط، نسبت به هر دروازه‌ی ورودی با استفاده از تابع Network Analyst تعیین شده و با صور غالب مسیرهای گردشگری، مقایسه و میزان مسافت اضافه طی شده در هر مسیر مشخص شده است. در بخش پایانی، به لحاظ فضایی، با تحلیل و روی هم قرار دادن^۱ الگوهای غالب حرکتی گردشگران و مسیرهای بهینه نسبت به دروازه‌های ورودی شهرها، مسیرهای مشترکی مشخص می‌شود که با برش این مسیرهای مشترک، مسیرهای ویژه‌ی گردشگری مشخص می‌شوند. مراحل انجام پژوهش به صورت زیر است:

گام اول: مطالعات کتابخانه‌ای؛

گام دوم: استفاده از مدارک و مستندات سازمان جهانی گردشگری و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهر شیراز؛

گام سوم: جمع‌بندی و استخراج اطلاعات مربوط به فضاها‌ی گردشگری شهر شیراز؛

^۱ overlay

گام چهارم: تدوین پرسش‌نامه؛ گروه هدف پرسش‌نامه‌ها گردشگران را شامل می‌شد. برای تهیه‌ی پرسش‌نامه از مقیاس لیکرت و در برخی از موارد از سؤالات باز و اولویت‌بندی گزینه‌ها استفاده شده است؛

گام پنجم: توزیع پرسش‌نامه و جمع‌آوری آن؛ برای انتخاب نمونه‌ی آماری و پر کردن پرسش‌نامه‌ها از روش نمونه‌گیری ساده تصادفی استفاده شده است؛

گام ششم: استخراج نتایج پرسش‌نامه‌ها و انتقال داده‌ها به محیط Arc Map؛

گام هفتم: تعیین الگوهای غالب حرکتی گردشگران با استفاده از تابع Network Analyst؛

گام هشتم؛ تعیین مسیرهای بهینه با استفاده از معیارها و ضوابط مشخص؛

گام نهم؛ هم‌پوشانی لایه‌های اطلاعاتی (شامل ۱۲ لایه مربوط به مسیرهای غالب گردشگری و ۳ لایه در ارتباط با مسیرهای بهینه گردشگری) و تعیین مسیرهای مشترک و ویژه‌ی گردشگری شهر شیراز.

مبانی نظری تحقیق

گردشگری شهری

طبق آمار موجود دریافت‌های حاصل از گردشگری ایران در سال ۲۰۰۲، حدود ۷۹۲ میلیون دلار بوده است که در سال ۲۰۱۰ به حدود ۲/۷ میلیارد دلار رسیده است (WEF, 2013) شکل جدید صنعت گردشگری به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، می‌بایست همواره به موازات مفاهیمی چون جهانی شدن^۱، پایداری^۲، تقسیم جدید بین‌المللی کار (NIDL)^۳، اقتصاد سیاسی و اجتماعی در قالب ظرفی منطقی بررسی و تحلیل شود. (Mowforth & Munt, 1998; 322) گردشگری شهری، کنش متقابل گردشگران- میزبان و تولید فضای گردشگری پیرامون سفر به مناطق شهری با انگیزه‌های متفاوت و بازدید از جاذبه‌ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را در فضای شهری بر جای می‌نهد (کوشش تبار، ۱۳۸۷: ۲۵). کنش‌گری گردشگران در فضاهای شهری پیرامون جاذبه‌ها، بافت شهر، خرید، اسکان و فعالیت‌های جنبی است که در رویکرد به موزه‌ها، تئاترها، نمایشگاه‌ها، مراکز تفریحی و نظیر این‌ها تبلور می‌یابد (هال^۴، ۱۹۹۹: ۱۶۷). همچنین توسعه‌ی زیربناهای گردشگری سهم زیادی در تغییرات شکل و کارکرد نواحی شهر داشته است (پیرسه، ۲۰۰۱: ۹۲۷).

¹ Globalization

² Sustainability

³ New International Division Of Labour

⁴ Hall

فضای گردشگری شهری

فضاهای گردشگری شهری فضایی هستند که منابع گردشگری در آن قرار دارد و الگوی رفتاری گردشگران تابعی از منابع گردشگری است که تبلور آن فضای گردشگری را شکل می‌دهد (موحد، ۱۳۸۱: ۹۱). الگوی رفتاری در محیط شهری متناسب با ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و به‌طور کلی تابعی از فضای شهری است و بر حسب پدیده‌های اجتماعی تغییر می‌کند. فضای شکل گرفته گردشگران نیز بر حسب الگوی رفتاری آنان می‌تواند تغییر کند. بنابراین عدم تغییر پدیده‌های شهری در ارتباط با توریسم می‌تواند ثبات نسبی از الگوی رفتاری را به همراه داشته باشد (موحد، ۱۳۸۱: ۹۳).

الگوی فضایی عناصر گردشگری

پراکندگی پدیده‌های جغرافیایی یا فعالیت‌های اقتصادی در سراسر سطح زمین و یا در داخل یک ناحیه تحت شرایطی، شکل‌گیری الگوها را امکان‌پذیر می‌سازد. هر الگوی فضایی، حاصل تصمیم‌گیری‌های انسانی است. در سطح زمین هر الگوی فضایی غالباً از سه فرم هندسی نقاط (گره‌ها)، خطوط و حوزه‌ها و یک سطح جغرافیایی تشکیل می‌شود (شکویی، ۱۳۸۳: ۲۹۳).

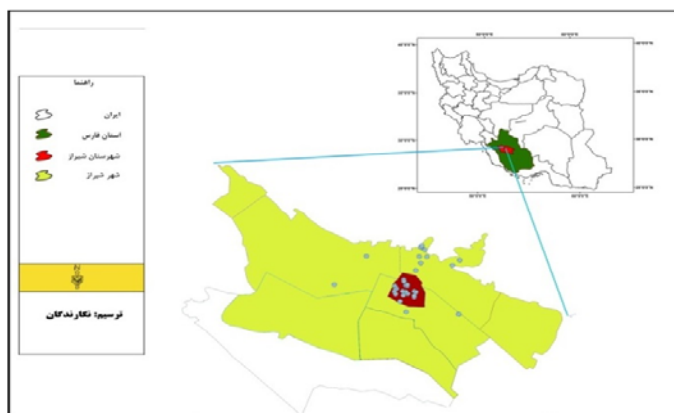
مسیرهای ویژه‌ی گردشگری^۱ و جریان‌های گردشگری

جریان‌های توریستی از طریق مسیرهای حمل‌ونقل پیرامون یک مقصد توریستی مشاهده و تبیین می‌شود و هر قدر حجم گردشگرهای عبوری از این مسیرها بیشتر باشد نشان‌دهنده جریان بیشتر و جاذبه بیشتر مقصد توریستی از دیدگاه متقاضیان توریستی و به نوعی بیانگر رفتار حرکتی توریست‌ها در مناطق است (فرج‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۰۹). به لحاظ فضایی، با تحلیل و روی هم قرار دادن^۲ الگوهای غالب حرکتی گردشگران و مسیرهای بهینه نسبت به دروازه‌های ورودی شهرها، مسیرهای مشترکی مشخص می‌شود که با عنوان مسیرهای ویژه‌ی گردشگری نامیده می‌شوند. الگوهای حاکم بر جریان‌های گردشگری خود نشان‌دهنده کیفیت و کمیت زیرساخت‌های موجود و ضرورت‌ها و الزامات برنامه‌ریزی توریستی است (فرج‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۱۰).

محدوده‌ی مورد مطالعه

شهر شیراز مرکز استان فارس در جلگه‌ای تقریباً مستطیل شکل در ۲۹ درجه و ۳۸ دقیقه‌ی عرض شمالی و ۵۲ درجه و ۴۰ دقیقه‌ی طول شرقی قرار گرفته است در نقشه‌ی شماره‌ی ۱ موقعیت قرارگیری بافت تاریخی فرهنگی در شهر شیراز قابل رویت است.

^۱ Tourism Special Route
^۲ overlay



نقشه ۱: موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

منبع: نگارندگان

بر طبق برآورد جمعیتی سال ۱۳۹۰ سازمان آمار ایران، شهر شیراز، جمعیتی معادل ۱۴۶۰۶۶۵ نفر داشته که از این جهت پرجمعیت‌ترین شهر این استان محسوب می‌گردد (قابل مشاهده در وبگاه رسمی مرکز آمار ایران)

تجزیه و تحلیل

تعیین الگوهای غالب حرکتی گردشگران

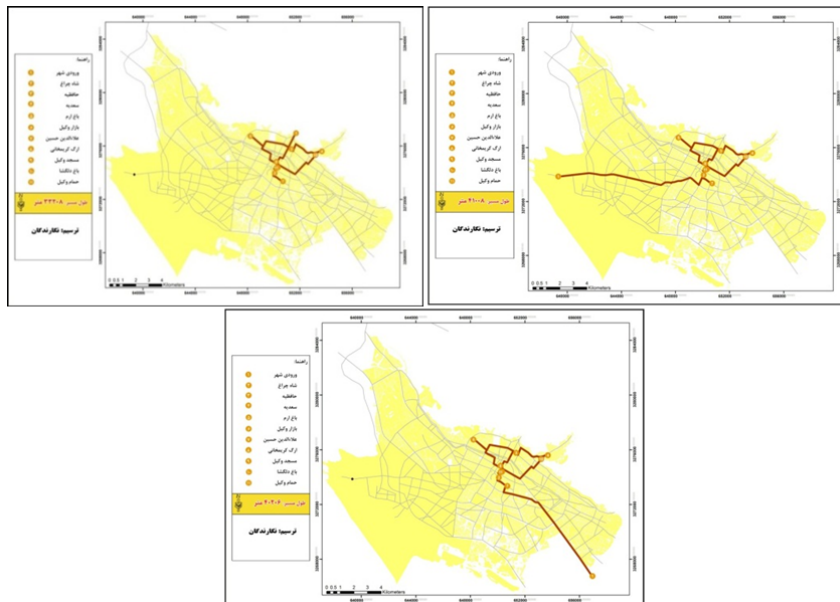
با توجه به اولویت‌بندی که از جاذبه‌ها توسط گردشگران صورت گرفته است، همچنین نقشه پراکندگی این جاذبه‌ها در سطح شهر شیراز، با استفاده از تابع Network Analyst، از میان امتیازهایی که گردشگران به جاذبه‌ها داده‌اند، مسیرهای گردشگری شهری شیراز مشخص شده است. به این ترتیب که مقصدی که بیشترین فراوانی از میان امتیاز ۱۰ را به خود اختصاص داده، به‌عنوان نقطه اول از مسیر اول شناخته شده است و به‌همین ترتیب، جاذبه‌هایی که امتیاز ۱۰ را به خود اختصاص داده‌اند، بر حسب فراوانی، به‌عنوان نقطه دوم، سوم ... تا دهم انتخاب شده‌اند. برای ترسیم مسیر دوم گردشگری شهری شیراز، جاذبه‌هایی که بر اساس امتیازدهی گردشگران دارای امتیاز ۹ بودند انتخاب شده‌اند. سپس بر اساس درصد فراوانی امتیاز ۹ اولویت‌بندی مقاصد گردشگری صورت گرفته است. به‌همین ترتیب مسیرهای سوم و چهارم گردشگری بر اساس امتیازهای شماره‌ی ۸ و ۷ مشخص شده‌اند. فرض بر این است که گردشگران در شهر هیچگونه مسیر اشتباهی طی ننموده‌اند و نزدیک‌ترین و بهترین مسیر را انتخاب کرده باشند. شهر شیراز دارای سه دروازه‌ی ورودی اصلی است که اولویت‌بندی جاذبه‌ها

توسط گردشگران، نسبت به همه دروازه‌های ورودی شهر سنجیده شده‌است. نقشه مسیرها به تفکیک دروازه‌های ورودی شهر ترسیم شده‌است.

جدول ۱: اولویت‌بندی جاذبه‌ها توسط گردشگران

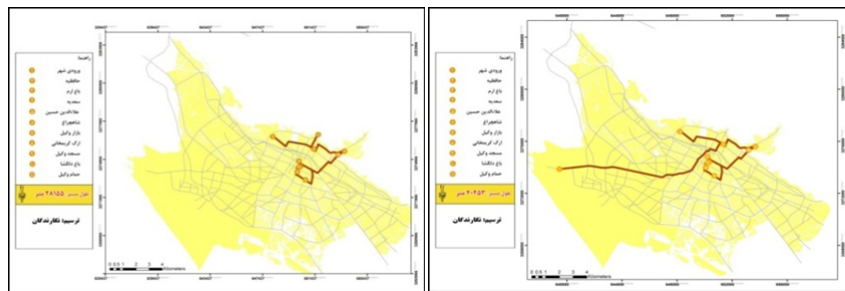
مسیرها	اولویت‌بندی	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	نهم	دهم	
مسیر اول	جاذبه‌ها	شاهچراغ	حافظیه	سعدیه	باغ ارم	بازار وکیل	سید علالدین حسین	ارگ کریمخان	مسجد وکیل	باغ دگشا	حمام وکیل
	امتیازات (۱۰۰)	۱۸/۳	۱۵/۲	۱۴/۶	۱۲/۸	۸/۴	۶/۸	۶/۵	۶	۴/۹	۴/۸
مسیر دوم	جاذبه‌ها	حافظیه	باغ ارم	سعدیه	سید علالدین حسین	شاهچراغ	بازار وکیل	ارگ کریمخان	مسجد وکیل	باغ دگشا	حمام وکیل
	امتیازات (۱۰۰)	۲۱/۹	۱۸/۲	۱۵/۸	۱۰/۹	۹/۷	۸/۵	۷/۳	۴/۸	۲/۴	۱/۵
مسیر سوم	جاذبه‌ها	حافظیه	بازار وکیل	سعدیه	باغ ارم	شاهچراغ	ارگ کریمخان	سید علالدین حسین	باغ دگشا	حمام وکیل	-
	امتیازات (۱۰۰)	۱۹/۲	۱۹/۲	۱۴/۴	۱۳/۹	۸/۳	۸/۳	۵/۸	۵/۸	۵	-
مسیر چهارم	جاذبه‌ها	سعدیه	باغ ارم	حمام وکیل	باغ دگشا	مسجد وکیل	شاهچراغ	حافظیه	بازار وکیل	سید علالدین حسین	ارگ کریمخان
	امتیازات (۱۰۰)	۲۳/۷	۱۶/۲	۱۴/۵	۱۰	۷/۵	۶/۲	۶/۲	۶/۲	۶/۲	۵

منبع: تجزیه و تحلیل پرسش‌نامه



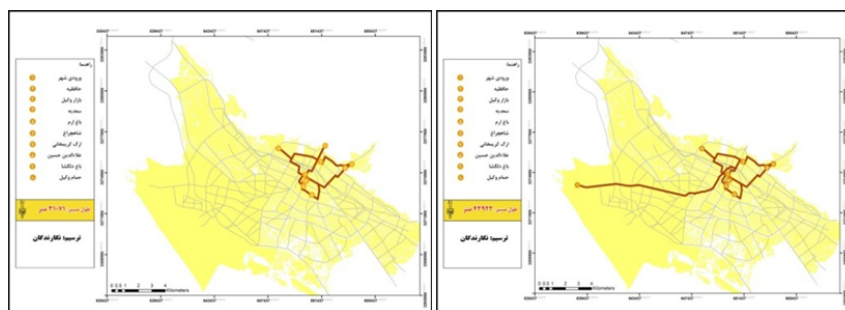
نقشه ۲: مسیر شماره‌ی یک نسبت به دروازه‌های مختلف شهر شیراز

منبع: نگارندگان



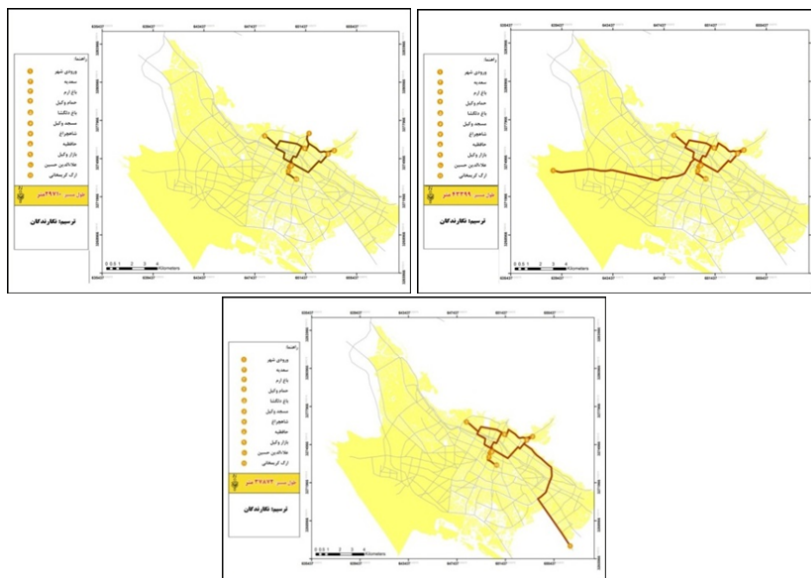
نقشه ۳: مسیر شماره‌ی دو نسبت به دروازه‌های مختلف شهر شیراز

منبع: نگارندگان



نقشه ۴: مسیر شماره‌ی سه نسبت به دروازه‌های مختلف شهر شیراز

منبع: نگارندگان



نقشه ۵: مسیر شماره‌ی چهار نسبت به دروازه‌های مختلف شهر شیراز

منبع: نگارندگان

تعیین الگوهای بهینه حرکتی گردشگران

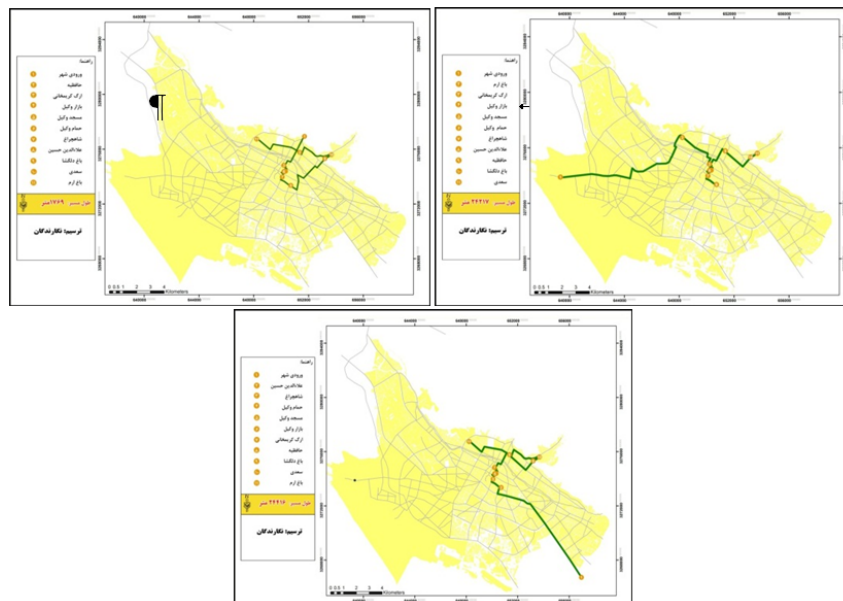
همانگونه که مشاهده می‌شود گردشگران به‌منظور بازدید از ۱۰ جاذبه اصلی شهر شیراز، مسیرهای متفاوتی را انتخاب می‌نمایند (فرض بر این گرفته شده که گردشگران هیچگونه مسیر اشتباهی طی ننموده‌اند). در پژوهش حاضر با استفاده از اصول و معیارهای مشخص (صفرپور، ۱۳۹۰: ۷۹) مسیرهای بهینه گردشگری نسبت به دروازه‌های مختلف شهر شیراز مشخص شده‌است. اولویت‌بندی جاذبه‌ها و نقشه‌های مربوط به مسیرهای بهینه نسبت به دروازه‌های ورودی شهر در جدول و نقشه‌های زیر قابل مشاهده است.

جدول ۲: اولویت‌بندی جاذبه‌ها در مسیرهای بهینه‌ی گردشگری نسبت به دروازه‌های ورودی شهر

شیراز

مسیرها	اولویت‌بندی	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم	نهم	دهم
مسیر اول	سید علاءالدین حسین	شاهچراغ	حمام وکیل	مسجد وکیل	بازار وکیل	ارگ کریمخانی	حافظیه	باغ دالگشا	سعدیه	باغ ارم	
		ارگ کریمخانی	بازار وکیل	مسجد وکیل	حمام وکیل	شاهچراغ	سید علاءالدین حسین	حافظیه	باغ دالگشا	سعدیه	
مسیر دوم	باغ ارم	ارگ کریمخانی	بازار وکیل	مسجد وکیل	حمام وکیل	شاهچراغ	سید علاءالدین حسین	حافظیه	باغ دالگشا	سعدیه	باغ ارم
مسیر سوم	حافظیه	ارگ کریمخانی	بازار وکیل	مسجد وکیل	حمام وکیل	شاهچراغ	سید علاءالدین حسین	حافظیه	باغ دالگشا	سعدیه	باغ ارم

منبع: خروجی تحلیل‌های Network Analyst

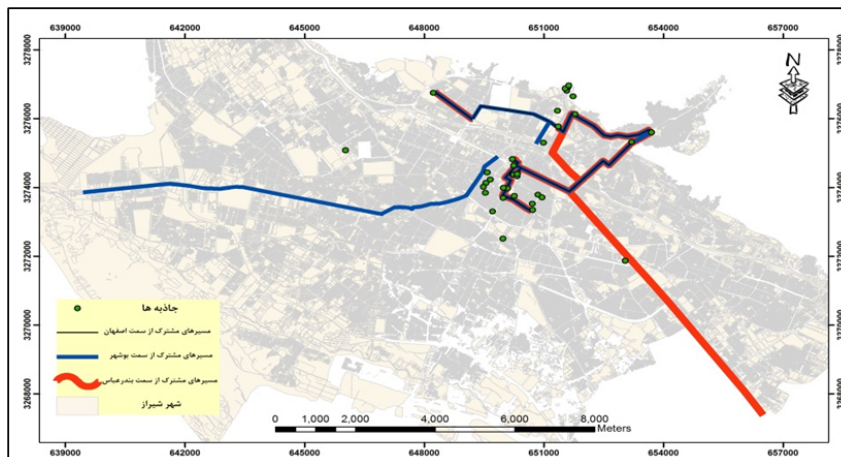


نقشه ۶: مسیرهای بهینه گردشگری نسبت به دروازه‌های مختلف شهر شیراز

منبع: نگارندگان

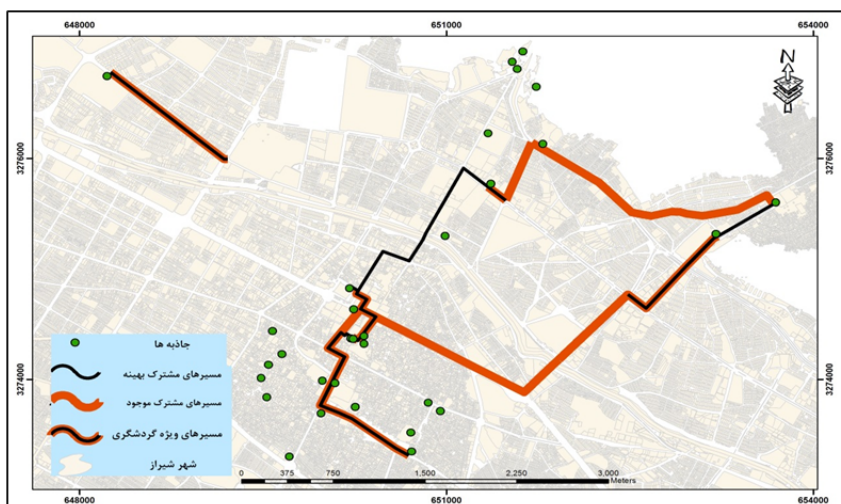
همپوشانی الگوهای بهینه و الگوهای غالب حرکتی گردشگران و تعیین مسیرهای ویژه گردشگری شهر شیراز

به لحاظ فضایی، با تحلیل و روی هم قرار دادن الگوهای غالب حرکتی گردشگران و مسیرهای بهینه نسبت به دروازه‌های ورودی شهرها، مسیرهای مشترکی مشخص می‌شود که با عنوان مسیرهای ویژه گردشگری نامیده می‌شوند. در پژوهش حاضر ابتدا تراکم حرکتی گردشگران در سطح شهر مشخص گردیده است. بدین ترتیب که مسیرهای حرکتی گردشگران که با نظرسنجی از آن‌ها و اولویت‌بندی جاذبه‌ها نسبت به سه دروازه‌ی ورودی اصلی شهر مشخص شده‌اند (شامل ۱۲ نقشه)، با یکدیگر همپوشانی شده‌اند و مسیرهای مشترک بین آن با استفاده از Intersect در محیط ArcMap استخراج گردیده‌اند. نقشه‌ی زیر حاصل تحلیل الگوهای حرکتی گردشگران در وضع موجود است. تعیین مسیرهای ویژه گردشگری در صورتی می‌تواند صحیح باشد که علاوه بر نظر گردشگران، با استفاده از نظر کارشناسان و با دخیل دادن معیارها و اصول در انتخاب مسیرهای بهینه همراه باشد. بدین ترتیب مسیرهای بهینه‌ی تعیین شده در هر دروازه با یکدیگر همپوشانی شده‌اند و نتایج حاصل از این همپوشانی هم با نتایج حاصل از همپوشانی مسیرهای حرکتی گردشگران روی هم قرار گرفته و در نهایت مسیرهای ویژه گردشگری شهر شیراز تعیین شده‌اند.



نقشه ۷: همپوشانی مسیرهای غالب گردشگری نسبت به دروازه‌های مختلف شهر شیراز

منبع: نگارندگان



نقشه ۸: همپوشانی مسیرهای غالب حرکتی گردشگران و مسیرهای بهینه گردشگری در شهر شیراز

منبع: نگارندگان

بحث و نتیجه‌گیری

با استناد به مطالب ارایه شده، مدیریت گردشگری شهری نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت فضای گردشگری شهر است. این فضا بسیار محدودتر و کوچک‌تر از کل نظام پهنه‌ی شهر است. شناخت فضای گردشگری شهری تابعی از الگوهای خطی، نقطه‌ای، سطحی و روند حرکتی

گردشگران در این الگوهاست. الگوهای خطی گردشگری، شامل شریان‌ها و مسیرهای ارتباطی موجود در سطح شهر است، الگوهای نقطه‌ای گردشگری دربرگیرنده‌ی داده‌های نقطه‌ای نظیر جاذبه‌ها، مراکز خرید و مراکز اقامتی گردشگران است. الگوهای سطحی گردشگری هم شامل پهنه‌های برنامه‌ریزی شده گردشگری در سطح شهر است. وجود گردشگران و جریانات حرکتی آن‌ها در این الگوها، فضاهای گردشگری را شکل می‌دهد. در بسیاری از شهرهای ایران نظیر شیراز به‌دلیل عدم وجود الگوهای پهنه‌ای در گردشگری (که معمولاً شامل گردشگری خوشه‌ای و پیاده‌محور می‌شود)، در تعیین فضای گردشگری شهری از سایر الگوها در تلفیق با فضاهای حرکتی گردشگران استفاده شده‌است. یکی از مهم‌ترین مراحل در شناخت صحیح فضای گردشگری شهری، تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری است که وجه تمایز پژوهش حاضر با سایر مطالعات صورت گرفته در ارایه‌ی الگویی جهت تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری به شرح زیر است: در پژوهش حاضر با اولویت‌دادن به الگوهای خطی، نقطه‌ای و حرکتی گردشگران در سطح شهر، سعی در ارایه‌ی چهارچوبی جهت تعیین الگوی حرکتی گردشگران، تعیین مسیرهای پهنه گردشگری و تعیین مسیرهای ویژه‌ی گردشگری شده‌است. الگوی ارایه شده در پژوهش حاضر شامل مراحل مختلفی است که گام نخست، شناخت الگوی رفتاری گردشگران در انتخاب اولویت‌های سفر و برنامه‌ریزی جهت بازدید از جاذبه‌ها توسط گردشگران است. با شناخت دروازه‌های اصلی ورودی شهر و الگوی رفتاری گردشگران در انتخاب اولویت‌ها، می‌توان مسیرهای احتمالی حرکت گردشگران (با فرض عدم اشتباه گردشگران در مسیریابی در سطح شهر) در سطح شهر را ثبت نمود. در ادامه این فرآیند با نظرسنجی از گردشگران و کارشناسان حوزه‌ی ترافیک و مدیریت گردشگری، معیارهای مسیر بهینه گردشگری شناسایی شده و با اعمال ضوابط، مسیرهای بهینه نسبت به دروازه‌های اصلی شهر مشخص شده‌اند. مسیری می‌تواند مسیر ویژه‌ی گردشگری تلقی شود که اکثر گردشگران در وضعیت موجود و بهینه از آن‌ها عبور نموده‌اند و می‌توان با توجهات ویژه به آن‌ها، گردشگری پایدار شهری را به تحقق رساند. بدین منظور کلیه مسیرهای ترسیم شده با یکدیگر همپوشانی شده و در نهایت مسیرهای مشترک حاصل از روی هم قرار دادن آن‌ها به‌عنوان مسیرهای ویژه‌ی گردشگری تعریف شده‌است. لازم به‌ذکر است که داده‌های نقطه‌ای تعریف شده در این مدل فقط جاذبه‌های شهری هستند و مراکز اقامتی در این مدل دخالت داده نشده‌اند که از نقاط ضعف مدل ارایه شده به‌شمار می‌آید. حسن ختام پژوهش حاضر به سخن مرحوم دکتر شکویی اختصاص دارد؛ به‌قول دکتر شکویی فضا بی‌مرز است و الگوهای فضایی از یک گروه به‌هم پیوسته کارکردی از فعالیت‌های اقتصادی و یا سکونتگاهی در یک حوزه‌ی ویژه که دارای ابعاد همگونی، گرهی و سلسله‌مراتبی است (شکویی، ۱۳۸۳: ۲۹۴). بنابراین الگوی تعیین مسیرهای

ویژه‌ی گردشگری راهی جهت شناخت صحیح فضای گردشگری شهری است و مرزبندی فضای گردشگری شهر مورد نظر نیست.

منابع

۱. حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۳). ارزیابی برنامه‌ریزی صنعت توریسم در ایران، رساله‌ی دکترا، دانشگاه تبریز.
۲. حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷). مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران.
۳. سالنامه‌ی آماری استان فارس (۱۳۹۰). فرهنگ و گردشگری، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان فارس، معاونت آمار و اطلاعات.
۴. شکویی، حسین (۱۳۵۴). مقدمه‌ای بر جغرافیای جهانگردی، چاپ اول، دانشگاه تبریز.
۵. شکویی، حسین (۱۳۸۳). اندیشه‌های نو در فلسفه‌ی جغرافیا (جلد اول)، چاپ هفتم، انتشارات گیتاشناسی، تهران.
۶. صفرپور، میثم (۱۳۹۰). بررسی و تحلیل الگوی فضایی توریسم شهری با استفاده از GIS. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز، تبریز.
۷. فرج‌زاده اصل، منوچهر (۱۳۸۷). سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه‌ریزی صنعت توریسم، انتشارات سمت.
۸. کوشش تبار، محسن (۱۳۸۷). صنعت گردشگری ابزاری برای توسعه‌ی پایدار در مدیریت شهری، چاپ اول، سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور مؤسسه‌ی فرهنگی، اطلاع‌رسانی و مطبوعاتی.
۹. مدنی‌پور، علی (۱۳۸۷). طراحی فضای شهری نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، انتشارات پردازش و برنامه‌ریزی شهری (وابسته به شهرداری تهران) چاپ سوم.
۱۰. موحد، علی (۱۳۸۱). بررسی و تحلیل الگوی فضایی توریسم شهری، رساله‌ی دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
11. Abu Al Haija, A. (2010). Jordan: **Tourism and conflict with local communities**, *Habitat Enternational*, 35: 93-100.
12. Edwards, D., Griffin, T. and Hayllar, B. (2008). **Urban Tourism Developing an Agenda**, *Annals of Tourism Research*, 35(4): 1032-1052.
13. Goeldner. R. and Ritchie, J. R. B. (2003). **Tourism, Principles, Practies, Philosophies**, publish by Tohn wileson ,Juc, Hoboken, New jersey.
14. Hall, C. M. and Page, S. (1991). **The Geogrophy OF Tourism and Recreation Environment, Place and space**, published by Routledge, 167.
15. Li, M., Wu, b. and Cai, L. (2008). **Tourism development of World Heritage Sites in China: A geographic perspective**, *Tourism Management* 29: 308-319.
16. Martin M. and Ian, M. (1998). **TOURISM AND SUSTAINABILITY: NEW TOURISM IN THE THIRD WORLD**, 322.
17. Pearce Douglas, G. (2001). **An intergrative frame work for urban tourism research**, *Annals of tourism research*, 28(4).
18. WEF. (2013). World Economic Froum, **The travel & tourism competitiveness**, Jennifer Blanke and Thea Chiesa editors.