

بررسی عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها و بازتاب‌های فضایی آن در منطقه شهری (مورد شناسی: شهر بندرانزلی)

کرامت‌الله زیاری* (استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران)

حمید رخساری (دانشجو دکترا جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی)

چکیده

مناطق ساحلی از پربرترین و پویاترین نقاط و بستر فعالیت‌های عظیم گردشگری شهری در جهان به شمار می‌روند. منابع ارزشمند و متنوع، این مناطق را به یکی از حساس‌ترین و ارزشمندترین مناطق مورد توجه سرمایه‌گذاران گردشگری تبدیل کرده است؛ به‌گونه‌ای که در این مناطق، سرمایه‌گذاری در ساخت محیط‌های انسان‌ساخت به‌خصوص در زمینه خدمات گردشگری به سرعت رشد کرده است. در سه دهه اخیر رشد خدمات اقامت گردشگران به‌ویژه هتل‌ها به گونه بوده است که فضای شهرهای ساحلی را دچار مسائل رقابتی مکانی - فضایی گسترده‌ای کرده است. در دهه‌های اخیر، در کشور ایران این مسئله در مناطق شمالی نمود بیشتری داشته است و رقابت سرمایه‌داران در مکان‌گزینی هتل‌ها چالش‌های فضایی - مکانی را به همراه داشته؛ به صورتی که عوامل شخصی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... بر این مسئله مؤثر واقع شده است. به همین منظور در این مقاله به بررسی عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌های شهر ساحلی بندر انزلی و بازتاب‌های فضای آن‌ها با استفاده از مدل جدید چند متغیره گرافیکی CO-PLOT و GIS پرداخته شده است. این مقاله با روش توصیفی - تحلیلی که اطلاعات موردنیاز این تحقیق از طریق پرسشنامه و مصاحبه از جامعه آماری مالکان هتل‌ها شامل سرمایه‌گذاران، شرکا، مدیران و سرپرستان هتل‌های شهر ساحلی انزلی جمع‌آوری شده است؛ در مرحله اول عوامل مؤثر در گزینش مکانی هتل‌ها و رتبه‌بندی این عوامل در جهت شناسایی مدل تجربی چند متغیره با ارائه نقشه گراف به کمک نرم‌افزار CO-PLOT مورد بررسی قرار گرفته است و در مرحله بعد با کمک مدل‌های مکان مرکزی الگوی فضایی پراکنش انواع هتل‌های شهر انزلی با تحلیل اولویت‌های عوامل مؤثر چند متغیره - مدل تجربی - در نرم‌افزار GIS ارزیابی شده است. نتایج تحقیق نشان داده است که از بین مدل‌های نظری مکان مرکزی و مدل‌های تجربی چند متغیره مکان‌گزینی هتل‌ها روابط خاصی وجود دارد. به‌گونه‌ای که تحت تأثیر عوامل چند متغیره تجربی مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها - مانند عامل اقتصادی، دسترسی، قوانین و مقررات، خصوصیات فیزیکی سایت، ویژگی اجتماعی و فرهنگی، همسایگی و هم‌جواری، عوامل مستقل - الگوهای پراکنش فضای خطی، متمرکز و شعاعی در زون‌های مختلف شهر ساحلی بندر انزلی شکل گرفته است.

تاریخ دریافت: ۲۳ مرداد ۱۳۹۷

تاریخ پذیرش: ۲۵ فروردین ۱۳۹۸

صفحات: ۱۴۵-۱۷۰



کلید واژه‌ها:

مکان‌گزینی، الگوی فضایی، هتل، گردشگری شهری، شهرهای ساحلی، شهر بندر انزلی.

* نویسنده مسئول: دکتر کرامت‌الله زیاری
پست الکترونیک: Zayyari@ut.ac.ir

مقدمه

سودبخش باشند. گزینش مکانی مطلوب هتل، در نتیجه یک کار دشوار است و خواستار آن است که هتل‌داران (تصمیم‌گیرندگان) وقایع آینده را برای هتل‌هایشان پیش‌بینی کنند و همچنین انتخاب مکان هتل به دلیل تأثیر عناصر چند متغیره بسیار پیچیده و اغلب اندازه‌گیری و ارزیابی آن‌ها دشوار است (Roginsky, 1995: 18-26). در واقع، برای رسیدن به یک مکان مناسب برای احداث هتل، مالکان (تصمیم‌گیرندگان) هتل‌ها باید به‌طور همه‌جانبه عوامل محیطی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... را که احتمالاً بر عملکرد هتل تأثیر می‌گذارد، تجزیه و تحلیل کنند؛ زیرا شرایط مداوم در حال تغییر بازار، ابعاد مختلف عملکرد هتل‌ها را در آینده گسترش می‌دهد. شواهد نشان می‌دهد که تحقیق در مورد مسائل مربوط به گزینش (انتخاب) مکان هتل‌ها هنوز به‌صورت چندجانبه مورد بررسی قرار نگرفته است. به‌گونه‌ای که بیشتر تحقیقات مربوط به تصمیمات گزینش موقعیت مکانی هتل‌ها، بر جنبه‌های نظری مکان‌ها و نه تحقیقات تجربی تمرکز دارد (Adam and Amuquandoh, 2013: 1). به همین منظور این تحقیق سعی دارد با در نظر گرفتن مدل‌های تجربی مکان‌گزینی هتل‌ها که وابسته به تجارب گزینش مکان هتل‌ها توسط مالکان هتل‌ها در طول زمان طولانی شکل گرفته‌اند، به تحلیل مدل‌های نظری مکان‌گزینی هتل‌های شهر ساحلی بندرانزلی بپردازد و مشخص کند که چه عواملی می‌تواند رفتار مالکان هتل را در گزینش مکان هتل‌ها در فضای شهری تحت تأثیر قرار دهد؟ و این تأثیرات چه الگوی فضایی از پراکنش هتل‌ها را برای مناطق شهر ساحلی بندر انزلی به ارمغان آورده‌اند؟

پیشینه تحقیق

با انقلاب صنعتی، رشد مطالعات موقعیت مکانی هتل‌ها توسعه چشمگیری داشته است؛ به‌گونه‌ای که در

گردشگری شهری عموماً تحت تأثیر «بخش خدمات اقامتی» است که شامل هتل‌ها، مهمانسراها یا خوابگاه و... است. در سال‌های اخیر این بخش شاهد تغییرات مهمی بوده است، به ویژه افزایش تسلط بازار شهری توسط شرکت‌های بین‌المللی (مانند: هالیدی اینترکنیننتال، تیسل، هیلتون، مرییات و...) که هتل‌های بزرگ را مدیریت می‌کنند. بخش هتل جزء اصلی گردشگری شهری شده است (Arbel & Pizam, 1977: 18) و هتل‌ها شاید تنها جزء محصول گردشگری شهری هستند که گردشگران تقریباً تنها مصرف‌کننده‌های آن‌ها می‌باشند و هتل‌ها از بسیاری جهات نماینده گردشگران در شهرها هستند (Shoval, 2006: 59). در سال‌های اخیر، اهمیت رو به رشد صنعت گردشگری در سراسر شهرهای جهان علاقه به تحقیق در مورد موقعیت مکانی هتل‌ها را تجدید کرده است (yang, 2014: 209). هتل‌داران به‌وضوح بر این باورند که مکان برای موفقیت یک هتل مهم است (Bull, 1998: 3)؛ به‌گونه‌ای که تصمیمات گزینش موقعیت مکان هتل یکی از عوامل مهم در برنامه‌ریزی استراتژیک مدیریت هتل‌ها شده است (Hanai et al, 2008; Lowe & Kruger, 1991; Oppermann & Brewer, 1996). گزینش مکان یک هتل جدید به‌طور معمول پروژه‌ای هزینه‌بر و زمان‌بری است که قبل از اینکه 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؛ به‌همین دلیل، هتل‌داران (تصمیم‌گیرندگان) به دنبال گزینش مکانی در سایت‌هایی هستند که براساس سیستم فعلی مناسب و در طول زمان حتی با تغییرات عوامل محیطی، جمعیت و روند بازار (Chou et al, 2007: 293-295)

جغرافیایی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در نزدیکی سواحل احداث می‌شوند و نقش این عوامل در مراحل مختلف متفاوت است (smith, 1991).

یورتاسان و گوتیرز (۲۰۰۶) در مقاله‌ای با عنوان «موقعیت مکانی هتل در شهرهای توریستی: مادرید ۱۹۳۶-۱۹۹۸»، به بررسی و تعیین موقعیت هتل‌های جدید تحت تأثیر توزیع رقبا با عوامل و شاخص‌های مختلف چون: مکان، قیمت، اندازه و خدمات جغرافیایی پرداختند. در این مطالعه، از مدل‌های چندبُعدی (MDM) از داده‌های ۲۴۰ هتل فعال در شهر مادرید در بین سال‌های ۱۹۳۶ و ۱۹۹۸ استفاده شد و نتایج پژوهش نشان داد که موقعیت مکانی هتل‌ها وابسته به شرایط در حال تغییر اجتماعی-اقتصادی شهرهاست و با روند توسعه ساختار شهر، مکان‌یابی هتل‌ها الگوهای مختلفی به خود می‌گیرند (Urtasun & Gutiérrez, 2006).

چو و همکاران (۲۰۰۷) مدل تصمیم‌گیری چند معیار فازی برای انتخاب محل اقامتگاه‌ها و هتل‌های گردشگری بین‌المللی ارائه داد. در این مقاله، آن‌ها از روش تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه (MCDM) مدل AHP فازی برای انتخاب محل اقامت گردشگری بین‌المللی در تایوان استفاده کردند. در این مقاله چهار عامل وضعیت جغرافیایی، وضعیت ترافیک، مشخصات هتل و عملکرد مدیریت در ۲۱ بُعد برای انتخاب محل اقامتگاه‌های گردشگری بین‌المللی از بررسی ادبیات تحقیقات عملی ایجاد شده است. نتایج این تحقیق نشان داد که توسعه درون‌زا، امنیت عمومی، راحتی دسترسی به حمل‌ونقل برای دیدن مناطق گردشگری و ادغام و ترکیب‌شدن با فرهنگ محلی، از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی اقامتگاه‌های بین‌المللی هستند (Chou et al, 2007).

آدام و امکواندو (۲۰۱۳) در مقاله خود با عنوان «ویژگی‌های هتل و تصمیمات مکان‌یابی آنان در مترو

جریان‌های مختلف از تحقیقات محل هتل (yang, 209: 2014) رشته‌های مختلف دیدگاه‌ها و نظریه‌های خود را ارائه کرده‌اند. این مطالعات عبارت‌اند از: نظریه‌های جغرافیایی (اگان و نیلد ۲۰۰۰؛ سوال، ۲۰۰۶) نظریه‌های اقتصادی (کالینز و چانگ، ۲۰۰۴) و نظریه بازار یابی (بام و هاورمن، ۱۹۹۷؛ یورتاسان و گوتیرز، ۲۰۰۶) و... رشد چشمگیر مطالعات هتل‌های شهری در رشته‌های مختلف، روش‌های تحلیلی و معیارهای مختلف را برای تصمیم‌گیری و گزینش موقعیت مکانی هتل‌ها به ارمغان آورده است. این مطالعات در شهرهای مختلف اروپایی (Ashworth & Tunbridge, 1990; Urtasun, Gutiérrez, 2006) شهرهای آسیایی (Timothy, Wall, 1995)، در کشورهای مختلف چون شهرهای اسرائیل (Arbel & Pizam, 1977; Shoval & Cohen-Hattab, 2001; Shoval, 2006)، ترکیه (Dökmeçi & Balta, 1999)، هنگ‌کنگ (Li et al., 2015)، نیوزلند (Pearce 1987)، آمریکا (Baum & De Bres, 1994)؛ و Meziyas, 1992 و آفریقا جنوبی (Rogerson, 2013) صورت گرفته است (در جدول شماره ۱ ادبیات تحقیقی مطالعات مکان‌یابی هتل‌های شهری مورد بررسی قرار گرفته است) که در زیر به برخی از این مطالعات اشاره شده است.

اسمیت (۱۹۹۱) در مقاله‌ای به بررسی استراحتگاه ساحلی در شهرهای باتوفرینگری^۱ مالزی، هوآ هین^۲ و پاتایا تایلند و سرفرز پارادایز^۳ استرالیا پرداخت. در این مقاله در یک مدل، هشت مرحله توسعه هتل‌ها تحت تأثیر شش عامل مختلف مورفولوژیکی، فیزیکی، محیطی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق وی نشان داد که هتل‌های بزرگ و معتبرتر براساس عوامل مختلف اقتصادی،

1- Batu Ferringhi
2- Hua Hin
3- Surfers Paradise

هتل و استراحتگاه در شهر ساحلی لیسبون پرتغال پرداختند. در این تحقیق عوامل مختلف مؤثری مانند: کیفیت خدمات، حمل‌ونقل و عوامل فرهنگی-اجتماعی مؤثر در مکان‌یابی هتل‌های با روش رگرسیون مورد بررسی قرار گرفتند و نتایج این پژوهش نشان داد که الگوی مکان‌یابی هتل‌های درجه‌یک در حال حاضر در مناطق تازه بازسازی‌شده با ویژگی‌های امن‌تر و نزدیک به مناطق تجاری مرکز شهر است؛ در حالی که هتل‌ها و استراحتگاه‌های کوچک از اثرات تجمیع مناطق بهره‌می‌برند (Cró & Martins, 2017). لی و دو (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی تأثیر مکان بر توسعه هتل»، به تحلیل هتل‌های منطقه منهن شهر نیویورک آمریکا در بین سال‌های ۱۸۲۲-۲۰۱۲ پرداختند. در این پژوهش، نتایج با تجزیه و تحلیل داده‌ها از ۳۰۹ هتل از طریق روش‌های آماری فضایی مبتنی بر GIS نشان داد که در منطقه مرکزی منهن هتل‌های اقتصادی و متوسط در مقیاس‌های کوچک برای بهره‌برداری از میدان تایمز و پارک مرکزی تا اواسط قرن بیستم متمرکز بودند. بعد از آن مشاهده شد که هتل‌های لوکس اما در عین حال کوچک‌تر در منطقه مرکزی منهن غالب بودند و اخیراً در منطقه پایین منهن یک گروه از هتل‌های دیگر برای جلوگیری از رقابت شدید و استفاده از وال استریت احداث شده‌اند. در واقع این پژوهش نشان داد که سطوح و مقیاس هتل‌ها در منطقه منهن نقش حیاتی در عملکرد و توزیع مکانی آن‌ها دارند. همچنین، یافته‌ها نشان داد که دسترسی به جاذبه‌های گردشگری، حمل‌ونقل، ایمنی، سطح ستاره هتل و مقیاس‌ها در موفقیت هتل‌ها نقش دارند و عملکرد هتل‌ها نسبت به اثرات رقابت در مقایسه با اثرات تجمیع حساس‌تر هستند (Li & Du, 2018). همچنین در مطالعات داخلی، حکیم‌الهی (۱۳۹۱) در پایان‌نامه خود با عنوان «اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر

پلیس کوماسی غنا» به بررسی تفکر رفتاری تصمیم‌گیران در مکان‌یابی صنعت هتلداری پرداختند. آن‌ها در تحقیق خود ابتدا اطلاعات ۱۵۳ مالک هتل را که در تصمیمات مکان‌یابی هتل‌های شهر کوماسی مؤثر بودند، شناسایی کردند و سپس دلایلی را که مالکان برای مکان‌یابی هتل‌های خود درگیر آن بودند، مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها در تحقیق خود برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون کای-دو مستقل استفاده کردند. نتایج این تحقیق نشان داد که مالکان هتل‌ها در مترو پلیس کوماسی اعضای خانواده خود را در انتخاب محل برای دلایل غیر حرفه‌ای درگیر می‌کنند و همچنین مشخص شد که تا چه حد عوامل مکان‌یابی هتل‌ها از قبیل ویژگی‌های اقتصادی، محله، مشخصات فیزیکی، قوانین و مقررات، عوامل اجتماعی-فرهنگی و حمل‌ونقل بر اساس ترجیحات مالکان هتل‌ها، بر اساس مکان هتل، رده هتل، مالکیت، سن هتل و تعداد اتاق‌ها متفاوت است (Adam & Amuquandoh, 2012).

رجسن (۲۰۱۳) در مقاله‌ای با عنوان «گردشگری شهری و تغییر ساختار اقتصاد هتل‌ها در آفریقای جنوبی» به بررسی موقعیت مکانی و پراکنش فضایی هتل‌های ساحلی در آفریقای جنوبی با توجه به تغییرات اقتصادی از سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰ پرداخت. در این مقاله تغییرات ساختاری و الگوهای توسعه و بازسازی هتل در چهار شهر ژوهانسبورگ، کیپ تاون، دوربان و پورت الیزابت آفریقای جنوبی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این پژوهش نشان داد که روندهای مشترکی از لحاظ رشد تعداد هتل‌های جدید، تجمع سهام هتل‌ها، ارتقاء کیفیت هتل‌ها و... وجود دارد و همچنین تغییرات قابل توجهی بین چهار شهر وجود دارد که منعکس‌کننده مسیرهای مختلف توسعه این چهار مقصد گردشگری شهری است (Rogerson, 2013). کرو و مارتینز (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان «مکان‌یابی هتل و استراحتگاه در شهر لیسبون»، به بررسی ۲۷۴

فاصله از راه آسفالته، منابع انسانی کافی، هزینه‌ی زمین، هزینه‌ی ساخت و ساز و محدودیت‌های منطقه‌ای مناسب بوده و در زمان خود، هوشمندان و با مطالعه‌ی دقیق و در نظر گرفتن توسعه‌ی شهری و جمعیتی جامعه‌ی ایران صورت گرفته است (فلکیان و کیایی، ۱۳۹۵).

کریمیان نسب و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل تأثیرگذار بر مکان‌یابی هتل‌های ساحلی (مطالعه‌ی موردی: هتل بهشت تالاب شهر انزلی)» به بررسی دلایل مؤثر در مکان‌یابی هتل‌ها، نزد سه گروه از ساکنان اصلی، سرمایه‌گذاران و گردشگران پرداخته شد. سپس با انتخاب هتل ساحلی بهشت تالاب واقع در شهر بندرانزلی به عنوان مدل تحقیقاتی، به تحلیل نتایج دو نظرسنجی‌ای که از میزان رضایتمندی جامعه‌ی ساکنان منطقه و گردشگران این هتل گرفته شده و همچنین به مصاحبه با سرمایه‌گذار آن پرداخته است تا به این ترتیب مهم‌ترین علل رضایتمندی از انتخاب مکان این هتل از منظر هر گروه بیان شود. نتیجه‌ی به دست آمده برای هر سه گروه یکسان بود و چشم‌انداز در اولویت آن‌ها قرار داشت (کریمیان نسب و همکاران، ۱۳۹۶). جعفری مهرآبادی و رخساری (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل فضایی و مکان‌یابی هتل‌ها در ساختار شهری (مطالعه‌ی موردی: شهر تبریز)» در روشی تحلیلی - توصیفی با استفاده از مدل ترکیبی AHP و GIS به بررسی الگوی پراکنش فضایی و مکان‌یابی هتل‌های شهر تبریز پرداخته شد. نتایج این پژوهش نشان داده است، الگوی فضایی منطق‌بندی از مکان‌های مناسب و سازگار هتل‌های شهر تبریز در نزدیکی مقاصد گردشگری در مجاورت هسته‌ی اصلی شهر است که این الگو، در ادامه‌ی این روند با فاصله‌گرفتن از مرکز شهر به علت تراکم بیشتر کاربری‌های ناسازگار در مناطق دورتر، کاهش می‌یابد (جعفری مهرآبادی و رخساری، ۱۳۹۷).

مکان‌گزینی هتل‌ها در شهر تهران» به بررسی وضعیت مکان‌یابی هتل‌های ۵ ستاره موجود در شهر تهران پرداخت تا بتوان از نتایج به دست آمده برای مکان‌یابی هتل‌هایی که در آینده ساخته می‌شوند، استفاده کرد. یافته‌ها در این تحقیق حاکی از آن است که مکان‌گزینی هتل‌های ۵ ستاره شهر تهران از لحاظ معیارهای دسترسی به ناوگان حمل و نقل شهری دسترسی هتل به بزرگراه‌ها و خیابان‌های شریانی، نبود کاربرهای نامتناسب و واگرا پیرامون هتل و نزدیکی به فضای سبز وضعیت مناسبی دارد. نتایج در این تحقیق نشان می‌دهد که از نظر خبرگان معیار دسترسی بالاترین اولویت را در بین معیارهای تأثیرگذار بر مکان هتل‌های ۴ و ۵ ستاره شهر تهران دارد (حکیم‌الهی، ۱۳۹۱).

فلکیان و منصور کیایی (۱۳۹۵) در پژوهش خود در تلاش‌اند تا هتل تاریخی رامسر را از نظر مکان‌یابی و از منظر سه معیار کلی تأثیرگذار در مکان‌یابی هتل‌ها، یعنی ملاحظات جغرافیایی و جاذبه‌های گردشگری، امکانات حمل و نقل و مدیریت اجرایی مورد بررسی قرار دهند. در پژوهش حاضر روش تحقیق کیفی و در جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز آن بررسی اسنادی و برداشت میدانی از نمونه‌ی موردی صورت پذیرفته است. هدف از پژوهش حاضر، استخراج شاخص‌ها و معیارهایی است که با به کارگیری آن‌ها موجبات برون‌رفت از چالش‌های موجود در مکان‌یابی هتل‌ها در فضاهای شهری فراهم شود. یافته‌های این مطالعه حاکی از آن است که مکان‌یابی هتل قدیم رامسر از نظر ملاحظات مورد بررسی برای ساخت یک هتل توریستی یعنی نزدیکی به امکانات عمومی، مشخصه‌ی منابع طبیعی، دسترسی به منابع، سهولت توسعه، فاصله از خط ساحلی، جاذبه‌های توریستی تاریخی - توریستی، فاصله تا پایانه‌های اتوبوس و قطار، فاصله تا فرودگاه، فاصله از مرکز شهر، راه‌های ارتباطی و حمل و نقل -

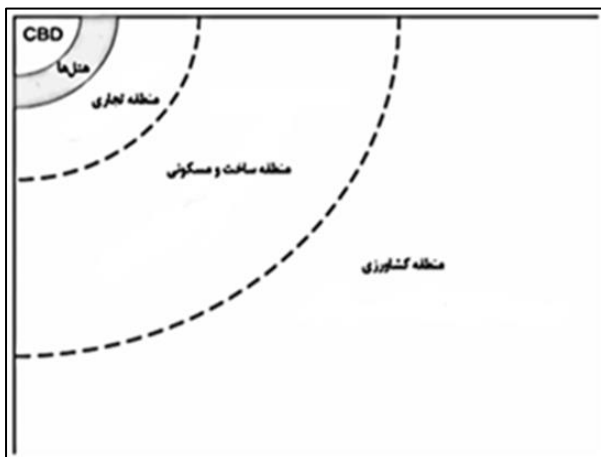
تمام جنبه‌های مکان‌گزینی هتل را بررسی نمی‌کنند و مهم‌تر از همه، آن را توضیح نمی‌دهند (Yang, 2014: 212). همچنین مدل‌های تجربی برای درک بهتر عوامل محرک تصمیم‌گیری در مکان‌گزینی هتل‌ها ارائه شده‌اند؛ بنابراین عوامل فضایی را نادیده می‌گیرند (Yang, 2014: 215).

مطالعات پیشینه و ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که تحقیقات و پژوهش‌های صورت‌گرفته در زمینه مکان‌گزینی هتل‌های شهری در تحلیل فضایی پراکنش هتل‌ها یا بر مدل‌های نظری مکان مرکزی یا به صورت کمتر بر مطالعات مدل‌های تجربی چند متغیره تأکید داشته‌اند. مدل‌های نظری مکان مرکزی، به اندازه کافی

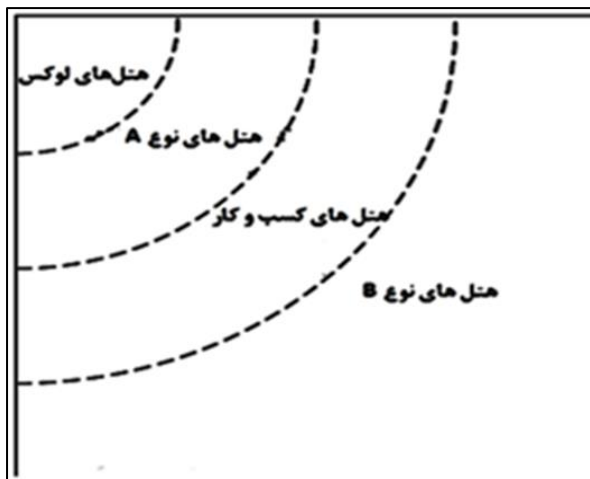
جدول ۱. پژوهش‌هایی در زمینه موقعیت مکانی هتل‌ها در انواع شهرها

روش و مدل تحقیق	منطقه مورد مطالعه	سال	پژوهشگر
-	-	۱۹۶۸	یوکینو
QC	مادرید	۱۹۷۷	گوتیرز
-	کرایست چرچ	۱۹۸۱	پیرسه
QC	تورنتو	۱۹۸۵	وال و همکاران
-	شهرهای تاریخی اروپا	۱۹۸۹	اشورت
HSM, SP	سن آنتونیو	۱۹۹۰	کیمز و فتزسیمون
THC model, QC	یوگیاکارتا	۱۹۹۵	تیموثی و وال
GIS	کوالالمپور	۱۹۹۶	اپرمن و همکاران
-	پراگ	۱۹۹۷	کت و کوالزک
GIS	سواحل کشور کاستاریکا	۱۹۹۹	جورگر و همکاران
QC	استانبول	۱۹۹۹	دوکمیسی و بالتا
MCM	شهرهای متوسط انگلستان	۲۰۰۰	جی. اگان و نیلد
THC model, QC	شیامن	۲۰۰۰	بجین
THC model, QC	اورشلیم	۲۰۰۱	شوال و کوهن هتاب
AM, HSM	تگزاس	۲۰۰۴-۲۰۰۶	کالنینس
MDM, SEM	مادرید	۲۰۰۶	یورتاسان و گوتیرز
MCM, HSM	اورشلیم	۲۰۰۶	شوال
MCDM, AHP	-	۲۰۰۶	نیوول، سیبروک
Regional life model, QC	ارزروم	۲۰۰۸	علیاگالو و یوگور
-	شش شهر آمریکا	۲۰۰۸	لی و جانگ
MCDM, AHP	تایوان	۲۰۰۸	چو و همکاران
AM, HSM	پکن	۲۰۰۹	تسانگ و یپ
GIS	-	۲۰۱۲	گریسنته و همکاران
THC model, MCM, QC	سه شهر آفریقا جنوبی	۲۰۱۲	رجرسن
MCM, QC	کوماسی	۲۰۱۳	آدام
-	شهرهای چین	۲۰۱۶	یانگ

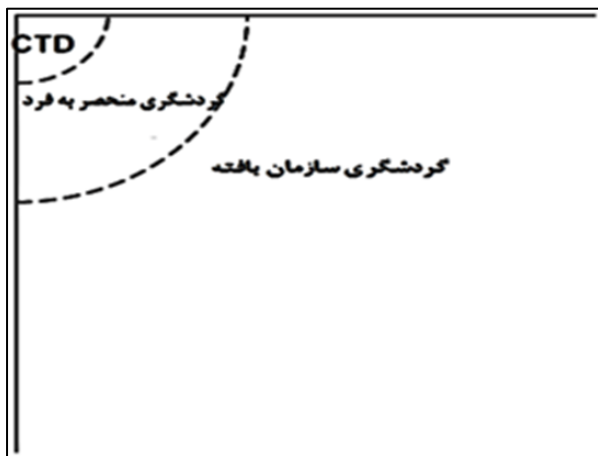
(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷)



شکل ۱. مدل مکان‌گزینی هتل‌ها در شهر تاریخی (منبع: Yokeno, 1968)



شکل ۲. مدل مکان‌گزینی هتل‌ها در شهر تجاری (منبع: Egan and Nield, 2000)



شکل ۳. مدل مکان‌گزینی هتل‌ها در شهر تاریخی (منبع: Shoval, 2006)

با توجه به توانایی‌ها و محدودیت‌های روش‌های نظری و تجربی در این پژوهش سعی شده است با استفاده از ادبیات و پیشینه تحقیق، ترکیبی از این دو نوع مدل مکان‌گزینی هتل‌ها در فضای شهر ساحلی بندر انزلی مورد ارزیابی قرار گیرد؛ به‌گونه‌ای که استفاده از مدل‌های ترکیبی می‌تواند نتایج جدیدی را برای پژوهش به ارمغان آورد.

مبانی نظری

تحقیقات دربارهٔ ساختار فضایی-مکانی گردشگری در شهرها با مطالعات متعدد در مورد سواحل دریای بریتانیا آغاز شد؛ به‌عنوان مثال گیلبرت (۱۹۳۹)، (۱۹۴۹)، برت (۱۹۵۸) اولین بررسی سیستماتیک این مسأله در ارتباط با شهرهای چندمنظوره به صورت یک فصل اختصاصی در کتاب «شهر توریستی» بازگو شده است (Shoval, 2006: 59). همچنین مطالعات در مورد ساختار فضایی خدمات اقامتی در ارتباط با شهرها به‌خصوص هتل‌ها، با کار اشورث در شهرهای تاریخی اروپا آغاز شد. به‌دنبال رشد مطالعات ساختار فضایی-مکانی هتل‌ها در شهرها، مدل‌های نظری مکان مرکزی هتل‌ها توسط جغرافیدانان فضایی براساس نظریهٔ اقتصاد نئوکلاسیک با توجه به مدل مکان مرکزی فن تونن و هزینه-اجاره آونسو توسعه یافت که می‌توان آن‌ها را به سه گروه تقسیم کرد: ۱- مطالعات شهرهای تاریخی که بیشتر از همه، به توسعهٔ تکنولوژی حمل‌ونقل تأکید داشتند (اشورث و تنبریج ۱۹۹۰)؛ ۲- مدل‌های سنتی براساس کاربری اراضی زمین (یوکیانو، ۱۹۶۴؛ ایگان و نیلت ۲۰۰۰) و ۳- مطالعاتی که براساس هزینهٔ اجاره است (شوال، ۲۰۰۶).

حمل و نقل، جاذبه و رویدادها بستگی دارد (Ferreira & Boshoff, 2014). اشورث و تونبرج (۱۹۹۰) به شناسایی شش نوع مکان هتل در شهرهای تاریخی توریستی پرداختند. این شش نوع مکان هتل عبارت‌اند از: ۱- مکان‌های نزدیک جاذبه‌های تاریخی شهر، ۲- مکان‌های نزدیک ایستگاه راه‌آهن، ۳- مکان‌های در امتداد مسیرهای اصلی دسترسی، ۴- مکان‌های شامل خوشه‌های تجمیع هتل‌های کوچک و متوسط، ۵- مکان‌های نزدیک یک منطقه انتقال بین CBD و منطقه تاریخی (هتل‌های مدرن) و ۶- مکان‌های حاشیه شهری از جمله در امتداد بزرگراه‌ها و فرودگاه (Ashworth & Tunbridge, 1990). اپرمن و همکاران (۱۹۹۶) در بررسی هتل‌های شهر کوالالامپور مدل مکان‌گزینی اشورث و تونبرج (۱۹۹۱) را تأیید کردند. آن‌ها در مطالعه خود نشان دادند که مکان‌گزینی هتل‌ها تحت تأثیر عواملی چون ایستگاه راه‌آهن، مرکز تاریخی شهر، جاده‌های دسترسی اصلی و موقعیت مکانی فرودگاه است (Oppermann et al, 1996). وال و همکاران (۱۹۸۵) در مطالعه موقعیت مکانی هتل‌های شهر تورنتو نشان داده‌اند که مرکز شهر و نوار فرودگاه دو موقعیت استراتژیک برای انتخاب مکان هتل بوده است (Wall et al, 1985: 61). گری و لیوروی (۱۹۹۸) در مطالعه امکان‌سنجی هتل‌ها، ملاحظاتی را برای انتخاب مکان شامل محیط اقتصادی محلی، مقررات محلی یا منطقه‌ای، حد ارتفاع ساختمان، امکانات پارکینگ، امکانات عمومی، راحتی و قابلیت دسترسی، عوامل جغرافیایی، منابع طبیعی و اندازه زمین (Gray & Liguori, 1998) را در نظر گرفتند. همچنین، پان (۲۰۰۲) عوامل انتخاب موقعیت مکانی هتل‌های توریستی را در مناسب‌بودن ویژگی‌های سایت، وضعیت ترافیک، چشم‌انداز بصری، امکانات عمومی و سایر خدمات و مقررات خاص و انعطاف‌پذیر طبقه‌بندی کرد (Pan, 2002). از نظر شوال



شکل ۴. مدل مکان‌گزینی هتل در شهر ساحلی (منبع: Williams, 1998)

در شکل‌های شماره ۱، ۲، ۳ و ۴ جنبه‌های نظری مدل‌های مکان مرکزی هتل‌ها که توسط محققان ارائه شده به نمایش گذاشته شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، چهار مدل مکان‌گزینی از ساختار فضایی هتل‌ها توسط محققان یوکینیو ۱۹۶۴، ویلیامز ۱۹۹۸، اگان و نیلدف ۲۰۰۰ و شوال ۲۰۰۶ ارائه شده است. فارغ از مدل‌های نظری مکان مرکزی در مکان‌گزینی هتل‌ها، شواهد موجود از ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که مکان‌گزینی هتل‌ها با عوامل تجربی مختلفی درگیر است (Arbel & Pizam, 1977; Ashworth & Tunbridge, 1990a,b; Celata, 2008; Egan, Chang & Wong, 2006; Chou et al, 2007; Shoval, 2006; Lee; Dawe, 2005, & Nield, 2000; Shoval & Cohen-Hatab, 2001 & Jang, 2010; Yang, 2004). موقعیت مکانی هتل معنایی بیش از مسأله مدل‌های نظری مکان مرکزی دارد؛ زیرا موقعیت مکانی هتل شامل زیرمجموعه‌های پیچیده از عواملی چون: دسترسی و فاصله از مکان‌های خاص، ویژگی‌های سایت و ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... است. به همین ترتیب، هتل‌ها مجموعه‌ای از خدمات اقامت را در شهرها ارائه می‌دهند که کیفیت آن‌ها به موقعیت جغرافیایی و دسترسی به محل اقامت،

گرفته است. اندازه هتل‌ها نیز بر موقعیت مکانی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. همچنین ویژگی‌های محله، به‌عنوان عناصر مکان‌گزینی درونی می‌باشند، این عناصر در داخل محیط اطراف هتل‌ها تعبیه شده‌اند و بر روی کیفیت خدمات هتل تأثیر می‌گذارند (Smith, 2004; Werczberger & Berechman, 2001). این معیارها شامل ویژگی‌هایی از قبیل کیفیت هوا در محله، کاربری اراضی، کیفیت خدماتی محله و ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی محله هستند. همچنین عوامل اقتصادی چون بهره‌مندی از تجمیع فضایی اثرات (اقتصاد مقیاس) نیز به‌عنوان یک عامل مهم شناخته‌شده در مکان‌گزینی هتل‌هاست (Adam & Amuquandoh, 2013; Chung & Kalnins, 2001); به‌گونه‌ای که هتل‌های کوچک از نزدیکی با هتل‌های بزرگ بهره اقتصادی می‌برند؛ درحالی‌که هتل‌های بزرگ از نزدیکی به یکدیگر بهره اقتصادی نمی‌برند (Urtasun and Gutierrez, 2006). قیمت زمین، هزینه زیرساخت‌ها و... از عوامل اقتصادی مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها شناخته شده‌اند. از دیگر عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها می‌توان به عوامل مستقل شامل کیفیت خدمات (نوع اتاق، سالن‌ها، پارکینگ، استخر و...) نوع تملک، نظرات و مسئولیت، کیفیت امکانات، تأسیسات و تجهیزات اشاره کرد (Adam & Amuquandoh, 2013). همچنین یانگ و همکاران (۲۰۱۲) و لی و همکاران (۲۰۱۵) به عوامل مستقل مکان‌گزینی هتل‌ها چون کیفیت خدمات (نوع اتاق، سالن‌ها، پارکینگ، استخر و...) اشاره می‌کنند (Yang et al, 2012; Li et al, 2015).

(۲۰۰۶)، موقعیت مکانی بالقوه برای احداث هتل می‌تواند در مجاورت مراکز کنفرانس‌ها، سایت‌های نمایشگاه تجاری یا نوار ساحل در شهرهای ساحلی مانند ریودوژانیرو یا تل آویو باشد. علاوه بر این، شوال اذعان می‌کند که الگوی فضایی مکان‌گزینی هتل‌ها در شهرهایی مانند نیویورک، لندن و پاریس متفاوت از الگوی مکان‌گزینی در یک شهر تاریخی کوچک است؛ چون در این شهرها بیشتر بازدیدکنندگان، تاجران و بازرگانان کسب‌وکار هستند (Shoval 2006). چو و همکاران (۲۰۰۷) نشان دادند که انتخاب محل هتل شامل بررسی طرح کلی توزیع منطقه و شرایط ترافیک و حمل‌ونقل است (Chou et al, 2007). علاوه بر این، آدام (۲۰۱۳) اذعان می‌کند که هدف انتخاب یک محل هتل در هنگام ساختن می‌تواند نزدیکی به مراکز تجاری، دسترسی به فرودگاه‌ها و... باشد؛ به این معنا، مالکان به مکان‌گزینی در نقاط قابل دسترسی تمایل دارند (Adam, 2013). بول (۱۹۹۴: ۱۹۹۸) همچنین سه ویژگی اصلی در انتخاب محل اقامت هتل را شناسایی کرد. این عوامل شامل: دسترسی یا فاصله از مکان‌های جاذب، ویژگی‌های فیزیکی سایت و ویژگی‌های محله احداث هتل است (1994; 1998, Bull). دسترسی یا فاصله از مکان‌های خاص به‌طور کلی به موقعیت نسبی سایر خدمات و امکانات مورداطلاق مهمانان هتل بستگی دارد و می‌تواند شامل کسب‌وکارهایی مانند بانک‌ها، ایستگاه‌های پلیس، سوپرمارکت‌ها، جاذبه‌ها و رستوران‌ها باشد (Kim, 2002; Shoval, 2006; Shoval & Cohen-Hatab, 2001). ویژگی‌های سایت فیزیکی یکی از ارزش‌های ذاتی و خاص مکان‌گزینی هتل‌هاست (Dawe, 2005; Seo, 2002). این ویژگی شامل مسائل وضعیت زهکشی سایت و زمین و طبیعت چشم‌انداز است. در برخی مطالعات ابعاد سایت مکان هتل نیز مورد بحث قرار

بررسی عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها و بازتاب‌های فضایی آن در منطقه شهری (موردشناسی: شهر بندر انزلی)

جدول ۲. عوامل مؤثر در مکان‌یابی و پراکنش فضای هتل‌های شهری

منبع	گویه	شاخص
Lee & Jang, 2010; Yang et al, 2012; Adam & Amuquandoh, 2013; Li et al, 2015; Cró & Martins, 2017.	<ul style="list-style-type: none"> - در انتخاب محل هتل، نظرات و مسئولیت (شخصی، خانوادگی، شرکا و...) تا چه حد مؤثر واقع شده است؟ - در انتخاب محل هتل، نوع تملک (شخصی، موروثی، شراکتی و...) تا چه حد مؤثر واقع شده است؟ - در انتخاب محل هتل، کیفیت ارائه خدمات (نوع اتاق، سالن‌ها، پارکینگ، استخر و...) تا چه حد مؤثر واقع شده است؟ - در انتخاب محل هتل، کیفیت امکانات، تأسیسات و تجهیزات منطقه تا چه حد مؤثر واقع شده است؟ 	عوامل مستقل
Burgan & Mules, 1992; Hayter, 1997; Gray and Liguori, 1998; Bull, 1998; Chung & Kalnins, 2001; Dolnicar & Otter, 2003; Yang, 2004; Lee & 2015; Shoval, 2006; Urtasun and Gutierrez, 2006; Chou et al, 2007; Adam & Amuquandoh, 2013; Ferreira & Boshoff, 2014.	<ul style="list-style-type: none"> - انتخاب محل هتل، تا چه اندازه تحت تأثیر جذب سرمایه‌گذاران آگاه بوده است؟ - در انتخاب مکان هتل نزدیکی به CBD یا مرکز شهر و ساحل تجاری (منطقه آزاد) تا چه اندازه مؤثر بود؟ - هزینه‌های زمین، زیرساخت‌ها، تأسیسات و... انتخاب مکان هتل را چقدر تأثیر قرار داد؟ - دسترسی به بازار جذب گردشگران سایر هتل‌ها در انتخاب مکان هتل چقدر تأثیر داشته است؟ - در انتخاب مکان هتل به چه میزان برخورداری از سود مقیاس اقتصادی در نظر گرفته شده است؟ 	اقتصادی
Arbel & Pizam, 1977; Ashworth & Tunbridge, 1990; Weaver, 1993; Oppermann et al. 1996; Bull, 1998; Lee & Hsu, 2000; Werczberger & Berechman, 2001; Shoval & Cohen-Hatab, 2001; Kim, 2002; Smith, 2004; Urtasun and Gutierrez, 2006; Shoval, 2006; Adam, 2013; Adam & Amuquandoh, 2013; Cró & Martins, 2017.	<ul style="list-style-type: none"> - حضور مجتمع‌های تفریحی، رستوران‌ها، جاذبه‌ها و... در انتخاب هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟ - کاربری‌های سازگار در محله هتل به چه میزان در انتخاب مکان هتل تأثیر داشته است؟ - بهداشت خوب در این محله بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟ - کیفیت مطلوب هوا در انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟ - آلودگی صوتی در انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟ - سیستم دفع فاضلاب در انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟ 	ویژگی‌های همسایگی (هم‌جواری)
Ashworth & Tunbridge, 1990a.b; Oppermann et al, 1996; Wall et al., 1985; Gray and Liguori, 1998; Pan, 2002; Chou et al, 2007; Adam & Amuquandoh, 2013; Ferreira & Boshoff, 2014; Adam, 2013; Cró & Martins, 2017.	<ul style="list-style-type: none"> - شبکه جاده‌ای مطلوب در انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟ - دسترسی به مسیر اصلی در انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟ - نزدیکی به فرودگاه، پایانه، ایستگاه و... در انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟ - دسترسی به راه‌های آبی در انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟ - کیفیت خدمات ارتباطی بر تصمیم انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟ 	دسترسی به حمل‌ونقل و ارتباطات

<p>Gray and Liguori, 1998; Pan, 2002; Shoval, 2006 ; Celata, 2008; Chou et al, 2007; Lee and Jang, 2010 ; Adam Amuquandoh, 2013.&</p>	<p>-به دست آوردن مجوز ساخت و ساز (سازمان شهرداری) بر روی تصمیم انتخاب مکان هتل به چه میزان مؤثر بوده است؟ -به دست آوردن مجوز میراث فرهنگی و گردشگری بر روی انتخاب مکان هتل به چه میزان مؤثر بوده است؟ - به دست آوردن مجوز آتش نشانی و... بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟ - به دست آوردن مجوز اداره بهداشت، بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟ - به دست آوردن مجوز اداره محیط زیست، بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟</p>	<p>قوانین و مقررات</p>
<p>Bull, 1994; Gray and Liguori, 1998; Begin, 2000; Werczberger & Berechman, 2001; Pan 2002; Seo, 2002; Smith, 2004; 2004; Dawe, 2005; Kalnins & Chung, Adam & Amuquandoh, 2013.</p>	<p>- منظره و اشراف خوب سایت بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟ - اندازه و قواره زمین بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟ - فرصت را برای گسترش سایت هتل در آینده بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟ - توپوگرافی سایت بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟</p>	<p>خصوصیات فیزیکی سایت</p>
<p>Bull, 1994; Pearce, 1995; Huang, Kwag and Streib, 1998; Jones & Groenenboom, 2002; Chou, Hsu & Chen, 2007; Rigall-I-Torrent and Fluvia, 2007; 2011; Barros and Assaf, 2010; Adam & Amuquandoh, 2013, 2014; Cró & Martins, 2017. Hua and Yang, 2017.</p>	<p>-میزان جرم در محله هتل بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟ -سطح بالای زندگی در محله ای که هتل قرار دارد، در انتخاب مکان هتل چقدر تأثیر داشته است؟ -وابستگی مذهبی بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟ - درک مثبت ساکنان محله از کسب و کار هتل بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟ -فعالیت شب زنده داری در محله قرارگیری هتل به چه میزان در انتخاب محل هتل مؤثر بوده است؟ -بومی بودن ساکنان محله بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟</p>	<p>ویژگی های اجتماعی و فرهنگی محله</p>

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷)

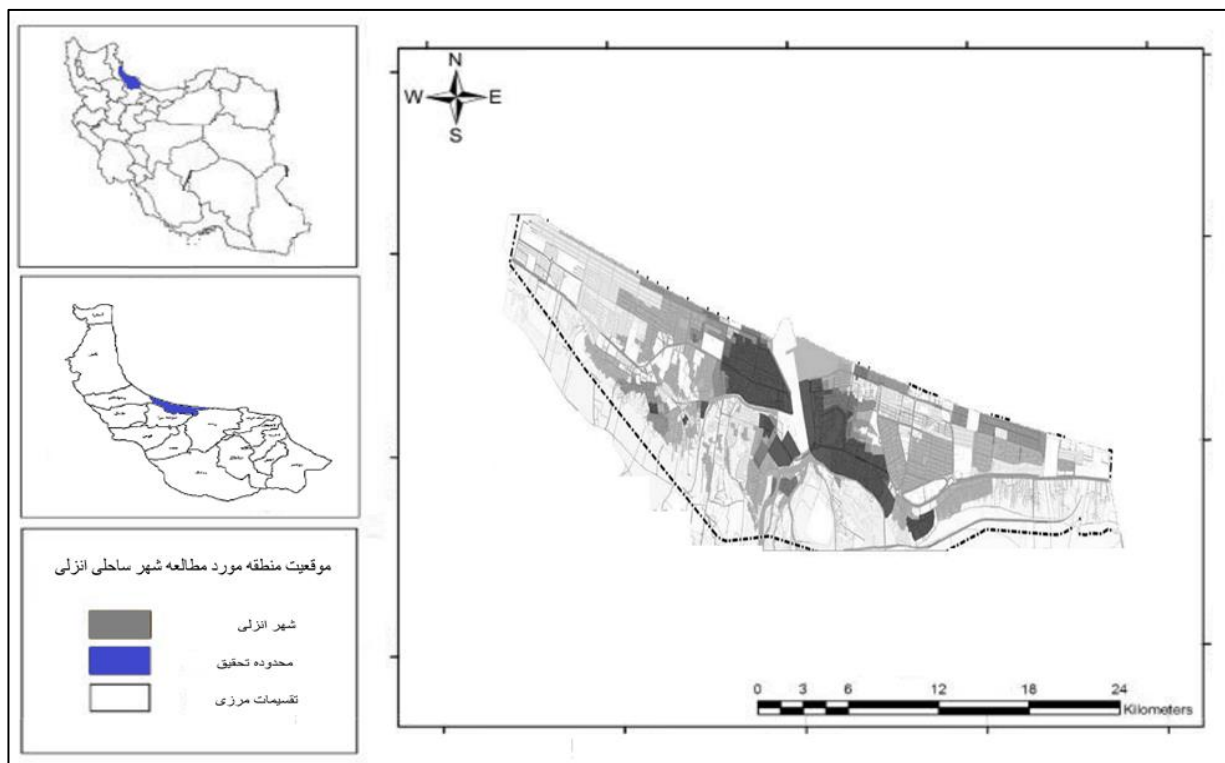
محدوده مورد مطالعه

شهر انزلی پس از مرکز استان (رشت)، دومین شهر پرجمعیت استان گیلان بوده و یکی از متراکم ترین شهرهای ایران از لحاظ تراکم جمعیت محسوب می شود. از این شهر با نام «انزلی» بارها در تاریخ یاد شده است و طی قرون متمادی راه مهم ارتباط اقتصادی، تمدن مشرق و مغرب محسوب می شده است. بندر انزلی در طول جغرافیایی ۴۹ درجه و ۲۸ دقیقه و عرض

جغرافیایی ۳۷ درجه و ۲۸ دقیقه واقع شده است و ارتفاع آن از سطح دریا منهای ۲۶ متر است. بندر انزلی از شمال به دریای خزر، از جنوب به شهرستان صومعه سرا، از شرق به شهرستان رشت و از غرب به شهرستان رضوانشهر متصل است. شهر انزلی یکی از مهم ترین شهرهای گردش پذیر (توریستی)، از مراکز مهم اقتصادی در ایران است و بخش مرکزی شهرستان انزلی محسوب می شود. عبور رودخانه انزلی از بخش

جمعیت را متوجه خود می‌کنند (برنافر و افرادی، ۱۳۹۳). در سال‌های اخیر این شهر به دلیل موقعیت مطلوب از نظر جغرافیایی، سرمایه‌گذارهای بومی و غیربومی قابل ملاحظه‌ای را به منظور احداث و خرید اقامتگاه‌های توریستی جذب کرده است. در این میان با جذب گردشگران مختلف به این شهر بخش صنعت هتلداری در این شهر روند رو به رشد داشته است و به موجب آن هتل‌های مختلفی مانند جهانگردی نمونه، الماس، ناز خزر و... در این منطقه شهری احداث شده است.

مرکزی شهر، سبب تقسیم شهر به دو بخش شرقی و غربی شده و حالت دو هسته را پدید آورده است. ارتباط میان دو منطقه از طریق چند شبکه راه اصلی و پل‌های میان آن‌ها صورت می‌گیرد. مناره انزلی، موج‌شکن انزلی، موج‌شکن غازیان، پل انزلی، پل غازیان، جزء عناصر تاریخی و درعین حال استراتژیک شهر محسوب می‌شوند. کاخ میان‌پشته (موزه نظامی)، مجتمع تفریحی طرح دریا و حافظیه انزلی نیز مکان‌های گردشگری هستند که در طول سال و به خصوص فصل تابستان و ایام تعطیل، شمار زیادی از



نقشه ۱. موقعیت منطقه ساحلی شهر انزلی

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷)

شامل سرمایه‌گذاران، شرکا، مدیران و سرپرستان هتل‌ها با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای-فضایی در سه منطقه-ساحلی، مرکزی و حاشیه-شهر بندر انزلی جمع‌آوری شده است. در پرسشنامه، ابتدا از مالکان هتل‌ها خواسته شده است تا امکانات و ویژگی‌های

روش تحقیق

این مقاله با روش توصیفی-تحلیلی است و اطلاعات موردنیاز این تحقیق از طریق پرسشنامه و مصاحبه از جامعه آماری ۳۲ هتل و آپارتمان هتل شناسایی شده در شهر ساحلی بندر انزلی، با حجم نمونه ۱۹ نفر

گفته می‌شود، CO-PLOT قادر به تجزیه و تحلیل مورد (مشاهدات) و متغیرهای به‌طور هم‌زمان و به‌صورت گرافیکی است (Raveh, 2000). این روش در مقایسه با دیگر روش‌های تحلیل چند متغیره، ترکیبی از محاسبات آماری و نمایش نقشه تصویری است؛ ۱- (عدم شباهت مشاهدات متغیر، ۲- ساختار همبستگی بین متغیرها، ۳- رابطه بین مشاهدات و متغیر. همچنین روش CO-PLOT چندین مزیت منحصربه‌فرد برای تحلیل داده‌ها دارد:

- در مقایسه با تمام تکنیک‌های مبتنی بر رگرسیون، برای داده‌ها با متغیرهای مختلف و مشاهدات چند بسیار مناسب است.

- می‌تواند در رابطه بین مشاهدات (خوشه‌ها)، روابط بین متغیرها و روابط بین متغیرها و مشاهدات - که همه از همان طرح است - مورد استفاده قرار گیرد.

- این مسأله حتی زمانی که متغیرها همبسته هستند نیز می‌تواند مورد استفاده واقع شود. در واقع، یکی از اهداف آن تشخیص چنین خوشه‌های متغیر و روابط بین آن‌هاست.

CO-PLOT را می‌توان به‌عنوان یک روش تجزیه و تحلیل اکتشافی دسته‌بندی کرد. با این فرض برای تجزیه و تحلیل برخی از مشاهدات و بسیاری از متغیرهای مناسب است (Talby et al, 1999). موقعیت هر مشاهده را در یک فضای دوبعدی ممکن می‌سازد، این مکان به وسیله تمام معیارها (متغیرها) هم‌زمان تعیین می‌شود.

تکنیک نمایش گرافیکی CO-PLOT برای بازرسی بصری ماتریس داده نظیر $X_{n \times k}$ مفید است. واحد نمونه (مشاهده) به صورت نقطه n و متغیر به صورت فلش k نسبت به محور و مبدأ نشان داده می‌شود. CO-PLOT مشاهده (ردیف ماتریس) را جانمایی می‌کند؛ به طوری که مشاهدات مشابه نزدیک به هم قرار می‌گیرند. به این ترتیب CO-PLOT مشاهدات متعلق به

هتل‌های خود را ذکر کنند و بعد از ذکر اطلاعات پایه در مورد هتل‌ها، از آن‌ها خواسته شده تا در یک طیف پنج سطحی (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) به عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها در ارتباط با هتل خود نظر بدهند. پس از جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه متخصصان، این اطلاعات تنظیم و طبقه‌بندی شده و برای هر هتل به صورت جداگانه وارد نرم‌افزار تحلیل چند متغیره گرافیکی CO-PLOT شده است. نتایج تحقیق در دو مرحله مورد بررسی قرار گرفته است؛ در مرحله اول، عوامل مؤثر در مکان‌گزینی هر هتل به صورت جداگانه با استفاده از مدل چند متغیره CO-PLOT مورد بررسی قرار گرفته است. در مرحله بعد، پراکنش فضایی این هتل‌ها تحت تأثیر عوامل مختلف با ترکیب اطلاعات مدل چند متغیره CO-PLOT با GIS مورد تحلیل قرار گرفته است. در این میان مدل‌های CO-PLOT و ترکیب آن با GIS یک مدل جدید با قابلیت‌های تجزیه و تحلیل چند متغیره مورد توجه در مطالعات جغرافیا گردشگری شهری است (Shoval & Raveh, 2014) که در ادامه به تشریح بیشتر آن پرداخته شده است.

مدل تحلیل چند متغیره CO-PLOT

روش‌های تحلیل چند متغیره کلاسیک نظیر تحلیل مؤلفه اصلی، مقیاس‌بندی چندبُعدی و تحلیل خوشه معمولاً متغیر یا مشاهده را جداگانه تحلیل می‌کنند؛ در حالی که تحلیل CO-PLOT دو مورد را هم‌زمان تحلیل می‌کند. الگوریتم CO-PLOT توسط ادی راوه (۱۹۹۴)^۱ توسعه داده شد و در سال‌های اخیر، تبدیل به یک نرم‌افزار کاربردی توسط دیوید تالبای^۲ شده است. روش تجزیه و تحلیل داده CO-PLOT به نظر می‌رسد قادر به رفع برخی از این محدودیت‌هاست.

1- Adi Raveh
2- David Talby

مقایسه با سایر معیارهای فاصله (Weber et al, 1996: 1221) برتری ویژه‌ای دارد. (فرمول ۲)

$$D_{il} = \sum_{i=1}^K |Z_{ij} - Z_{lj}| \geq 0, (1 \leq i, l \leq n).$$

دو مرحله بعدی co-plot دو گراف متوالی را ارائه می‌کنند.

مرحله سوم: در این مرحله ماتریس (D_{il}) به کمک روش مقیاس‌بندی چندبُعدی (MDS) جانمایی شده و مشاهده با نقطه n در فضای $Euclidean^1$ نشان داده می‌شوند. تحلیل کوچک‌ترین فضای گاتمن به‌عنوان فرم خاصی از MDS انتخاب شده است. گراف SSA روابط متقابل دوبه‌دو مجموعه‌ای از اشیا را نشان می‌دهد. در SSA از ضریب بیگانگی θ^2 به‌عنوان مقیاسی از خوبی برازش استفاده می‌کند. به‌طور خلاصه برای یک فضای دو بُعدی این مرحله $2n$ coordinates ($X_{1i}X_{2i}$) $i = 1, \dots, n$, به دست می‌دهد که در آن $Z = (Z_{i1}, \dots, Z_{ik})$ فضای دو بُعدی ($X_{1i}X_{2i}$) جانمایی می‌شود.

مرحله چهارم: در این مرحله k arrows ($\bar{X}_j, j = 1, \dots, k$) در فضای $Euclidean$ حاصل از مرحله سوم ترسیم شده، هر متغیر j با فلش j از مرکز گرانش نقطه P_i نشان داده می‌شود. با انتخاب فلش j همبستگی بین مقادیر واقعی متغیر j و تجسم پیش‌بینی‌ها^۳ در فلش حداکثر است؛ بنابراین فلش مرتبط با معیار همبسته در یک جهت است. در نتیجه کسینوس زاویه بین فلش‌ها تقریباً متناسب با همبستگی بین معیارهای مرتبط است.

یک گروه را مشخص می‌کند که دارای ویژگی و رفتار مشابه است. هر متغیر جداگانه با یک فلش مشخص می‌شود. CO-PLOT مطالعه و تحلیل هم‌زمان مشاهده و متغیر را برای یک مجموعه داده ممکن می‌سازد. می‌توان اذعان کرد مقیاس خوبی برای برازش محاسبه‌شده و مرتبط با هر معیار به‌طور مجزاست.

CO-PLOT براساس دو گراف متوالی است؛ گراف اول ردیف نقاط n امتیاز را مشخص می‌کند. گراف دوم مبتنی بر گراف اول شامل فلش‌های مجزای k است. این روش به شرح زیر است: CO-PLOT براساس ادغام مفاهیم جانمایی با تحلیل رگرسیون متغیر است که با ماتریس داده: $X_{n \times k}$ از n ردیف و k ستون آغاز شده که ردیف مشاهده و ستون متغیر است. CO-PLOT دارای ۴ مرحله است: دو مرحله اولیه ماتریس داده‌های $X_{n \times k}$ و دو مرحله ثانویه.

مرحله اول: برای بررسی متغیرها به‌طور یکسان $X_{n \times k}$ را به $Z_{n \times k}$ نرمال کرده، عناصر $Z_{n \times k}$ انحراف از میانگین ستون تقسیم بر انحراف معیار به شرح زیر است: (فرمول ۱)

$$Z_{ij} = (X_{ij} - \bar{x}_j) / S_j.$$

این روش استاندارد نرمالیزه است و تضمین می‌کند که تمام متغیرها دارای یک مقدار متوسط صفر و انحراف از استاندارد یک Backhaus et al, 2003 (539): هستند.

مرحله دوم: مقیاس عدم‌تجانس انتخاب‌شده، فاصله $D_{il} \geq 0$ بین هر جفت مشاهده (ردیف $Z_{n \times k}$)، ماتریس $n \times n$ (مقارن D_{il}) از جفت متفاوت $\frac{n}{2}$ مشاهده حاصل می‌شود. فاصله محاسبه‌شده مبنایی برای تعیین روابط بین مشاهدات هستند. در اینجا فاصله city-block انتخاب‌شده که مجموع انحراف مطلق مقیاس عدم‌تجانس است. استفاده از فاصله city-block در

۱- منظور از $Euclidean$ همان فضای هندسی است که نقشه گراف در آن طراحی می‌شود.

2- Alienation
3- Projections

به چه میزان تأثیر داشته است و بومی بودن ساکنان محله بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است، به ترتیب با مقادیر ۰/۵۴ و ۰/۴۸، مورد پذیرش واقع نشده‌اند و مدل گراف مورد نظر با توجه به نتایج تحلیل اولیه مورد پذیرش واقع نشده است؛ بنابراین در مرحله بعدی، این چهار متغیر با کمترین مقادیر همبستگی، یعنی متغیرهای با مقادیر زیر ۰/۶، حذف شده تا نتایج مدل بهبود یابد؛ این متغیرها حداقل قادر به توصیف (عدم) شباهت در میان متغیرها هستند. با حذف چهار متغیر؛ نتایج نهایی نشان دهنده برآزش مطلوب «ضریب بیگانگی» (Θ) ۰/۸۴ و همبستگی کافی بالای ۰/۶ برای سایر متغیرهای تحقیق است که همگی در جدول شماره ۳ نشان داده شده است؛ بنابراین در این مرحله متغیرهای زیر شاخص عوامل شخصی، هر کدام با مقادیر $X_1=0/74$ ، $X_2=0/66$ ، $X_3=0/82$ ، $X_4=0/61$ ، متغیرهای زیر شاخص عوامل اقتصادی با مقادیر $X_5=0/77$ ، $X_6=0/87$ ، $X_7=0/72$ ، $X_8=0/86$ ، $X_9=0/69$ ، متغیرهای زیر شاخص عوامل همسایگی (هم‌جواری) با مقادیر $X_{10}=0/73$ ، $X_{11}=0/95$ ، $X_{12}=0/80$ ، $X_{13}=0/64$ ، متغیرهای زیر شاخص دسترسی به حمل و نقل و ارتباطات با مقادیر $X_{14}=0/61$ ، $X_{15}=0/67$ ، $X_{16}=0/78$ ، $X_{17}=0/62$ ، $X_{18}=0/77$ ، متغیرهای زیر شاخص قوانین و مقررات با مقادیر $X_{19}=0/82$ ، $X_{20}=0/94$ ، $X_{21}=0/73$ ، $X_{22}=0/86$ ، $X_{23}=0/67$ ، متغیرهای زیر شاخص خصوصیات فیزیکی سایت با مقادیر $X_{24}=0/91$ ، $X_{25}=0/88$ ، $X_{26}=0/74$ ، $X_{27}=0/93$ ، متغیرهای زیر شاخص ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی محله با مقادیر $X_{28}=0/62$ ، $X_{29}=0/97$ ، $X_{30}=0/86$ ، $X_{31}=0/61$ ، همبستگی را نشان داده شده‌اند که میانگین همبستگی کل ۰/۷۷ برآورد شده است که این میزان نشان دهنده مقدار مطلوبی از همبستگی بین شاخص‌های تحقیق است. در

نیکویی برآزش CO-PLOT با دو نوع مقیاس در مرحله سوم و چهارم ارزیابی می‌شود. در مرحله سوم ضریب کلی خوبی برآزش θ استفاده می‌شود. در مرحله چهارم مقیاس k برای هر متغیر k جداگانه استفاده می‌شود. این k دامنه حداکثر همبستگی $r_i^*, j = 1, \dots, k$ است که خوبی برآزش رگرسیون k را می‌سنجد. همبستگی r_j^* یعنی خوبی برآزش در اضافه یا حذف متغیر مهم است. متغیر نامتناسب (غیرهمکار) یعنی r_j^* کوچک باید حذف شده و همبستگی r_j^* بالا \bar{X}_j بهتر نشانگر جهت و ترتیب تجسم پیش‌بینی‌های نقطه π روی محور \bar{X}_j است.

یافته‌های تحقیق

در این مرحله به منظور تحلیل این متغیرها با روش CO-PLOT ابتدا به بررسی برآزش مدل با توجه به «ضریب بیگانگی» (Θ) متغیرهای در نظر گرفته شده می‌پردازیم. اگرچه «ضریب بیگانگی» به عنوان اندازه مناسب برای توصیف مشاهدات با توجه به استانداردهایی تاکنون ثابت شده است؛ اما در مدل CO-PLOT همچنین باید همبستگی متغیرها را در نظر بگیریم. برای بهبود برآزش مدل، ما باید این متغیرها را با همبستگی کم محاسبه کنیم. البته هیچ اصل کلی ثابت برای در نظر گرفتن یک مقدار همبستگی خوب (برآزش مطلوب) در مدل CO-PLOT وجود ندارد (Lipshitz and Raveh, 1998)؛ ولی بیشتر محققان در مدل برآزش CO-PLOT، مقادیر زیر ۰/۶ ناکافی می‌دانند. به همین منظور در این مرحله به دلیل وجود مقادیر ناکافی برای برآزش مدل هیچ خوشه‌ای معنی‌دار نمی‌تواند شناسایی شود و طراحی گراف در این مرحله بی‌معنی است. همان‌طور که از محاسبات تحقیق به دست آمده چهار زیر شاخصه r_j^* : سیستم دفع فاضلاب در انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است، کیفیت مطلوب هوا در انتخاب مکان هتل

بررسی عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها و بازتاب‌های فضایی آن در منطقه شهری (موردشناسی: شهر بندر انزلی)

به ترتیب بیشترین نقش را در جذب اهداف مالکان هتل‌ها در مکان‌گزینی داشته‌اند؛ به گونه‌ای که همین امر می‌تواند گویای میزان گسترش فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با توسعه هتل‌ها در منطقه مورد مطالعه باشد.

اینجا با ایجاد ارتباط درون گروهی و میان گروهی بین عناصر و شاخص‌ها، تأثیرات هر یک از عوامل مشخص شده است. نتایج همبستگی در جدول شماره ۳ نشان می‌دهند که عامل اقتصادی، دسترسی، قوانین و مقررات، خصوصیات فیزیکی سایت، ویژگی اجتماعی و فرهنگی، همسایگی و هم‌جواری عوامل مستقل

جدول ۳. بررسی ضریب بیگانگی و همبستگی شاخص‌های مورد نظر تحقیق

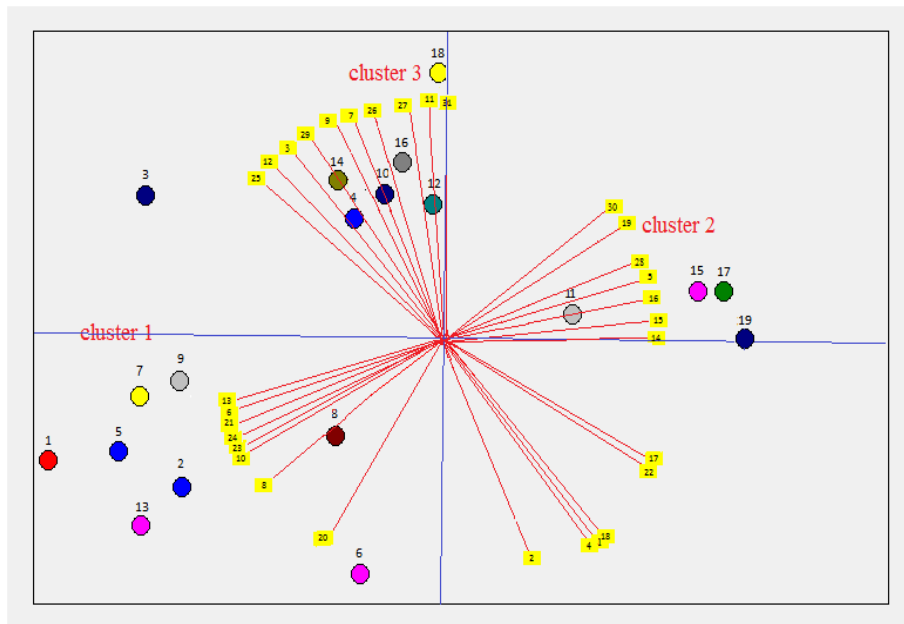
Coefficient of Alienation:0.084				
Variables Map				
Average of correlations:0.769				
Ranking	Correlation	Degree	شاخص	
			زیر شاخص	شاخص
۷	۰/۷۴	۱۲۶	X۱	عوامل مستقل
	۰/۶۶	۶۴	X۲	
	۰/۸۲	-۱۱۲	X۳	
	۰/۶۱	۱۶۸	X۴	
۱	۰/۷۷	۱۳۷	X۵	عوامل اقتصادی
	۰/۸۷	۵۲	X۶	
	۰/۷۲	۱۴۱	X۷	
	۰/۸۶	-۳۲	X۸	
	۰/۶۹	-۹۴	X۹	
۶	۰/۷۳	۱۵۸	X۱۰	ویژگی‌های همسایگی (هم‌جواری)
	۰/۹۵	-۱۷۸	X۱۱	
	۰/۸۰	۱۲۴	X۱۲	
	۰/۶۴	۵۵	X۱۳	
۲	۰/۶۱	۱۲	X۱۴	دسترسی به حمل‌ونقل و
	۰/۶۷	-۸۹	X۱۵	

		داشته است؟		ارتباطات	
		۰/۷۸	-۱۱۱	X۱۶	نزدیکی به پایانه، فرودگاه در انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟
		۰/۶۲	-۶۵	X۱۷	دسترسی به راه‌های آبی در انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟
		۰/۷۷	۱۴	X۱۸	کیفیت خدمات ارتباطی بر تصمیم انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر داشته است؟
۳		۰/۸۲	۵۷	X۱۹	به دست آوردن مجوز ساخت‌وساز بر روی تصمیم انتخاب مکان هتل به چه میزان مؤثر بوده است؟
		۰/۹۴	۱۳۳	X۲۰	به دست آوردن مجوز میراث فرهنگی و گردشگری بر روی انتخاب مکان هتل به چه میزان مؤثر بوده است؟
		۰/۷۳	۸۷	X۲۱	به دست آوردن مجوز آتش‌نشانی بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟
		۰/۸۶	-۵۴	X۲۲	به دست آوردن مجوز بهداشت، بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟
		۰/۶۷	-۲۸	X۲۳	سهولت به دست آوردن مجوز محیط‌زیست، بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟
۴		۰/۹۱	۱۹	X۲۴	منظره و اشراف خوب سایت بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟
		۰/۸۸	-۱۲۸	X۲۵	اندازه و قواره زمین بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟
		۰/۷۴	-۶۷	X۲۶	فرصت را برای گسترش سایت هتل در آینده بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟
		۰/۹۳	۲۵	X۲۷	توپوگرافی سایت بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟
۵		۰/۶۲	-۸۱	X۲۸	میزان جرم و امنیت در محله هتل بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟
		۰/۹۷	۶۴	X۲۹	سطح بالای زندگی در محله‌ای که هتل قرار دارد، در انتخاب مکان هتل چقدر تأثیر داشته است؟
		۰/۸۶	-۷۹	X۳۰	فعالیت شب‌زنده‌داری در محله قرارگیری هتل به چه میزان در انتخاب محل هتل مؤثر بوده است؟
		۰/۶۱	-۱۳۸	X۳۱	درک مثبت ساکنان محله از کسب‌وکار هتل بر انتخاب مکان هتل به چه میزان تأثیر گذاشته است؟

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷)

دارند. شکل شماره ۵ به عنوان نمایشگر گرافیکی از مدل با نتایج ریاضی رسیده است. لازم به ذکر است که اگرچه فلش‌ها در جهت‌های مختلف در مقایسه با اولین خروجی نمایش می‌آیند، ولی تنها موقعیت نسبی فلش‌ها و مشاهدات در خروجی نهایی مهم است.

پس از حذف متغیر غیرهمکار و تأیید مدل نهایی برآزش، به تحلیل تأثیر عوامل منتخب‌شده بر ترجیحات مالکان هتل‌ها برای مکان‌یابی هتل‌ها شهر انزلی در نقشه گراف نهایی می‌پردازیم. در اینجا نشان داده شده است که کدام‌یک از هتل‌ها بیشترین تأثیر را از عوامل منتخب‌شده گرفته‌اند و این عوامل در کدام دسته قرار



شکل ۵. نمودار نمایش نقشه گرافیکی نهایی ترجیحات مالکان هتل‌ها برای مکان‌یابی هتل‌ها شهر انزلی براساس متغیرها و با توجه به ویژگی‌های موضوعی آن‌ها، ضریب بیگانگی $\Theta = 0.07$ همه r_j^* بالا هستند. (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷)

ایران با رنگ صورتی؛ هتل‌های عباد و آبشار با رنگ مایع (فیروزه‌ای)؛ هتل‌های فانوس و گل‌سنگ با رنگ سبز مغز پسته‌ای (یشمی) و هتل‌های یسری کمترین تأثیر را داشته است.

همچنین دسته‌بندی هتل‌ها از نظر تأثیرپذیرفتن از شاخص‌ها در سه دسته تقسیم می‌شوند. دسته‌بندی عوامل مؤثر برای دسته‌بندی هتل‌ها شامل سه دسته است؛ دسته اول: $X_6, X_8, X_{10}, X_{13}, X_{20}, X_{21}$. دسته دوم: $X_5, X_{14}, X_{15}, X_{16}, X_{19}$. دسته سوم: $X_3, X_7, X_9, X_{11}, X_{12}, X_{25}, X_{28}, X_{30}$ ؛ دسته پرت: $X_1, X_2, X_4, X_{17}, X_{18}, X_{22}$ که در جدول شماره ۴ نشان داده شده است. گفتنی است که ممکن است برخی هتل‌ها به دلیل پراکنش آن‌ها بر روی نقشه گراف در هیچ‌یک از دسته‌ها قرار نگیرند.

نتایج حاصل از مدل تحلیل گراف نشان‌دهنده اولویت‌بندی و دسته‌بندی تأثیر هریک از شاخص‌ها در مکان‌گزینی هرکدام از هتل‌های شهر انزلی است (جدول ۴). اولویت‌بندی هتل‌ها از نظر تأثیر شاخص‌ها در نقشه گراف نشان داده شده است. این گراف شامل ۱۶ رنگ از آبی، قرمز، سبز، زرد، عنابی، سفید، خاکستری تیره، ارغوانی، سرمه‌ای، نقره‌ای، زیتونی، سبز دودی، صورتی، رنگ مایع (فیروزه‌ای)، سبز مغز پسته‌ای (یشمی)، سیاه است. رنگ آبی نشان‌دهنده بالاترین تأثیر شاخص‌ها و رنگ سیاه نشان‌دهنده کمترین تأثیر شاخص‌هاست. همان‌طور که در گراف نشان داده شده است، هتل‌های دلفین، جهانگردی نمونه انزلی دنیز با رنگ آبی؛ هتل‌های الماس، شالیزار با رنگ قرمز؛ هتل‌های گل‌نرگس، سبلان، پاسارگاد، فرد با رنگ سبز؛ هتل‌های ناز خزر، پارادایس، امیران رنگ زرد؛ بیشترین تأثیر و هتل‌های ملل، امیر سرا،

جدول ۴. نقشه گراف نمایش رتبه هر هتل براساس شاخص‌های تحقیق

شماره	اسم (هتل)	شاخص (هتل)	اولویت (هتل)	دسته (هتل)
۱	هتل الماس	۲۴.X۲۳.X۲۱.X۲۰.X۱۳.X۱۰.X۸.X۶.X	فرمز	اول
۲	هتل دلفین	۲۴.X۲۳.X۲۱.X۲۰.X۱۳.X۱۰.X۸.X۶.X	آبی	اول
۳	هتل بهشت تالاب	۳۳۱.X۲۹.X۲۷.X۲۶.X۲۵.X۱۲.X۱۱.X۹.X۷.X۳	سورمه‌ای	سوم
۴	هتل جهانگردی نمونه	۳۳۱.X۲۹.X۲۷.X۲۶.X۲۵.X۱۲.X۱۱.X۹.X۷.X۳	آبی	سوم
۵	هتل دینیز	۲۴.X۲۳.X۲۱.X۲۰.X۱۳.X۱۰.X۸.X۶.X	آبی	اول
۶	هتل آپارتمان ملل	۲۴.X۲۳.X۲۱.X۲۰.X۱۳.X۱۰.X۸.X۶.X	صورتی	اول
۷	هتل ناز خزر	۲۴.X۲۳.X۲۱.X۲۰.X۱۳.X۱۰.X۸.X۶.X	زرد	اول
۸	هتل آپارتمان سفیر	۲۴.X۲۳.X۲۱.X۲۰.X۱۳.X۱۰.X۸.X۶.X	عنابی	اول
۹	هتل کادوسان	۲۴.X۲۳.X۲۱.X۲۰.X۱۳.X۱۰.X۸.X۶.X	نقره‌ای	اول
۱۰	هتل المپیک	۳۳۱.X۲۹.X۲۷.X۲۶.X۲۵.X۱۲.X۱۱.X۹.X۷.X۳	سورمه‌ای	سوم
۱۱	فرهنگیان	۳۳۰.X۲۸.X۱۹.X۱۶.X۱۵.X۱۴.X۵	نقره‌ای	دوم
۱۲	ماهان و مارال	۳۳۱.X۲۹.X۲۷.X۲۶.X۲۵.X۱۲.X۱۱.X۹.X۷.X۳	سبز دودی	سوم
۱۳	هتل امیر سرا	۲۴.X۲۳.X۲۱.X۲۰.X۱۳.X۱۰.X۸.X۶.X	صورتی	اول
۱۴	هتل سپید کنار	۳۳۱.X۲۹.X۲۷.X۲۶.X۲۵.X۱۲.X۱۱.X۹.X۷.X۳	زیتونی	سوم
۱۵	هتل ایران	۳۳۰.X۲۸.X۱۹.X۱۶.X۱۵.X۱۴.X۵	صورتی	دوم
۱۶	هتل آپارتمان قائم	۳۳۱.X۲۹.X۲۷.X۲۶.X۲۵.X۱۲.X۱۱.X۹.X۷.X۳	خاکستری تاریک	سوم
۱۷	هتل گل سنگ	۳۳۰.X۲۸.X۱۹.X۱۶.X۱۵.X۱۴.X۵	سبز مغز پسته‌ای	دوم
۱۸	هتل امیران	۳۳۱.X۲۹.X۲۷.X۲۶.X۲۵.X۱۲.X۱۱.X۹.X۷.X۳	زرد	سوم
۱۹	هتل همت	۳۳۰.X۲۸.X۱۹.X۱۶.X۱۵.X۱۴.X۵	سورمه‌ای	دوم

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷)

شاخص‌های اقتصادی عواملی چون: نزدیکی به مرکز شهر و دسترسی به ساحل تجاری و دسترسی به بازار جذب گردشگران سایر هتل‌ها از عوامل اقتصادی مؤثر در زون اول بوده است. از عوامل هم‌جواری و همسایگی می‌توان به حضور مجتمع‌های تفریحی، جاذبه‌ها و بهداشت محیطی در این زون اشاره کرد. از عوامل قوانین و مقررات مؤثر در این منطقه می‌توان به دست‌آوردن مجوز اداره محیط زیست، میراث فرهنگی و گردشگری و مجوز آتش‌نشانی در این زون می‌توان اشاره کرد و در نهایت از نظر عوامل مؤثر بر خصوصیات سایت عامل منظره و اشراف سایت بر انتخاب مکان در زون اول مؤثر گشته است. در واقع، می‌توان گفت از نظر سرمایه‌گذاران در این بخش، گردشگران تمایل بسیار بیشتری به برخورداری از مناظر ساحلی و دسترسی در کمترین زمان سفر با پا به خط ساحلی و خیابان‌های

به‌منظور تحلیل بازتاب‌های فضایی مکان‌گزینی هتل‌ها از ترکیب نتایج این مرحله با سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) صورت گرفته است. نتایج در پایین نشان‌دهنده سه الگو در ارتباط با عوامل مؤثر بر اولویت‌بندی و دسته‌بندی ترجیحات مالکان بوده است (نقشه ۲).

دسته اول؛ منطقه تجاری-تفریحی (RBD):^۱

هتل‌هایی هستند که پراکنش فضایی آن‌ها در نزدیکی ساحل دریاست و زون اول را به خود اختصاص داده‌اند. در این زون پراکنش فضایی هتل‌ها به صورت نواری است. در این دسته هتل‌ها چهار عامل اقتصادی، هم‌جواری، قوانین و مقررات و خصوصیات سایت در مکان‌گزینی آن‌ها مؤثر واقع شده است که از نظر

1- recreational business district

برای مرکز تجاری شهر نشان داده شده است. با توجه به این الگو، گردشگران با مستقرشدن در محله‌های مرکزی شهر، اکثر وقت خود را در آن می‌گذرانند و سفر به جاذبه‌های ساحلی در ساعات خاص روز توسط گردشگران صورت می‌گیرد. از هتل‌های در این زون می‌توان به هتل‌های ایران، فرهنگیان، همت، گل‌سنگ، اشاره کرد.

دسته سوم؛ منطقه تجاری-حومه (SBD): این منطقه از نظر پراکنش فضایی در بخش حومه شهر به صورت شعاعی قرار دارد و زون سوم را به خود اختصاص داده است. در این دسته عواملی چون: عامل اقتصادی، همسایگی و هم‌جواری، خصوصیات سایت، ویژگی‌های محله، عوامل مستقل در مکان‌یابی هتل‌ها مؤثر واقع شده است؛ به گونه‌ای که از نظر عوامل اقتصادی هزینه‌های زمین، زیرساخت‌ها، تأسیسات و... و برخورداری از سود مقیاس اقتصادی در انتخاب مکان هتل در این زون مؤثر بوده است. از عوامل مؤثر همسایگی و هم‌جواری در مکان‌گزینی هتل‌ها در این منطقه می‌توان به عوامل کاربری‌های سازوکار در محله هتل و آلودگی صوتی در انتخاب مکان هتل اشاره کرد. از عوامل خصوصیات سایت مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها در این منطقه می‌توان به عامل‌های اندازه و قواره زمین، فرصت برای گسترش سایت هتل در آینده و توپوگرافی سایت در این زون اشاره کرد. از عوامل ویژگی‌های مؤثر محله بر مکان‌گزینی هتل‌ها در این منطقه می‌توان به سطح بالای زندگی در محله، درک مثبت ساکنان محله از کسب‌وکار هتل در مکان‌گزینی هتل در این زون اشاره کرد. در نهایت در این منطقه از نظر عوامل مستقل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها کیفیت ارائه خدمات (نوع اتاق، سالن‌ها، پارکینگ، استخر و...) در این زون مؤثر بوده است. در این زون

مجاور آن رادارند. در این بخش سرمایه‌داران ریسک اقتصادی کمتری دارند و سعی در برخورداری از عوامل تجمیع و برخورداری از سایر بازار هتل‌ها را دارند. از هتل‌های در این زون می‌توان به هتل‌های الماس، دلفین، کادوسان، دنیز، ملل، سفیر، خرز ناز، سبلان، فرد، درنا، گل‌نرگس، امیرسرا، آبشار، پرستو، پارادایس، پاسارگاد، پامچال، شالیزار، نخل، فانوس، دیاموند، بارنیک، یسری، آراز، مداین و... اشاره کرد.

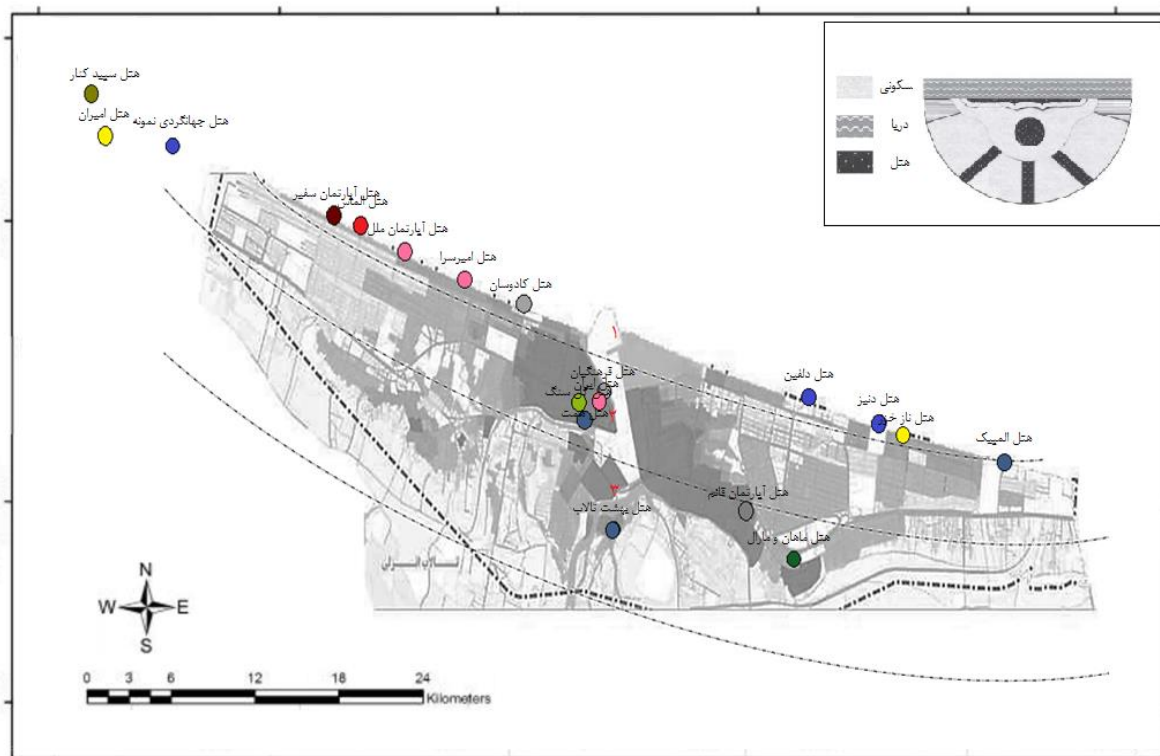
دسته دوم؛ منطقه تجاری-مرکزی (CBD): هتل‌هایی هستند که از نظر پراکنش فضایی در منطقه مرکزی شهر بین ساحل دریا و حومه شهر به صورت متمرکز احداث شده‌اند و زون دوم را به خود اختصاص داده‌اند. در این دسته عوامل مختلفی در مکان‌یابی هتل‌ها مؤثر واقع شده است که شامل: عامل اقتصادی، دسترسی حمل‌ونقل و ارتباطات، هم‌جواری، قوانین و مقررات، ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی محله است که از نظر شاخص‌های اقتصادی عامل تأثیر جذب سرمایه‌گذاران آگاه مؤثر بوده است و از عوامل مؤثر دسترسی حمل‌ونقل و ارتباطات در این منطقه می‌توان به دسترسی به شبکه جاده‌ای مطلوب، مسیر اصلی و نزدیکی به پایانه و ایستگاه حمل‌ونقل و... در این زون اشاره کرد. از نظر عوامل قوانین و مقررات مؤثر بر مکان‌گزینی در این منطقه عامل به دست آوردن مجوز ساخت‌وساز در این زون مؤثر بوده است. از عوامل مؤثر ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی محله در مکان‌گزینی هتل‌ها در این منطقه می‌توان به عوامل میزان جرم و امنیت در محله و فعالیت‌های شبانه در انتخاب مکان هتل تأثیر داشته است. از نظر سرمایه‌داران در زون دوم گردشگران تمایل بیشتری به سکونت در بخش مرکزی شهر دارند و محله‌های امن با حمل‌ونقل مناسب در ارتباط با مراکز خرید مرکز شهر به صورت اولویت قوی

2- suburb business district

1- central business district

سایر هتل‌ها در مناطق شهری می‌شوند. از هتل‌های در این زون می‌توان به هتل‌های هتل بهشت تالاب، هتل سفید کنار، ماهان و مارال، امیران، قائم، المپیک، جهانگردی نمونه هتل امیران اشاره کرد. از ویژگی این منطقه وجود هتل بزرگ با عملکرد منطقه‌ای است.

سرمایه‌داران و مالکان هتل‌ها با در نظر گرفتن اراضی بیشتر به احداث هتل‌های بزرگ با امکانات بالاتر برای گردشگران می‌پردازند؛ از نظر مالکان با جذب سرمایه‌گذاران آگاه در این بخش با استفاده از سود مقیاس اقتصادی در سطح منطقه‌ای بزرگ‌تر موجب جذب گردشگران و به خصوص درآمدزایی بیشتر از



نقشه ۲. الگوی پراکنش فضایی هتل‌ها در شهر انزلی
(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷)

انزلی، عوامل چندمتغیره مختلف وجود دارد که بازتاب این عوامل الگوهای فضایی خاصی در مناطق مختلف شهری است. در شهر انزلی الگوهای مشخص فضایی هتل‌ها با رشد نواری، متمرکز و شعاعی همراه است. الگوی فضایی مکان‌گزینی هتل‌ها در شهر انزلی ترکیبی از مدل‌های کلی مکان‌گزینی اسمیت ۱۹۹۱، پینوله ۱۹۹۳، ویلیامز ۱۹۹۸ و رجستون ۲۰۱۲ در شهرهای ساحلی است؛ به گونه‌ای که ابتدا گرایش به

نتیجه‌گیری

هتل‌ها از مهم‌ترین زیربخش‌های گردشگری به‌عنوان یک منبع برای ارزش‌افزوده و درآمد ویژه برای شهرهای ساحلی، مورد توجه قرار گرفته‌اند. مکان‌گزینی و پراکنش هتل‌های به‌عنوان صنعت گردشگری مختص شهر به رویکرد مهم در مطالعات فضای شهرهای ساحلی است. در این پژوهش، نتایج تحقیق نشان داده است که در پراکنش مکانی هتل‌های شهر ساحلی

احداث شده‌اند. این بخش از پژوهش نیز با مطالعه چو و همکاران (۲۰۰۷) مطابقت می‌یابد که نشان دادند توسعه درون‌زا، امنیت عمومی، راحتی دسترسی به حمل‌ونقل برای دیدن مناطق گردشگری و ادغام و ترکیب‌شدن با فرهنگ محلی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی اقامتگاه‌های بین‌المللی هستند. البته به نظر می‌رسد مقیاس اقامتگاه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های صورت‌گرفته در آن با مطالعه چو و همکاران (۲۰۰۷) تفاوت داشته باشد. مطالعه حکیم‌اللهی (۱۳۹۱) نیز نمونه داخلی مناسبی است که بر این نتایج صحت می‌گذارد. وی عامل دسترسی را عاملی تأثیرگذار در مکان‌گزینی هتل عنوان می‌کند. در زون سوم منطقه تجاری-حومه (SBD) است. ظهور توسعه ثانویه هتل‌ها در نقاط حومه، هنگامی است که جبهه ساحلی و مرکزی کاملاً تمرکز یافته است؛ این زون متشکل از هتل‌های بزرگ با کارکرد منطقه‌ای و فراشهری است که تقریباً یا کاملاً، از زون دوم منطقه تجاری مرکزی (CBD) جداست. برخی از این هتل‌ها در حومه شهر در ارتباط با سواحل جاذب هستند و سایر آن‌ها در ارتباط با جنگل، تالاب و شبکه ارتباطی بین‌شهری توسعه یافته‌اند. سرمایه‌گذاران در این زون اهداف متفاوتی را در ارتباط با آینده هتل خود از نظر مسائل اقتصادی، سایت فیزیکی و کیفیت خدمات در نظر می‌گیرند. این نوع هتل‌ها با جذب سرمایه‌گذاران آگاه، نگاه به آینده توسعه شهری دارند. در این زون کاهش ارزش‌های زمین و تغییرات مرتبط با کاربری اراضی وظایف معینی را برای هتل بازگو می‌کند، به دلایل نیاز به مناطق بزرگ زمین با هزینه کم، این الگو در امتداد شریانی‌های در لبه رفت و آمد شهر ایجاد شده‌اند؛ جایی که زمین ارزان‌تر و در دسترس‌تر است و در مقایسه با سایر زون‌ها تأکید بر توسعه پراکنده به جای مترکم دارد. آنچه باعث متمایز شدن این پژوهش نسبت به مطالعات قبلی شده است، دید جامع‌نگر آن

توسعه نوار در امتداد ساحل دریایی هتل شکل می‌گیرد. این زون مربوط به منطقه هتل‌های منطقه تجاری-تفریحی (RBD) است که با سرمایه‌های کلان و به شکل مرتفع احداث شده‌اند. الگوی نواری که به دسترسی جاذبه ساحل نیز تمایل دارند. در ارتباط با این ساخت‌وسازها ساخت جاده‌های ساحلی به صورت خطی که عناصر مختلف شهر را با هم مرتبط می‌کنند، بیشتر تقویت شده است. شکل توسعه نواری این زون در ارتباط با ویژگی‌های جاذب سایت با محدودیت‌های قانونی، سرمایه‌گذاران هتل‌ها را تشویق به بهره‌برداری از شرایط تجمیع هتل‌داری در این زون کرده است. توسعه نواری با استفاده از سرمایه‌های کلان و به شکل مرتفع بیانگر این نکته است که موقعیت مکانی هتل‌ها وابسته به شرایط در حال تغییر اجتماعی-اقتصادی شهرهاست و با روند توسعه ساختار شهر، مکان‌یابی هتل‌ها الگوهای مختلفی به خود می‌گیرند. چنین بحثی با پژوهش یورتاسان و گوتیرز (۲۰۰۶) هم‌پوشانی دارد. در ادامه، زون دوم مربوط به منطقه تجاری-مرکزی (CBD) که موازی با منطقه هتل‌های ساحلی است و بسیاری از مکان‌گزینی این دسته هتل‌ها با سرمایه‌گذاری محلی صورت گرفته است؛ به‌طور کلی اهمیت دسترسی به مرکز تجاری امن با دسترسی به شبکه‌های ارتباطی نزدیک به ساحل شهر در مکان‌گزینی هتل‌های این زون شهری مشخص بوده است که نتیجه آن یک الگوی مشترک توسعه متمرکز در مرکز شهری بوده است. درواقع اهداف سرمایه‌گذاران در این بخش شهر با توجه به محدودیت‌ها در سایت هتل‌ها و قوانین و مقررات پیوند بخش تجاری مرکزی شهر با سواحل جاذب بوده است. این منطقه تجاری، مکانی مرکزی برای صنایع و خدمات گردشگری است و هتل‌های این منطقه عملکردی تجاری/ کاری به‌گونه‌ای است که این هتل‌ها در ارتباط با کاربری‌های اداری، سازمانی و نظامی شهر

- شهر تبریز)، فصلنامه مطالعات ساختار و کارکرد شهری، دانشگاه مازندران، دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۴۶-۲۶.
- حکیم الهی، آیدا. (۱۳۹۱). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها در شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حسابداری و مدیریت، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- فلکیان، نرجس؛ منصور کیایی، هوشنگ. (۱۳۹۵). بررسی هتل رامسر از منظر عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها، دومین کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین در علوم، تکنولوژی و مهندسی.
- کریمیان نسب، مینو؛ فولادی، وحدانه؛ کامران کسمایی، حدیثه. (۱۳۹۶). عوامل تأثیرگذار بر مکان‌یابی هتل‌های ساحلی (مطالعه موردی: هتل بهشت تالاب)، کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی ایران معاصر، تهران، دانشگاه اسوه، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- Adam Issahaku, Amuquandoh Francis Eric (2012). Hotel characteristics and location decisions in Kumasi Metropolis, Ghana. *Tourism Geographies*, 16(4), 653-668.
- Adam, I., & Amuquandoh, F. (2013). Dimensions of hotel location in the Kumasi Metropolis, Ghana. *Tourism Management Perspectives*, 8(-), 1-8.
- Adam, I., (2013). Urban Hotel Development Patterns in the Kumasi Metropolis, Ghana. In: *Tourism Planning & Development*, 10(1), 85-98.
- Arbel, A. and Pizam, A., (1977). Some Determinants of Urban Hotel Location: The Tourists' Inclinations. In: *Journal of Travel Research*, 15(3), 18-22.
- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (1990a). *The tourist-historic city*. London: Belhaven.
- Ashworth, G., & Tunbridge, H. (1990b). *Accommodation in the historic city*. Chichester: Wiley.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2003), *Multivariate Analysemethoden*, 10th ed.
- Barros, C., & Assaf, G. (2010). Analyzing tourism return intention to an urban destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(2), 216-231.
- Baum, J. and Mezas, S., (1992). Localized Competition and Organizational Failure in the Manhattan Hotel Industry, 1898-1990. In: *Administrative Science Quarterly*, 37(4), 580-604.

به عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل‌ها و بازتاب فضایی آن‌هاست که هم بازتاب فضایی را در محیطی بصری مورد توجه قرار می‌دهد و هم عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی را به صورت گسترده در نظر دارد. در پایان می‌توان ادعان کرد که نحوه قرارگیری هتل‌ها در زون‌های مختلف فضای شهری، تصمیمی مهم و حساس برای سرمایه‌گذاران در صنعت گردشگری شهرهای شمالی کشور به خصوص شهر بندر انزلی محسوب می‌شود که لازم است به منظور مکان‌گزینی هتل‌ها در فضای شهری برنامه‌ریزان و توسعه‌دهندگان عوامل مؤثر و رفتار مکان‌گزینی آنان را شناسایی کرده و اثرات این مکان‌گزینی در فضای شهری را در پژوهش‌های آتی مورد ارزیابی قرار دهند. اشاره‌ای گذرا به محدودیت‌های پژوهش می‌تواند کارساز باشد. به نظر می‌رسد تعمیم نتایج عوامل مؤثر بر مکان‌گزینی هتل و بازتاب فضایی در شهری ساحلی که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است، به شهرهای با نقش‌های دیگر اندکی مسأله‌ساز باشد. چون روندهای حاکم بر گونه‌های مختلف شهرها متفاوت هستند؛ به گونه‌ای که مکان‌گزینی بخش هتل‌داری در ساختار شهری می‌تواند تأثیر مستقیمی بر برنامه‌ریزی و طرح‌های توسعه گردشگری آینده شهرها داشته باشند؛ از این رو این بخش اقامتی تعیین‌کننده بسیاری از تصمیمات برنامه‌ریزان و سرمایه‌داران و حتی ذی‌نفعان در شهرهای ساحلی گردشگری است.

منابع

برنافر، مهدی؛ افرادی، کاظم. (۱۳۹۳). اولویت‌بندی مراکز حیاتی، حساس و مهم شهر بندر انزلی و ارائه راهکارهای دفاعی از دید پدافند غیرعامل، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی (علوم جغرافیایی)، دانشگاه خوارزمی، دوره ۱۴، شماره ۳۲، صص ۱۶۱-۱۷۹.

جعفری مهرآبادی، مریم؛ رخساری، حمید. (۱۳۹۷). تحلیل فضایی و مکان‌یابی هتل‌ها در ساختار شهری (مطالعه موردی:

- Asia Pacific Tourism Association Ninth Annual Conference, Sydney, pp. 176–188.
- Egan, D. J., & Nield, K. (2000). Towards a theory of intra-urban hotel location. *Urban Studies*, 37(3), 611–621.
- Ferreira, S., & Boshoff, A. (2014). Post-2010 FIFA soccer world cup: Oversupply and location of luxury hotel rooms in Cape Town. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 180–198.
- Gray, W. S., & Liguori, S. C. (1998). *Hotel and motel management and operations* (3rd). New Jersey: Prentice-Hall.
- Hanai, T., Oguchi, T., Ando, K., & Yamaguchi, K. (2008). Important attributes of lodgings to gain repeat business between individual travels and group travels. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 268–275.
- Hayter, R. (1997). *The dynamics of industrial location—The factory, the firm and the production system*. Chichester: John Wiley.
- Hua, N., & Yang, Y. (2017). Systematic effects of crime on hotel operating performance. *Tourism Management*, 60(-), 257–269.
- Huang, W., Kwag, M., & Streib, G. (1998). Exploring the relationship between hotel characteristics and crime. *Hospitality Review*, 16(1), 81–93.
- Jones, P., & Groenenboom, K. (2002). Crime in London hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 4(1), 21–35.
- Kalnins, A., & Chung, W. (2004). Resource-seeking agglomeration: A study of market entry in the lodging industry. *Strategic Management Journal*, 25(7), 689–699.
- Kim, J. (2002). A study on the decisive factor in the choice of hotel F.I.T guest. *Journal of Business Research*, 7(1), 46–61.
- Lee, C., Lee, W. R., & Hsu, H. W. W. (2000). An empirical study on the relationship between strategic groups and performance in Taiwan's international tourist hotel industry. *Journal of Business Administration*, 48, 89–120.
- Lee, S. (2015). Quality differentiation and conditional spatial price competition among hotels. *Tourism Management*, 46, 114–122.
- Lee, S. K., & Jang, S. (2010). Room rates of US airport hotels: Examining the dual effects of proximities. *Journal of Travel Research*, XX(X), 1–12.
- Baum, J.A.C., Haveman, H.A., (1997). Love thy neighbor? Differentiation and agglomeration in the Manhattan hotel industry, 1898–1990. *Administrative Science Quarterly*, 42 (2), 304–338.
- Begin, S. (2000). The geography of a tourist business: Hotel distribution and urban development in Xiamen, China. *Tourism Geographies*, 2(4), 448–471.
- Bull, O. A. (1994). Pricing a motel's location. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 6(6), 10–15.
- Bull, O. A. (1998). The effects of location and other attributes on the price of products which are place sensitive in demand. Unpublished MPhil Thesis Submitted to the School of Economics, Griffith University, Australia.
- Burgan, B., & Mules, T. (1992). Economic impact of sporting events. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 700–710.
- Celata, F. (2008). The tourism sprawl and urban changes in Rome. *Urban Studies*, 13(4), 305–319.
- Chang, S. W. E., & Wong, C. K. (2006). Hotel selection: When price is not the issue. *Journal of Vacation Marketing*, 12(12), 142–159.
- Chou, T. Y., Hsu, C. L., & Chen, M. C. (2007). A fuzzy multi-criteria decision model for international tourist hotels location selection. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 293–301.
- Chung, W., & Kalnins, A. (2001). Agglomeration effects and performance: A test of the Texas lodging industry. *Strategic Management Journal*, 22(10), 969–988.
- Cró, Susana & Martins, António Miguel (2017): Hotel and hostel location in Lisbon: looking for their determinants, *Tourism Geographies*, 20 (3), 504-523.
- Dawe, T. (2005). Business hotels come into the 21st century. *The Times Focus Report: Hotels and the Business Traveller* 27 June: 2.
- De Bres, K. (1994). Cowtowns or cathedral precincts? Two models for contemporary urban tourism. *Area*, 26(1), 57–67.
- Dökmeci, V. and Balta, N., (1999): The Evolution and Distribution of Hotels in Istanbul. In: *European Planning Studies*, 7(1), 99-109.
- Dolnicar, S., & Otter, T. (2003). Which hotel attributes matter? A review of previous and a framework for further research. *Proceedings of the*

- Roginsky, R. J. (1995). A critical analysis of hotel impact issues. *Cornell Hotel and Administration Quarterly*, 13(-), 12-19.
- Seo, J. (2002). An application of analytic hierarchy process to select the hotel site. *Ecological Economics*, 8(3), 68-83.
- Shoval, N. (2006). The geography of hotels in cities: An empirical validation of a forgotten model. *Tourism Geographies*, 8(1), 56-75.
- Shoval, N., & Cohen-Hatab, K. (2001). Urban hotel development patterns in the face of political shifts. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 908-925.
- Shoval, Noam, Raveh, Adi, (2004) Categorization of tourist attractions and the modeling of tourist cities: based on the co-plot method of multivariate analysis, *Tourism Management*, 25 (6), 741-750.
- Smith, J. (2004). Do airport hotels continue to be a growth opportunity, and which airports present the best opportunities? *Journal of Retail and Leisure Property*, 4(1), 9-17.
- Smith, R.A.. (1991). Beach resorts: A model of development evolution. *LuruAcqw 1'th~1 Hunr, 2 1: 189-Z IO, 21(3), 189-210.*
- Talby, D., Feitelson, D.G. & Raveh, A. (1999), "Comparing logs and models of parallel workloads using the Co-Plot method," in Feitelson, D.G. & Rudolph, L. (Eds.): *Lecture notes in computer sciences 1659*, Heidelberg, Germany.
- Timothy, D.J. and Wall, G.,(1995): *Tourist Accommodation in an Asian Historic City*. In: *Journal of Tourism Studies*, 6(2), 64-65.
- Urtasun, A., Gutiérrez, I.,(2006). Hotel location in tourism cities: Madrid 1936-1998. *Annals of Tourism Research* 33 (2), 382-402.
- Wall, G., Dudyca, D., & Hutchinson, J. (1985). Point pattern analyses of accommodation in Toronto. *Annals of Tourism Research*, 12(4), 603-618.
- Weaver, D. (1993). Model of urban tourism for small Caribbean Islands. *Geographical Review*, 83(2), 134-140.
- Weber, Y., Shenkar, O. & Raveh, A. (1996), "National and corporate culture fit in mergers/acquisitions: an exploratory study," *Management Science*, 42 (8), 1215-1227.
- Werczberger, E., & Berechman, J. (2001). Incorporating neighbourhood effects into spatial
- 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.
- Li, Yingru & Du, Ting (2018) Assessing the Impact of Location on Hotel Development: An Analysis of Manhattan Hotels, 1822-2012, *Papers in Applied Geography*, 4 (1), 21-33.
- Lipshitz, G. & Raveh, A. (1998), "Socio-economic differences among localities: a new method of multivariate analysis," *Regional Studies*, 32(8), 747-757.
- Lowe, L. W., & Kruger, A. (1991). Motel advertising: practices and themes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 3(1), 17-21.
- Oppermann, M., Brewer, K.P.,(1996). Locational decision making in hospitality using GIS: a paradigm shift? In: *The Australian Tourism and Hospitality Research Conference*, Canberra, pp. 279-288.
- Oppermann, M., Din, K. H., & Amri, S. Z. (1996). Urban hotel location and evolution in a developing country: The case of Kuala Lumpur Malaysia. *Tourism Recreation Research*, 21(1), 55-63.
- Pan, C. M. (2002). Market concentration ratio analysis of the international tourist hotel industry in Taipei area. *Tourism Management Research*, 2(2), 57-66.
- Pearce, D. G. (1987). Motel location and choice in Christchurch. *New Zealand Geographer*, 43(1), 10-17.
- Pearce, D. G. (1995). *Tourism today: A geographical analysis*. Chichester: Wiley.
- Rigall-I-Torrent, R., & Fluvi_a, M. (2007). Public goods in tourism municipalities: Formal analysis, empirical Evidence and Implications for Sustainable Development, 13 (3), 361-378.
- Rigall-I-Torrent, R., & Fluvi_a, M. (2011). Managing tourism products and destinations embedding public good components: A hedonic approach. *Tourism Management*, 32(2), 244-255.
- Rogerson J.M., (2013). Urban Tourism and the Changing Structure of the Hotel Economy in South Africa. In: *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 19(2), 39 - 54.

- in Beijing. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 675–685.
- Yang, Y. L., H. and Law, R., (2014): Theoretical Empirical, and Operational Models in Hotel Location Research. *International Journal of Hospitality Management*, 36(-), 209-220.
- Yokeno, N., (1968). La localisation de l' industrie touristique: application de l'analyse de Thunen-Weber. In *Cahiers du Tourisme*. C.H.E.T., Aix-en-Provence.
- allocation models. *Environment and Planning A*, 20(5), 595–607.
- Williams, Stephen, (1998). *Tourism Geography*, Routledge, London and New York.
- Yang, C. H. (2004). Identifying and testing the decision making factors related to 'key industries' choice of locations. Unpublished MPhil Thesis Submitted to Department of Marketing, Griffith University, Australia.
- Yang, Y., Wong, K., & Wang, T. (2012). How do hotels choose their location? Evidence from hotels