

## توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی: شهر اصفهان

علی موحد\* - استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز  
پذیرش مقاله: ۱۳۸۴/۲/۱۲ تایید نهایی: ۱۳۸۶/۸/۳۰

### چکیده

این مقاله سعی دارد توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی گردشگری شهری را با تأکید بر شهرهای تاریخی براساس مدل‌های آشورث، تنبریگ و گتز مورد آزمون قرار دهد. روش این پژوهش توصیفی - تحلیلی است که با بهره‌گیری از دو شیوه کتابخانه‌ای و میدانی اطلاعات جمع‌آوری و طبقه‌بندی و سپس در سامانه اطلاعات جغرافیایی وارد شد. به کارگیری این مدل‌ها در شهر اصفهان نشان می‌دهد که جاذبه‌های شهری، تأسیسات اقامتی و تجاری، محدوده مرکزی شهر و بخش تاریخی شهر را شکل داده و اهمیت گردشگری بیشتر این قسمت از شهر را سبب شده‌اند. همچنین مکان‌یابی هتل‌ها بر اساس محور خیابان‌های تاریخی (از جمله چهارباغ) شکل گرفته که این وضعیت برخلاف نظر وال، دودیکا و هاجینسون و آشورث و تنبریگ می‌باشد.

**واژه‌های کلیدی:** گردشگری شهری، هتل، توزیع فضایی، شهرهای تاریخی، اصفهان

### مقدمه

تأسیسات اقامتی یکی از نیازهای ثانویه بخش گردشگری است که هر شهر بزرگ و توریستی به آن نیاز دارد، هر چند گردشگران از همه هتل‌ها و خدمات جانبی آن استفاده نکنند. از سوی دیگر به دلیل تنوع سلاقی و بنیه مالی گردشگران، شهر به انواع هتل‌ها برحسب درجات مختلف نیاز دارد.

مراکز اقامتی به‌عنوان مبدا و مقصد گردش‌های روزانه در شهر از اهمیت بسیار برخوردار است. نحوه قرارگیری (مکان‌یابی) مراکز اقامتی در فضای شهر، بسته به پراکنش و توزیع فضایی آن‌ها، می‌تواند کاهش یا افزایش فضای خدماتی و تغییر الگوی رفتاری گردشگران را به همراه داشته باشد. به طوری که فاصله مراکز اقامتگاهی از مرکز شهر و جاذبه‌های گردشگری بیشتر باشد، هزینه پرداختی گردشگر افزایش می‌یابد. از سوی دیگر استفاده از هتل بیشترین تاثیر اقتصادی را در صنعت گردشگری دارد. به طوری که بیش از ۶۰ درصد هزینه‌های گردشگر صرف هزینه هتل می‌شود (Low, 1996, 109). با افزایش خدمات جانبی هتل‌ها، درآمد بیشتری نصیب سرمایه‌گذاران و به‌طور کلی صنعت گردشگری می‌شود و در نتیجه با سرمایه‌گذاری اصولی با مکان‌یابی صحیح، مراکز اقامتگاهی می‌تواند نقش اساسی در فضای گردشگری شهری ایفا نماید به طوری که

رضایت‌مندی گردشگران را به همراه داشته، تقاضای سفر را افزایش دهد و همچنین در آمد بیشتری به صنعت گردشگری شهر تزریق نماید.

گردشگری شهری جنبه‌ای نسبتاً جدید از مطالعات گردشگری است. تأسیسات اقامتی نیز به‌عنوان عنصر ثانویه گردشگری شهری بخش مهمی از مطالعات گردشگری است و مطالعات صورت گرفته در این زمینه سهم قابل ملاحظه‌ای از مطالعات گردشگری را در برمی‌گیرد. از جمله محققین این حوزه می‌توان به آشورث<sup>۱</sup>، تنبریگ<sup>۲</sup>، لاو<sup>۳</sup>، گتز<sup>۴</sup>، پیرس<sup>۵</sup>، وال<sup>۶</sup>، دودیکا و هاتچسون<sup>۷</sup>، تیموتی<sup>۸</sup> و اسمیت<sup>۹</sup> اشاره کرد.

اسمیت در سال ۱۹۸۵ الگوهای مکان‌یابی رستوران‌های شهری را مورد مطالعه قرار داد و گتز در مطالعه خود با در نظر گرفتن برنامه‌ریزی برای بخش تجاری گردشگری در مدل مطالعاتی خود بر عناصر جاذبه‌های اصلی، خدماتی، بخش تجاری و دسترسی تأکید کرد. آشورث و تنبریگ نیز در مطالعه‌ای برای طبقه‌بندی و ارزیابی بخش تاریخی شهر، نوع شناسی مکان هتل‌ها را در شهر نیوزیلند مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها توضیح دادند که برخی از هتل‌های قدیمی، خود قسمتی از جاذبه شهرهای تاریخی هستند. پیرس نیز در مطالعه خود بر قابل دید بودن (چشم انداز) مکان هتل تأکید دارد. وال، دودیکا و هاتچینسون نشان دادند صنعت هتل و متلداری در تورنتوی کانادا به‌طور وسیعی تغییر یافته و عمدتاً در بخش تجارت مرکزی شهر و در طول خطوط شاهراه‌های اصلی که فرودگاه را در بردارد، متمرکز شده‌است. تیموتی و وال نیز در مقاله‌ای در بررسی گردشگری در شهرهای تاریخی آسیا، مدل‌های گتز و آشورث و تنبریگ را در جا کارهای اندونزی بررسی و بر انطباق مدل گتز در این شهر تأکید کرده‌اند (Timothy & Wall, 1995, 65).

### مبانی نظری

تأسیسات اقامتی عامل جذب گردشگران به شهر نیستند اما نقش مهمی در افزایش ماندگاری گردشگر در شهر دارند. امروز این امکانات از نقش ممتازی در صنعت گردشگری برخوردارند. تفاوت در نوع ساخت و امکانات و اهمیت و توجه مردم به کیفیت و نوع هتل، سبب درجه‌بندی و رتبه‌بندی و تنوع آن‌ها شده‌است. از این رو هتل‌ها را می‌توان براساس نوع هتل، درجه، نوع مالکیت و استقرار مکانی آن طبقه‌بندی و همچنین برپایه تعداد اتاق، تخت و درصد اشغال آن‌ها مورد بررسی قرار داد.

از سوی دیگر اهمیت هتل به‌عنوان نقش محوری مراکز اقامتگاهی در صنعت گردشگری مطرح است. مراکز اقامتگاهی به‌صورت دوسویه با آژانس‌ها، جاذبه‌ها، محیط محلی، تجاری و مقاصد قبل و بعدی گردشگر در

1. Ashworth G. J.
2. Tunbridge J. E.
3. Law
4. Getz D.
5. Pearce D. J.
6. Wall
7. Dudycha and Hutchinson
8. Timothy D.
9. Smith S. L. J.

ارتباط می باشند. در صنعت گردشگری پیشرفته نقش آژانس ها و تورگردانان در استفاده از هتل و نقش مرکزی هتل برجسته تر است شکل ۱).

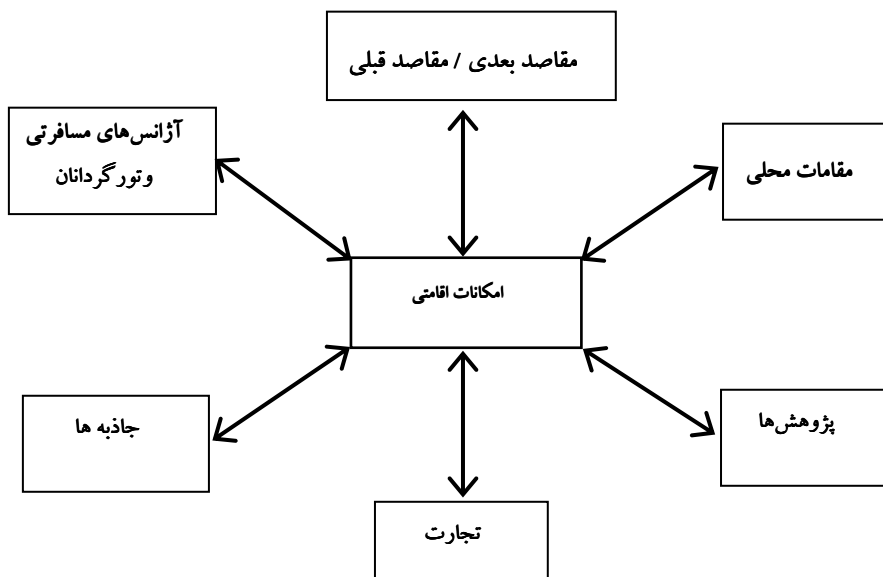
فردی که به عنوان گردشگری وارد شهر می شود، مکانی را برای استراحت و اقامت انتخاب می کند، این مکان هسته اصلی فعالیت های او را تشکیل می دهد. لذا گردشگران علاوه بر در نظر گرفتن میزان خدمات هتل مانند درجه و کیفیت هتل، خدمات بهداشتی و استاندارد، نزدیکی به محل و مقصد مورد نظر را که هدف نهایی سفر آنان است، در نظر می گیرند و از پرداخت هزینه اضافی برای دسترسی به آن اجتناب می کنند.

تقاضا برای خدمات مراکز اقامتی تنها به گردشگران محدود نمی شود بلکه متقاضیانی چون مهمانان کنفرانس ها، گردهمایی های ادارات دولتی و شرکت های خصوصی، مسافران تجاری و مانند آن را که از درصد قابل توجهی نیز برخوردارند، در بر می گیرد. به طور کلی هتل های شهری بیشتر وابسته به مسافران تجاری و کمتر به بازار تفریح وابسته اند. مسافران تجاری برای بازدید و مذاکره و عقد قرارداد خرید یا فروش با مقامات شرکت ها، شرکت در نمایشگاه های تجاری، فروش و بازاریابی محصول خود و شرکت در کنفرانس های اقتصادی و علمی وارد شهر شده و از خدمات هتل ها استفاده می کنند.

بازار و تفضای هتل به نقش شهر میزبان در صنعت و تجارت وابسته است، به طوری که هرچه شهر میزبان در سیستم شهری وابسته به بخش تجاری، اقتصادی و مالی باشد از گردشگر تجاری بیشتری بهره مند است. بنابراین نوع استفاده کنندگان از هتل به اندازه و نقش شهر در فعالیت های تخصصی وابسته است. مدیران شهری با تنوع در فعالیت های تخصصی و شهری می توانند بازار گردشگری را به نفع شهر خود تغییر دهند.

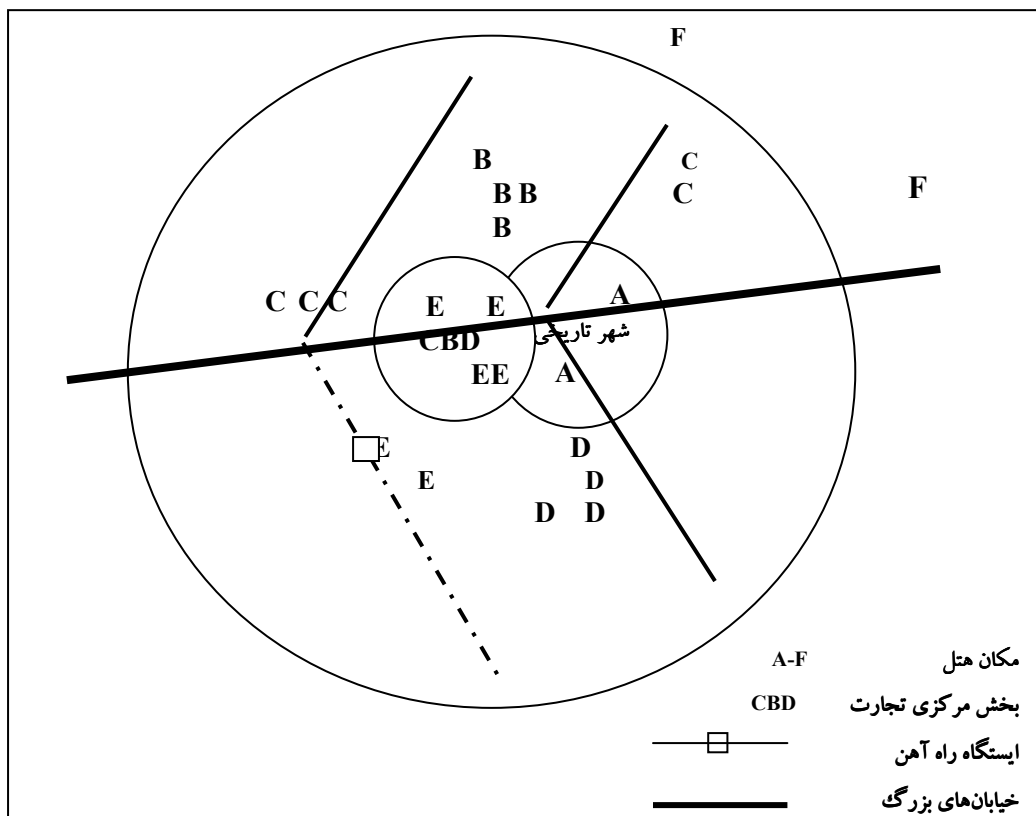
تجار عمدتاً در اوسط هفته و در روزهای کاری و گردشگران بیشتر در پایان هفته و روزهای تعطیلی رسمی و تعطیلات پایان سال متقاضی هتل هستند. بنابراین هتل ها در طول هفته بیشتر با مسافران تجاری و در آخر هفته اکثراً با گردشگران تفریحی سر و کار دارند. توسعه گردشگری در مناطق شهری باعث نیاز بیشتر به بخش خدمات شهری به ویژه خدمات گردشگری مانند هتل است. توزیع خدمات شهری وابسته به گردشگری باعث تغییر شکل و عملکرد مناطق شهری به خصوص شهرهای تاریخی می شود. بنابراین نقش مکان یابی هتل ها در توسعه شهری و گردشگری غیر قابل انکار است.

آشورث و تنبریگ نوع شناسی از مکان یابی هتل ها در بخش تجاری شهرهای تاریخی را نشان دادند که گردشگران بیشترین استفاده را داشته اند. آن ها توضیح می دهند که برخی از هتل های قدیمی در این مکان یابی، قسمتی از جاذبه شهرهای تاریخی هستند (Timothy & Wall, 1995: 65).



شکل ۱: ارتباط و نقش تأسیسات اقامتی در گردشگری

ماخذ: کوپر و دیگران، ۲۸۵، ۱۳۸۰



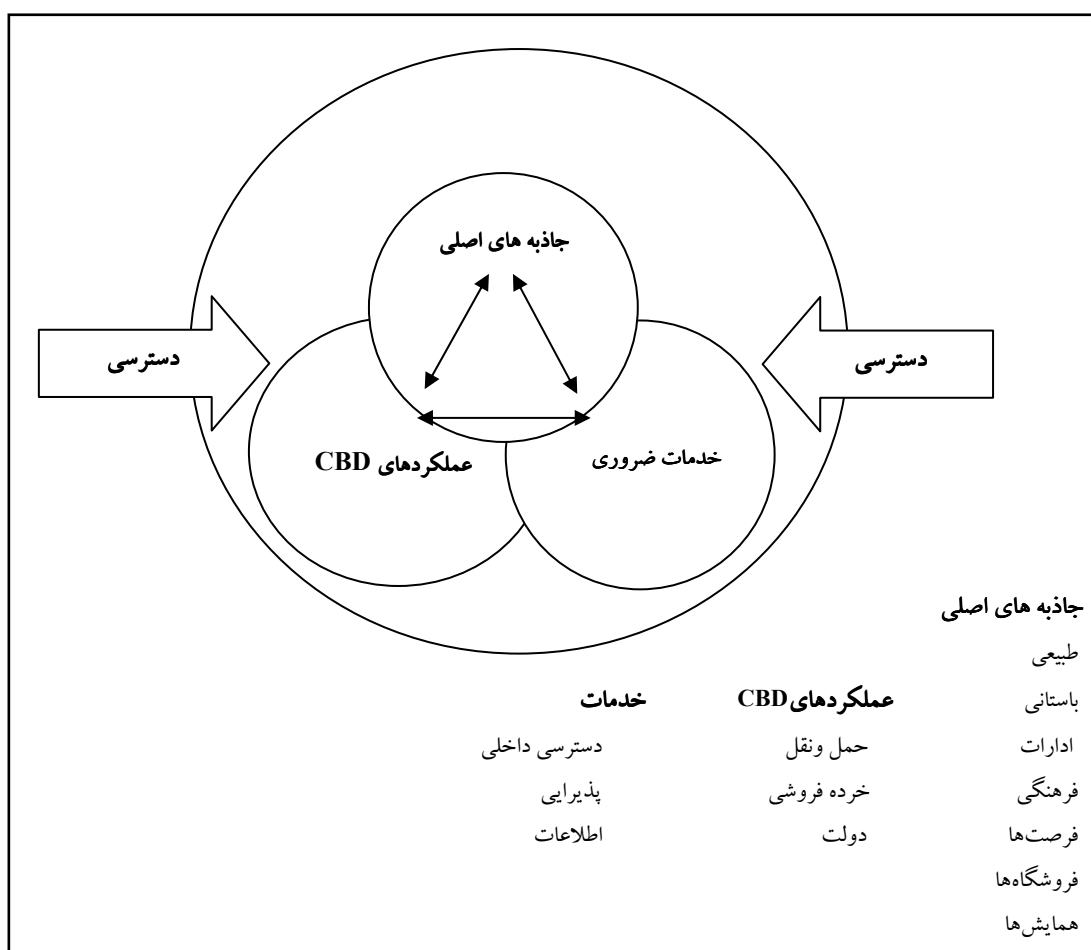
شکل ۲ مکان‌یابی هتل‌های شهری (از آشورث و تنبرگ)

Source: Timothy and Wall, 1995:64

آشورث و تنبرینگ در مدل خود، شش نمونه از مکان‌یابی هتل‌ها را در ارتباط با شهر تاریخی نشان دادند

(شکل ۲):

- ۱- مکان‌یابی‌های تاریخی شهر (A)؛
- ۲- مکان‌یابی در ایستگاه‌های راه آهن (B)؛
- ۳- مکان‌یابی در طول راه‌های اصلی (C)؛
- ۴- دسته بندی هتل‌ها و پانسیون‌ها در نواحی خوب شهری (D)؛
- ۵- منطقه ای که بین بخش تاریخی و تجاری شهر هم‌پوشی دارد (E)؛
- ۶- مکان‌یابی پیرامونی<sup>۱</sup> (F)؛



شکل ۳ مدل گتز، ترکیب‌های بخش تجاری گردشگری

Source: Getz, 1993:585

مکان‌یابی خدمات شهری را در ارتباط با نمادهای دیگر از عملکرد و شکل شهر می‌توان نشان داد که سهم بزرگی در شهرهای با کارکرد گردشگری دارند. چنانچه وال، دودیکا و هاتچینسون نشان دادند، صنعت هتل و هتل‌داری در تورنتوی کانادا به‌طور وسیعی تغییر یافته است و بیشتر در بخش تجارت مرکزی شهر و در طول خطوط شاهراه‌های اصلی که فرودگاه را در بردارد متمرکز شده است. پیرس نیز تعدادی از هتل‌های شهر نیوزلند را در مرکز شهر دسته‌بندی کرد، اما تعداد جدیدی از آن‌ها در محور بزرگراه‌های اصلی ساخته شده بودند (Timothy & Wall, 1995, 64). گتزر اساس مطالعات خود در آبشار نیجریه و نیویورک و اونتاریو اصطلاح بخش تجاری توریستی<sup>۱</sup> را مطرح کرد که یک قسمت از شهر با جاذبه‌های مهم برای بازدید و خدمات، با هم‌دیگر عملکرد بخش تجاری مرکزی<sup>۲</sup> را می‌سازد.

گتزر در مدل خود هر بخش را تعریف کرده به طوری که در بخش جاذبه‌ها، جاذبه‌های اصلی شهر چون طبیعی، باستانی، همایش‌ها، گردهمایی‌ها، فرهنگی، فرصت‌ها و در بخش عملکردهای بخش تجاری مرکزی به ادارات، بنگاه‌های خرده‌فروشی، فروشگاه‌های بزرگ، دولت و در بخش خدمات بر حمل و نقل، دسترسی داخلی، پذیرایی و اطلاعات تأکید دارد (شکل ۳).

گرچه شکل ترسیم شده گتزر و آشورث و تنبریج از مکان‌های خیلی متفاوتی تشکیل شده اما در شناخت نواحی در شهر با عملکردهای برجسته گردشگری مشترک است. در این مدل‌ها تأکید بر توزیع هتل و سازگاری آن با شهرهای تاریخی است.

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به روش توصیفی \_ تحلیلی انجام شده است. ابتدا داده‌های مربوط به گردشگری شهر اصفهان مانند جاذبه‌های گردشگری، اقامتگاه‌ها، خدمات گردشگری و سایر موارد مرتبط به دو شیوه کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری و طبقه‌بندی و سپس در سامانه اطلاعات جغرافیایی (GIS) به صورت یک پایگاه داده تعریف شد. با استفاده از سامانه اطلاعات جغرافیایی، الگوی گردشگری شهر اصفهان (شکویی و موحد، ۱۳۸۱، ۱۰۵) تهیه و بر اساس آن توزیع فضایی اقامتگاه‌های شهر اصفهان بر پایه موقعیت، نوع، اهمیت، نقش و ارتباط بررسی و با سایر الگوهای متداول مانند: وال، دودیکا و هاتچینسون و آشورث و تنبریج مقایسه شد.

### یافته‌های تحقیق

شهر اصفهان با جمعیتی بیش از ۱۲۶۶۰۷۲ نفر طبق سرشماری سال ۱۳۷۵ یکی از شهرهای بزرگ و صنعتی کشور محسوب می‌شود. این شهر با ۸۸ بنای تاریخی درجه اول و صدها اثر دیگر از شهرهای مهم تاریخی و گردشگری است که نقش محوری در صنعت گردشگری کشور دارد. طبق آمار سال‌های ۸۵-۱۳۶۸ سازمان ایرانگردی و جهانگردی، بیشترین میزان گردشگر وارد شده به شهر اصفهان مربوط به سال‌های ۱۳۷۵ و ۱۳۷۸ (به

1. Tourism Business District (TBD)

2. Central Business District CBD

ترتیب ۵۶۱۶۴۶ و ۴۳۶۷۳۵ نفر) می باشد. همچنین بیشترین گردشگران خارجی وارده به کشور مربوط به سال ۱۳۷۵ با ۲۶۸۰۸۹۷ و کمترین میزان در سال ۱۳۷۸ با ۲۵۲۳۲۱ گردشگر است. کمترین تعداد گردشگران خارجی که از شهر اصفهان بازدید داشته اند به ترتیب مربوط به سالهای ۱۳۷۲ و ۱۳۷۰ می باشد.

متوسط اقامت گردشگران در کشور متفاوت است به طوری که بیشترین مدت اقامت در سال ۱۳۶۸ با ۲/۵ و کمترین میزان در سال ۱۳۷۳ با ۱/۶۸ شب است. این میزان در شهر اصفهان در سال ۱۳۷۵ با ۲/۲ و کمترین میزان اقامت در سال ۱۳۷۸ با ۱/۷۹ می باشد (جدول ۱).

برحسب آمارهای اخذ شده از اداره کل سازمان ایرانگردی و جهانگردی اصفهان که از گزارشهای مراکز اقامتی اخذ شده، تعداد گردشگران برحسب ماههای سال متغیر است. فصل تابستان بیشترین فصل ورود گردشگران داخلی است و در چند سال اخیر تابستان ۱۳۷۶ بیشترین ورود گردشگران داخلی ثبت شده است. این مورد برای گردشگران خارجی نیز صادق است. به طوری که تابستان ۱۳۷۸ بیشترین ورود گردشگران خارجی به شهر اصفهان بوده است. از سوی دیگر این شهر در فصل زمستان با کاهش شدید گردشگران مواجه می شود؛ به طوری که آمار سالهای ۷۹-۱۳۷۵ بیانگر روند کاهش گردشگران خارجی است. علاوه بر آمار ارائه شده باید آمار اخذ شده از ستاد اسکان نرووزی شهرداری اصفهان که کار هماهنگی برای اقامت مسافران نرووزی را انجام می دهد نیز محاسبه نمود، به طوری که در نرووز سال ۱۳۸۰ تعداد ۱۹۵۱۱۹ نفر توسط این ستاد اسکان داده شدند.

جدول ۱ تعداد گردشگران داخلی و خارجی و متوسط اقامت در کشور و استان اصفهان، سالهای ۸۵-۱۳۶۸

سال	گردشگر داخلی	گردشگر خارجی	کل گردشگران	متوسط اقامت	
۱۳۶۸	اصفهان	۴۱۵۷۵۰	۳۶۱۹۳	۴۵۱۹۴۳	۱/۸
	کشور	۶۷۲۴۸۶۱	۴۹۹۴۱۲	۷۲۲۴۲۷۳	۲/۵
۱۳۷۰	اصفهان	۴۵۸۷۷۴	۱۲۶۶۸	۵۶۱۴۴۲	۲
	کشور	۶۳۳۶۷۰۶	۹۱۲۵۸۴	۷۲۴۹۲۹۰	۲/۱۶
۱۳۷۳	اصفهان	۴۱۸۷۵۷	۱۱۴۴۸۶	۵۳۳۲۴۳	۱/۹
	کشور	۵۱۳۷۹۶۷	۷۱۹۰۲۶	۵۸۵۶۹۹۳	۱/۶۸
۱۳۷۵	اصفهان	۵۰۶۰۵۵	۵۵۵۹۱	۵۶۱۶۴۶	۲/۲
	کشور	۷۲۸۸۹۲۶	۲۶۸۰۸۹۷	۹۹۶۹۸۲۳	۲/۳
۱۳۷۸	اصفهان	۴۰۷۳۵۳	۲۹۳۸۲	۴۳۶۷۳۵	۱/۷۹
	کشور	۴۷۰۷۶۵۷	۲۵۲۳۲۱	۴۹۵۹۹۷۸	۲/۲۲
۱۳۸۵	اصفهان	۲۹۴۶۳۵	۴۲۸۴۱	۳۲۷۴۷۶	۲/۰۵
	کشور*	۷۵۳۴۹۷۶	۱۴۲۴۷۴۶	۸۹۵۹۷۲۲	۲

مأخذ: سازمان ایرانگردی و جهانگردی، دفتر تحقیقات، ۱۳۷۹

\* آمار مربوط به وروی به هتل در سال ۱۳۸۴ می باشد.

شهر اصفهان به عنوان یکی از شهرهای بزرگ و گردشگری استان و کشور بیشترین تأسیسات اقامتی استان را به خود اختصاص داده است. به طوری که هتل های پنج و چهار ستاره استان در شهر اصفهان قرار دارد و بر اساس

آمارهای رسمی از مجموع ۴۸ هتل فعال استان، ۴۱ هتل با ظرفیت ۱۶۳۳ اتاق و ۳۴۳۵ تخت (از مجموع ۲۰۶۲ اتاق و ۴۲۷۲ تخت موجود استان) را به خود اختصاص داده است.

شهر اصفهان با ۴۱ هتل درجه دار با ۱۶۳۳ اتاق و ۳۴۳۵ تخت و ۳۴ مهمانپذیر با ۵۶۹ اتاق بر اساس آمار سازمان ایرانگردی و جهانگردی در سال ۱۳۸۵ با ۴۷/۲ درصد اشغال اتاق و ۵۰/۷ درصد اشغال تخت و هشت ماهه سال ۱۳۸۰ با ۵۶/۷ درصد اشغال اتاق و ۵۴/۴ درصد اشغال تخت نقش ویژه ای در صنعت گردشگری دارد (جدول ۲). هتل عباسی تنها هتل پنج ستاره شهر است که با گنجایش ۲۲۴ اتاق و ۴۵۴ تخت از بناهای دوره صفویه و قاجاریه محسوب می شود و بعد از بازسازی و اضافات جدید از کاروانسرا به هتل تبدیل شده است. این هتل از جمله هتل‌های زیبا و بزرگ کشور و شهر اصفهان است که خود به‌عنوان جاذبه ای برای شهر محسوب می شود. هتل‌های کوثر، عالی قاپو، پیروزی و آسمان جزو هتل‌های چهار ستاره هستند.

جدول ۲ تعداد هتل بر حسب درجه، تعداد اتاق و تخت در استان و شهر اصفهان ۱۳۸۵

استان اصفهان				ردیف	شهر اصفهان				ردیف
تخت	اتاق	تعداد	نوع هتل		تخت	اتاق	تعداد	نوع هتل	
۴۵۴	۲۴۴	۱	۵ ستاره	۱	۴۵۴	۲۴۴	۱	۵ ستاره	۱
۸۱۱	۴۱۵	۴	۴ ستاره	۲	۸۱۱	۴۱۵	۴	۴ ستاره	۲
۱۰۰۷	۵۰۲	۹	۳ ستاره	۳	۷۳۵	۳۲۶	۷	۳ ستاره	۳
۹۵۸	۴۷۲	۱۸	۲ ستاره	۴	۶۹۴	۳۴۲	۱۲	۲ ستاره	۴
۱۰۴۲	۴۲۹	۱۶	تک ستاره	۵	۷۴۱	۳۰۶	۱۷	تک ستاره	۵
۴۲۷۲	۲۰۶۲	۴۸	جمع	۶	۳۴۳۵	۱۶۳۳	۴۱	جمع	۶

مأخذ: اداره کل سازمان ایرانگردی و جهانگردی اصفهان، بخش آمار و اطلاعات، ۱۳۸۵

علاوه بر هتل‌های نام برده شده، شهر اصفهان دارای ۳۴ مهمانپذیر با ۵۶۹ اتاق است که شش مهمانپذیر با ۹۹ اتاق از سوی سازمان ایرانگردی و جهانگردی با درجه ممتاز شناخته شده است. از مهمانپذیرهای ممتاز با امکانات بیشتر می توان به مهمانپذیر نمونه اصفهان با ۳۳ اتاق و امیر کبیر با ۳۱ و کاخ با ۳۰ اتاق از مهمانپذیرهای بزرگ اشاره کرد. لازم به ذکر است به دلیل ناتوانی و عدم ارسال گزارش و آمارهای مسافران ورودی مهمانپذیرها به اداره کل سازمان ایرانگردی و جهانگردی استان، آماری صحیح در مورد تعداد مسافران ورودی، درصد اشغال اتاق و تخت و متوسط اقامت در مهمانپذیرها در دست نیست و این از جمله نقاط ضعف عملکرد سازمان است.

میزان اشغال اتاق و تخت در سال‌های ۱۳۸۰ و ۱۳۸۵ به ترتیب ۵۶/۷، ۵۴/۴ و ۴۷/۲، ۵۰/۷ درصد است و در بررسی ماه‌های سال بر اساس آمار سال ۱۳۷۹ و هشت ماه ابتدای سال ۱۳۸۰ و سال ۱۳۸۵ مشخص شد که هشت ماه اول سال بیشترین درصد اشغال اتاق و تخت را دارا است و ماه‌های آذر و دی و بهمن دارای کمترین میزان بوده و در اسفند ماه به وضعیت متوسط باز می گردد. بر اساس آمار ارائه شده مردادماه سال ۱۳۷۹ بیشترین درصد اشغال اتاق و تیر ماه همان سال بیشترین درصد اشغال تخت بوده است. این میزان در سال ۱۳۸۰ و ۸۵ فروردین ماه با ۷۷ درصد اشغال اتاق و در شهریور ماه با ۷۲ درصد اشغال تخت بیشترین میزان می باشد (جدول ۳).



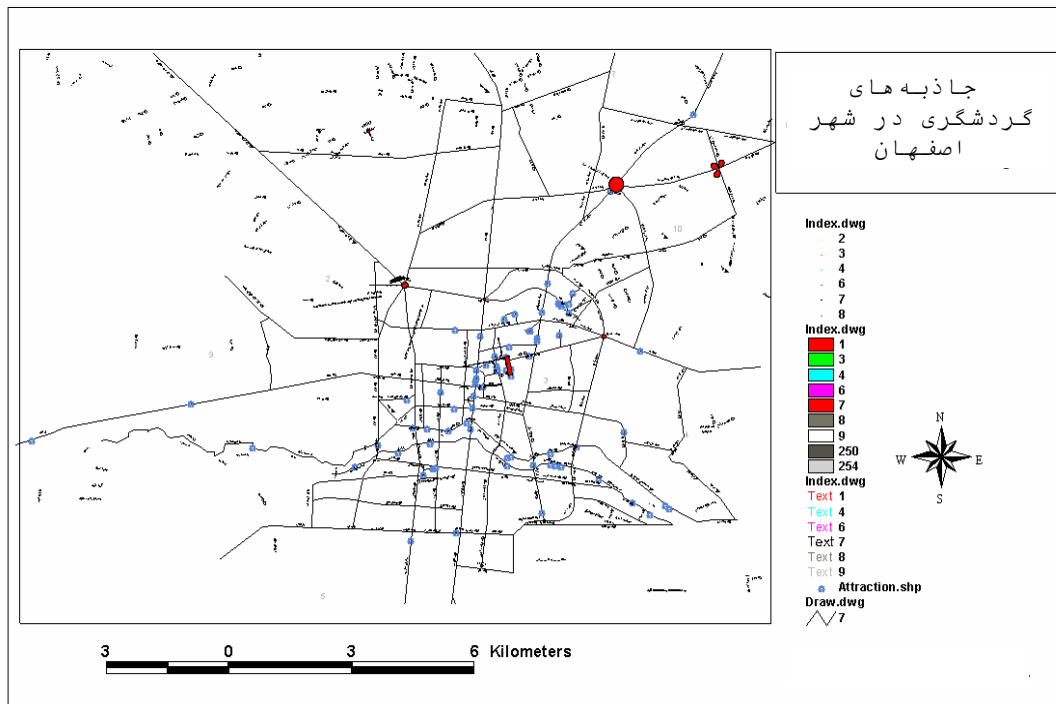
جاذبه های توریستی به عنوان عنصر اولیه گردشگری شهری نقش مهمی در جذب گردشگر و افزایش تقاضا برای مراکز اقامتی به شمار می آید. در شهرهای تاریخی بیشتر جاذبه ها، جاذبه های باستانی- تاریخی و فرهنگی است. در شهر اصفهان بیشتر جاذبه های تاریخی - فرهنگی و هنری است (مانند مسجد جامع، مجموعه میدان نقش جهان، پل های خواجه، شهرستان و اله وردی خان) و تقریباً بیش از ۸۵ درصد از جاذبه های توریستی شهر اصفهان در بخش تاریخی و مرکزی شهر قرار گرفته اند (شکل ۱). با توجه به توزیع فضایی جاذبه های توریستی در شهر اصفهان می توان استدلال نمود که الگوی فوق مبتنی بر مدل ارائه شده از سوی آشورث و تمبریج و گتنز است. تأسیسات اقامتی به عنوان عنصر ثانویه گردشگری شهری، نقش مهمی در شروع و خاتمه سفرهای روزانه درون شهری دارد. مکان یابی هتل های شهر اصفهان بیشتر در مرکز شهر و در محدوده بافت تاریخی انجام گرفته و اکثر آن ها در محور چهارباغ و در طول مسیر زاینده رود استقرار یافته اند (شکل ۲).

جدول ۳ نسبت اشغال اتاق و تخت طی ماه های مختلف سال در سال های ۸۵-۱۳۷۹

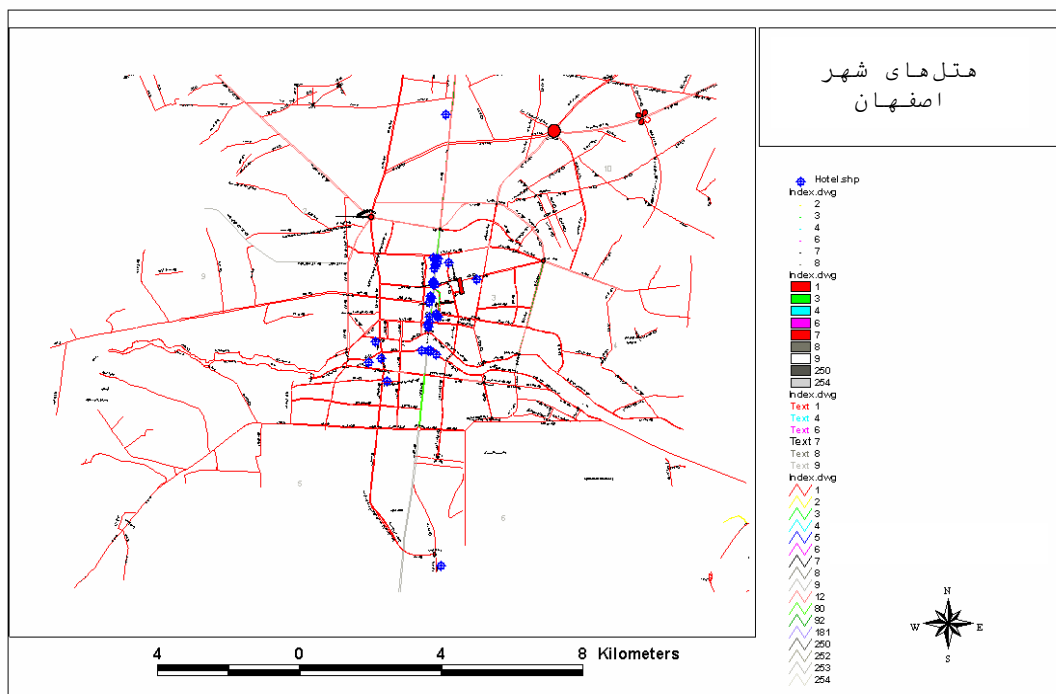
ردیف	ماه	۱۳۷۹		۱۳۸۰		۱۳۸۵	
		اتاق	تخت	اتاق	تخت	اتاق	تخت
۱	فروردین	۶۶	۶۲	۷۷	۷۱/۵	۶۹/۵	۶۶/۳
۲	اردیبهشت	۵۸	۵۰	۵۰	۶۴	۴۹/۷	۵۶/۵
۳	خرداد	۴۵	۳۷/۵	۴۰/۹	۳۵/۶	۴۸/۵	۵۳/۱
۴	تیر	۵۸	۸۵	۵۲	۵۰	۴۷/۳	۵۰/۷
۵	مرداد	۷۹	۷۶	۷۰	۶۷	۵۶	۶۰/۴
۶	شهریور	۶۹/۵	۷۲	۶۹/۵	۷۲	۶۹	۶۰/۹
۷	مهر	۶۷	۵۳	۵۳	۴۲	۱۹/۸	۲۵/۹
۸	آبان	۵۹	۴۷	۴۱	۳۳	۳۷/۵	۴۵/۴
۹	آذر	۳۱	۲۲	-	-	۳۶/۶	۳۶/۸
۱۰	دی	۴۱	۳۳	-	-	۲۷/۲	۳۴/۵
۱۱	بهمن	۴۳	۳۴	-	-	۲۶/۹	۳۴/۵
۱۲	اسفند	۵۰	۴۴	-	-	۳۰/۲	۳۸/۵
۱۳	میانگین	۵۵/۵	۵۱/۲	۵۶/۷	۵۴/۴	۴۷/۲	۵۰/۷

مأخذ: اداره کل سازمان ایرانگردی و جهانگردی اصفهان، بخش آمار و اطلاعات، ۱۳۸۰

توزیع فضایی جاذبه های گردشگری بیانگر آن است که جاذبه ها بیشتر در محدوده تاریخی شهر در بخش مرکزی شهر قرار گرفته اند و توزیع فضایی هتل ها در شهر نیز نشان دهنده تمرکز آن ها در بخش مرکزی شهر و اطراف خیابان چهارباغ است. از این رو مکان یابی و توزیع فضایی هتل ها با مراکز گردشگری و جاذبه های شهری منطبق است. توزیع فضایی هتل ها در شهر نشان می دهد که ارتباط بسیار نزدیکی بین بخش تاریخی و جاذبه های توریستی و بخش تجاری شهر (بخش تجاری سنتی چون بازارها و بخش تجاری جدید چون پاساژهای بزرگ، فروشگاه ها و مانند آن) وجود دارد. بنابراین می توان گفت ارتباط این سه بخش (جاذبه ها، هتل ها، بخش تجاری) در محدوده تاریخی شهر منطبق بر الگوی ارائه شده از سوی گتنز است.



شکل ۴ نقشه توزیع فضایی جاذبه‌های گردشگری در شهر اصفهان



شکل ۵ نقشه توزیع فضایی هتل‌های شهر اصفهان

همان طوری که نقشه توزیع فضایی هتل‌ها در شهر اصفهان نشان می‌دهد، بزرگراه‌های اصلی و فرودگاه در مکان‌یابی هتل‌ها نقشی ندارند. عوامل دسترسی به مراکز خدماتی، اداری و جاذبه‌های شهری و بازار از جمله مؤلفه‌های مکان‌یابی هتل‌ها در شهر اصفهان است. بخش تجاری در شهر اصفهان شامل مراکز تجاری و پاساژها در خیابان‌های چهارباغ عباسی، چهارباغ بالا، سبزه میدان، میدان نقش جهان و بازار سنتی و تاریخی شهر است. این بخش نیز در کنار سایر بخش‌های ذکر شده در بخش مرکزی شهر و بخش تاریخی شهر قرار گرفته که بر تمرکز این بخش از شهر افزوده است.

### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بررسی انجام شده در شهر اصفهان نشان می‌دهد که بخش جاذبه‌های شهر، تأسیسات اقامتی و بخش تجاری شهر در محدوده مرکزی شهر، بخش تاریخی شهر را شکل می‌دهند و سبب اهمیت توریستی بیشتر این قسمت از شهر شده‌اند. بر اساس شکل ۲ تأسیسات اقامتگاهی شهر به صورت متمرکز در بخش مرکزی شهر توزیع شده‌اند. خیابان چهارباغ به عنوان محور اصلی و مشخص در این تمرکز نقش بارزی را دارد؛ هرچند منطقه جلفا، به عنوان یکی از مناطق مهم گردشگری در توزیع هتل‌ها دارای نقش قابل‌اعتنایی است. به طور کلی تأسیسات اقامتگاهی شهر اصفهان در تمرکز و فشردگی فضای گردشگری شهر نقش مهمی دارد. این تمرکز در بخش مرکزی شهر سبب بروز مسائلی چون عدم توجه به همه جاذبه‌ها، افزایش ترافیک، شلوغی و مانند آن شده است. بخش تجاری شهر به خصوص بازارهای تاریخی شهر نه تنها جزئی از بخش تجاری مرکزی است بلکه قسمتی مهم از بافت تاریخی شهر و جاذبه شهری است که در شکل‌گیری فضای گردشگری شهری نقش عمده دارند. همچنین مکان‌یابی هتل‌ها در شهر در جهت خیابان‌های اصلی (چهارباغ) است که این برخلاف نظر وال، دودیکا و هاجینسون و آشورث و تنبرینگ است. آنان مکان‌یابی و توزیع فضایی هتل‌ها را بروی محور فرودگاه‌ها، شاهراه‌ها و ایستگاه‌های مترو و راه‌آهن می‌دانستند اما پژوهش حاضر نشان می‌دهد که مکان‌یابی هتل‌ها بر محور خیابان تاریخی شهر است.

با توجه به نوع ساخت شهرهای شرقی - اسلامی، بخش مرکزی شهرها دارای نقش حیاتی بوده و از اهمیت زیادی برخوردارند و هنوز خیابان‌های بزرگ و اصلی، بزرگراه‌ها و شاهراه‌ها و مراکز چون فرودگاه‌ها و راه‌آهن نتوانسته است ساختار گردشگری شهری را حداقل در شهر اصفهان تغییر دهد. با توجه به نبود مترو در چنین شهرهایی (به‌ویژه در اصفهان) نقشی در تغییر و تحولات شهری و به خصوص مدل گردشگری شهری ندارد. هرچند مقدمات ورود مترو به شهرهای بزرگ کشور شروع شده و در شهر اصفهان طبق برنامه فاز اول مترو تا سال ۱۳۸۵ مورد بهره‌برداری قرار خواهد گرفت ولی نکته جالب این است که متروی اصفهان نیز از محور خیابان چهارباغ عبور می‌کند.

بنابر مطالب مطروحه می‌توان نتیجه‌گیری کرد در شهرهای تاریخی با ویژگی‌های شهرهای شرقی - اسلامی، مکان‌یابی هتل‌ها بر اساس ساخت تاریخی شهر صورت پذیرفته و از این ساخت تبعیت می‌کند و کمتر به عناصر جدید شهری با ویژگی‌های غربی توجه دارد.

## منابع

- سازمان ایرانگردی و جهانگردی، ۱۳۸۲، گزارش‌های آماری سال ۸۰-۱۳۷۰، اداره کل استان اصفهان، بخش آمار و اطلاعات.
- شکویی حسین و علی موحد، ۱۳۸۱، شناخت الگوی فضای توریستی شهر اصفهان با استفاده از سیستم GIS، فصلنامه علمی پژوهشی مدرس علوم انسانی، دوره ششم شماره ۴۷.
- کوپر کریس، جان فلچر، دیوید گیلبرت و استفان ون هیل، ۱۳۸۰، اصول و مبانی جهانگردی، ترجمه اکبر غمخوار، انتشارات فرآمد، تهران.
- مدنی پور، علی، ۱۳۷۹، طراحی فضاهای شهری، ترجمه فرهاد مرتضایی، نشر شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهرداری تهران.
- هنرفر، لطف ا...، ۱۳۷۲، آشنایی با شهر تاریخی اصفهان، انتشارات گل‌ها، اصفهان.
- یوسفی، مرتضی، ۱۳۷۹، تحلیلی بر سازمان فضایی و کالبدی بافت قدیم شهر اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا، دانشگاه اصفهان.
- Ashworth G. J., 1988, Marketing the historic city for tourism, in B Good all, London/New York: Croom Helm.
- Ashworth G.J and Tunbridge, J. E., 1990, the tourist-historic city, London, Belhaven
- Getz D., 1993, planning for tourism business districts, Annals of Tourism Research, No. 20.
- Hall C. M. & Page S. J., 2001, the geography of tourism and recreation, environment, Place and Space, Rutledge.
- Law Christopher M., 1996, urban tourism attraction visitors to large cities, Mansell. Publishing Limited, London.
- Law Christopher M., 2000, the tourist city review, Urban Studies, vol. 37, No. 7.
- Orbasll Aylin, 2000, Tourists in historic towns, Urban Conservation and Heritage Management.
- Pearce D. G., 1998, Tourism development n Paris: public intervention, Annals of Tourism Research, 25.
- Timothy Dallen J. and Goffrey Wall, 1995, Tourist accommodation in an Asian\_historic city, The Journal of Tourism Studies, DEC, Vol.6, No.2.