

مکان‌یابی و بررسی نقش متل در توسعه گردشگری (مطالعه موردی محور اصفهان-شیراز)

مسعود تقسویی: استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
حمیدرضا وارثی: دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
بنت الهدی یزدانبخش: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران *

چکیده

متل‌ها آن دسته از واحدهای اقامتی هستند که حالت توقف‌گاه و استراحتگاه موقتی را داشته و معمولاً در خارج از شهر قرار می‌گیرند که متأسفانه در ایران کمتر مورد توجه واقع شده‌اند. از آنجا که در ایران اکثر مسافران با وسایل نقلیه شخصی سفر می‌کنند، ساخت و توسعه متل‌ها در محورهای ارتباطی علی‌الخصوص محورهای ارتباطی قطب‌های گردشگری، با افزایش رفاه سفر، توسعه گردشگری را به همراه خواهد داشت. در پژوهش حاضر تلاش شده است تا با مکان‌یابی متل‌ها در محور ارتباطی اصفهان - شیراز، نقش آن‌ها در توسعه گردشگری نیز بررسی گردد. از آنجا که اصفهان و شیراز از شهرهای تاریخی بوده و جزء قطب‌های مهم گردشگری ایران محسوب می‌شوند، توجه به گسترش زیرساخت‌ها از جمله متل‌ها می‌تواند تأثیر بسیار زیادی بر افزایش گردشگری داشته باشد زیرا هرچند که مسافرت به دلیل و انگیزه آنها انجام نمی‌گیرد، لیکن در صورت فقدان، آن مسافرت‌ها انجام نمی‌گیرد. همچنین اغلب گردشگران ایرانی از خودرو (علی‌الخصوص شخصی) جهت مسافرت استفاده می‌کنند. بنابراین وجود محل‌هایی برای اقامت در بین راه که امنیت کافی داشته و خدمات مورد نیاز مسافرت را ارائه نماید ضروری به نظر می‌رسد. نوع تحقیق توسعه‌ای-کاربردی و روش تحقیق تحلیلی - اسنادی - علی - پیمایشی بوده و جمع‌آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی انجام پذیرفت. در روش میدانی اطلاعات از طریق پرسشنامه و مشاهده و مراجعه به داده‌ها و اسناد موجود در سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه جمع‌آوری شده و حجم نمونه بر اساس روش کوکران تعیین گردید. **واژه‌های کلیدی:** جغرافیای گردشگری، توریست، گردشگر داخلی، اقامتگاه، متل

۱- مقدمه

۱-۱- طرح مسأله

فراغت یکی از چهار بخش اصلی فعالیت انسانی به شمار آمده و استفاده مناسب از اوقات فراغت کمکی در راه پیشرفت و آسایش انسان است. در این زمینه سفر، سیاحت و گردشگری به عنوان یکی از بهترین راه‌های پر کردن اوقات فراغت شناخته می‌شود، که علاوه بر اینکه عاملی برای کسب تجربه و افزایش توانایی‌های جسمی و ذهنی افراد است، وسیله ارتباط بیشتر با سایر مناطق و ملل مختلف و باعث کسب منافع اقتصادی فراوان می‌شود. (امام، ۱۳۸۱: ۶)

پدیده توریسم، پدیده‌ای خاص امروز نیست. بلکه پدیده‌ای است که از گذشته‌های دور مورد توجه جوامع انسانی بوده و در طول زمان بر حسب نیازهای متفاوت اقتصادی، اجتماعی، تاریخی به حرکت خود ادامه داده است. جهانگردی در دنیای امروز با اهداف و مقاصد مختلفی نظیر تبادل اطلاعات و فرهنگ، افزایش علم و آگاهی نسبت به جوامع پیشین و گذران اوقات فراغت دنبال می‌شود و در ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و بین‌المللی هر روز جایگاه والاتری می‌یابد. انجام مسافرت‌های داخلی و خارجی، به موازات آن تشکیل فعالیت‌های مرتبط با آن در رقابت‌های جهانگردی، پیامدهای فراوانی از نظر اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برای ملت‌ها بدنبال خواهد داشت. (وارثی، ۱۳۸۲: ۱)

موضوع توریسم یکی از عناصر مهم در ترکیب اقتصادی و فرهنگی کشورها محسوب می‌شود. لذا مسئولین و دست‌اندرکاران کشورها سعی دارند با تدارک برنامه‌های دقیق و سیاست‌گذاری‌های درست

تعداد بیشتری توریست را به کشور خود جذب نمایند. (قره نژاد، ۱۳۷۴: ۱)

البته برای کشورهایی همچون ایران که به دلایل متعدد، از جمله دلایل فرهنگی و قانونی و غیره نمی‌توانند به حد کامل و اقتصادی از جاذبه‌های بی‌شمار خود، برای جذب گردشگر خارجی استفاده کنند، لزوم توجه به گردشگر داخلی (که هرچند آثار قوی گردشگر خارجی را ندارند اما به نوبه خود منافع بسیاری را عاید می‌کنند) محسوس می‌باشد. (شریفیان، ۱۳۸۲: ۱۹)

بسیاری گردشگری را صنعت سفید می‌دانند چراکه بر خلاف اغلب صنایع، بدون آلوده سازی محیط انسانی، زمینه‌ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست. کشور ما از لحاظ طبیعی و انسانی دارای پتانسیل‌های بسیار بالایی جهت گردشگری می‌باشد و برنامه ریزی اصولی جهت توسعه گردشگری، می‌تواند در توسعه اقتصادی کشور نقشی کلیدی ایفا کند. (الوانی، ۱۳۸۵: ۱۳)

امروزه، پذیرایی از میهمان که آن را تهیه اقامتگاه یا صنعت هتلداری می‌نامند، شامل مجموعه‌ای از تشکیلات و تسهیلات می‌شود که یکی از بخش‌های بسیار پویای صنعت جهانگردی و مسافرت جهانی را تشکیل می‌دهد. مسافر به هر کجا برود نیاز به محلی برای خواب، استراحت و غذا دارد. اقامتگاه شامل مجموعه‌ای از تشکیلات خوابگاهی می‌شود که امکان دارد به صورت استراحتگاه‌های بسیار مجلل و یا حتی تنها محدود به یک تخت خواب معمولی و صبحانه ساده شود. میزان تسهیلات و تشکیلات اقامتگاه‌ها، بازتابی از نیازها و سلیقه‌های مختلف مسافران و پویایی‌های این بازار است. (جمشیدی، ۱۳۸۱: ۵۹)

الخصوص اقامتگاه‌ها در این محور و روش‌های ساماندهی سفرهای گردشگری با تأکید بر مکان‌یابی و ایجاد متل‌ها نیز بررسی می‌شود.

۱-۳- فرضیات

- مکان‌یابی صحیح و ایجاد متل‌های مناسب نقش مؤثری در توسعه گردشگری در شهرهای اصفهان و شیراز خواهد داشت.

- وجود مزایا و قابلیت‌های متل‌ها در ساماندهی فضایی و زمانی گردشگری نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

۱-۴- پیشینه تحقیق

در زمینه توسعه‌ی گردشگری مطالعات و تحقیقات بسیاری به عمل آمده است لکن در زمینه‌ی نقش اقامتگاه‌ها علی‌الخصوص متل‌ها در توسعه گردشگری مطالعه‌ی خاصی انجام نشده است.

در ایران در مورد متل‌ها و اقامتگاه‌ها مطالعات زیر صورت گرفته است:

- احمدی (۱۳۸۸): در قسمتی از رساله کارشناسی ارشد خود به تعریف متل پرداخته است.

- جمشیدی (۱۳۸۱): در رساله کارشناسی ارشد خود انواع اقامتگاه را بررسی و با شاخص‌های اقتصادی بررسی کرده است.

- موحد (۱۳۸۷): در مقاله‌ای توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی گردشگری شهری را با تأکید بر شهرهای تاریخی بر اساس مدل‌های آشورث، تنبریگ و گنز مورد آزمون قرار داده است.

در منابع خارجی نیز در مورد متل‌ها مطالعات زیر صورت گرفته است:

یکی از واحدهای اقامتی که نقشی ویژه در توسعه گردشگری دارد و متأسفانه در ایران کمتر بدان توجه می‌شود متل‌ها می‌باشند. متل‌ها در خارج از شهر و معمولاً دور از شهر قرار دارند و بیشتر مورد استفاده مسافرینی هستند که با وسیله شخصی مسافرت می‌کنند و هزینه اقامت در نظر گرفته شده، فقط برای اتاق می‌باشد. متل‌ها علاوه بر وسایل موجود یک هتل، در کنار خود دارای پمپ بنزین، فضای سبز و مناسب، رستوران، ساندویچ فروشی، سوپر مارکت و وسایل تفریحی به صورت محدود نیز هستند. ساختمان متل‌ها بیشتر یک طبقه و ویلایی است. در اتاق‌ها حمام و آشپزخانه کوچکی وجود دارد. در برخی از متل‌ها مسافران از آشپزخانه مشترک و عمومی استفاده می‌کنند. محوطه باز متل توسط کسانی که چادر (خیمه) همراه دارند با پرداخت مبلغ کمی به عنوان کرایه، می‌تواند استفاده قرار گیرد. هزینه انبارداری، خانه‌داری و آب و برق در متل‌ها بیشتر از مخارج هتل‌ها است. (جمشیدی، ۱۳۸۱: ۶۸)

عوامل مؤثر بر افزایش تقاضای اقامتگاه قیمت، فصول گردشگری و وضعیت کیفی اقامتگاه می‌باشد (جمشیدی، ۱۳۸۱: ۹۰) که با توجه به اینکه متل‌ها ارزان‌تر از هتل‌ها بوده و از لحاظ کیفی نیز امکاناتی تقریباً برابر با هتل‌ها را ارائه می‌دهند، می‌توانند به سرعت مسافرین را به خود جذب نمایند. علاوه بر این توسعه آنها در ایران، می‌تواند تأثیر بسزایی در افزایش سفر و کاهش هزینه‌های آن داشته باشد.

۱-۲- اهداف

هدف از این تحقیق مکان‌یابی و تحلیل نقش متل‌ها در توسعه گردشگری در محور اصفهان-شیراز می‌باشد که در کنار آن تسهیلات گردشگری علی

سفرهای تفریحی داشته و برند هتل‌ها و متل‌ها بیشترین تأثیر را بر سفرهای تجاری داشته است.

۱-۵- روش تحقیق

نوع تحقیق توسعه‌ای-کاربردی بوده و روش تحقیق توصیفی، اسنادی، تحلیلی، علی و پیمایشی می‌باشد. جمع‌آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی بوده و در روش میدانی اطلاعات از طریق پرسشنامه، سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه و مشاهده جمع‌آوری گردید. حجم نمونه بر اساس روش کوکران تعیین شده و جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات، نرم افزارهای SPSS، Auto CAD و Arc GIS مورد استفاده قرار گرفتند. سئوالی که در جریان پژوهش مطرح می‌شود این است که محقق چه تعداد از افراد جامعه مورد مطالعه را می‌تواند به عنوان نمونه تعیین کند. یا به عبارتی حجم نمونه چند نفر باید باشد تا محقق بتواند با اطمینان نتایج حاصله و شاخص‌های محاسبه شده را به جامعه مورد مطالعه تعمیم دهد. در این پژوهش برای برآورد کردن حجم نمونه جامعه آماری از فرمول کوکران استفاده شده است؛ در زمانی که حجم جامعه مشخص نیست یا نمونه‌گیری با محافظه کاری زیادی انجام می‌شود از فرمول زیر استفاده می‌شود:

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2}$$

در این فرمول Z به صورت پیش فرض ۱.۹۶ لحاظ می‌شود. در تعیین حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران اطلاع از صفت مورد بررسی در جامعه در تعیین حجم نمونه مؤثر است (با مقادیر p و q در فرمول مربوطه) چنانچه از این صفت اطلاعی نداشته باشیم می‌توانیم مقادیر p و q را مساوی در

Hertzson (1971): در کتاب خود به بررسی روش‌های بازاریابی برای هتل‌ها و متل‌ها پرداخته است.

Frost و Sullivan (1982): در کتاب خود به بررسی شیوه‌های بازاریابی برای سیستم‌های مخابراتی یکپارچه در هتل‌ها و متل‌های اروپایی پرداخته اند.

Gray (1977): در کتاب خود به بررسی پتانسیل‌های بازاریابی در هتل‌ها، متل‌ها و تفرجگاه‌ها در ویسکانسین پرداخته است.

Walter، Buzby و Paine (1978): در کتاب خود روش‌های مدیریت امنیت در هتل‌ها و متل‌ها را بررسی کرده است.

Lawrence Wu (1998): در مقاله‌ای به تحلیل تفاوت قیمت بین هتل‌ها و متل‌ها با تأکید بر افزایش قیمت به خاطر برند متل و هتل، پرداخته است.

Lim (2009): در مقاله‌ای به بررسی تعداد و نحوه توزیع مسافران در متل‌های نیوزلند پرداخته است.

Binshan Lin و Jitesh Patel (1999): در مقاله‌ای به بررسی مشکلات سرقت در متل‌ها پرداخته و توصیه‌ها و راهکارهایی برای پزشکان ارائه داده اند.

Lindell K و دیگران (2007): در مقاله‌ای به بررسی مسمومیت‌های ناشی از منوکسید کربن در هتل‌ها، متل‌ها و استراحتگاه‌ها پرداخته اند.

Rogers و Cullen (1988): در مقاله‌ای به بررسی تأثیر قیمت و کیفیت برندهای اصلی هتل‌ها و متل‌های زنجیره‌ای بر سفرهای تجاری پرداخته و نتیجه‌گیری کرد اند که برداشت مسافران از قیمت و کیفیت هتل‌ها و متل‌های زنجیره‌ای تأثیری قوی بر

جهانگردان از جمله ورود موقت اتومبیل‌ها و لوازم شخصی، صدور روادید و تریبیت مربوط به ترخیص کالا از گمرکات و قرار دادن اطلاعات لازم در اختیار جهانگردان قرار می‌گیرد. (غضنفرپور، ۱۳۸۴: ۸)

امکانات گردشگری یعنی وسایلی که گردشگران برای آسایش و راحتی باید از آنها استفاده کنند، عاملی است برای رضایتمندی آن‌ها، از قبیل مراکز مسکونی و هتل‌ها، غذا و نوشیدنی‌ها، برنامه‌های سرگرم کننده، وسایل حمل و نقل و ... عرضه تسهیلات و امکانات گردشگری، مستلزم وجود زیر بناهای مناسب است. مقصود از زیر بناها یا ساختارهای زیربنایی، شبکه‌هایی است که زیر سطح زمین قرار می‌گیرند و شامل شبکه‌های آب رسانی، تأمین منابع انرژی، فاضلاب، رفع ضایعات و تسهیلات ارتباطی می‌شود. (سلطانی، ۱۳۸۸: ۱۸)

به طور کلی، می‌توان تسهیلات و امکانات مورد نیاز گردشگران را در سه سطح دسته بندی کرد که هر کدام رابطه مستقیمی با یکدیگر دارند، ولی در عین حال هر کدام برای کارایی در جذب گردشگر به پردازشی جداگانه نیاز دارند. این سه سطح عبارتند از تسهیلات و امکانات اقامتی، تسهیلات و امکانات خدماتی و تسهیلات و امکانات تجاری

در پردازش تسهیلات و امکانات اقامتی در نظر گرفتن چگونگی مکان‌یابی و سازماندهی فضایی در مقیاس اقامت (مثل تجهیز هتل‌ها، رستوران آرایشی و غیره)، در اولویت برنامه‌ریزی است، زیرا هر گردشگر بر اساس توان و تمایلش در مراکز اقامتی خاص سکونت می‌گزیند، امروزه امکانات مالی گردشگر فقط یکی از دلایل انتخاب مکان اقامت است. خدمات تجاری در بر گیرنده مراکز فروشی است که

نظر بگیریم و اقدام به تعیین حجم نمونه کنیم. ضریب اطمینان نیز ۹۵٪ لحاظ می‌شود. d نیز ضریب خطایی است که در نظر گرفته می‌شود. زمانی که نیاز است حجم نمونه ای انتخاب شود که به احتمال ۹۵٪ بازگو کننده شرایط جامعه باشد، ضریب خطایی که برای این کار در نظر گرفته می‌شود ۵٪ است. در تحقیقات اجتماعی غالباً اطمینان از ۹۵ تا ۹۹ درصد مورد نظر است.

۲- مبانی نظری

آگاهی جوامع از اینکه گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه‌ای در اختیار یک کشور قرار می‌دهد، باعث شده است که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود (طیبه، بابکی و جباری، ۱۳۸۶: ۸۴)

بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه‌ی ساختار زیربنایی می‌دانند. اگرچه در مناطق مختلف، شرایط متفاوت است، گردشگری همواره عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید (طیبه، بابکی و جباری، ۱۳۸۶: ۸۴)

تسهیلات گردشگری مجموعه فعالیت‌ها و اقداماتی است که از هنگام ورود یک گردشگر تا هنگام خروج از کشور یا مقصد محلی بوسیله کلیه مؤسسات عمومی و خصوصی و طبقات مختلف مردم به منظور ایجاد سهولت در مسافرت انجام می‌گیرد و نیز آن قسمت از فعالیت‌ها و اقداماتی که جهت حمایت از گردشگران داخلی در شهرها، مسیرها و مراکز جهانگردی انجام می‌شود. تسهیلات جهانگردی بخصوص در فرودگاه‌ها، مبادی ورود و خروج

گیرد، لیکن در صورت فقدان، آن مسافرت‌ها انجام نمی‌گیرد. (جمشیدی، ۱۳۸۱: ۵۵)

تأسیسات و امکانات هتل داری و پذیرایی از جمله عناصر ثانویه سیستم گردشگری (عوامل عرضه) هستند که می‌توانند نقش مؤثری را در توسعه‌ی گردشگری بر عهده داشته باشند. (مؤمنی، صرافی و قاسمی خوزانی، ۱۳۸۷: ۲۳)

امروزه، پذیرایی از میهمان که آن را تهیه اقامتگاه یا صنعت هتل داری می‌نامند، شامل مجموعه‌ای از تشکیلات و تسهیلات می‌شود که یکی از بخش‌های بسیار پویای صنعت جهانگردی و مسافرت جهانی را تشکیل می‌دهد. مسافر به هر کجا برود نیاز به محلی برای خواب، استراحت و غذا دارد. اقامتگاه شامل مجموعه‌ای از تشکیلات خوابگاهی می‌شود که امکان دارد به صورت استراحتگاه‌های بسیار مجلل و یا حتی تنها محدود به یک تخت خواب معمولی و صبحانه ساده شود. میزان تسهیلات و تشکیلات اقامتگاه‌ها بازتابی از نیازها و سلیقه‌های مختلف مسافران و پویایی‌های این بازار است. (جمشیدی، ۱۳۸۱: ۵۹)

یکی از اماکن اقامتی است که بین مسیر ساخته شده است و حداکثر تا ۳ طبقه و تا ۳ ستاره درجه بندی می‌شود مثل‌ها هستند. مثل از هتل ارزان‌تر و دارای کارواش و پمپ بنزین و تعمیرگاه و رستوران و فست فود می‌باشد. محل برپایی چادر یا کمپ هم دارد (مثل هتل قو در چالوس).

<http://www.gasht.blogfa.com/post-29.aspx>
مثل‌ها در خارج از شهر و معمولاً دور از شهر قرار دارند و بیشتر مورد استفاده مسافرینی هستند که با وسیله شخصی مسافرت می‌کنند و هزینه اقامت در نظر گرفته شده، فقط برای اتاق می‌باشد. مثل‌ها علاوه

باید برآورد نیازهای گردشگران و ایجاد نیاز گردشگران در زمینه‌های خرید کالاها و اجناس را در برنامه خود داشته باشد. وجود مراکز فروش صنایع دستی همراه با دیگر کالاهای مورد نیاز و ارائه آنها در کیفیتی بالا می‌تواند علاوه بر ایجاد درآمد موجب تبلیغات در جامعه گردشگری باشد. (توکلی و هدایتی، ۱۳۸۷: ۷)

تأسیسات جهانگردی که مورد استفاده گردشگران داخلی و خارجی قرار می‌گیرد، شامل مجموعه امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی همچون هتل‌ها، مهمانسراها، مسافرخانه‌ها، مجتمع‌های جهانگردی، اردوگاه‌های جهانگردی، رستوران‌ها، قهوه‌خانه‌ها و انواع تجهیزات تفریحگاهی، اردوگاه‌های تابستانی و زمستانی، ساحلی، کوهستانی و امثال آن است. (غضنفرپور، ۱۳۸۴: ۸)

اقامتگاه گردشگری به آن دسته از واحدهای اقتصادی که به منظور تأمین نمودن نیازهای گردشگران اعم از خواب و استراحت در طول مسافرت و در مقصد سفر ایجاد شده است، می‌گویند. (جمشیدی، ۱۳۸۱: ۸)

واحدها و مراکز اقامتی از مهم‌ترین عناصر برنامه ریزی صنعت گردشگری محسوب می‌شوند و بعد از مقاصد گردشگری عمده‌ترین موردی است که گردشگرها بدان توجه می‌کنند. (بیرانوند، ۱۳۸۷: ۳۱)

جاذبه‌ها به تنهایی باعث تشکیل و فعالیت صنعت گردشگری نمی‌شود، زیرا صنعت گردشگری آمیزه‌ای است از عناصر که مجموعه‌ای واحد و تقسیم‌ناپذیر را به وجود می‌آورد. تجهیزاتی که در صنعت گردشگری فعالیت دارند بسیار مهم هستند، زیرا هرچند که مسافرت به دلیل و انگیزه آنها انجام نمی‌

میل و علاقه شخصی خود تصمیم می‌گیرند در هتل یا متل اقامت داشته باشند.

اگر بخواهیم هتل یا متل را محصولی برای فروش فرض کنیم، می‌بایست شامل این عناصر باشد: - مکان: اشاره بر سهولت دسترسی و راحتی مهمان دارد.

- تسهیلات: بر کیفیت اتاق‌ها، رستوران‌ها، مغازه‌ها، وسایل حمل و نقل، تاکسی و ... دارد.

- خدمات: مشتمل بر سرعت، کفایت و میزان توجه کارکنان است.

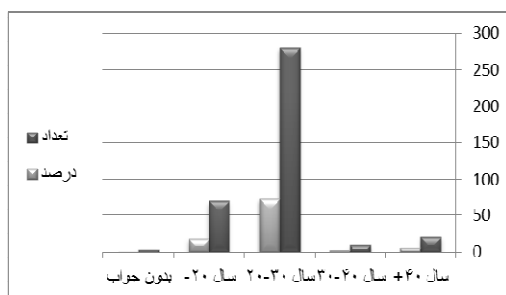
- تصویر: منظور همان تصویری است که با عوامل فوق‌الذکر از هتل در ذهن میهمان ایجاد می‌شود. نام هتل، ظاهر هتل و افرادی که در هتل مدیریت می‌کنند. با در نظر گرفتن عوامل بالا، هتل قابل فروش می‌شود. هنگامی که هتلی تعرفه‌های خود را مشخص می‌کند، آنگاه مدیریت یا صاحب هتل می‌تواند تصمیم‌گیری کند که اتاق‌ها با چه قیمتی به فروش برسند. <http://www.hotl.ir/tarikhcheh-hotel.htm>

هتل‌ها و متل‌ها بخشی از منظره‌های آمریکا از اولین روز از تاریخ بوده‌اند. از کاروانسراهای ساده کنار جاده‌ای مستعمرات اصلی، که غذا و مکان استراحت برای مسافران خسته فراهم می‌کردند تا برج‌های فولادی و آجری مدرن امروز، که عملاً شهر در شهر هستند، هتل‌ها و متل‌ها بخش جدایی‌ناپذیری از هر جامعه شده‌اند. این صنعت از املاک انفرادی شخصی به برج‌های چندملیتی تغییر سایز داده‌اند. هر ساله زنجیره هتل‌های جدید شکل می‌گیرد. این پدیده تنها متعلق به آمریکا نیست، بلکه در بریتانیا، ایرلند، فرانسه، ژاپن، سنگاپور، هنگ‌کنگ، و تقریباً در هر کشور توسعه یافته در جهان معمول است. امروز

بر وسایل موجود یک هتل، در کنار خود دارای پمپ بنزین، فضای سبز و مناسب، رستوران، ساندویچ‌فروشی، سوپر مارکت و وسایل تفریحی به صورت محدود نیز هستند. ساختمان متل‌ها بیشتر یک طبقه و ویلایی است. در اتاق‌ها حمام و آشپزخانه کوچکی وجود دارد. در برخی از متل‌ها مسافران از آشپزخانه مشترک و عمومی استفاده می‌کنند. محوطه باز متل توسط کسانی که چادر (خیمه) همراه دارند با پرداخت مبلغ کمی به عنوان کرایه، می‌تواند استفاده قرار گیرد. هزینه انبارداری، خانه داری و آب و برق در متل‌ها بیشتر از مخارج هتل‌ها است. (جمشیدی، ۱۳۸۱: ۶۸)

متل تلفیقی است از دو واژه Motel و Hotel و اساساً ماهیت بین راهی داشته و معمولاً خارج از شهرها قرار دارد. در تعریف متل می‌توان گفت که هتلی است که در آن مسافران می‌توانند با خودروی شخصی وارد شده و حتی خودرو را مقابل درب اتاق خود پارک نمایند یکی از مشخصه‌های اصلی متل‌ها عدم وجود لابی در آن‌هاست چرا که میهمانان به مجرد وارد شدن به متل بدون نیاز به پیاده شدن کلید اتاق خود را از رسیشن دریافت نموده و مستقیماً به سمت اتاق خود رانندگی می‌نمایند. <http://www.afsania.com/html-428.html> هزینه این واحدهای اقامتی به دلیل اینکه خدمات گسترده‌ای ارائه نمی‌دهند مناسب‌تر از هتل است. (احمدی، صغری، ۱۳۸۸: ۳۱)

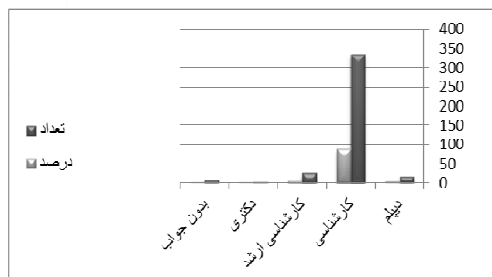
هتل‌ها و متل‌ها اغلب تسهیلات یکسانی ارائه می‌دهند با این تفاوت که یک متل اکثراً در بزرگراه است و پارکینگ وسیعی دارد. اگرچه در برخی موارد حتی این تفاوت‌ها هم وجود ندارد و میهمانان با توجه به



شکل ۲- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس

سن مأخذ: نگارنده

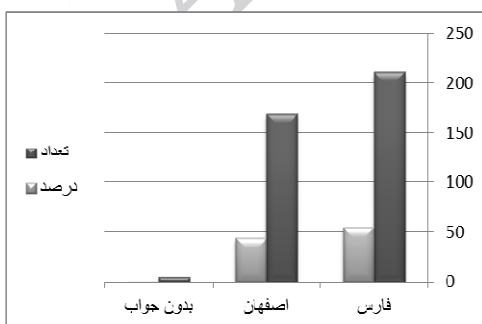
۱۵ نفر یعنی ۴ درصد پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۳۳۵ نفر یعنی ۸۷ درصد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی، ۲۴ نفر یعنی ۶ درصد دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و ۳ نفر یعنی ۱ درصد دارای مدرک تحصیلی دکتری بودند.



شکل ۳- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس

سطح تحصیلات مأخذ: نگارنده

از بین پاسخگویان ۲۱۱ نفر یعنی ۵۵ درصد در استان فارس و ۱۶۹ نفر یعنی ۴۴ درصد در استان اصفهان سکونت دارند.



شکل ۴- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس

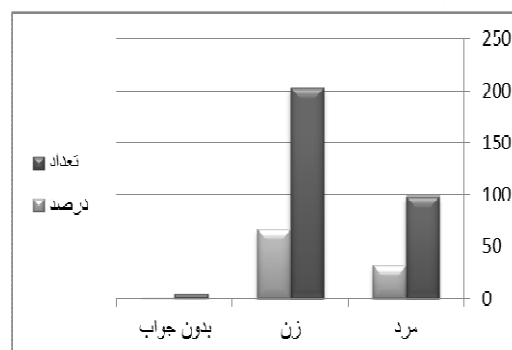
استان محل سکونت مأخذ: نگارنده

بسیاری از هتل‌های بزرگ بخشی از زنجیره‌های بین‌المللی است. این روند به صنایع دیگر مانند شرکت‌های هواپیمایی، شرکت‌های املاک و مستغلات و سازمان‌های مالی که دامنه مهمانداری به دلایل مختلف به آن رسیده، شامل مسیر تجارت، جریان نقدی، قابلیت افزایش نرخ به دنبال نوسانات ارز، و سرمایه‌گذاری خالص کشیده شده است. (Henkin, ۲۰۰۱: ۱)

۳- تحلیل یافته‌ها

بر اساس حجم نمونه بدست آمده از طریق روش کوکران تعداد ۳۸۵ نفر پاسخگو با قید شرط حداقل یکبار سفر در محور اصفهان - شیراز انتخاب گردیدند.

از این ۳۸۵ نفر پاسخگو، ۹۸ نفر یعنی ۳۲ درصد مرد، ۲۰۳ نفر یعنی ۶۷ درصد زن بودند.



شکل ۱- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس

جنس مأخذ: نگارنده

از بین پاسخگویان، ۲۱ نفر یعنی ۶ درصد بالای چهل سال، ۱۰ نفر یعنی ۳ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۲۸۰ نفر یعنی ۷۳ درصد ۲۰ تا ۳۰ سال و ۷۰ نفر یعنی ۱۸ درصد زیر ۲۰ سال بودند.

گردشگری و کاستن از خستگی مسیر، تمایل گردشگران برای سفرهای داخلی را افزایش می‌دهد. از آنجا که استان‌های اصفهان و فارس دو قطب مهم گردشگری در کشور هستند و اکثر گردشگران ایران با وسایل نقلیه شخصی به سفر می‌پردازند، افزایش تسهیلات و امکانات با ایجاد متل‌های مناسب و نیز مکان‌یابی صحیح آنها، نقش مؤثری در توسعه گردشگری در محور اصفهان - شیراز خواهد داشت.

طبق آمار مستخرج از پرسشنامه ۲۵۹ نفر با نظر خیلی موافق و ۸۳ نفر با نظر موافق معتقد بودند که مکان-یابی صحیح و ایجاد متل‌های مناسب نقش مؤثری در توسعه گردشگری در شهرهای اصفهان و شیراز خواهد داشت.

همچنین با آزمون فرضیه از طریق روش کای اسکوتر، با توجه به مقدار سطح معنی داری، که از ۰.۰۱ کوچک‌تر می‌باشد، فرضیه پژوهش پذیرفته می‌شود. یعنی در سطح اطمینان ۹۹ درصد مکانیابی صحیح و ایجاد متل‌های مناسب نقش مؤثری در توسعه گردشگری در شهرهای اصفهان و شیراز خواهد داشت.

جدول ۳- فراوانی داده‌های آزمون کای اسکوتر

باقی مانده	مقدار مورد انتظار	مقدار مشاهده شده	
۱۳۰.۷	۱۲۸.۳	۲۵۹	خیلی موافق
- ۴۵.۳	۱۲۸.۳	۸۳	موافق
- ۸۵.۳	۱۲۸.۳	۴۳	نظری ندارم
		۳۸۵	کل

جدول ۴- آماره‌های تست

X4	
205.797a	کای اسکوتر
2	درجه آزادی
.000	سطح معنی داری

پس از بررسی نتایج توصیفی پرسشنامه، داده‌های مستخرج از پرسشنامه بررسی گردید. ابتدا میزان رضایت گردشگران از امکانات موجود با استفاده از روش کای اسکوتر بدست آورده شد:

جدول ۱- فراوانی داده‌های آزمون کای اسکوتر

باقی مانده	تعداد مورد انتظار	نسبت مشاهده شده	
-۲۱.۳	۹۶.۳	۷۵	موافق
-۱۱.۳	۹۶.۳	۸۵	نظری ندارم
۱۰۲.۸	۹۶.۳	۱۹۹	مخالف
-۷۰.۳	۹۶.۳	۲۶	خیلی مخالف
		۳۸۵	کل

جدول ۲- آماره‌های تست

X1	
166.969 ^a	کای اسکوتر
3	درجه آزادی
.000	سطح معنی داری

با توجه به مقدار سطح معنی داری، که از ۰.۰۱ کوچک‌تر می‌باشد، این نتیجه حاصل می‌شود که در سطح اطمینان ۹۹ درصد گردشگران از امکانات موجود رضایت ندارند.

بررسی و آزمون فرضیه‌ها

بر اساس نمونه بدست آمده، از طریق روش کای اسکوتر فرضیه‌ها به صورت زیر بررسی گردید:

فرضیه اول

مکان‌یابی صحیح و ایجاد متل‌های مناسب نقش مؤثری در توسعه گردشگری در شهرهای اصفهان و شیراز خواهد داشت.

وجود امکانات و تسهیلات مورد نیاز گردشگران در طول مسیرهای گردشگری جهت اقامت، استراحت و اقامه نماز و صرف وعده‌های غذایی، با تسهیل

فرضیه دوم

وجود مزایا و قابلیت‌های متل‌ها در ساماندهی فضایی و زمانی گردشگری نقش تعیین کننده ای دارد.

طبق آمار مستخرج از پرسشنامه ۱۶۱ نفر با نظر خیلی موافق و ۱۸۷ نفر با نظر موافق معتقد بودند که وجود مزایا و قابلیت‌های متل‌ها در ساماندهی فضایی و زمانی گردشگری نقش تعیین کننده ای دارد. همچنین با آزمون فرضیه از طریق روش کای اسکوئر، با توجه به مقدار سطح معنی داری، که از ۰.۰۱ کوچک‌تر می‌باشد، فرضیه پژوهش پذیرفته می‌شود. یعنی در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود مزایا و قابلیت‌های متل‌ها در ساماندهی فضایی و زمانی گردشگری نقش تعیین کننده ای دارد.

جدول ۵- فراوانی داده‌های آزمون کای اسکوئر

مقدار مشاهده شده	مقدار مورد انتظار	باقی مانده	
۱۶۱	۱۲۸.۳	۳۲.۷	خیلی موافق
۱۸۷	۱۲۸.۳	۵۸.۷	موافق
۳۷	۱۲۸.۳	-۹۱.۳	نظری ندارم
۳۸۵			کل

جدول ۶- آماره‌های تست

X5	
100.135 ^a	کای اسکوئر
2	درجه آزادی
.000	سطح معنی داری

- مکان‌یابی متل‌ها در محور اصفهان شیراز

مکان‌یابی به سلسله عملیات و اقدامات و تمهیداتی که در زمینه حصول از وجود شرایط و فراهم آمدن امکان اجرای یک فعالیت بوده و بر اساس آن دستگاه اجرایی با دید باز برنامه اجرای فعالیت‌ها را از جهات مختلف مورد ارزیابی قرار داده و در صورت

دستیابی به هدف نسبت به اجرای عملیات در مکان انتخاب شده اقدام می‌نماید و در این بین تبعات و عوارض موضوع قبلاً بررسی و مد نظر قرار می‌گیرد. (زارعی، ۱۳۸۹: ۱۴)

به عبارت دیگر مکان‌یابی فعالیت است که قابلیت‌ها و توان‌های یک منطقه را از لحاظ وجود زمین مناسب و کافی و ارتباط آن با سایر کاربری‌ها و تسهیلات شهری برای انتخاب مکانی مناسب برای کاربری خاص مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد. (علی حسینی، ۱۳۸۹: ۱۹)

در تعیین مشخصات مکانی هر نوع استفاده از زمین یا هر نوع فعالیت شهری دو عامل هدایت کننده یعنی عامل رفاه اجتماعی و عامل رفاه اقتصادی ملاک سنجش قرار می‌گیرد. (زارعی، ۱۳۸۹: ۱۴)

مراحل انجام مکان‌یابی

شناسایی داده‌های مورد استفاده

داده‌های مکانی این تحقیق از طریق نقشه‌های وضع موجود اداره راه و ترابری استان اصفهان و سازمان پایانه‌ها و حمل و نقل استان فارس و مشاهدات میدانی بدست آمد.

شناسایی عوامل تأثیرگذار بر مکان‌یابی متل‌ها

عواملی که بر مکان‌یابی متل‌ها تأثیرگذارند عبارتند از فاصله از مراکز خدماتی و نزدیکی به جایگاه‌های بنزین و CNG، پلیس‌راه‌ها، مساجد و امام‌زاده‌ها و ایستگاه‌های هلال‌احمر

وارد کردن عوامل تأثیرگذار در GIS

داده‌هایی که به سیستم اطلاعات جغرافیایی GIS وارد شده اند عبارتند از: نقشه راه‌های ایران، نقشه نقاط شهری، نقشه نقاط روستایی و نقشه وضع موجود اطلاعات راه‌ها که پس از وارد کردن نقشه‌های فوق

ها، مساجد و امامزاده‌ها و ایستگاه‌های هلال‌احمر نقشه وضع موجود امکانات محور اصفهان شیراز استخراج گردید:

قسمت مورد نظر انتخاب گردید. پس از آن با وارد کلیه عواملی که بر مکان‌یابی متل‌ها تأثیرگذارند یعنی مراکز خدماتی، جایگاه‌های بنزین و CNG، پلیس‌راه-



نقشه ۱- وضع موجود امکانات و خدمات محور اصفهان - شیراز مأخذ: نگارنده

معیار نسبت به سایر معیارهاست. (فرج زاده، ۱۳۸۴:

۹۳)

در مکان‌یابی متل در این تحقیق به دور بودن از مراکز خدماتی بالاترین ارزش و به نزدیکی به مراکز امدادی، پمپ بنزین و مساجد و امامزاده‌ها، ارزش برابر و کمتر از ارزش مراکز خدماتی و به نزدیکی به مراکز پلیس کمترین ارزش داده شد.

- ترکیب لایه‌های اطلاعاتی

پس از ارزش‌گذاری لایه‌های اطلاعاتی، نوبت به ترکیب این لایه‌ها می‌رسد. در این تحقیق جهت

- تهیه لایه‌های اطلاعاتی جدید

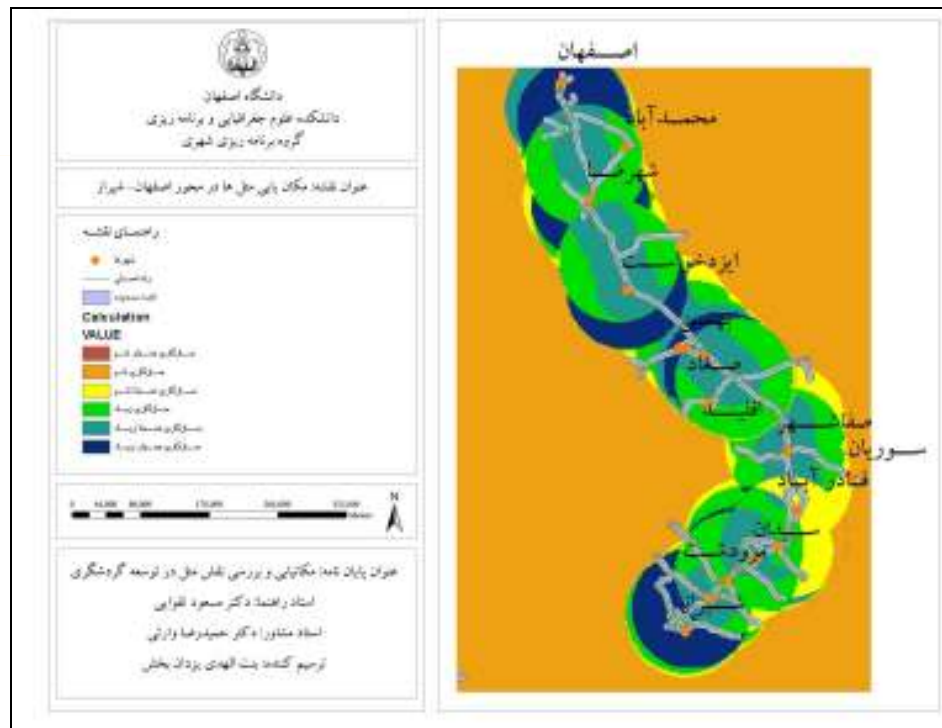
در این مرحله پس از وارد کردن اطلاعات مورد نیاز نقشه‌های اطلاعاتی جدید با مشخص کردن فاصله از عوامل مؤثر در مکان‌یابی متل‌ها با فواصل یک کیلومتری بدست آمد.

- ارزش‌گذاری لایه‌های اطلاعاتی

منظور از ارزش‌گذاری، دادن وزنی به لایه‌های اطلاعاتی متناسب با درجه اهمیت و تأثیر آنها در انتخاب مکان مناسب است. هدف اصلی از وزن دهی یا ارزش‌گذاری لایه‌های اطلاعاتی، بیان اهمیت هر

ترکیب لایه‌ها با همدیگر از مدل همپوشانی شاخص‌ها (IO) استفاده شده است که نتایج آن در

شکل آمده است:



نقشه ۲- مکان یابی متل‌ها در محور اصفهان - شیراز مأخذ: نگارنده

در این شکل هفت قسمت محور با شرایط یاد شده از سازگاری بالایی برخوردار بود که عبارتند از: محدوده اصفهان، مهیار تا وشاره، وشاره تا شورجستان، میرزا آباد تا پایین تر از سورمق، بالاتر از صفاشهر تا قادرآباد، حسین آباد و قوام آباد و سعادت شهر، محدوده شیراز

- تطبیق نتایج مکان‌یابی با واقعیات زمینی آخرین مرحله مکان‌یابی، مشاهده میدانی می‌باشد. در این تحقیق پس از مشخص شدن مکان‌های مناسب توسط نرم‌افزار، نهایتاً زمین‌ها مورد بررسی میدانی قرار گرفت و پس از تطبیق نتایج الگوی مکان‌یابی با واقعیت موجود در منطقه مورد مطالعه و با در نظر

گرفتن کلیه پارامترهای مورد نظر در فرایند مکان‌یابی، نهایتاً چند مکان برای ایجاد متل مناسب تشخیص داده شد که نتایج آن به شرح زیر است:

از آنجا که متل‌ها حالت استراحتگاهی داشته و در صورت نزدیکی به شهرهای بزرگ بهره‌وری لازم را ندارند محدوده اصفهان و محدوده شیراز حذف می‌شود. به عنوان مثال متل دنا در بیست و دو کیلومتری شهر شیراز واقع شده است که به دلیل عدم مکان‌گزینی صحیح، نقص امکانات و قیمت بالای تسهیلات، از بهره‌وری لازم برخوردار نمی‌باشد.

رستوران و مراکز خرید و زمین بازی کودکان نیز پاسنخگوی نیاز فعلی نمی باشد.



تصویر ۱- مرکز خدماتی مهیار مأخذ: نگارنده



تصویر ۲- مرکز خدماتی مهیار مأخذ: نگارنده

- کاروانسرای ملک

محدوده و شماره تا شورجستان فاقد امکانات خدماتی مناسب می باشد. در این محدوده روستای امین آباد بهترین مکان برای احداث متل می باشد. در این روستا کاروانسرای باستانی به نام کاروانسرای ملک قرار دارد که در قالب طرح پردیسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، در دست مرمت می باشد. این کاروانسرا با توجه به مزیت تاریخی که دارد قابلیت تبدیل شدن به متل را دارد. اطراف

در محدوده مهیار تا وشاره، مجتمع خدماتی مهیار و در محدوده حسین آباد، قوام آباد و سعادت شهر نیز مجتمع خدماتی سعادت شهر موجود است که با اصلاح وضع موجود قابلیت تبدیل به متل را دارند. بنابراین با شناسایی دقیق امکانات و محدودیت‌های آنها، می توان جهت رفع نواقص موجود اقدام کرد.

در محدوده وشاره تا شورجستان، روستای امین آباد و در محدوده میرزا آباد تا پایین تر از سورمق نیز شهر سورمق جهت احداث متل مناسب به نظر می رسد. ما بین سورمق و سعادت شهر نیز صفاشهر قرار دارد که آنجا نیز برای احداث متل مناسب به نظر می رسد.

- مجتمع خدماتی مهیار

مجتمع خدماتی مهیار مکان گزینی مناسبی ندارد چرا که مابین اصفهان و شهررضا قرار دارد و به دلیل فاصله زمانی کم تا اصفهان و شهررضا و خدمات بالاتر این دو شهر، مسافری ترجیح می دهند از خدمات و تسهیلات این دو شهر استفاده کنند. اما با گسترش تسهیلات این مجتمع، بهره وری آن نیز بالاتر می رود.

این مجتمع دارای پارکینگ، مسجد، پمپ بنزین، سرویس بهداشتی و زمین بازی کودکان می باشد. اما پارکینگ آن کوچک است و قابلیت استفاده گسترده را ندارد.

همچنین محلی جهت کمپ و اقامت ندارد. با توجه به وجود زمین‌های بایر دولتی در اطراف این مجتمع، امکان گسترش ابعاد آن و نیز گسترش محیط پارکینگ، احداث پلاژ و کمپ وجود دارد. همچنین

محدوده سه راهی شیراز، اصفهان، یزد مناسب‌ترین مکان برای احداث هتل می‌باشد. در این قسمت یک مسجد و یک هتل با فاصله ۵۰۰ متر از یکدیگر قرار دارند که هتل، کارایی لازم را نداشته و مسافرین اکثراً از برای توقف، استراحت و انجام فریضه نماز، از مسجد استفاده می‌کنند. بنابراین اطراف مسجد با احداث پارکینگ، پمپ بنزین، کمپ، رستوران، کافی شاپ و سوپر مارکت قابلیت تبدیل شدن به هتل را دارد و هتل نیز در کنار این مجموعه محل مناسبی برای اقامت می‌باشد. هتل نیز امکان گسترش و احداث پارکینگ و کمپ را دارد.



تصویر ۶- تابلوی راهنما هتل سورمق مأخذ: نگارنده



تصویر ۸- نمای بیرونی هتل سورمق مأخذ: نگارنده

کاروانسرا فضا برای گسترش وجود دارد و حجره‌های داخل کاروانسرا نقش پلاژها را به خوبی ایفا می‌کند و اطراف آن نیز قابلیت احداث کمپ را دارد. از طرفی برخی حجره‌ها نیز امکان تبدیل شدن به رستوران، کافی شاپ و سوپرمارکت را دارد. محیط بیرون کاروانسرا محل مناسب برای احداث پارکینگ دارد و پمپ بنزین داخل روستا نیز، نیاز مسافرین را بر طرف می‌کند.



تصویر ۳- کاروانسرای ملک مأخذ: نگارنده



تصویر ۴- کاروانسرای ملک مأخذ: نگارنده

- هتل سورمق

در محدوده میرزا آباد تا پایین‌تر از سورمق نیز امکانات خدماتی مناسبی وجود ندارد. در این

- پارک تفریحی سعدی

در محدوده بالاتر از صفاشهر تا قادرآباد، حدفاصل سورمق و سعادت شهر، پارک تفریحی سعدی وابسته به شهرداری صفاشهر قرار دارد که بسیار مورد استفاده مسافری قرار دارد. بنابراین با گسترش امکانات این پارک و تبدیل آن به متل، علاوه بر ارائه خدمات بالاتر به مسافری، امکان بهره برداری بالاتر از پارک نیز فراهم می‌گردد. این پارک دارای سرویس بهداشتی، پمپ بنزین، نمازخانه و استخر مصنوعی می‌باشد و نیاز به احداث رستوران، کافی شاپ، هتل، کمپ و نیز آسفالت جاده مقابل این پارک و گسترش پارکینگ احساس می‌شود.

- مجتمع خدماتی سعادت شهر

در محدوده حسین آباد، قوام آباد و سعادت شهر، مجتمع خدماتی سعادت شهر قرار دارد. این مجتمع دارای نمازخانه، سرویس بهداشتی، رستوران، سوپرمارکت و پمپ بنزین می‌باشد. اما فاقد پارکینگ مناسب، کمپ و پلاژ می‌باشد که با رفع این نقیصه، کارایی مجتمع بالاتر خواهد رفت.



تصویر ۱۱-مجتمع خدماتی سعادت شهر مأخذ: نگارنده



تصویر ۱۲-مجتمع خدماتی سعادت شهر مأخذ: نگارنده



تصویر ۷- نمای داخلی پارک سعدی مأخذ: نگارنده



تصویر ۱۰-نمای بیرونی پارک سعدی مأخذ: نگارنده

جدول ۱-۷: خدمات و امکانات موجود در مکان‌های پیشنهادی

محل بازی کودکان	مرکز خرید	رستوران	هتل	کمپ	سروس بهداشتی	پمپ بنزین	مسجد و نمازخانه	پارکینگ	
X	X	x	-	-	X	x	X	X	مجتمع خدماتی مهبیار
-	-	-	-	-	-	x	-	-	کاروانسرای ملک
-	-	-	x	-	X	-	X	-	هتل سورمق
X	X	-	-	-	X	x	x	X	پارک سعدی
-	X	x	-	-	X	x	x	X	مجتمع خدماتی صفاشهر

۴- نتیجه گیری

استفاده می‌کنند. بنابراین وجود محل‌هایی برای اقامت در بین راه که امنیت کافی داشته و خدمات مورد نیاز مسافری را ارائه نماید ضروری به نظر می‌رسد. برای ساماندهی سفرهای گردشگری، اتخاذ تدابیری همچون کاهش تمرکز سفرها در شهرهای عمده کشور خصوصاً اصفهان و شیراز، جلوگیری از ورود اتومبیل‌های شخصی گردشگران به محیط‌های شهری، توزیع سفرها در ایام مختلف سال با استفاده از روش‌های تشویقی خصوصاً با ایجاد متل‌های ارزان قیمت و جاذب برای کسانی که به شهرهای مهم سفر می‌کنند می‌تواند مؤثر افتد. وجود چادرهای برافراشته در فصول گردشگری نشان از عدم تناسب قیمت هتل‌ها و واحدهای اقامتی با درآمد گردشگران دارد که متل‌ها می‌توانند این نقص را رفع نمایند.

از آنجا که اصفهان و شیراز از شهرهای ترویخی بوده و جزء قطب‌های مهم گردشگری ایران محسوب می‌شوند، توجه به گسترش زیرساخت‌ها می‌تواند تأثیر بسیار زیادی بر افزایش گردشگری داشته باشد. توجه به زیرساخت‌ها از آن جهت اهمیت دارد که جاذبه‌ها به تنهایی باعث تشکیل و فعالیت صنعت گردشگری نمی‌شود، زیرا صنعت گردشگری آمیزه‌ای است از عناصر که مجموعه‌ای واحد و تقسیم‌ناپذیر را به وجود می‌آورد و بنابراین تجهیزاتی که در صنعت گردشگری فعالیت دارند بسیار مهم هستند، زیرا هرچند که مسافرت به دلیل و انگیزه آنها انجام نمی‌گیرد، لیکن در صورت فقدان، آن مسافرت‌ها انجام نمی‌گیرد. همچنین اغلب گردشگران ایرانی از خودرو (علی‌الخصوص شخصی) جهت مسافرت

- جهت بهبود وضعیت مسافرت در محور اصفهان - شیراز موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:
- ایجاد بانک اطلاعاتی از امکانات و خدمات موجود در محور ارتباطی اصفهان - شیراز
 - استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی در مکان-یابی متل‌ها و مجتمع‌های خدماتی در این محور
 - در نظر گرفتن کلیه عوامل مؤثر در مکان‌یابی متل‌ها
 - تبدیل مراکز خدماتی موجود در محورهای ارتباطی علی‌الخصوص محورهای ارتباطی قطب‌های گردشگری به متل با افزایش خدمات و تسهیلات
 - برنامه ریزی برای جذب سرمایه‌گذاران خصوصی
 - ایجاد حداکثر تأسیسات و تسهیلات گردشگری جهت ارائه خدمات بهتر و بیشتر به گردشگران
 - توجه به فرهنگ بومی و هویت اصیل ایرانی در ساخت و توسعه متل‌ها
 - ایجاد و افزایش ارگان‌های امنیتی مانند پاسگاه‌های انتظامی در طول مسیر جهت افزایش امنیت گردشگران
 - اقدامات تبلیغاتی معرفی مناسب متل‌ها و مراکز خدماتی به مسافران و شرکت‌های اتوبوس‌رانی
 - توجه به فرهنگ بومی-ملی در تجهیز مبلمان متل-های محور اصفهان - شیراز
 - نصب علائم راهنمایی گردشگری در طول محور اصفهان - شیراز
- ایجاد تقاطع و دور برگردان در نزدیکی متل‌ها جهت سهولت دسترسی از هر دو سمت محور
- تبدیل مجتمع خدماتی مهیار به متل با گسترش پارکینگ، فضای بازی کودکان، رستوران و مراکز خرید و احداث هتل و محل برپایی چادر و کمپ
- تبدیل کاروانسرای تاریخی ملک واقع در امین‌آباد به متل با ساخت هتل، کمپ، پارکینگ، مسجد و نمازخانه، سرویس‌های بهداشتی و پارک بازی کودکان و نیز گسترش رستوران و مراکز خرید در اطراف این کاروانسرا
- ساخت متل در اطراف هتل سورمق با ایجاد پارکینگ، پمپ بنزین، کمپ، رستوران، مراکز خرید و پارک بازی کودکان در اطراف هتل
- تبدیل پارک سعدی صفاشهر به متل با تجهیز این پارک به کمپ، هتل و رستوران و اصلاح و گسترش پارکینگ آن
- تبدیل مجتمع خدماتی سعادت‌شهر به متل با تجهیز آن به کمپ، هتل و پارک بازی کودکان و اصلاح و گسترش پارکینگ آن.

منابع

- احمدی، زینب (۱۳۸۸): تحلیل فضایی جاذبه‌های گردشگری استان ایلام با تأکید بر اکوتوریسم، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استادان راهنما، دکتر اصغر ضرابی و دکتر جمال محمدی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری

مشاور: دکتر نعمت الله اکبری، پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان

زارعی، یاسر، (۱۳۸۹): تحلیلی بر توزیع فضایی و مکان یابی خدمات شهری شهر نورآباد با استفاده از GIS، استاد راهنما: دکتر جمال محمدی، استاد مشاور: دکتر اصغر ضرابی، پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان

سلطانی، مرضیه، (۱۳۸۸): تحلیل فضایی نقش ICT در توسعه گردشگری الکترونیک شهر اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد، اساتید راهنما: علی زنگی آبادی و حمیدرضا وارثی، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه اصفهان

شریفیان، علیرضا، (۱۳۸۲): بررسی تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان جاذبه‌های گردشگری (غار علی صدر و همدان)، استاد راهنما: مجید صامتی، استاد مشاور: علی صوری، گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان

طیبه، سید کمیل، بابکی، روح اله و جباری، امیر، (۱۳۸۶): بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۸۳-۱۳۳۸)، پژوهش نامه علوم انسانی و اجتماعی ویژه اقتصاد، سال هفتم، شماره بیست و ششم

الوانی، سید مهدی و پیروزبخت، معصومه (۱۳۸۵): فرایند مدیریت جهانگردی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی

امام، محمد معین (۱۳۸۱): مجموعه تفریحی، توریستی و اقامتی کیش، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: دکتر هما ایرانی بهبهانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

بیرانوند، اسماعیل، (۱۳۸۷): تحلیل فضایی جاذبه‌های اکوتورسم شهرستان خرم آباد، پایان نامه کارشناسی ارشد، استادان راهنما: دکتر نوری و دکتر بیک محمدی، گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه اصفهان

توکلی، مرتضی و هدایتی، صلاح، (۱۳۸۷): چالش‌های گردشگری در مناطق مرزی (مطالعه موردی: سیستان)، مجله علمی پژوهشی فضای جغرافیایی، سال هشتم، شماره ۲۲

جمشیدی، نوید (۱۳۸۱): بررسی و امکان سنجی (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) اقامتگاه مناسب گردشگری (مطالعه موردی شهر اصفهان)، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: نعمت ... اکبری، دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان

حسینی، علی، (۱۳۸۹): تحلیل فضایی مکان‌های استقرار بانک‌ها با استفاده از GIS (مطالعه موردی: شعب بانک‌های منطقه ۳ شهر اصفهان)، استاد راهنما: دکتر علی زنگی آبادی، استاد

- وارثی، حمیدرضا و مختاری ملک آبادی، رضا،
 (۱۳۸۵): تحلیلی جغرافیایی بر وضعیت توریسم
 اصفهان، فرهنگ اصفهان، شماره ۳۲، ۱۸-۲۷
- Binshan Lin and Jitesh Patel, 1999, Theft problems in Motels: A survey, International Journal of Hospitality Management, Volume 18, Issue 1, Pages 83-85, Department of Management and Marketing, College of Business Administration, Louisiana State University
- Frost & Sullivan, (1982): The market for integrated telecommunications systems in European hotels/motels, USA
- Gray, Jack,(1977): Market potential for Wisconsin's hotels,motels, and resorts (second edition), Recreation Resources Center, USA
- Henkin, Shepard, 2001, OPPORTUNITIES IN HOTEL AND MOTEL MANAGEMENT CAREERS, United States, VGM Career Books
- Hertzog, David,(1971): Hotel-Motels marketing, The Bobbs-Merrill Company, Indiana, USA
- Lindell K. Weaver MD, Kayla Deru BA,2007, Carbon Monoxide Poisoning at Motels, Hotels, and Resorts, American Journal of Preventive Medicine, Volume 33, Issue 1, Pages 23-27, Department of Internal Medicine, University of Utah School of Medicine, Salt Lake City
- Thomas P. Cullen, Jean Li Rogers,(1988): Quality and price perceptions of major Hotel/Motel chains for business travel: an exploratory study, International Journal of Hospitality Management,Volume 7, Issue 2, Pages 151-160
- علی حسینی، (۱۳۸۹): تحلیل فضایی مکان‌های استقرار بانک‌ها با استفاده از GIS (مطالعه موردی: شعب بانک‌های منطقه ۳ شهر اصفهان)، استاد راهنما: دکتر علی زنگی آبادی، استاد مشاور: دکتر نعمت‌الله اکبری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان
- غضنفرپور، حسین، (۱۳۸۴): بررسی قابلیت‌ها و توان‌های استان کرمان در توسعه گردشگری، پایان‌نامه دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، اساتید راهنما: دکتر ایران غازی و دکتر سیروس شفقی، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه اصفهان
- قره نژاد، حسن (۱۳۷۴): مقدمه بر اقتصاد و سیاست‌گذاری توریسم، دانشگاه اصفهان
- موحد، علی (۱۳۸۷): توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی: شهر اصفهان، دانشگاه شهید چمران اهواز، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی
- مومنی، مصطفی، صرافی، مظفر و قاسمی خوزانی، محمد، (۱۳۸۷): ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد، جغرافیا و توسعه، شماره ۱۱

<<http://www.afsania.com/html-428.html>>
<http://www.gasht.blogfa.com/post-29.aspx>
<http://www.hotl.ir/tarikhcheh-hotel.htm>

Walter J. Buzby II and David Paine,
(1978): Hotel & motel security
management, Security World
Publishing Co., Los Angeles,
California

Archive of SID