

Research Paper

Exploratory analysis and spatial model of hotel distribution in Three vertices of the triangle tourism in Iran (Isfahan, Shiraz, Yazd)

Mehrangiz Rezaee*¹ 

¹ Assistant Professor, Geography and rural planning, Department of Geography, Yazd University, Yazd, Iran. (rezaee.m@yazd.ac.ir)



© The Author(s)

publisher: University of Mazandaran

[10.22080/jtpd.2024.27909.3928](https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.27909.3928)**Received:**

September 18, 2024

Accepted:

October 10, 2024

Available online:

November 2, 2024

Keywords:

Spatial exploratory analysis, spatial model, spatial clustering, hotel, tourism.

Abstract

Context and Purpose: One of the most important issues in tourism geography is the spatial distribution phenomena related to tourism activity. Hotels are perhaps the only aspect of the urban tourism product of which tourists are virtually the only consumers. The purpose of this research is to explore and investigate the distribution models and spatial structure of hotels in the tourist cities of Isfahan, Yazd, and Shiraz.

Design/methodology/approach: In this research, spatial data of hotels, spatial statistics methods of Global Moran's Index (GMI), and Local Moran's Index (LMI) have been used.

Findings: The results show that three major touristic cities of Iran all follow the historical development model. In terms of spatial statistics, using the GMI, the spatial pattern of hotel distribution was tested; The results of the test showed that the spatial pattern of the hotel is distributed in clusters. Also, the results of LMI of spatial clusters with high-high patterns are concentrated in C.B.D.

Conclusion: This spatial pattern creates advantages for other hotels in the vicinity of each other. According to this cluster distribution of hotels, proper planning for organizing tourism services, and demand management, may have a significant improvement in the experience of travelers and promotion of the tourism industry of historical and tourist cities.

Originality/value: In this research, considering the spatial dimensions, for the first time in the country, the spatial structure of hotels in tourist and historical cities has been explored and investigated.

*Corresponding Author: Mehrangiz Rezaee

Address: Department of Geography, Yazd University, Yazd, Iran.

Email: Rezaee.m@yazd.ac.ir

Tel: 09128129235



Extended Abstract

1. Introduction

Tourism is a geographical phenomenon, which means that considering the spatial interaction between space and tourism activities and analyzing it is an important factor for proper planning and management of tourism activities. Meanwhile, hotels play a central role among the accommodation centers of the tourism sector, and their distribution method can have a significant impact on providing services and attracting tourism. Many studies have shown that the location of the hotel can significantly influence the decision and choice of a tourist to stay. Although many studies show that tourism development has many benefits for historical cities. However, the negative effects of tourism development cannot be ignored. To prevent blind exploitation in historical cities, scientific proposals should be made in the field of spatial management and sustainable development. This research seeks to discover the spatial patterns and spatial model of hotels in the historical cities of Isfahan, Shiraz, and Yazd to link urban tourism with a spatial approach due to the fact that the researchers who investigate urban tourism in Iran often do not consider the aspects of spatial dimensions. Since urban residences support the basic facilities of urban tourism and their location in the city affects the movement of tourists. Investigating the spatial distribution also facilitates the understanding of the tourism space and urban structure, so this research helps urban tourism planners provide the necessary geographical understanding for the development of urban tourism.

2. Research Methodology

The research is applied in terms of purpose and exploratory-descriptive in terms of method. The statistical population of the research is all the urban areas of the three cities of Isfahan, Shiraz, and Yazd. In order to achieve a uniform spatial unit for the three studied cities, it is necessary to define a spatial unit for the studied area and gather all the data. Therefore, a 500 x 500 m grid was created, which shows. This type of grinding is one of the conventional methods for aggregating data and avoiding the problem of modifiable areal units (MAUP). The data related to the number and geographical location of residences in the cities of Isfahan, Shiraz, and Yazd, which was collected based on the latest data available on the cultural heritage site, was compiled in the geographic information system of the spatial database. The methodology of this research is based on the exploratory spatial data analysis (ESDA) method.

Exploratory data analysis of spatial data is a subset of exploratory data analysis that focuses on the distinguishing properties of spatial data—specifically, spatial autocorrelation and spatial heterogeneity.

3. Research Findings

The value of Moran's index is 0.336, 0.56532, and 0.4974 for the cities of Isfahan, Shiraz, and Yazd respectively, which shows positive spatial autocorrelation. Positive spatial autocorrelation indicates that similar values are placed together and form spatial clusters. Thus, the distribution values in a particular location tend to be similar to the hotel distribution values in nearby locations. Therefore, this correlation is related to the geographical order of the distribution of hotels, and the distribution of hotels is not random. The

clustering of hotels in the vicinity of each other leads to advantages known in the literature as the accumulation effect. This means that hotels can receive positive effects from their neighboring hotels. Local Moran shows different patterns of spatial dependence between spatial units based on their values. The high-high pattern includes units whose values are high and adjacent units also have high values. In the city of Isfahan, they are spatially distributed in three cities, which is a historical region. The same pattern can be seen in the two cities of Shiraz and Yazd. Based on the review of the literature related to hotel spatial models and field studies, it can be said that the spatial model of hotel distribution in all three cities of Isfahan, Yazd, and Shiraz follows the historical tourism model.

4. Conclusion

This research shows that there is an effect of spatial autocorrelation among the hotels of the three historical cities of Isfahan, Shiraz, and Yazd. The results show that the density of historical tourist attractions affects the choice of hotel location in important historical cities of Iran. It was also found that most of the hotels are not located in prosperous areas with very high incomes. This result contradicts the research results that claim that hotels are built in prosperous areas. Possibly, compared to high-income areas, hotel investors may obtain land for hotel construction at a lower price in low-income areas. Our findings show that the clustering of hotels in the city center due to the use of agglomeration effects is common among hotels. This research shows that a motivation to establish a

hotel close to other hotels is to achieve a significant positive effect on hotel efficiency, where hotels can benefit from positive spillover effects from their neighbors. Similarly, the degree of agglomeration seems to have a significant effect on increasing hotel profits, lowering hotel costs, and internationalization of hotels. However, it should be noted that several factors affect the distribution of hotels. Therefore, it is necessary to identify and investigate the factors in future research. Urban planners and the tourism industry can design suitable programs for the development and improvement of the hotel industry in historical cities, considering the spatial pattern of hotels and the effective factors in their spatial distribution. These programs can include improving the attractiveness of tourist attractions, creating better facilities and services in strategic points of the city, developing road and communication networks, and developing green spaces and required public services.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Author contributed equally to the conceptualization and writing of the article. author approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work

Conflict of Interest

Author declared no conflict of interest.

Acknowledgments

I am grateful to all the persons for scientific consulting in this paper.



علمی پژوهشی

مدل مکانی توزیع هتل‌ها در سه رأس مثلث گردشگری ایران (اصفهان، شیراز، یزد)

مهرانگیز رضائی ^۱ ID *

^۱ استادیار، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشگاه یزد، یزد، ایران. (rezaee.m@yazd.ac.ir)



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه مازندران



[10.22080/jtpd.2024.27909.3928](https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.27909.3928)

چکیده

زمینه و هدف: از مهم‌ترین مسائل در حوزه جغرافیای گردشگری، توزیع فضایی اماکن مرتبط با فعالیت گردشگری است. هتل‌ها شاید تنها جنبه محصول گردشگری شهری باشند که گردشگران عملاً تنها مصرف‌کنندگان آن هستند. هدف این مقاله کشف الگوهای فضایی و بررسی مدل‌های توزیع و ساختار فضایی هتل‌ها در شهرهای گردشگری و تاریخی اصفهان، شیراز و یزد است.

روش‌شناسی: در این پژوهش از داده‌های مکانی هتل‌ها و روش‌های آمار فضایی همچون شاخص موران جهانی (GMI) و شاخص موران محلی (LMI) استفاده شده است.

یافته‌ها: علی‌رغم اینکه توزیع فضایی هتل‌ها از مدل‌های مختلفی پیروی می‌کند، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که سه شهر گردشگرپذیر ایران از مدل توسعه تاریخی و مرکز تجاری شهر پیروی می‌کند و اکثر هتل‌ها در این بخش از شهرها متمرکز شده‌اند. به لحاظ آمار فضایی نیز با استفاده از شاخص GMI، الگوی فضایی توزیع هتل مورد آزمون قرار گرفت؛ نتایج آزمون نشان داد الگوی فضایی هتل به صورت خوشه‌ای است. همچنین نتایج شاخص LMI نشان می‌دهد خوشه‌های فضایی با الگوی بالا-بالا در بافت تاریخی و تجاری شهر متمرکز شده‌است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها: این الگوی فضایی، باعث ایجاد مزیت‌هایی برای سایر هتل‌ها در مجاورت یکدیگر می‌شود. با توجه به این توزیع خوشه‌ای هتل‌ها، برنامه‌ریزی مناسب برای سامان‌دهی خدمات گردشگری و مدیریت تقاضا، ممکن است بهبود قابل توجهی در تجربه مسافران و ارتقای صنعت گردشگری شهرهای تاریخی و گردشگرپذیر داشته باشد.

نوآوری و اصالت: در این پژوهش با در نظر گرفتن جنبه‌های ابعاد فضایی برای نخستین بار در کشور به کشف و بررسی ساختار فضایی هتل‌ها در شهرهای گردشگرپذیر و تاریخی پرداخته شده است.

تاریخ دریافت:

۲۸ شهریور ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۹ مهر ۱۴۰۳

تاریخ انتشار:

۱۲ آبان ۱۴۰۳

کلیدواژه‌ها:

تحلیل اکتشافی فضایی؛ مدل فضایی؛ خوشه‌بندی فضایی؛ هتل؛ گردشگری.

* نویسنده مسئول: مهرانگیز رضائی

آدرس: گروه جغرافیا، دانشگاه یزد، یزد، ایران.

ایمیل: rezaee.m@yazd.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۲۸۱۲۹۲۳۵

۱ مقدمه

et al, 2020 Yang et al, 2014; ; Luo & Yang, (2016).

شهرهای تاریخی نوع خاصی از میراث فرهنگی هستند که نه تنها تعداد زیادی از میراث فرهنگی ملموس مانند بناهای تاریخی، مکان‌های تاریخی و بناهای سنتی را حفظ می‌کنند، بلکه مکان‌های مهمی برای به ارث بردن میراث فرهنگی ناملموس هستند (Gruber, 2017 Timothy & Nyaupane, 2009). دگرگونی‌های توسعه به طور مؤثری نوسازی شهرهای تاریخی را محقق کرده است (Borg et al, 2023; Zhang et al, 1996). بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد علی‌رغم اینکه توسعه گردشگری مزایای زیادی برای شهرهای تاریخی دارد، (Ashworth & Tunbridge, 2011; Ya & Morrison, 2008; Nasser, 2003). با این حال نمی‌توان اثرات منفی توسعه گردشگری را نادیده گرفت (Li et al, 2020). برای جلوگیری از بهره‌برداری کور در شهرهای تاریخی، باید پیشنهادها علمی در زمینه مدیریت فضایی و توسعه پایدار ارائه شود.

به‌عنوان بخشی از صنعت گردشگری، هتل‌ها برای جذب موفقیت‌آمیز مهمانان و برنده شدن در رقابت، به شدت بر استراتژی‌های مکان‌یابی مؤثر متکی هستند (Fang et al, 2021). یکی از جهت‌گیری‌های تحقیقاتی در مکان هتل، اثر انباشت است که به مزایایی که هتل‌ها می‌توانند از خوشه‌بندی دریافت کنند، اشاره دارد. هتلی که در یک خوشه واقع شده است دارای مزایایی است، مانند منابع در دسترس‌تر و هزینه‌های جست‌وجوی کمتر برای مصرف‌کنندگان (Canina & Carvell, 2005). با این حال، مزایایی که هتل‌ها از اثرات انباشت به دست می‌آورند، می‌تواند ناهمگن باشد (Kalnins & Chung, 2001). هتل‌هایی که سطح بالایی از تمایز را دنبال می‌کنند، ممکن است به اثرات انباشت مثبت سایر هتل‌ها کمک کنند (Canina & Carvell, 2005). از منظر جغرافیایی، ماهیت اثرات انباشت فضایی یک مسأله "فضایی"

گردشگری یک پدیده جغرافیایی است؛ بدین معنا که در نظر گرفتن تعامل فضایی بین فضا و فعالیت‌های گردشگری و تجزیه و تحلیل آن یک عامل مهم برای برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح فعالیت‌های گردشگری می‌باشد. در ایران یکی از چالش‌های عمده گردشگری، عدم توازن در سازمان فضایی گردشگری است (شماعی و موسی‌وند، ۱۳۹۰). بنابراین وجود عدالت جغرافیایی در پراکندگی خدمات و زیرساخت‌های گردشگری، می‌تواند عدم توازن در بهره‌مندی از امکانات بالقوه فضا را از بین ببرد (نصیری، ۱۳۹۷). در همین راستا مجموعه‌ای از مطالعات دانشگاهی در حال انجام هستند که به دنبال آگاهی از الگوهای توزیع متغیرهای گردشگری در فضا هستند (Yang et al, 2014). این آگاهی، اطلاعات حیاتی را در اختیار مدیران مقصد، سرمایه‌گذاران و دیگر بخش‌های خصوصی قرار می‌دهد و همچنین اطلاعات ضروری برای برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای را به‌ویژه در مواردی که شامل برنامه‌ریزی خدمات زیرساختی می‌شود، فراهم می‌کند (McNeill, 2008). در این میان اقامتگاه‌های شهری و به‌ویژه هتل‌ها نقش محوری در بین مراکز اقامتگاهی بخش گردشگری ایفا می‌نمایند و نحوه توزیع آن‌ها در ارائه خدمات و جذب گردشگری تأثیر بسزایی می‌تواند داشته باشد (Batista et al, 2018). از آنجایی که جابه‌جایی مجدد هتل تقریباً غیرممکن است، انتخاب صحیح مکان برای یک اقامتگاه جدید بسیار مهم است. در مقایسه با صنعت تولید، در گردشگری به‌عنوان یک صنعت خدماتی، عمدتاً انتخاب مکان برای جذب گردشگر/ مشتری و ارتقای موفقیت در میان رقابت شدید به استراتژی‌های مؤثر متکی است (Yang, 2012). بسیاری از مطالعات نشان داده است که موقعیت مکانی اقامتگاه به‌طور قابل‌توجهی در تصمیم‌گیری و انتخاب یک گردشگر برای اقامت می‌تواند تأثیرگذار باشد (Chu & Tat, 2000; Lee



است. در سال‌های بعد از همه‌گیری کرونا با افزایش بازدید گردشگران داخلی در شهرهای بزرگ تاریخی ایران یعنی اصفهان، شیراز و یزد که از نظر موقعیت جغرافیایی سه رأس مثلث گردشگری ایران هستند، تحولات چشمگیری صورت گرفته است. اقدامات زیربنایی و تأسیساتی بسیاری از سوی دولت و بخش خصوصی انجام شده است. با این حال، به جز مطالعات اندکی که صرفاً برای ارائه مدل‌ها و راهبردهای توسعه گردشگری انجام شده است، تحقیق قابل توجهی در خصوص توزیع و الگوهای فضایی هتل در این شهرها انجام نشده است.

اهمیت تحقیق در مورد جغرافیای هتل‌ها در شهرها از این واقعیت ناشی می‌شود که هتل‌ها شاید تنها جنبه محصول گردشگری شهری باشند که گردشگران عملاً تنها مصرف‌کنندگان آن هستند و هتل‌ها از بسیاری جهات، نماینده مؤلفه گردشگری در شهرها هستند. این پژوهش به دنبال کشف الگوهای فضایی و مدل مکانی هتل‌ها در شهرهای تاریخی اصفهان، شیراز و یزد با هدف پیوند گردشگری شهری با رویکرد فضایی است؛ چراکه محققانی که در ایران به بررسی گردشگری شهری می‌پردازند، اغلب جنبه‌های ابعاد فضایی را در نظر نمی‌گیرند. از آنجایی که هتل‌های شهری امکانات اولیه گردشگری شهری را پشتیبانی کرده و موقعیت مکانی آن‌ها را در شهر حرکت گردشگران تحت تأثیر قرار می‌دهد، بررسی توزیع فضایی موجب تسهیل درک فضای گردشگری و ساختار شهری نیز می‌شود، بنابراین این تحقیقات به برنامه‌ریزان گردشگری شهری کمک می‌کند تا درک جغرافیایی لازم را برای توسعه گردشگری شهری فراهم آورند.

۲ ادبیات پژوهش

در طول سال‌ها، مدل‌های متعددی برای توضیح موقعیت درون شهری هتل‌ها در شهرها توسعه یافت. این مدل‌ها را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد: (۱) مدل‌هایی که در تکامل تاریخی شهر و مبنی بر توسعه فناوری حمل‌ونقل پایه‌ریزی شده‌اند

است که با مجموعه‌ای از مختصات جغرافیایی و تعاملات فضایی مشخص می‌شود. اکثر مطالعات قبلی در مورد خوشه‌های هتل بر عوامل غیر مکانی مانند تصمیم‌گیری، توسعه استراتژی و مدیریت سرمایه‌گذاران و مدیران و عملکرد، اندازه و برند هتل‌ها متمرکز شده‌اند. یکی از عواملی که به‌طور گسترده مورد توجه قرار نگرفته است، این است که آیا یک هتل تمایل به خوشه‌بندی در فضا نشان می‌دهد یا خیر. بدون تلاش‌های پژوهشی کافی در این موضوع، آثار جغرافی‌دانان کاربردی و دیگر متخصصان در خصوص پیامدهای سیاست در پرداختن به اثرات انباشت هتل‌ها، می‌تواند نامناسب باشد. هتل‌ها در مناطق شهری معمولاً در خوشه‌های مشخصی قرار دارند که نشان می‌دهد توزیع آن‌ها تصادفی نیست.

در ایران گردشگری صنعت جدیدی است و هدف اکثر مطالعات ارائه راهکارهایی برای توسعه گردشگری و کمتر به جنبه و ماهیت جغرافیایی آن توجه شده است. شهر اصفهان در مرکز ایران یکی از مشهورترین مقاصد گردشگری است؛ شهری که سالانه هزاران گردشگر داخلی و خارجی را به سمت خود می‌کشاند. در اصفهان بناها و آثار تاریخی بسیاری نظیر پل‌ها، مساجد، کاخ‌ها، عمارت‌ها و کلیساها با معماری چشمگیر در آن به چشم می‌خورند. برخی از جاذبه‌های تاریخی اصفهان در فهرست میراث جهانی یونسکو قرار دارند. شهر یزد اولین شهر خشت خام و دومین شهر تاریخی جهان است که به‌عنوان نخستین بافت تاریخی شهری (بافت قدیم) ایران به ثبت جهانی رسیده و این موضوع انگیزه گردشگران را برای سفر به این شهر کویری افزایش داده است. شهر شیراز پنجمین شهر بزرگ و پرجمعیت ایران است که در بین گردشگران به دلیل داشتن جاذبه‌های تاریخی، مذهبی، فرهنگی و طبیعی بسیار محبوب شده است. این سه شهر به دلیل دارا بودن جاذبه‌های گردشگری تاریخی- فرهنگی و توانمندی بالا در جذب گردشگر داخلی و خارج در گردشگری پیشرفت چشمگیری داشته

طراحی شده است، منطقه هتل در مرکز شهر بین داخلی‌ترین منطقه تجاری مرکزی شهر (CBD) و منطقه تجاری آن واقع شده است (شکل ۱). فرض بر این است که گردشگران مایلند در ازای دسترسی سریع و آسان به مرکز شهر، هزینه بیشتری بپردازند (Sigler et al., 2024). با این حال، Arbel & Pizam (۱۹۷۷) در مطالعه خود بر روی منطقه شهری تل آویو دریافتند که گردشگران، حداقل در تئوری، از رزرو هتل در حومه شهر بسیار خوشحال هستند اگر: (الف) اتاق‌های هتل ارزان‌تر باشند و (ب) شهر دارای یک سیستم حمل‌ونقل عمومی کارآمد باشد که دسترسی آسان به مرکز شهر را ارائه می‌دهد. لازم به ذکر است که این فرض که گردشگران یک مکان مرکزی را ترجیح می‌دهند، فقط برای گردشگران منفرد معتبر است و در مورد گردشگران گروهی، صادق نیست (Fang, 2019).

در سال ۲۰۰۰، Egan & Nield مدلی را بر اساس این فرض منتشر کردند که در داخل شهرها می‌توان سلسله مراتبی از هتل‌ها را بر اساس مکان شناسایی کرد (Zhao et al., 2022; Jang & Kim, 2022) (جدول ۲-۲). در این مدل دیدگاه اقتصادی سنتی نئوکلاسیک اتخاذ شده و بر نقش دسترسی و اجاره در تعیین کاربری زمین از طریق فرآیند مناقصه رقابتی تأکید می‌کند (Egan & Nield, 2000).

مدل Egan & Nield به طور قابل توجهی با مدل Yokeno متفاوت است؛ زیرا متغیر تعیین‌کننده کلیدی را از یک متغیر بر اساس هزینه‌ها به متغیری بر اساس درآمد بالقوه تبدیل کرد. با این حال، این دو مدل در این فرض مشترک هستند که گردشگران هتلی را در یک مکان مرکزی ترجیح می‌دهند (Fang, 2019).

عوامل دیگری که بر الگوی فضایی درون شهری هتل‌ها تأثیر می‌گذارد، عبارت‌اند از مورفولوژی، تاریخچه و عملکردهای اقتصادی مختلف شهر و همچنین نوع گردشگری که آن را جذب می‌کند (Srivani et al, 2022). به همین ترتیب، الگوی فضایی هتل‌ها در شهرهایی مانند نیویورک، لندن و

(Ritter, 1985; Ashworth, 1989); (۲) مدل‌های سنتی کاربری زمین هستند (Egan & Nield, 2000; Yokeno, 1968).

۲٫۱ مدل‌های توسعه تاریخی

ریتر (۱۹۸۶) در جریان تحقیقات خود در مورد توزیع هتل‌ها در نورنبرگ آلمان، یک مدل تاریخی برای توسعه مراکز توریستی در مناطق شهری ارائه کرد. مطابق با تحقیقات ریتر، در هر دوره معین، مکان هتل‌های شهر عمدتاً توسط شکل غالب فناوری حمل‌ونقل در آن زمان تعیین می‌شد (Iliev, 2021; Budović et al, 2020). بنابراین، قبل از ظهور راه آهن، در شهرهای ساحلی، هتل‌ها در امتداد آب‌نما، در کنار سواحل رودخانه‌ها، دریاچه‌ها، یا دریا و در شهرهای محصور در خشکی در مرکز شهر یا نزدیک به دروازه‌های شهر متمرکز بودند. ورود راه آهن به این معنا بود که هتل‌ها در اطراف ایستگاه راه‌آهن محلی متمرکز می‌شوند (Deng & Hu, 2021). با ظهور خودرو، هتل‌هایی در حومه شهر، نزدیک به جاده کمربندی شهر و با دسترسی آسان جاده‌ای به مرکز شهر ساخته شدند (Shoval, 2006; Kotus, 2006; van Nes, 2021). حجم حمل‌ونقل هوایی خوشه‌ای از هتل‌هایی که در کنار فرودگاه‌های بین‌المللی اصلی قرار دارند، شکل گرفتند (Camilleri, 2018).

اشورث (۱۹۸۹) نیز یک مدل تاریخی برای شهرهای متوسط اروپای غربی ارائه کرد. آشورث در حالی که با ریتر در مورد مکان برخی از هتل‌ها موافق بود، علاوه بر توسعه فناوری حمل‌ونقل، به ارتباط عواملی مانند دسترسی، ارزش زمین، راحتی محیطی، تداوم تاریخی و سیاست‌های کاربری زمین اشاره داشت (Orhan, 2023; Budović et al., 2020).

۲٫۲ مدل‌های کاربری اراضی

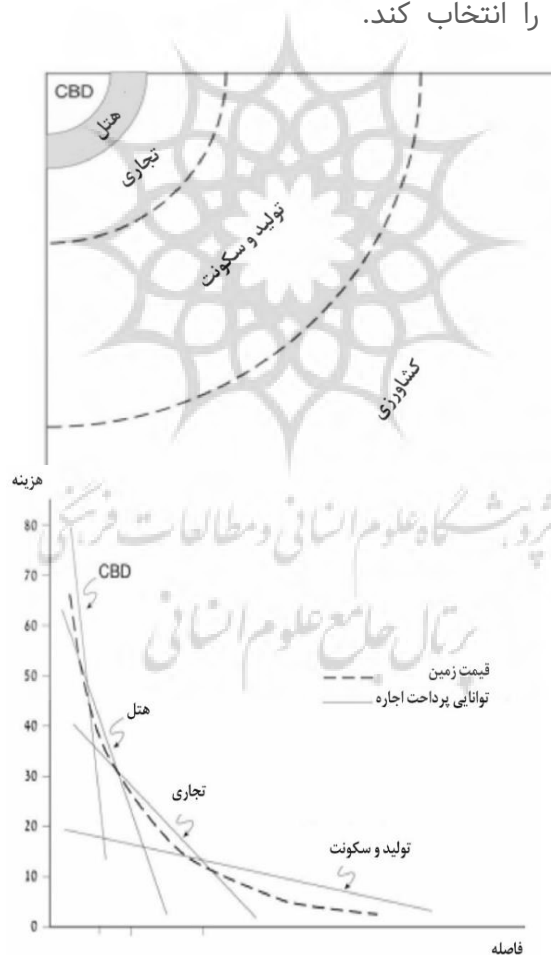
Yokeno (1968) یک مدل کاربری اراضی متحد‌المرکز را بر اساس اصل منحنی‌های اراضی ارائه کرد. این مدل که بر اساس مدل فون‌تونن (۱۸۲۶)

بنابراین، این واقعیت که آن‌ها در یک منطقه جغرافیایی کوچک جمع شده‌اند، به هتل‌ها یک مزیت بازاریابی مهم می‌دهد.

با توجه به تنوع بسیار زیاد شهرها به‌طور کلی، مدلی که الگوی فضایی هتل‌ها در شهرها را به خودی خود ترسیم می‌کند، از نظر تعیین دقیق توزیع هتل‌ها در یک شهر خاص، کاربرد عملی کمی خواهد داشت. مدلی که شرایطی را توصیف می‌کند که تقاضای گردشگران را برای هتل‌های واقع در مرکز ایجاد می‌کند، اعتبار بسیار بیشتری دارد. چنین مدلی به درک ما از ساختار فضایی شهرهای معاصر که در آن پدیده گردشگری درون شهری به‌وضوح در حال افزایش است، می‌افزاید.

پاریس، با یک شهر کوچک تاریخی، متفاوت خواهد بود.

بدیهی است که صرف نظر از نوع شهر مورد بحث، اکثر هتل‌های توریستی را در مرکز شهر یا اطراف آن به این دلیل ساده که گردشگران عموماً می‌خواهند در فاصله کمی از آن باشند، می‌توان یافت. شهر توریستی مدل Yokeno توضیحی تحلیلی در مورد اینکه چرا هتل‌ها در داخل شهر خوشه می‌شوند، ارائه می‌دهد. با این حال، با توجه به این سؤال که «چرا چنین تقاضای زیادی برای هتل‌های واقع در مرکز از سوی گردشگران وجود دارد»، یوکنو به این نکته بسنده کرد که: تمرکز زیاد هتل‌ها در مرکز شهر، فرد را قادر می‌سازد «با توجه به سلیقه و بودجه خود» هتلی را انتخاب کند.



شکل یک- مدل مکانی هتل یوکنو

۳ روش‌شناسی پژوهش

پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش اکتشافی-توصیفی است. جامعه آماری پژوهش تمامی مناطق شهری سه شهر اصفهان، شیراز و یزد است. جهت دستیابی به واحد فضائی یک‌دست برای سه شهر مورد مطالعه ضروری است یک واحد فضایی برای منطقه مورد مطالعه تعریف و همه داده‌ها در آن تجمیع شود. بنابراین یک شبکه ۵۰۰×۵۰۰ متر ایجاد شد. این نوع شبکه‌بندی یکی از روش‌های مرسوم برای تجمیع داده‌ها و اجتناب از مسأله واحدهای ناحیه‌ای قابل اصلاح (MAUP) است. داده‌های مربوط به تعداد و موقعیت جغرافیایی هتل‌های شهرهای اصفهان، شیراز و یزد که بر اساس آخرین داده‌ها موجود در سایت میراث فرهنگی گردآوری شد و در نرم‌افزار Arc Gis پایگاه داده فضایی تشکیل شده است. روش‌شناسی این پژوهش مبتنی بر روش تحلیل اکتشافی داده فضایی (ESDA) است.

تحلیل اکتشافی داده فضایی زیرمجموعه‌ای از تحلیل اکتشافی داده است که بر روی خصیصه‌های متمایزکننده داده فضایی-به‌ویژه خودهمبستگی فضایی و ناهمگنی فضایی-متمرکز است (Anselin, 1999). تحلیل اکتشافی داده فضایی مرحله‌ای از تحلیل است که الگوهای فضایی و ساختارها آشکار می‌شوند، فرضیه‌ها پیشنهاد و مدل‌ها ارائه می‌شوند. تحلیل اکتشافی داده فضایی می‌تواند صرفاً توصیفی یا ممکن است عنصری از آزمون فرضیه را در برگیرد که در آن هیچ مدلی برای فرضیه جایگزین ارائه نمی‌شود. تحلیل اکتشافی داده فضایی دارای جنبه‌های عددی و بصری‌سازی است. هدف تحلیل

اکتشافی داده فضایی، شناسایی خاصیت داده‌ها به منظور شناسایی الگوهای درون داده‌ها، تدوین فرضیه‌ها از داده‌ها و بررسی برخی جنبه‌های ارزیابی مدل است (Maheswaran et al, 2004). در این پژوهش، با استفاده از روش‌های تحلیل اکتشافی؛ موران سراسری و موران محلی به کشف الگوهای فضایی توزیع هتل پرداخته شده است.

موران سراسری: سنجش موران I سراسری از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$I = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij} (x_i - \bar{X})(x_j - \bar{X})}{(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij}) \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{X})^2}$$

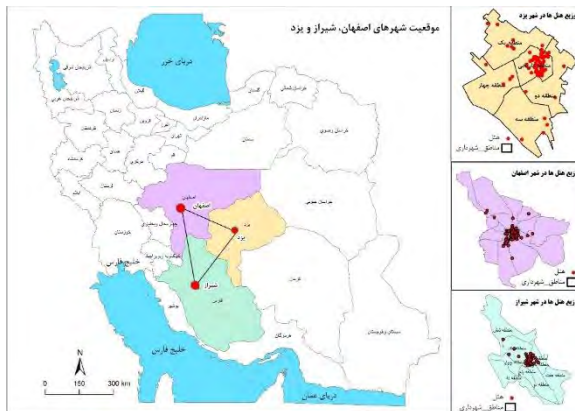
که در آن n تعداد نواحی، x_i مقدار متغیر در ناحیه i، x_j مقدار متغیر در ناحیه j، \bar{X} میانگین متغیر در تمامی نواحی و w_{ij} وزن به‌کاررفته برای مقایسه دو ناحیه I و j است.

مقدار I معمولاً از -۱ تا +۱ متغیر است، مقدار نزدیک به صفر نشان‌دهنده الگوی فضایی تصادفی برای پدیده است و مقادیر نزدیک به منفی ۱ و ۱ نشان‌دهنده بالاترین تمرکز جغرافیایی مقادیر نامشابه و مشابه است (Lehtonen & Tykkyläinen, 2017: 239).

موران محلی: شاخص موران محلی از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود (Saizen et al., 2010:644).

$$I_i = \frac{x_i - \mu}{\sum_i (x_i - \mu)^2} \sum_j w_{ij} (x_j - \mu)$$

که n تعداد واحدهای فضایی؛ x_i مقدار متغیر x در موقعیت i؛ μ میانگین مقدار x؛ w_{ij} وزن فضایی میان موقعیت i و j است.



شکل ۲. محدوده مورد مطالعه و موقعیت مکانی هتل‌ها در شهرهای اصفهان، شیراز و یزد

۴ یافته‌ها و بحث

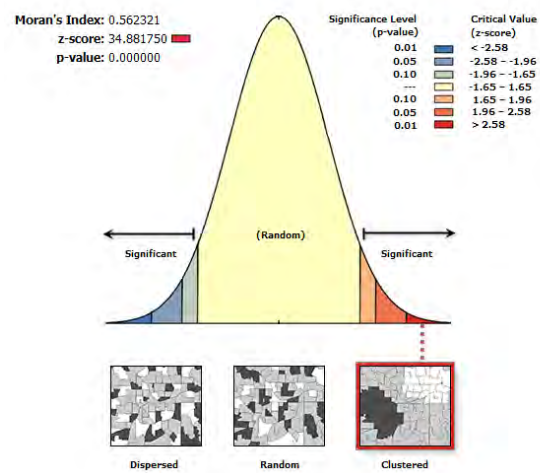
در شهرهای اصفهان، شیراز و یزد را نشان می‌دهد. مقدار شاخص موران به ترتیب برای شهرهای اصفهان، شیراز و یزد $۰/۳۳۶$ ، $۰/۵۶۵۳۲$ ، $۰/۴۹۷۴$ است که خودهمبستگی فضایی مثبت را نشان می‌دهد. خودهمبستگی فضایی مثبت نشان می‌دهد که مقادیر مشابه در کنار هم قرار گرفته‌اند و خوشه‌های فضایی را شکل داده‌اند. بدین ترتیب که مقادیر توزیع در مکان خاص، تمایل دارند تا با مقادیر توزیع هتل در مکان‌های مجاور مشابه باشند. بنابراین این همبستگی مربوط به نظم جغرافیایی توزیع هتل‌ها است و توزیع هتل‌ها تصادفی نیستند. خوشه‌بندی هتل‌ها در مجاورت یکدیگر مزایایی را به دنبال دارد که در ادبیات به‌عنوان اثر انباشت شناخته می‌شود. به این معنی که هتل‌ها می‌توانند اثرات سرریز مثبتی از هتل‌های مجاور خود دریافت کنند.

اغلب پدیده‌ها به دلیل شیوه‌ای که به لحاظ جغرافیایی سازمان‌دهی می‌شوند، تمایل دارند تا از لحاظ فضایی به طور مثبتی خودهمبسته باشند. همان‌طور که شکل دو نشان می‌دهد، توزیع هتل‌ها در هر سه شهر، نامتوازن توزیع شده است که عمدتاً در منطقه تاریخی متمرکز شده‌اند. برای درک اینکه آیا توزیع هتل‌ها از الگوی فضایی معینی پیروی می‌کنند یا نه، از شاخص سراسری موران استفاده شد. اگر مقادیر GMI نزدیک $+1$ نشان‌دهنده الگوی خوشه‌ای و مقادیر -1 نشان‌دهنده یک الگوی پراکنده است. سرانجام، مقادیر نزدیک صفر نشان‌دهنده عدم وجود الگوی فضایی هستند.

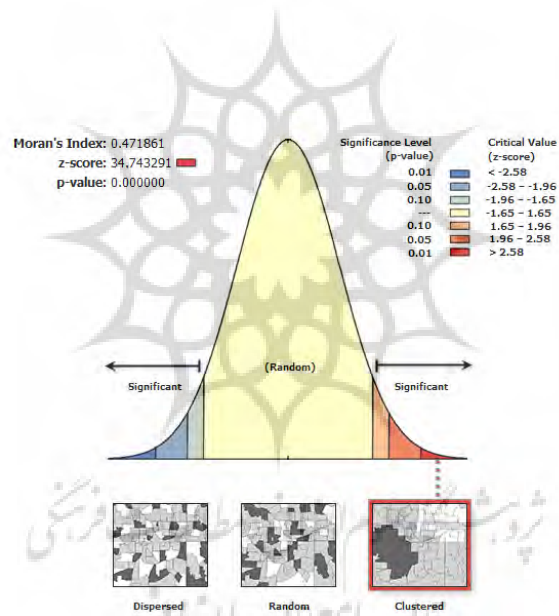
جدول شماره یک و شکل‌های سه، چهار و پنج، گزارش خودهمبستگی فضایی سراسری توزیع هتل

جدول ۱. مقادیر خودهمبستگی فضایی سراسری توزیع هتل در شهرهای اصفهان، شیراز و یزد

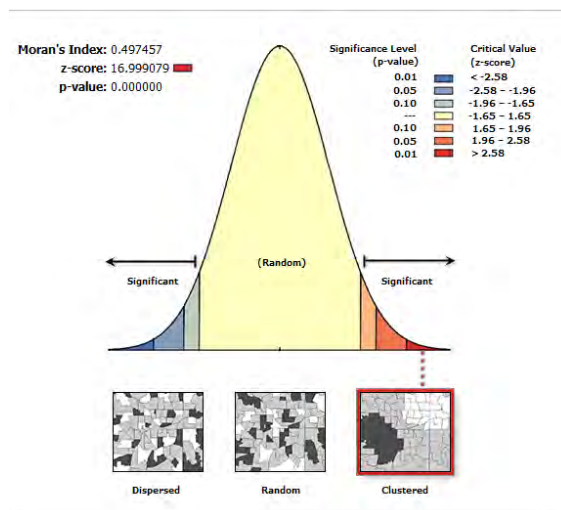
Z-value	p-value	شاخص موران	شهر
۳۴/۷۴۳	۰/۰۰۰	۰/۴۷۱	اصفهان
۳۴/۸۸۱	۰/۰۰۰	۰/۵۶۵۳۲	شیراز
۱۶/۹۹۹	۰/۰۰۰	۰/۴۹۷۴	یزد



شکل ۳. گزارش خودهمبستگی فضائی هتل‌ها در اصفهان



شکل ۴. گزارش خودهمبستگی فضائی هتل‌ها در شیراز

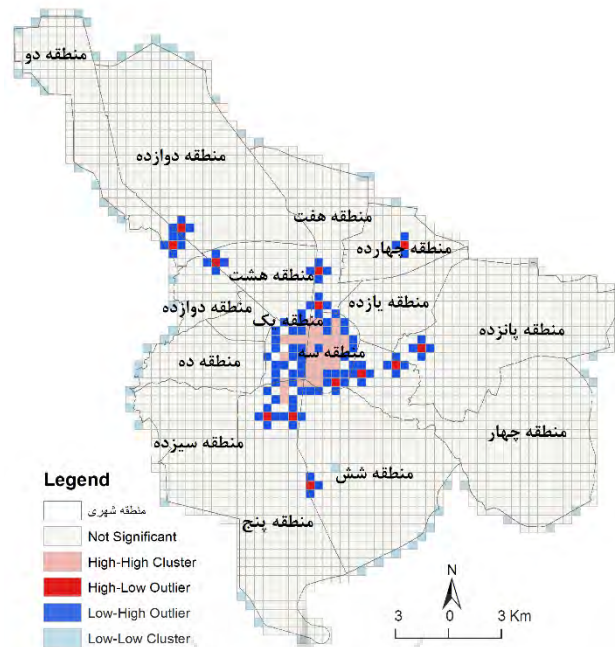


شکل ۵. گزارش خودهمبستگی فضائی هتل‌ها در یزد

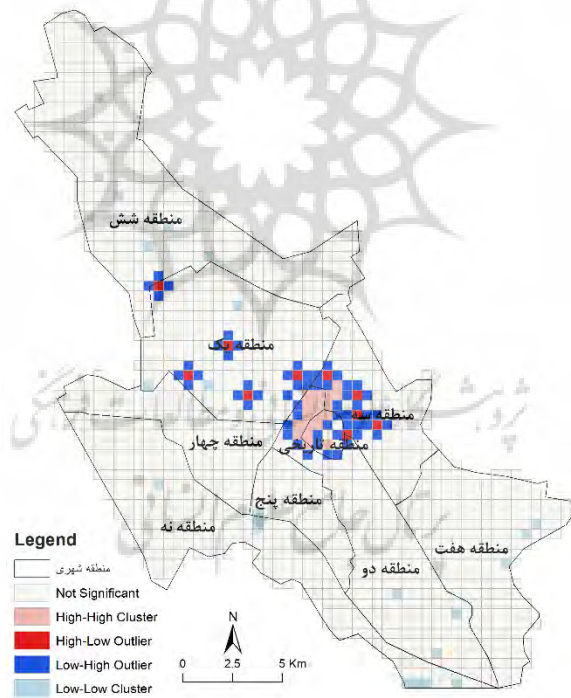
شیراز و یزد نیز همین الگو دیده می‌شود. الگوی پایین-پایین واحدهایی هستند که مقادیر آن‌ها پایین است و واحدهایی مجاور آنان نیز مقادیر پایینی دارند. در الگوهای بالا-بالا و پایین-پایین شاخص موران محلی مثبت است و خوشه‌های فضایی را شکل می‌دهند.

الگوی بالا-پایین واحدهایی هستند که مقادیر آن‌ها بالا است و واحدهایی پایین احاطه شده است (و بالعکس در الگوی پایین-بالا). در سه شهر اصفهان، شیراز و یزد این الگو در واحدهای اطراف الگوی بالا-بالا دیده می‌شود و هرچه از مرکز شهر دورتر می‌شویم این الگو که به‌عنوان ناخوشه فضایی نامیده می‌شود به صورت پراکنده دیده می‌شود.

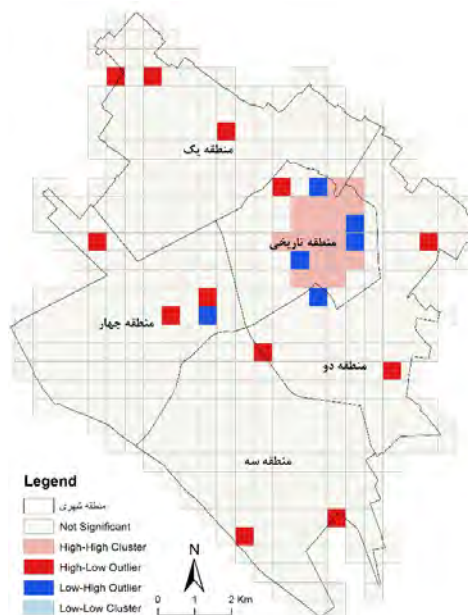
خودهمبستگی فضایی موران سراسری به ما می‌گوید که هتل‌ها به‌صورت خوشه‌ای در سراسر فضا توزیع شده‌اند؛ ولی اینکه خوشه‌ها در کجا واقع شده‌اند و ارتباط با واحدهای همسایگی چگونه است را به ما نشان نمی‌دهد. به همین دلیل و با توجه به ماهیت داده‌ها از موران محلی برای فهم جزئیات بیشتر استفاده شده است. نتایج حاصل از LMI توزیع هتل‌ها در نقشه‌های شکل شش، هفت و هشت ارائه شده است. موران محلی الگوهای متفاوتی از وابستگی فضایی میان واحدهای فضایی بر اساس مقادیر آن‌ها نشان می‌دهد. الگوی بالا-بالا واحدهایی را در برمی‌گیرد که مقادیر آن‌ها بالا است و واحدهای مجاور آن نیز مقادیر بالایی را دارند. در شهر اصفهان به لحاظ فضایی در منطقه سه شهری که بافت تاریخی دارد، توزیع شده‌اند. در دو شهر



شکل ۶. الگوی فضایی خوشه بندی هتل‌ها در اصفهان



شکل ۷. الگوی فضایی خوشه بندی هتل‌ها در شیراز



شکل ۸. الگوی فضایی خوشه‌بندی هتل‌ها در یزد

مختلف در بافت تاریخی و مرکزی شهرمتراکم هستند (شکل نه).

شهر شیراز دارای ۳۴ هتل است که از این تعداد، هتل‌های شیراز، پرسپولیس، زندیه، چمران، پارس و هما پنج ستاره، هستند. پایانه‌های مسافری برون‌شهری شیراز در نزدیکی به ابتدای ۴ محور اصلی خروجی شهر قرار دارند. ایستگاه راه‌آهن در شمال‌غرب شهر واقع شده و دارای مسیر ریلی از سمت جنوب شهر به سمت شمال‌غرب شهر می‌باشد همچنین فرودگاه نیز در جنوب‌شرقی شهر واقع شده است. توزیع مکانی هتل‌ها در شهر شیراز به جز هتل چمران، الیزه و پارس که پنج و چهار ستاره هستند همه هتل‌ها در بافت تاریخی واقع شده‌اند (شکل ده).

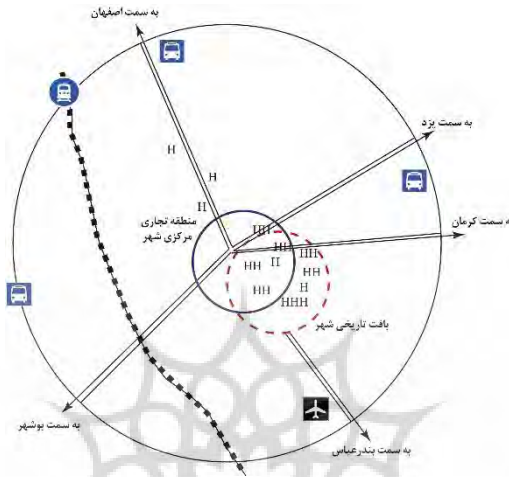
شهر یزد دارای سه محور اصلی ورودی و یک ورودی از سمت پایانه مسافری می‌باشد. همچنین دارای مسیر ریلی از سمت جنوب شهر به سمت غرب شهر می‌باشد و فرودگاه نیز در شمال‌غربی شهر واقع شده است. توزیع مکانی هتل‌ها در شهر یزد بدین صورت می‌باشد که در حاشیه شهر، اغلب هتل‌های مدرن و جدید (مانند هتل ارگ) قرار

بر اساس مرور ادبیات مربوط به مدل‌های مکانی هتل و مطالعات میدانی می‌توان گفت مدل مکانی توزیع هتل‌ها در هر سه شهر اصفهان، یزد و شیراز از مدل تاریخی- گردشگری تبعیت می‌کند که تصویر کلی از آن در شکل نه، ده و یازده ارائه شده است.

اصفهان که در مسیر راه‌های اصلی مرکز ایران قرار دارد از طریق آزادراه و جاده‌های اصلی با شهرهای بزرگ تهران، یزد، شیراز، کاشان، شهرکرد و ارتباط دارد و پایانه‌های مسافری برون‌شهری اصفهان در جنوب شرق و شمال شهر واقع شده است. همچنین این شهر از طریق مسیر ریلی به تهران، بندرعباس و شیراز مرتبط است و ایستگاه راه‌آهن در جنوب شهر واقع شده است. فرودگاه بین‌المللی اصفهان در شمال شرقی شهر و در ۱۸ کیلومتری شهر واقع شده است. شهر اصفهان دارای ۲۹ مهمان پذیر و ۸۹ هتل است که از این تعداد، هتل‌های پارسیان کوثر اصفهان، چهارباغ سپاهان، عباسی، پنج ستاره، پنج هتل چهار ستاره و همچنین ۲۹ هتل سنتی و هتل آپارتمان است. به جز چند مورد اکثر هتل‌ها با درجه و کیفیت‌های

مانند هتل پارسیان و هتل لاله واقع شده‌اند. به-طورکلی می‌توان گفت هرچه هتل‌ها از مرکز شهر دورتر باشند، مساحت بیشتری دارند و همچنین مدرن‌تر و از امکانات بیشتری برخوردار هستند. در مقابل، هتل‌هایی که در مرکز شهر و بافت تاریخی قرار گرفته‌اند، بیشتر به دلیل موقعیت مکانی خاص مورد توجه قرار گرفته‌اند (شکل یازده).

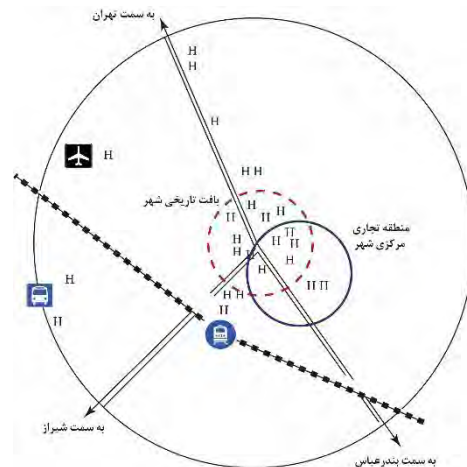
گرفته‌اند و همچنین چندین هتل در مجاور جاده‌های اصلی قرار گرفته‌اند، مانند هتل صفائیه، هتل مشیرالممالک و هتل تهرانی؛ همه این هتل‌ها مدرن می‌باشند. در بافت تاریخی و مرکزی شهر بیشترین تراکم هتل‌ها وجود دارد. تعداد ۳ هتل ۴ ستاره و مدرن و بقیه هتل‌ها ۲ و ۳ ستاره هستند. در مجاور مرکز شهر و بافت تاریخی برخی هتل‌های مدرن



شکل ۹. مدل مکانی هتل‌ها در اصفهان



شکل ۱۰. مدل مکانی هتل‌ها در شیراز



شکل ۱۱. مدل مکانی هتل‌ها در یزد

۵ نتیجه‌گیری

هتل با قیمت کم‌تر در مناطق کم درآمد به دست آورند.

یافته‌ها نشان می‌دهد که تجمع هتل‌ها در مرکز شهر در اثر استفاده از اثرات انباشت، در میان هتل‌ها مرسوم است و این با نتایج تحقیق (2005) Barros هم‌سو است. این تحقیق نشان می‌دهد که یک انگیزه برای تأسیس هتلی نزدیک به هتل‌های دیگر، دستیابی به تأثیر مثبت قابل توجه در کارایی هتل است که در آن هتل‌ها می‌توانند از اثرات مثبت سرریز از همسایگان خود استفاده کنند. به‌طور مشابه، درجه انباشت ظاهراً تأثیر قابل توجهی بر افزایش سود هتل‌ها Marco-Lajara et al. (2016b)، پایین آمدن هزینه‌های هتل Marco-Lajara et al., (2016a) و بین‌المللی‌سازی هتل‌ها Marco-Lajara et al., (2017) دارد. با این حال باید توجه داشت که عوامل متعددی بر توزیع هتل‌ها تأثیر می‌گذارند. بنابراین ضروری است که در پژوهش‌های آتی عوامل شناسایی و مورد بررسی قرار گیرند. با این حال با توجه به تبعیت توزیع مکانی هتل‌ها در سه شهر تاریخی اصفهان شیراز و یزد از مدل تاریخی- گردشگری به نظر می‌رسد، از جمله عوامل مؤثر در توزیع مکانی هتل‌ها در این شهرها جاذبه‌های گردشگری است. نقش این جاذبه‌ها در توزیع مکانی هتل‌ها بسیار مهم است و برنامه‌ریزان می‌توانند با توجه به آن‌ها، مکانیزم‌هایی برای جذب گردشگران و توسعه صنعت گردشگری در شهرهای

ادبیات گسترده‌ای، رابطه معمولی بین موقعیت هتل و محیط اطراف و مطالعات کمی روابط مختلف را در مناطق مختلف ارزیابی کرده است. روش‌های آماری متعارف (غیر فضایی) تصور می‌کنند مشاهدات از نظر فضایی مستقل هستند. با این حال، اثر خودهمبستگی فضایی، به‌ویژه تجمع فضایی در میان هتل‌ها مشخص شده است. در این پژوهش نیز در میان هتل‌های سه شهر تاریخی اصفهان، شیراز و یزد اثر خودهمبستگی فضایی وجود دارد و این با نتایج پژوهش‌های (Kalnins & Urtasun & Gutiérrez, 2001; Chung, 2004; Canina et al, 2006)، هم‌سو است.

نتایج نشان می‌دهد تراکم جاذبه‌های گردشگری بافت‌های تاریخی بر انتخاب مکان هتل در شهرهای مهم تاریخی ایران تأثیر دارد. این نتیجه با نتایج مهم تاریخی ایران تأثیر دارد. این نتیجه با نتایج (Arbel & Pizam, 1977) و (Shoval, 2006) مطابقت دارد. در واقع، عملکرد هتل، ارائه خدمات برای گردشگران است. همچنین مشخص شد که اکثر هتل‌ها در مناطق مرفه و با درآمد بسیار بالا واقع نشده‌اند. این نتیجه با نتایج تحقیق (Kalnins & Chung, 2004) که ادعا می‌کنند هتل‌ها در بخش‌های مرفه ساخته می‌شوند، در تضاد است. احتمالاً، در مقایسه با مناطق با درآمد بالا، سرمایه‌گذاران هتل ممکن است زمینی برای ساخت

شبکه‌های راه و ارتباطات و توسعه فضاهای سبز و خدمات عمومی مورد نیاز باشند.

حامی

بنا به اظهار نویسنده مسؤل، این مقاله هیچ‌گونه حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

این مقاله، یک نویسنده داشته است.

تضاد منافع

نویسنده اعلام می‌دارد که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله وجود ندارد.

تقدیر و تشکر

نویسنده، از همه افرادی که در این کار پژوهشی به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکتشان تشکر و قدردانی می‌نماید.

تاریخی را طراحی کنند. در پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌شود از روش‌های داده‌کاوی و تحلیل خوشه‌بندی فضایی- زمانی برای شناسایی الگوها در توزیع هتل‌ها استفاده کنند. همچنین، استفاده از روش‌های هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی نیز می‌تواند در پیش‌بینی الگوهای توزیع هتل‌ها و بهینه‌سازی مدیریت منابع در صنعت گردشگری مؤثر باشد.

برنامه‌ریزان شهری و صنعت گردشگری می‌توانند با توجه به الگوی فضایی هتل‌ها و عوامل مؤثر در توزیع مکانی آن‌ها، برنامه‌های مناسبی را برای توسعه و بهبود صنعت هتل‌داری در شهرهای تاریخی طراحی کنند. این برنامه‌ها می‌توانند شامل ارتقای جذابیت جاذبه‌های گردشگری، ایجاد تسهیلات و خدمات بهتر در نقاط استراتژیک شهر، توسعه

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



منابع

- Anselin, L. (1999). The future of spatial analysis in the social sciences. *Geographic information sciences*, 5(2), 67-76.
- Arbel, A., & Pizam, A. (1977). Some determinants of urban hotel location: The tourists' inclinations. *Journal of Travel Research*, 15(3), 18-22.
- Ashworth, G. J. (1989). Accommodation and the historic city. *Built Environment* (1978-), 92-100.
- Ashworth, G. J. (1989). Accommodation and the historic city. *Built Environment* (1978-), 92-100.
- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2011). Heritage, tourism and quality-of-life. In *Handbook of tourism and quality-of-life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities* (pp. 359-371). Dordrecht: Springer Netherlands.
- Barros, C. P. (2005). Evaluating the efficiency of a small hotel chain with a Malmquist productivity index. *International Journal of tourism research*, 7(3), 173-184.
- Batista e Silva, F., Herrera, M. A. M., Rosina, K., Barranco, R. R., Freire, S., & Schiavina, M. (2018). Analysing spatiotemporal patterns of tourism in Europe at high-resolution with conventional and big data sources. *Tourism Management*, 68, pp 101-115.
- Budović, A., Ratkaj, I., & Antić, M. (2020). Evolution of urban hotel geography—a case study of Belgrade. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 707-722.
- Camilleri, M. A. (2018). *Travel marketing, tourism economics and the airline product: An introduction to theory and practice*. Springer International Publishing.
- Canina, L., & Carvell, S. (2005). Lodging demand for urban hotels in major metropolitan markets. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(3), 291-311.
- Canina, L., Enz, C. A., & Walsh, K. (2006). Intellectual capital: A key driver of hotel performance.
- Chu, R.K.S. & Tat C. (2000). An important-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: a comparison of business and leisure travelers. *Tourism Management*. 21:363-377.
- Chung, W. & Kalnins, A. (2001). Agglomeration effects and performance: a test of the Texas lodging industry. *Strategic Management Journal*, ۹۸۸-۲۲:۹۶۹.
- Deng, T., Gan, C., & Hu, Y. (2021). Do hotel business benefit from increased tourist accessibility? Evidence from China's high-speed railway program. *Tourism Economics*, 27(7), 1357-1374.

- Egan, D. J., & Nield, K. (2000). Towards a theory of intraurban hotel location. *Urban studies*, 37(3), 611-621.
- Fang, L., Li, H., & Li, M. (2019). Does hotel location tell a true story? Evidence from geographically weighted regression analysis of hotels in Hong Kong. *Tourism Management*, 72, 78-91.
- Fang, L., Xie, Y., Yao, S., & Liu, T. (2021). Agglomeration and/or differentiation at regional scale? Geographic spatial thinking of hotel distribution—a case study of Guangdong, China. *Current Issues in Tourism*, 24(10), 1358-1374.
- Gruber, S. D. (2017). Venice: A culture of enclosure, a culture of control: The creation of the ghetto in the context of the early Cinquecento city 1. In *The Ghetto in Global History* (pp. 74-90). Routledge.
- Iliev, D. (2021). Consumption, motivation and experience in dark tourism: A conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies*, 23(5-6), 963-984.
- Jang, S., & Kim, J. (2022). Tourism and regional economics. In *A modern guide to tourism economics* (pp. 277-293). Edward Elgar Publishing.
- Kalnins, A., & Chung, W. (2004). Resource-seeking agglomeration: a study of market entry in the lodging industry. *Strategic Management Journal*, 25(7), 689-699.
- Kotus, J. (2006). Changes in the spatial structure of a large Polish city—The case of Poznań. *Cities*, 23(5), 364-381.
- Lee, Y. J. A., Jang, S., & Kim, J. (2020). Tourism clusters and peer-to-peer accommodation. *Annals of Tourism Research*, 83, 102960
- Lehtonen, O., & Tykkyläinen, M. (2017). Similarity of the Spatial Patterns of Net Migration and Unemployment in Finland. In *Societies, Social Inequalities and Marginalization* (pp. 235-254). Springer International Publishing.
- Li, B., Xing, Z., & Miao, L. (2020, December). Protection status of a world cultural heritage site under tourism development: Case study of Shuhe Ancient Town. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 960, No. 3, p. 032101). IOP Publishing.
- Luo, H., & Yang, Y. (2016). Intra-metropolitan location choice of star-rated and non-rated budget hotels: The role of agglomeration economies. *International Journal of Hospitality Management*, 59, pp 72-83
- Maheswaran, R., Haining, R., Maheswaran, R., & Craglia, M. (2004). *Basic issues in geographical analysis*. CRC Press, Boca Raton, Florida.
- Marco-Lajara, B., Claver-Cortés, E., Úbeda-García, M., & del Carmen Zaragoza-Sáez, P. (2016). A dynamic analysis of the agglomeration and



- performance relationship. *Journal of Business Research*, 69(5), 1874-1879.
- Marco-Lajara, B., Claver-Cortés, E., Ubeda-Garcia, M., & Zaragoza-Sáez, P. D. C. (2016). Hotel performance and agglomeration of tourist districts. *Regional Studies*, 50(6), 1016-1035.
- Marco-Lajara, B., del Carmen Zaragoza-Sáez, P., Claver-Cortés, E., Ubeda-García, M., & García-Lillo, F. (2017). Tourist districts and internationalization of hotel firms. *Tourism Management*, 61, 451-464.
- McNeill, D. (2008). The hotel and the city. *Progress in Human Geography*, 32(3), 383-398.
- Nasiri hendeh khaleh, E. (2018). Spatial inequalities in the distribution of urban services with spatial justice approach using VIKOR model. *Geographical Planning of Space*, 8(28), 133-154. (In Persian)
- Nasser, N. (2003). Planning for urban heritage places: reconciling conservation, tourism, and sustainable development. *Journal of planning literature*, 17(4), 467-479.
- Orhan, E. (2023). Urban hotel location determinants: Evidence from Ankara's hotel geography. *Cities*, 138, 104356.
- Ritter, W. (1986). "Hotel location in big cities". In *Big City Tourism*, Edited by: Vetter, F. 355 - 364. Berlin: Reimer Verlag
- Saizen, I., Maekawa, A., & Yamamura, N. (2010). Spatial analysis of time-series changes in livestock distribution by detection of local spatial associations in Mongolia. *Applied Geography*, 30(4), 639-649.
- Shamai, A., & Mosivand, J. (2011). Classification of Cities of Isfahan Province in View Point of Tourism Infrastructure by Using Topsis and AHP Models. *Urban-regional- Studies and Research (University of Isfahan)*, 3(10), 5-10. (In Persian)
- Shoval, N. (2006). The geography of hotels in cities: An empirical validation of a forgotten model. *Tourism Geographies*, 8(1), 56-75.
- Sigler, T., Zou, Z., Corcoran, J., & Charles-Edwards, E. (2024). Spatio-Temporal Variation in the Bid-Rent Functions of Long-Term and Short-Term Rentals: Evidence from South-East Queensland, Australia. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 115(1), 42-63.
- Srivanit, M., Kongphunphin, C., & Rin-chumphu, D. (2022). Exploring the Association of Spatial Capital and Economic Diversity in the Tourist City of Surat Thani, Thailand. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 11(10), 507.
- Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (Eds.). (2009). *Cultural heritage and*



- tourism in the developing world. New York: Routledge.
- Urtasun, A., & Gutiérrez, I. (2001, April). Location strategy and service positioning. Evidence from the spanish hotel industry. In Founding Conference of the European Academy of Management: European Management Research. Trends and Challenges.
- Van der Borg, J., Costa, P., & Gotti, G. (1996). Tourism in European heritage cities. *Annals of tourism research*, 23(2), 306-321.
- van Nes, A. (2021). Spatial configurations and walkability potentials. Measuring urban compactness with space syntax. *Sustainability*, 13(11), 5785.
- Yan, C., & Morrison, A. M. (2008). The influence of visitors' awareness of world heritage listings: A case study of Huangshan, Xidi and Hongcun in southern Anhui, China. *Journal of Heritage Tourism*, 2(3), 184-195.
- Yang, Y., Luo, H., & Law, R. (2014). Theoretical, empirical, and operational models in hotel location research. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 209-220.
- Yang, Y., Wong, K. K., & Wang, T. (2012). How do hotels choose their location? Evidence from hotels in Beijing. *International journal of hospitality management*, 31(3), 675-685.
- Yokeno, N. (1968). *La localisation de l'industrie touristique: application de l'analyse de Thunen-Weber.* (No Title).
- Zhang, K., Deng, H., Wang, F., & Yuan, Y. (2023). Reproduction of consumer spaces and historic district tourism in Old Beijing City. *Tourism Geographies*, 25(2-3), 508-531.
- Zhao, H., Gu, T., Yue, L., & Xu, X. (2022). Locational dynamics of luxury hotels in Shanghai metropolis, China: A spatial-temporal perspective. *Land*, 11(10), 1690.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی