

## تحلیلی بر سنجش زیرساخت‌های گردشگری در فضاهای شهری مطالعه موردی: شهر زنجان

علی شمس‌الدینی<sup>۱</sup> - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، مرودشت، ایران  
سروش سنایی مقدم - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۲/۲۳ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۷/۲۴

### چکیده

عناصر اقامتی اگرچه عامل جذب گردشگر به شهرها نمی‌باشند؛ اما همواره نقش بارزی در ماندگاری و به تبع آن هزینه‌های گردشگران ایفا می‌کند. هدف این پژوهش ارزیابی و رتبه‌بندی هتل‌ها و مسافرخانه‌های شهر زنجان می‌باشد. روش تحقیق توصیفی - مقایسه‌ای و نوع آن کاربردی است. روش گردآوری اطلاعات نیز کتابخانه‌ای - اسنادی است. در این پژوهش ابتدا با تهیه پرسشنامه در دو سطح برای گردشگران و مدیران ذی‌ربط و همچنین بر اساس استانداردهای بین‌المللی شاخص‌های مؤثر برای عناصر اقامتی مشخص گردید. سپس با انجام مقایسه دودویی در مدل تحلیل سلسله‌مراتبی وزن نسبی هر یک از شاخص‌ها تعیین شد. مقایسه بین شاخص‌ها نشان داد که هزینه اقامت بیشترین تأثیر را در انتخاب گردشگران برای اقامت در هتل‌ها و مسافرخانه‌های شهر زنجان دارا می‌باشد. این مسئله حاکی از این واقعیت است که اکثر گردشگرانی که وارد شهر زنجان می‌شوند؛ از طبقه متوسط یا حتی پایین‌تر می‌باشند که تمایل چندانی برای پرداخت هزینه‌های بالا و اقامت در مکان‌های لوکس ندارند. در مرحله بعد به منظور رتبه‌بندی عناصر اقامتی از مدل TOPSIS استفاده گردید. نتایج حاصله از مدل تاپسیس نشان داد که هتل بزرگ با وزن ۰/۷۲ با اختلاف فاحش نسبت به سایر هتل‌های شهر زنجان در رتبه اول قرار دارد. این هتل از نظر شاخص‌های مهمی همچون زیبایی ظاهری و فضای داخل هتل، داشتن سوئیت، رستوران، کافی‌شاپ، اینترنت و ماهواره بالاترین وزن را در بین سایر هتل‌ها برخوردار است. مسافرخانه حافظ نیز با وزن ۰/۶۹۴ در بین مسافرخانه‌ها در رتبه اول قرار دارد. کیفیت بهتر فضای مهمان‌سرا، داشتن سوئیت و تعداد خدمه از جمله مهم‌ترین امتیازات این مسافرخانه نسبت به سایر مسافرخانه‌های دیگر می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: عناصر اقامتی، رتبه‌بندی، TOPSIS، گردشگری، زنجان.

## مقدمه

گردشگری و گذران فراغت به شیوه جدید، پدیده‌ای پیامدی جدایی‌ناپذیر جامعه صنعتی و حلقه‌ای مهم در بازار تولید آن است که در چند دهه اخیر دارای رشد خیره‌کننده‌ای بوده است (مؤمنی، ۱۳۸۶: ۱۵). به نحوی که بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری تعداد گردشگران در سال ۲۰۱۱ با رشد ۴/۶ درصدی به ۹۸۲ میلیون نفر افزایش پیدا کرد و درآمد حاصل از آن با رشد ۳/۸ درصد از مرز ۱ تریلیون دلار گذشته است (www.Unwto.Com, 2012). جاذبه‌های گردشگری، به‌عنوان هسته اصلی مقاصد گردشگری و سرمایه‌های اولیه این صنعت، نقشی بسیار اساسی در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگر دارند (حیدری چپانه و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۶)؛ به عبارت دیگر، از مهم‌ترین مسائلی که در دهه‌های اخیر نقش مهمی در اوقات فراغت مردم داشته، جاذبه‌های گردشگری است که توانسته نقش مهمی در سرگرمی و نشاط مردم داشته باشد. به طوری که شهرها با ارائه خدمات مطلوب و درخور، بستر مناسبی برای فعالیت‌های خدماتی مانند امکانات پذیرایی و فراغتی زمینه پیشرفت و توسعه گردشگری را فراهم می‌کند (Timothy, 2005: 17). همچنین افزایش روزافزون و گسترش گردشگری در مناطق مختلف دنیا سبب شده گردشگری به‌منزله بزرگ‌ترین صنعت جهان معرفی شود و توجه برنامه ریزان را به خود جلب کند (Liu et al, 2012: 41). بارونق جهانی صنعت گردشگری، تعداد فزاینده‌ای از مناطق در کشورهای درحال توسعه اهمیت گردشگری را به‌منزله عامل مهم در توسعه اقتصادی منطقه‌ای درک کرده‌اند (Yang & Fik, 2014: 144). توسعه این صنعت از یک‌طرف، فرایند پیچیده‌ای است که عوامل توسعه بین‌المللی و ملی گروه‌های درگیر باسیاست دولت، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری را در برمی‌گیرد (Tefler et al, 2008: 80) و از طرف دیگر، فرآیند تحولات اجتماعی- اقتصادی جوامع و گذار از شیوه‌های معیشتی سنتی به شیوه‌های زندگی شهری به همراه توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل و ارتباطات، تمایلات مردم برای دوری از غوغای زندگی ماشینی و نظایر آن، به استفاده از مکان‌های خوش آب‌وهوای شهری را برای تجدیدقوا، تفریح و لذت بردن از طبیعت و استفاده مناسب برای گذران اوقات فراغت افزایش داده است (صیدایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۹ و Gallent et al, 2005: 212). که این امر با توجه به ویژگی‌های منحصربه‌فرد گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن، از یک‌سو، به‌عنوان ابزاری برای تلفیق فضای فیزیکی و جامعه انسانی مطرح است که می‌تواند پیامدهای متعددی در ایجاد اشکال جدید زندگی و تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌های انسان، دسترسی به اطلاعات و ... در جامعه به همراه داشته باشد (Friedel et al, 2008: 29; UNWTO, 2008) و از طرفی دیگر، با دارا بودن ماهیت چندبعدی خود، علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، منجر به بروز تغییرات اقتصادی- اجتماعی متعددی در سیستم جامعه میزبان می‌شود (Elisabete & Raschi, 2013: 1). یکی از شاخه‌های اصلی گردشگری، گردشگری شهری می‌باشد که از اوایل دهه ۹۰ وارد ادبیات گردشگری شده است (Shoval et al, 2011: 1595). به طوری که در چند دهه اخیر گردشگری شهری به‌عنوان یک‌روند عمده در بازسازی روابط شهرها مطرح شده است که در این راستا استفاده از فضاهای شهری باانگیزه تفریح و سرگرمی توأم با اقامت گردشگران در بیشتر مناطق دنیا به‌ویژه در کشورهایمانند انگلستان، سوئد و فرانسه، به مطرح‌شدن اصطلاح سیاست‌های «گردشگری اجتماعی» منجر شده است (باتلر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸: ۲۵۲). در همین رابطه امروزه در بسیاری از کشورها گردشگری مبتنی بر گردشگری شهری، نشان‌دهنده ارتقای استانداردهای زندگی مردم است که بر اساس دیدگاه وبلین<sup>۲</sup> بیانگر توسعه "تفریحات طبقات شهری" به‌منزله شیوه خاصی از زندگی است (Roca, 2010: 13). گردشگری شهری به‌عنوان یک سیستم رهیافتی جدید برای فهمیدن گردشگری است. برخی از نویسندگان ترکیب‌های مختلفی از گردشگری ارائه کرده‌اند که نهایتاً به شکل سیستم گردشگری مرتبط شده است. چراکه یک مفهوم اساسی در برنامه‌ریزی

1. Batller

2. veblin

گردشگری آن است که گردشگری را باید به صورت سیستمی مرکب از عوامل عرضه و تقاضا در نظر گرفت که به یکدیگر مرتبط هستند (رنجیریان و زاهدی، ۱۳۷۹: ۲۳). به عبارت دیگر، نواحی شهری به دلیل برخورداری از جاذبه‌های متنوع گردشگری مثل موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، رستوران‌ها، استادیوم‌های بزرگ ورزشی، پارک‌ها، شهربازی‌ها، مراکز خرید، معماری مدرن، بهره‌گیری از فناوری جدید در این زمینه‌ها، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شود. شهرها و گردشگری دارای روابط مکملی هستند چراکه انواع گردشگری به نوعی به کانون‌ها و خدمات شهری نیازمند می‌باشند (لطفی، ۱۳۸۶: ۱۶۰)؛ بنابراین نظام گردشگری متشکل است از جاذبه‌ها و فعالیت‌های توریستی، مراکز اقامتی، تسهیلات و خدمات حمل‌ونقل، تأسیسات زیربنایی، تسهیلات و خدمات توریستی می‌باشد (Inskip, 1999: 124). موارد مذکور، عناصر گردشگری شهری خوانده می‌شوند که به دو بخش اولیه و ثانویه تقسیم می‌گردند. عناصر اولیه همان جاذبه‌های شهری هستند که گردشگران را به خود جلب می‌کنند؛ اما عناصر ثانویه آن دسته از خدمات و امکانات را شامل می‌شوند که برای رفاه گردشگران لازم می‌باشد (شکویی و موحد، ۱۳۸۱: ۱۰۱). تأسیسات اقامتی یکی از نیازهای ثانویه بخش گردشگری است که هر شهر بزرگ و توریستی به آن نیاز دارد. این مراکز به عنوان مبدأ و مقصد گردش‌های روزانه در شهر از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار هستند. موقعیت قرارگیری آن‌ها در فضای شهر، می‌تواند کاهش یا افزایش فضای خدماتی و تغییر الگوی رفتاری گردشگران را به همراه داشته باشد (موحد، ۱۳۸۷: ۱) و از سوی دیگر با تغییر در میزان خدماتی که ارائه می‌دهند ضمن اینکه تعیین‌کننده حجم و کیفیت بازار گردشگری در شهر می‌باشند، قسمت اعظم هزینه گردشگران را نیز به خود اختصاص می‌دهند؛ به نحوی که بیش از ۶۰ درصد هزینه‌های گردشگران صرف هزینه هتل می‌شود (Law, 1996: 106).

بدین ترتیب؛ برای فراهم کردن بستر مناسب برای توسعه گردشگری شهری، در مرحله اول شناسایی و در مرحله دوم ارزیابی جاذبه‌های گردشگری و همچنین؛ تعیین قطب‌ها و مراکز برتر و رتبه‌بندی آن‌ها در توسعه گردشگری به منظور خدمات‌رسانی بهتر، عدالت اجتماعی و اقتصادی در سطح نواحی ضروری است. یکی از راه‌های رتبه‌بندی نواحی گردشگری بررسی امکانات و خدمات شهری مانند هتل‌ها و اقامتگاه‌ها، شبکه‌های دسترسی و حمل‌ونقل، امکانات ارتباط جمعی، جذابیت‌های فرهنگی و هنری و عرضه خدمات توریستی در تمام زمینه‌ها است. امروزه با تدوین الگوهایی از نواحی گردشگری علاوه بر گردشگران ملی و منطق‌های از گردشگران ملی و بین‌المللی نیز بهره می‌برند. از طریق ساخت و توسعه فضاهای مناسب و مطلوب زمینه‌های توسعه اشتغال و درآمدزایی فراهم می‌گردد. مقوله فضا و تحلیل فضایی نواحی گردشگری به عنوان چارچوب و زیربنایی برای کنش‌های مربوط به گردشگری بسیار مهم است. فضای مناسب گردشگری در تولید و بازتولید منطقه‌ای و ناحیه‌ای و کنش‌های آن بر اقتصاد و توسعه فرهنگی تأثیرگذار است. برای درک بهتر فضا، فرآیندهای سازنده آن از بعد فیزیکی شامل زیرساخت‌ها و خدمات توریستی (شامل هتل‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌ها و...)، مکان‌های مورد بازدید (آثار تاریخی، تفریحی، سینما، تئاتر، موزه‌ها، مکان‌های مذهبی و ...) و بعد اجتماعی و ویژگی‌های فرهنگی و رفتاری منطقه بسیار اهمیت دارد (موحد، ۱۳۸۱: ۴). بر این اساس پژوهشگران زیادی دریکی دو دهه اخیر به ارزیابی عناصر اقامتی از جنبه‌های گوناگون پرداخته‌اند، پژوهش حاضر به دنبال سوالات زیر می‌باشد:

۱. رتبه‌بندی شاخص‌ها مدنظر گردشگران چگونه است؟

۲. مهم‌ترین ملاک انتخاب گردشگران در عناصر اقامتی شهر زنجان چگونه است؟

زنجان با داشتن تاریخی کهن و جاذبه‌های بسیار از پتانسیل بالایی برای توسعه گردشگری برخوردار است لذا در این تحقیق ضمن شناسایی شاخص‌های تأثیرگذار در انتخاب هتل‌ها و مسافرخانه‌ها، با استفاده از مدل‌های AHP و TOPSIS به رتبه‌بندی آن‌ها پرداخته می‌شود.

منابع موجود در زمینه پژوهش حاضر را می‌توان به دو گروه مطالعات خارجی و داخلی بررسی کرد که در ادامه به چند نمونه از آن‌ها اشاره می‌شود:

یوسفی شهیر و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان ارزیابی زیرساخت‌های گردشگری با تأکید بر محورهای ارتباطی و توقفگاه‌ها از دیدگاه گردشگران مورد: منطقه تاریخی - فرهنگی تبریز، نتایج نشان می‌دهد که گردشگران به کیفیت شبکه‌های دسترسی، سهولت دسترسی به توقفگاه‌ها اهمیت می‌دهند، بنابراین حفظ وضعیت موجود این زیرساخت‌ها و در صورت امکان ارتقای سطح کیفیت آن‌ها و سرمایه‌گذاری در این راستا در جهت جلب رضایت گردشگران در اولویت خواهد بود.

واحد پور و جعفری (۱۳۹۰) در مقاله تحت عنوان راهبردهای مدیریت و توسعه پایدار زیرساخت‌های گردشگری ایران با تأکید بر مدل SWOT، به این نتایج رسیده‌اند که دولت باید زمینه سرمایه‌گذاری را برای سرمایه‌گذاران خصوصی باز گذارد؛ و سختی راه را برای آنان سهل کند.

سلیمانی مقدم و اسلامی (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان زیرساخت‌های اقامتی در فعالیت‌های گردشگری شهر رشت، به این نتیجه رسیده‌اند مجموعه‌ای از عوامل درون‌زا و برون‌زا نظام فضایی گردشگری در میزان جذب گردشگر، فعالیت‌های گردشگری شهر رشت در دهه اخیر مؤثر بوده است.

موحد (۱۳۸۷) توزیع فضایی عناصر اقامتی در شهر اصفهان را بر اساس نظریه‌های آشورث، تنبریگ و گتز مورد بررسی قرار داد و نتیجه گرفت که تأسیسات اقامتی به همراه جاذبه‌های شهری در محدوده مرکزی شهر اصفهان قرار دارند و بخش تاریخی شهر را شکل داده‌اند که این موضوع خود موجب تمرکز گردشگران در این قسمت از شهر شده است. وارثی و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان تحلیلی بر وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهر اصفهان یکی از مشکلات خدمات گردشگری را نبود مکان‌های سکونتی و هتل‌های مناسب در تمام فصول سال و برای همه قشرهای جامعه با درآمدهای مختلف می‌دانند. او همچنین از دسترسی مناسب هتل‌های شهر اصفهان به مراکز تفریحی، تاریخی و تجاری به‌عنوان مهم‌ترین نقطه قوت آن‌ها در این شهر یاد می‌کند.

آشورث<sup>۱</sup> و تنبریگ<sup>۲</sup> (۱۹۹۰) در مطالعه‌ای برای ارزیابی بخش تاریخی شهر نیویورک، الگوی توزیع هتل‌های این شهر را مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها دریافتند که هتل‌های قدیمی، خود قسمتی از جاذبه‌های شهرهای تاریخی هستند که تأثیر زیادی در الگوی رفتاری گردشگران دارند.

خادارو<sup>۳</sup> و سیتانا<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) با مدل جاذبه، نقش زیرساخت‌های حمل‌ونقل را به‌عنوان یکی از عناصر گردشگری در توسعه توریسم بین‌المللی بررسی کردند؛ آن‌ها دریافتند که زیرساخت‌های حمل‌ونقل مهم‌ترین فاکتور در تعیین جریان‌های توریستی در نواحی مقصد می‌باشد. همچنین آن‌ها نتیجه گرفتند که نحوه دسترسی به جاذبه‌ها نقش مهمی در رضایتمندی و میزان هزینه گردشگر دارد.

کرچر<sup>۵</sup> و لاوو<sup>۶</sup> (۲۰۰۸) در مقاله‌ای به بررسی الگوهای رفتاری گردشگران در شهر پرداختند و دریافتند که ۲۱ درصد از کل مسافرت‌های روزانه گردشگران در شهر هنگ‌کنگ در محدوده ۵۰۰ متر هتل محل اقامت آن‌ها صورت می‌گیرد. بر این اساس آن‌ها نقش هتل‌ها را در بازار گردشگری بسیار مؤثر و پررنگ نشان دادند.

خادارو<sup>۷</sup> و سیتانا<sup>۸</sup> (۲۰۰۸) با مدل جاذبه، نقش زیرساخت‌های حمل‌ونقل را به‌مثابه یکی از عناصر گردشگری در توسعه

1. Ashworth
2. Tunbridge
3. Khadaroo
4. Seetanah
5. Kercher
6. Lau
7. Khadaroo
8. Seetanah

توریسم بین‌المللی بررسی کردند. آن‌ها دریافتند که زیرساخت‌های حمل‌ونقل مهم‌ترین گزینه در تعیین جریان‌های توریستی در نواحی مقصد است. همچنین آن‌ها نتیجه گرفتند که نحوه دسترسی به جاذبه‌ها نقش مهمی در رضایت گردشگر و میزان صرف هزینه او دارد.

کرچر<sup>۱</sup> و لاو<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) در مقاله‌ای الگوهای رفتاری گردشگران در شهر هنگ‌کنگ را ارزیابی کردند و دریافتند که ۲۱ درصد از کل مسافرت‌های روزانه گردشگران در شهر هنگ‌کنگ در محدوده ۵۰۰ متر هتل محل اقامت آن‌ها است. بر این اساس ایشان، هتل‌ها را در بازار گردشگری بسیار مؤثر دانستند.

شووال<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۱) به استفاده از ۵۵۷ دستگاه GPS به بررسی نقش هتل‌ها در فعالیت‌های گردشگران در شهر هنگ‌کنگ پرداختند که نتایج مطالعه‌ی آن‌ها نشان می‌دهد که مکان هتل با صرف سهم زیادی از زمان و هزینه گردشگر در مجاورت هتل تأثیر عمیقی در رفتار گردشگران دارد.

یانگ<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی به بررسی شاخص‌های بالقوه در انتخاب محل هتل با استفاده از مدل Logit و با ترکیب ویژگی‌های هتل و مکان آن پرداختند. نتایج نشان داد که ستاره هتل، تنوع خدمات، اثر تراکم، زیرساخت‌های خدمات عمومی، دسترسی به جاده، دسترسی به مترو و دسترسی به سایت‌های گردشگری از عوامل مهم محسوب می‌شوند.

لای و وین<sup>۵</sup> (۲۰۱۱) در تحقیق و با استفاده از مدل AHP به بررسی عوامل مؤثر بر کارایی و گسترش توسعه گردشگری پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، دسترسی گردشگری به خدمات مناسب و به‌ویژه اماکن اقامتی یکی از سه عامل مهم در توسعه گردشگری می‌باشد.

یوئن<sup>۶</sup> (۲۰۱۲) در تحقیقی به ارزیابی و مقایسه مدل‌های AHP و ANP جهت مکان‌یابی اماکن اقامتی پرداخته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، هر کدام از مدل‌ها با توجه به نوع داده‌های در اختیار می‌تواند جهت مکان‌یابی مورد استفاده قرار بگیرد.

## مبانی نظری

واژه گردشگری نخستین بار در سال (۱۸۱۱)، در مجله انگلیسی به نام اسپورتینگ مارگازین<sup>۷</sup> (مجله ورزش) آمد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (محلالتی، ۲۰۱۳:۸۰). گردشگری، مجموعه فعالیت‌های افرادی است که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود به منظور تفریح و استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و بیش از یک سال متوالی در آن مکان‌ها اقامت نمی‌کنند (داس ویل<sup>۸</sup>، ۱۳۷۹: ۱۹). گردشگری مجموع پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت‌ها و جوامع میزبان، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی، در فرایند جذب، حمل‌ونقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدیدکنندگان است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۲). اصطلاح گردشگری در اوایل قرن نوزدهم رواج پیدا کرد. باین‌حال این صنعت فرایند گردشگری تلفیق یافته‌ای از فضای فیزیکی و جامعه انسانی می‌باشد که اشکال جدید آن نتیجه تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌های زندگی انسان، تکنولوژی پیشرفته و نیروهای سیاسی است

1. Kercher
2. Lau
3. Shoval
4. Yang
5. Lai and Wen-Hsiang
6. Yuen
7. Sporting Magazin
8. Das Will

(Friedel et al, 2008:51) صنعت گردشگری با ماهیتی چندبعدی علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده‌ای در سیستم جامعه میزبان می‌گردد (Dwyer et al, 2009:63-74). از این رو دولتمردان در تلاش‌اند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، فرصت بهره‌مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (Rosentraub & Joo, 2009:759-770). این اهمیت و نقش گردشگری، باعث شده که از آن به‌عنوان گذرگاه توسعه یاد کند (Swarbrooker, 1998:34) و اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی بنامند (رضوانی، ۱۳۸۷:۶۱) برخی از صاحب‌نظران از گردشگری به‌عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند (زارعی، ۱۳۸۸:۱۰۵-۱۱۶). همچنین فرهنگ را سنگ بنای توسعه گردشگری می‌دانند (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۸۵:۸۷). توسعه گردشگری متأثر از عوامل مختلف است، این عوامل شامل سیاست‌گذاری‌های دولتی، رشد جهانی اقتصادی، رشد ارتباطات چند سطحی و فناوری اطلاعات است که باعث می‌شود احساس آرامش گردشگر در مقصد و در نتیجه رضایت وی از سفر باشد (Sundary, 2015:35). اگر توسعه صنعت گردشگری مناسب با اهداف اجتماعی گسترش پیدا کند، می‌تواند منجر به رفاه کل جامعه شود (Meliou & Maroudas, 2010:124). گردشگری پدیده‌ای است که می‌تواند به موفقیت اقتصادی یک شهر و یا حتی در پویایی اجتماعی آن نقش داشته باشد، به طوری که در سال‌های اخیر روند رو به رشد و ارتقاء صنعت گردشگری فعال در بسیاری از شهرهای دنیا وجود دارد (Badita, 2013:34). چراکه گردشگری از یک سو باعث تسهیل در کشف منابع که تاکنون در روند نوسازی نادیده گرفته شده بود، گردید (Hwang & Lee, 2015: 504) و از طرفی دیگر تحولات اقتصادی-اجتماعی معاصر نیروی محرکه برای دیگر بخش‌های اقتصادی از جمله کشاورزی شد (Balan & Burghilea, 2015: 289). در واقع توسعه گردشگری می‌توان به‌عنوان یکی از راه‌حل‌های ممکن در مواجهه با مشکلات و معضلات وضع موجود در مناطق گردشگری مورد توجه قرارداد (Ghaderi & Henderson, 2012:48). گردشگری در مناطق مورد مطالعه آثار و پیامدهای مثبت و منفی مختلفی اعم از اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی را به دنبال داشته که در راستای توسعه پایدار گردشگری بررسی و شناخت جامع این آثار الزامی و اجتناب‌ناپذیر است (اکبریان رونیزی و بدری، ۱۳۹۴:۵۶). در حال حاضر تجربیات نظری و اجرایی متعددی در سطح دنیا برای مطالعه، بررسی، برنامه‌ریزی و مدیریت مناطق گردشگری وجود دارد که همگام با فناوری پیشرفته‌ای، روند صعودی دارند (Tsai & et al, 2010:358). به گفته لاو<sup>۱</sup> (۱۹۹۳) شهرت و جاذبه‌های یک منطقه، تصمیم یک گردشگر را برای بازدید از آنجا را تحت تأثیر قرار می‌دهد. کلارک<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) و فلوریدا<sup>۳</sup> (۲۰۰۲)، نماینده کسانی هستند که معتقدند که امکانات تفریحی، سرگرمی و جاذبه‌های گردشگری منطقه ایجادکننده تصویری است که منجر به جذب کارآفرینان جوان می‌شود. در همین راستا، تعیین و تشکیل سلسله مراتبی از نواحی گردشگری که بتواند چارچوب مؤثری برای توزیع گردشگر و ارائه خدمات مناسب و کارکرد مطلوب داشته باشد، ضروری است (شماعی و موسی‌وند، ۱۳۹۰:۲۴). در تکامل و توسعه فعالیت‌های گردشگری تاکنون چهار دیدگاه مطرح شده است.

**دیدگاه حمایتی مثبت:** دیدگاه حمایتی، به توسعه هر چه بیشتر تأسیسات و امکانات جلب جهانگرد و گردشگر اهمیت می‌دهد و از این رو می‌کوشد مشکلات اقتصادی جامعه را به حداقل برساند.

**دیدگاه نظارتی:** طرفداران این دیدگاه معتقد هستند که توسعه گردشگری اگر همراه با نظارت‌های دولتی نباشد، با مبانی توسعه پایدار و حفظ منابع طبیعی، تاریخی، فرهنگی و انسانی کشورها مغایر خواهد بود.

**دیدگاه سازگاری:** بر اساس این دیدگاه دولت‌ها می‌کوشیدند تا با انتخاب سیاست‌های مناسب گردشگری برای کشور خود نوعی سازگاری و تطبیق میان مصالح جمعی و توسعه گردشگری ایجاد کنند و به‌جای محدود ساختن گردشگری،

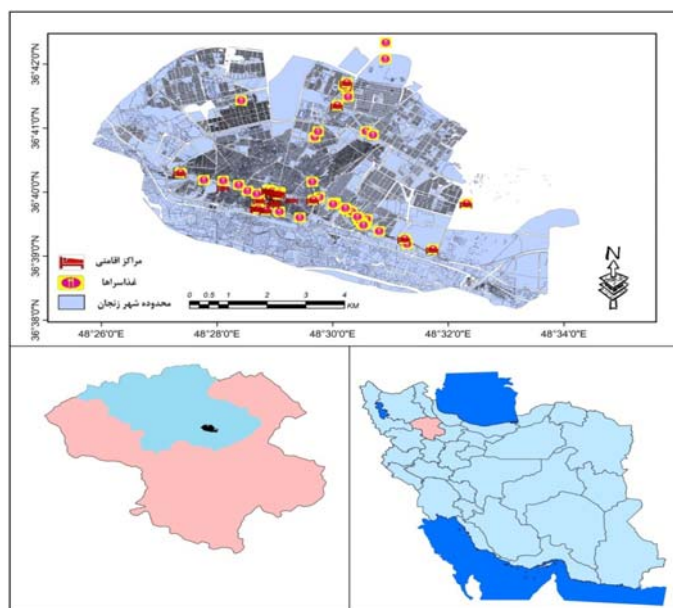
1. Low  
2. Clark  
3. Florida

توسعه آن را با مصالح و منافع کشور هماهنگ سازند.

**دیدگاه دانش‌مدار:** در این دیدگاه، تصمیم‌های سیاسی درباره توسعه گردشگری، بر مبنای تحقیقات و پژوهش‌های علمی اتخاذ و خط‌مشی‌های منطقی، با توجه به ارزیابی علمی نتایج توسعه گردشگری، طراحی شدند. در دیدگاه دانش‌مدار، تأسیس دانشکده‌ها و پژوهشکده‌های گردشگری و توسعه تحقیقات گردشگری مورد تأکید بسیار قرار گرفت (سنایی مقدم و همکاران، ۱۳۹۵: ۵).

### محدوده مورد مطالعه

موقعیت جغرافیایی شهر زنجان منطبق بر ۴۸ درجه و ۲۸ تا ۳۰ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ و ۳۶ درجه و ۴۰ تا ۴۱ دقیقه عرض شمالی از خط استوا است. فاصله شهر زنجان تا تهران ۳۳۰ کیلومتر می‌باشد و بر اساس آمار سرشماری ۱۳۹۵، جمعیتی معادل ۵۲۱۳۰۲ نفر بوده است. این شهر دارای ۴ منطقه و ۲۷ ناحیه شهری می‌باشد. ساختار کالبدی شهر تلفیقی از معماری ایرانی-اسلامی است که دارای یک بازار بزرگ و یک مسجد جامع می‌باشد که در ناحیه یک و در بخش مرکزی شهر قرار دارند. همچنین شهر زنجان داری ۲۲ مرکز اقامتی شامل ۹ هتل و ۱۳ میهمان‌پذیر می‌باشد که مشخصات عمومی آن‌ها در سال ۱۳۹۵ به شرح زیر می‌باشد:



شکل شماره ۱. موقعیت سیاسی شهر زنجان به همراه پراکندگی عناصر خدماتی گردشگری در شهر

جدول شماره ۱. مشخصات هتل‌های شهر زنجان در سال ۱۳۹۵

بزرگ	آسیا	پارک	سپید	جهانگر	سپهر	پیام	فرهنگیان	قصر	
۶	۰	۴	۰	۰	۳۲	۳۱	۱۷	۰	تعداد سوئیت
۴۲	۲۸	۳۵	۳۱	۱۶	۰	۰	۰	۱۸	تعداد اتاق
۹۶	۵۶	۵۷	۵۴	۳۲	۸۰	۸۲	۴۰	۴۰	تعداد تخت
۶۰	۶	۱۷	۶	۱۱	۱۵	۱۵	۳۰	۶	تعداد کارکنان
۴	۴	۲	۲	۲	۰	۰	۳	۰	تعداد ستاره
۱۳۸۵	۱۳۷۷	۱۳۵۷	۱۳۷۲	۱۳۶۷	۱۳۸۱	۱۳۸۶	۱۳۸۲	۱۳۸۸	سال تأسیس

مأخذ: صنایع‌دستی و گردشگری استان زنجان

جدول شماره ۲. مشخصات مسافرخانه‌های شهر زنجان در سال ۱۳۹۵

فردوسی	دلگشا	قیدار	هجرود	اسلامی	طارم	میلاذ	سعدی	امیرکبیر	حافظ	خیام	فرد	
۱۳	۶	۱۰	۱۳	۱۱	۱۵	۱۲	۲۸	۱۲	۱۸	۲۵	۳۱	اتاق
۲۸	۲۰	۳۰	۳۶	۳۳	۳۰	۳۱	۵۷	۳۰	۴۳	۶۲	۷۵	تخت
۴	۳	۳	۳	۴	۴	۴	۸	۵	۸	۵	۵	کارکنان
۳	۳	۲	۲	۱	۰	۰	۵	۵	۴	۴	۳	ستاره
۱۳۴۶	۱۳۶۰	۱۳۵۴	۱۳۶۳	۱۳۴۸	۱۳۵۲	۱۳۴۷	۱۳۴۵	۱۳۵۵	۱۳۴۲	۱۳۴۸	۱۳۴۹	تأسیس

مأخذ؛ صنایع دستی و گردشگری استان زنجان

## روش پژوهش

روش انجام تحقیق ترکیبی از روش‌های توصیفی-مقایسه‌ای بوده و نوع پژوهش کاربردی می‌باشد. این تحقیق باهدف ارزیابی و رتبه‌بندی عناصر اقامتی در شهر زنجان صورت گرفته است که به این منظور ابتدا شاخص‌ها و استانداردهای لازم برای هتل‌ها و مسافرخانه‌ها بر اساس یافته‌های گذشتگان و تهیه پرسش‌نامه برای مدیران و گردشگران مشخص گردید. سپس با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP) وزن نسبی هر یک از شاخص‌ها تعیین شد و نهایتاً به‌منظور رتبه‌بندی هر یک از هتل‌ها و مسافرخانه‌ها با توجه به شاخص‌های تعیین‌شده، مدل TOPSIS مورد استفاده قرار گرفت. سپس با استفاده از نرم‌افزار ArcGIS وزن‌های نهایی عناصر اقامتی به نقشه تبدیل گردید.

**مدل AHP:** فرایند تحلیل سلسله مراتبی<sup>۱</sup> یکی از کارآمدترین تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمنظوره برای وضعیت‌های پیچیده که سنج‌های چندگانه و متضاد دارند، ابزار تصمیم‌گیری نرمش پذیر و درعین حال قوی به شمار می‌رود که اولین بار توسط توماس ال ساعتی<sup>۲</sup> در ۱۹۸۰ مطرح شد (قدسی‌پور، ۱۳۸۱). این مدل بر اساس مقایسه‌های زوجی بنا نهاده شده و امکان بررسی سناریوهای مختلف را به مدیران می‌دهد (تیموری و همکاران، ۱۳۸۹). به‌طور کلی این روش شامل سه گام کلی می‌باشد که به شرح زیر بیان می‌شوند؛ مرحله اول: که شامل آماده‌سازی داده‌ها و تشکیل ماتریس دوتایی که این کار با در نظر گرفتن مقایسه ۹ کمیته ال ساعتی که بر اساس اهمیت معیارها از ۱ تا ۹ وزن می‌گیرند. مرحله دوم: محاسبه وزن نهایی معیارها که برای این کار اعداد هر کدام از ستون‌ها و ردیف‌ها در هم ضرب می‌شوند و سپس حاصل ضرب وزن‌ها را به توان N<sub>۱</sub> ام و در نهایت برای محاسبه وزن نهایی معیارها وزن‌های نرمال نشده هر ردیف را به مجموع کل وزن‌های نرمال نشده تقسیم می‌شود. که مجموع کل وزن‌های نهایی باید برابر با ۱ باشد (زبردست، ۱۳۸۰). مرحله سوم: به دست آوردن نسبت توافق که خود دارای چهار مرحله است.

**محاسبه AW:** که برای تعیین مقدار بردار باید هر کدام از وزن‌ها به مقدار وزن معیار ضرب شوند.

$$L = \frac{1}{n} \left[ \sum_{i=1}^n \left( \frac{AW}{WI} \right) \right]$$

$$CI = \frac{L-n}{n-1}$$

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

محاسبه بردار توافق

محاسبه شاخص سازگاری

محاسبه ضریب سازگاری

همچنین در این تکنیک مقدار ضریب سازگاری باید کمتر از ۰/۱ باشد، در غیر این صورت نشان‌دهنده عدم دقت و عدم کارشناسی صحیح در دادن وزن معیارها می‌باشد. (Saaty, 1980:14).

**مدل TOPSIS:** مدل تاپسیس یا اولویت‌بندی بر اساس شباهت به راه‌حل ایده‌آل به‌عنوان یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره می‌باشد (Wang & Chang, 2007) که توسط هووانگ و یون در سال ۱۹۸۱ توسعه داده شده



است (Behzadian et al, 2012). این مدل جهت نرمال نمودن داده‌ها از نرم الیزه اقلیدسی بهره می‌برد. در این مدل بهترین گزینه گزینه‌ای است که کمترین فاصله را از حد ایده‌آل مثبت و بیشترین فاصله را از حد ایده‌آل منفی در بین دیگر به خود اختصاص داده باشد (Ertugrul & Karakasoglu, 2009). سپس با دخالت دادن مقدار ضریب تأثیر هر کدام از معیارها در وزن‌های نرمال شده که برای محاسبه ضریب تأثیر از مدل AHP استفاده شده است. برای به دست آوردن حداقل و حداکثر هر کدام از معیارها و محاسبه مقدار تفاضل موجود بین مقدار حداقل و حداکثر محاسبه شده از فرمول زیر استفاده شده است.

$$D_i^- = (V - V_{MAX})^2 = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - V_j^-)^2} \quad D_i^+ = (V - V_{min})^2 = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - V_j^+)^2}$$

در نهایت محاسبه فاصله نسبی از راه حل ایدئال (Wang & Chang, 2007).

$$C_i^+ = \frac{d^-}{d^+ + d^-}$$

بعد از انجام مراحل بالا در نهایت به ارزش‌های بین ۰ تا ۱ می‌رسیم که هرچه مقدار عدد به یک نزدیک باشد نشان‌دهنده مطلوب یا نامطلوب بودن، بستگی به نحوه تفسیر بر اساس سود یا زیان، خواهد بود.

### بحث و یافته‌ها

گردشگری سیستمی است که به تبع این خصیصه دارای عناصر و اجزایی است که با ترکیب یکدیگر، یک کلیت را به وجود می‌آورند (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸). درک درست هر سیستم به شناخت اجزای سیستم و کلیت آن نیازمند است. عناصر اقامتی به عنوان یکی از اجزاء اصلی اگرچه نقش چندانی در جذب گردشگر ندارد اما مؤثرترین فاکتور در ماندگاری توریست محسوب می‌شود. از این نظر شناسایی و رتبه‌بندی عناصر اقامتی یک موضوع مهم در برنامه‌ریزی گردشگری محسوب می‌شود. لذا در این تحقیق ابتدا بر اساس مطالعات پیشینیان (Johnson & Vanetti, 2005)، (Yang et al, 2012) و انجام مطالعات میدانی و تهیه پرسش‌نامه در دو سطح برای گردشگران و مدیران ذی‌ربط ابتدا شاخص‌ها و استانداردهای مربوط به هتل‌ها و مسافرخانه‌ها مشخص گردید که این شاخص‌ها برای هتل عبارت‌اند از: هزینه اقامت، دسترسی آسان، فضای داخلی و خارجی هتل، تعداد سوئیت، کیفیت رستوران، پارکینگ، کافی‌شاپ، تاکسی‌سرویس، اینترنت، لاندری، مرکز خرید، ماهواره، پارک کودک، فضای سبز و سالن همایش و برای مسافرخانه‌ها عبارت‌اند از: هزینه اقامت، فضای مسافرخانه، رستوران، پارکینگ، تعداد گردشگر، داشتن سوئیت، تعداد کارکنان، تلویزیون، تلفن، لاندری، روم سرویس و دسترسی سپس با انجام مقایسه دودویی در مدل تحلیل سلسله مراتبی وزن نسبی هر یک از شاخص‌ها تعیین شد. در این پژوهش ابتدا به ارزیابی هتل‌ها و سپس در قسمت دوم به بررسی و رتبه‌بندی مسافرخانه‌ها پرداخته می‌شود.

جدول شماره ۳. مقایسه دودویی شاخص‌های مؤثر در رتبه‌بندی هتل‌ها

همایش	فضای سبز	پارک کودک	ماهواره	مرکز خرید	لاندری	اینترنت	تاکسی	کافی شاپ	پارکینگ	رستوران	سوئیت	فضای هتل	دسترسی	هزینه اقامت	
۶	۶	۵	۵	۵	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۲	۲	۲	۱	هزینه
۶	۵	۵	۵	۵	۴	۴	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۱		دسترسی
۵	۵	۵	۵	۴	۴	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۱			فضای
۵	۵	۵	۵	۴	۴	۳	۲	۲	۲	۲	۱				سوئیت
۵	۵	۵	۴	۴	۴	۳	۲	۲	۲	۱					رستوران
۵	۵	۴	۴	۴	۳	۲	۲	۲	۱						پارکینگ
۴	۴	۴	۳	۳	۳	۲	۲	۱							کافی‌شا
۴	۴	۴	۳	۳	۲	۲	۱								تاکسی
۴	۴	۳	۲	۲	۲	۱									اینترنت
۴	۳	۳	۲	۲	۱										لاندری
۳	۳	۲	۲	۱											مرکز
۳	۲	۲	۱												ماهواره
۲	۲	۱													پارک
۲	۱														فضای
۱															همایش

جدول شماره ۴. ضریب تأثیر شاخص‌های مورد مطالعه با استفاده از مدل AHP

فضای سبز	پارک کودک	ماهواره	مرکز خرید	لاندری	اینترنت	تاکسی	کافی شاپ	پارکینگ	رستوران	سوئیت	فضای هتل	دسترسی	هزینه اقامت
۰/۰۱۷	۰/۰۱۹	۰/۰۲	۰/۰۲۸	۰/۰۳۵	۰/۰۴	۰/۰۵	۰/۰۶	۰/۰۷	۰/۰۸۹	۰/۱۰	۰/۱۲۶	۰/۱۴	۰/۱۶
ضریب سازگاری ۰/۰۴													

مقایسه بین شاخص‌ها نشان داد که هزینه اقامت با وزن ۰/۱۶۴ بیشترین تأثیر را در انتخاب گردشگران برای اقامت در هتل‌های شهر زنجان دارا می‌باشد. این مسئله حاکی از این واقعیت است که اکثر گردشگرانی که وارد شهر زنجان می‌شوند از طبقه متوسط یا حتی پایین‌تر می‌باشند که تمایل چندانی برای پرداخت هزینه‌های بالا و اقامت در هتل‌های لوکس ندارند. در واقع شهر زنجان با وجود داشتن عناصر تاریخی و فرهنگی بسیار، رونق صنایع دستی و قرارگیری در مسیر تهران تبریز نتوانسته نقش چندانی در بازار گردشگری ایفا نماید لذا اکثر گردشگرانی که وارد شهر می‌شوند بعد از بازدید از جاذبه‌ها ترجیح می‌دهند اقامت خود را در یکی از هتل‌های شهرهای بزرگ هم‌جوار بگذرانند. نحوه دسترسی در کنار داشتن سوئیت و فضای هتل از دیگر شاخص‌های مهم محسوب می‌شوند. بعد از مشخص شدن وزن نسبی هر یک از شاخص‌ها، در مرحله بعد به منظور رتبه‌بندی هتل‌ها از مدل TOPSIS استفاده گردید. بدین منظور با انجام مطالعات میدانی وضعیت هر یک از هتل‌ها در ارتباط با شاخص‌های موردنظر مشخص شد. سپس برای اینکه بتوانیم هر یک از عناصر اقامتی را از نظر داشتن امکانات و شاخص‌های مذکور باهم مقایسه کنیم پرسش‌نامه‌هایی برای مدیران هتل‌ها و گردشگران تهیه گردید و از آن‌ها خواسته شد که وزنی از ۱ تا ۱۰ به هر یک از هتل‌ها با توجه به امکانات و شاخص‌های موردنظر بدهند. به این ترتیب جدول شماره اولیه تهیه گردید. در مرحله بعد با اضافه کردن نتایج مدل AHP، فرایند رتبه‌بندی نهایی هتل‌ها در مدل TOPSIS مرحله به مرحله در نرم‌افزار Excel صورت پذیرفت.

جدول شماره ۵. وضعیت هتل‌ها با توجه به شاخص‌های تعیین شده به همراه وزن حاصله از مدل AHP

فرهنگیان	سپید	سپهر	قصر	جهانگردی	آسیا	پیام	پارک	بزرگ	AHP	
۳	۵	۲	۶	۵	۶	۲	۵	۴	۰/۱۶۴	هزینه اقامت
۳	۶	۳	۶	۴	۵	۷	۴	۹	۰/۱۴۳	دسترسی
۵	۱	۵	۲	۸	۸	۵	۳	۹	۰/۱۲۶	فضای هتل
۱	۱	۵	۱	۱	۱	۷	۷	۸	۰/۱۰۶	داشتن سوئیت
۲	۱	۳	۵	۴	۶	۶	۴	۷	۰/۰۸۹	رستوران
۴	۸	۴	۲	۴	۴	۴	۲	۴	۰/۰۷۴	پارکینگ
۱	۵	۱	۵	۱	۱	۱	۵	۷	۰/۰۶۴	کافی شاپ
۱	۱	۱	۳	۱	۷	۱	۶	۱	۰/۰۵۴	تاکسی سرویس
۴	۵	۳	۱	۴	۴	۵	۶	۷	۰/۰۴۳	اینترنت
۱	۵	۱	۱	۴	۵	۵	۵	۶	۰/۰۳۵	لاندری
۲	۶	۳	۳	۲	۳	۱	۴	۵	۰/۰۲۸	مرکز خرید
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۶	۷	۰/۰۲۴	ماهواره
۲	۱	۱	۱	۴	۱	۵	۱	۳	۰/۰۱۹	پارک کودک
۳	۱	۲	۱	۹	۳	۸	۴	۷	۰/۰۱۷	فضای سبز
۱	۱	۴	۱	۱	۱	۱	۱	۷	۰/۰۱۴	سالن همایش

جدول شماره ۶. رتبه‌بندی نهایی هتل‌ها بر اساس نتایج مدل TOPSIS

فرهنگیان	سپید	سپهر	قصر	جهانگردی	آسیا	پیام	پارک	بزرگ	رتبه
۰/۲۷	۰/۳۸	۰/۳۳	۰/۴۰	۰/۴۶	۰/۵۴	۰/۴۸	۰/۵۲	۰/۷۲	وزن نهایی
۹	۷	۸	۶	۵	۲	۴	۳	۱	رتبه

نتایج حاصله از مدل TOPSIS نشان داد که هتل بزرگ با وزن ۰/۷۲ با اختلاف فاحش نسبت به سایر هتل‌های شهر زنجان در رتبه اول قرار دارد. این هتل با قرار گرفتن در جاده تهران ضمن اینکه دسترسی به آن آسان است از نظر شاخص‌های مهمی همچون زیبایی ظاهری و فضای داخل هتل، داشتن سوئیت، رستوران، کافی‌شاپ، اینترنت و ماهواره از بالاترین وزن را در بین سایر هتل‌ها برخوردار است. هتل‌های آسیا و پارک به ترتیب با وزن‌های ۰/۵۴ و ۰/۵۲ در رتبه‌های بعدی قرار دارند. هتل آسیا باینکه از نظر شاخص‌های دسترسی و کیفیت رستوران در سطح بالایی قرار دارد اما فقدان کافی‌شاپ و نداشتن سوئیت از مهم‌ترین نقطه‌ضعف‌های آن محسوب می‌گردد. درحالی‌که هتل پارک با قرار گرفتن در یک خیابان یک‌طرفه در مرکز شهر مشکل بزرگی برای دسترسی دارد. نکته جالب در این ارزیابی قرار گرفتن هتل سپهر و فرهنگیان در رتبه‌های پایین می‌باشد که هر دو این هتل‌ها با وجود اینکه در مکان‌های مناسب از نظر دسترسی قرار دارند و جزء هتل‌های با مدیریت دولتی محسوب می‌شوند اما از نظر شاخص‌های مدنظر برای گردشگران نتوانسته‌اند رتبه مناسبی را پیدا کنند.



جدول شماره ۸. ضریب تأثیر شاخص‌های مورد مطالعه با استفاده از مدل AHP

دسترسی	روم سرویس	لاندری	تلفن	تلویزیون	ت.کارکنان	د. سوئیت	ت.گردشگر	پارکینگ	رستوران	فضای	هزینه اقامت
۰/۰۱۸	۰/۰۲۳	۰/۰۲۹	۰/۰۳۹	۰/۰۴۸	۰/۰۶۳	۰/۰۷۶	۰/۰۹۳	۰/۱۱	۰/۱۳۴	۰/۱۷۳	۰/۱۹۴
ضریب سازگاری ۰/۰۳											

در مقایسه بین شاخص‌ها مشخص گردید که هزینه اقامت با وزن ۰/۱۹۴ مهم‌ترین شاخص در انتخاب گردشگران محسوب می‌شود و بعد از آن فضای مسافرخانه با وزن ۰/۱۷۴ قرار دارند. از آنجایی که کیفیت خدماتی که اکثر مسافرخانه‌ها در زنجار ارائه می‌دهند بسیار پایین‌تر از استانداردهای مرسوم می‌باشد لذا گردشگرانی که وارد آن‌ها می‌شوند در سطح پایینی از درآمد قرار دارند. این امر باعث گردیده تا مسافرخانه‌هایی را انتخاب کنند که دارای رستوران نیز هستند چراکه هزینه رزرو غذا در این رستوران‌ها بسیار پایین‌تر از رزرو غذا در مرکز شهر می‌باشد. همان‌گونه که از جدول شماره هشتم (۸) مشخص است دسترسی به مسافرخانه‌ها برخلاف هتل‌ها چندان شاخص تعیین‌کننده‌ای در انتخاب گردشگران نبوده است چراکه وضعیت دسترسی برای اکثر این مسافرخانه‌ها مشابه می‌باشد. در مرحله بعد با توجه به وزن نسبی شاخص‌ها و میزان بهره‌مندی هر یک از مسافرخانه‌ها جدول شماره هفتمی مدل TOPSIS تهیه گردید سپس با انجام مراحل مدل، رتبه نهایی هر یک از مسافرخانه‌ها مشخص شد (جدول شماره ۱۰).

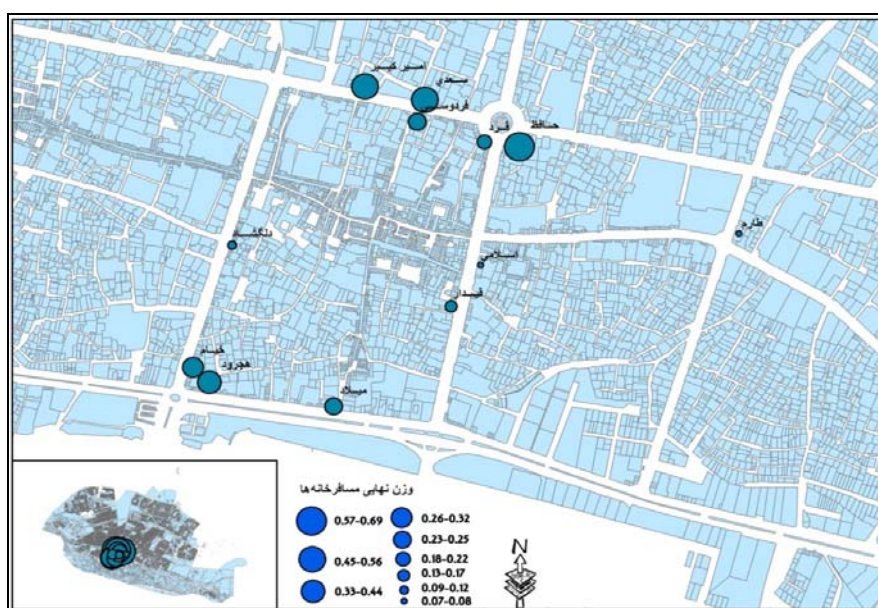
جدول شماره ۹. وضعیت مسافرخانه‌ها با توجه به شاخص‌های تعیین‌شده به همراه وزن حاصله از مدل AHP

اسلامی	طارم	قیدار	دلگشا	میلاد	خیام	فردوسی	هجروود	فرد	سعدی	امیرکبیر	حافظ	AHP	قیمت
۴	۴	۵	۴	۵	۴	۴	۶	۴	۶	۵	۳	۰/۱۹۴	مهمانسرا
۱	۱	۲	۳	۳	۳	۴	۴	۳	۵	۶	۸	۰/۱۷۳	رستوران
۱	۱	۱	۱	۳	۱	۱	۱	۱	۷	۸	۷	۰/۱۳۴	پارکینگ
۱	۱	۱	۱	۳	۶	۱	۷	۱	۲	۴	۷	۰/۱۱	گردشگر
۱	۱	۱	۲	۳	۶	۳	۹	۴	۶	۵	۳	۰/۰۹۳	سوئیت
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۸	۰/۰۷۶	تعداد خدمه
۳	۳	۳	۲	۳	۳	۲	۴	۳	۳	۵	۸	۰/۰۶۳	تلویزیون
۱	۱	۵	۱	۱	۱	۶	۱	۶	۷	۷	۷	۰/۰۴۸	تلفن
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۷	۱	۱	۰/۰۳۹	لاندری
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۴	۶	۶	۵	۰/۰۲۹	سرویس
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳	۵	۵	۶	۰/۰۲۳	دسترسی
۴	۳	۴	۷	۶	۷	۵	۷	۴	۵	۵	۲	۰/۰۱۸	

جدول شماره ۱۰. رتبه‌بندی نهایی مسافرخانه‌ها بر اساس نتایج مدل TOPSIS

اسلامی	طارم	قیدار	دلگ	میلاد	خیام	فردوسی	هجروود	فرد	سعدی	امیرکبیر	حافظ	مسافرخانه
۰/۰۷۹	۰/۰۷۸	۰/۱۷۳	۰/۱۱۵	۰/۲۳۸	۰/۳۳۲	۰/۲۴۹	۰/۴۷۳	۰/۲۲	۰/۵۲۸	۰/۵۶۳	۰/۶۹۴	وزن نهایی
۱۱	۱۲	۹	۱۰	۷	۵	۶	۴	۸	۳	۲	۱	رتبه

نتایج حاصل از مدل TOPSIS نشان داد که مسافرخانه حافظ با وزن ۰/۶۹۴ در رتبه اول قرار دارد و مسافرخانه‌های امیرکبیر و سعدی با اختلاف ناچیز نسبت به هم در رتبه‌های دوم و سوم هستند. هر سه مسافرخانه در بافت سنتی شهر و نزدیک میدان انقلاب قرار گرفته‌اند. کیفیت بهتر فضای مهمانسرا، داشتن سوئیت و تعداد خدمه از جمله مهم‌ترین امتیازات مسافرخانه حافظ نسبت به دو مسافرخانه دیگر می‌باشد. از سوی دیگر مسافرخانه‌های اسلامی و طارم دارای پایین‌ترین رتبه در بین سایر می‌باشند.



شکل شماره ۳. پراکنش و رتبه‌بندی نهایی مسافرخانه‌ها بر اساس نتایج مدل TOPSIS

## نتیجه‌گیری

لزوم توجه جدی به مقوله گردشگری، به‌عنوان پدیده‌ای جدید در زندگی ماشینی قرن بیست و یکم بسیار احساس می‌شود و اهمیت آن روزبه‌روز در دنیا افزایش می‌یابد (قدمی و همکاران، ۱۳۸۹)، زیرا با روند رو به تزاید فناوری و ماشینی شدن زندگی در جوامع و گسترش اختراعات و اکتشافات جدید که انسان را به شهرها (به‌عنوان محورهای تحول) وابسته کرده است، گردشگری به‌عنوان یک نیاز اساسی و رفتار مشخص انسانی بارز شده است. در این میان عناصر اقامتی به‌عنوان یکی از ارکان اصلی نظام گردشگری که همواره نقش بارزی در ماندگاری و به‌تبع آن هزینه‌های گردشگر ایفا می‌کند اهمیت بسزایی دارد. لذا این پژوهش به‌منظور ارزیابی و رتبه‌بندی هتل‌ها و مسافرخانه‌های شهر زنجان صورت گرفته است. بدین منظور ابتدا با تهیه پرسشنامه در دو سطح برای گردشگران و مدیران ذی‌ربط و همچنین بر اساس استانداردهای بین‌المللی شاخص‌های مؤثر برای عناصر اقامتی مشخص گردید. این شاخص‌ها برای هتل عبارت‌اند از: هزینه اقامت، دسترسی آسان، فضای داخلی و خارجی هتل، تعداد سوئیت، کیفیت رستوران، پارکینگ، کافی‌شاپ، تاکسی سرویس، اینترنت، لاندری، مرکز خرید، ماهواره، پارک کودک، فضای سبز و سالن همایش و برای مسافرخانه‌ها عبارت‌اند از: هزینه اقامت، فضای مسافرخانه، رستوران، پارکینگ، تعداد گردشگر، داشتن سوئیت، تعداد کارکنان، تلویزیون، تلفن، لاندری، روم سرویس و دسترسی. سپس با انجام مقایسه دودویی در مدل تحلیل سلسله‌مراتبی وزن نسبی هر یک از شاخص‌ها تعیین شد. مقایسه بین شاخص‌ها نشان داد که هزینه اقامت با وزن ۰/۱۶۴ بیشترین تأثیر را در انتخاب گردشگران برای اقامت در هتل دارا می‌باشد. نحوه دسترسی در کنار داشتن سوئیت و کیفیت فضای هتل از دیگر شاخص‌های مهم محسوب می‌شوند. همچنین مقایسه بین شاخص‌های مسافرخانه‌ها نشان داد که هزینه اقامت با وزن ۰/۱۹۴ و بعد از آن فضای مسافرخانه با وزن ۰/۱۷۴ مهم‌ترین شاخص‌ها در انتخاب گردشگران برای اقامت محسوب می‌شود. بعد از مشخص شدن وزن نسبی هر یک از شاخص‌ها، در مرحله بعد به‌منظور رتبه‌بندی هتل‌ها از مدل TOPSIS استفاده گردید. برای این منظور ابتدا با انجام مطالعات میدانی وضعیت هتل‌ها و مسافرخانه‌ها در ارتباط با شاخص‌های مدنظر مشخص گردید سپس با اضافه کردن نتایج مدل AHP، فرایند رتبه‌بندی نهایی هتل‌ها در مدل TOPSIS مرحله‌به‌مرحله در نرم‌افزار Excel صورت پذیرفت. نتایج حاصله نشان داد که هتل بزرگ با وزن ۰/۷۲ با اختلاف فاحش نسبت به سایر هتل‌های شهر زنجان در رتبه اول قرار دارد. این هتل با قرار گرفتن در جاده تهران ضمن اینکه دسترسی به آن آسان است از نظر شاخص‌های مهمی همچون زیبایی ظاهری و فضای داخل هتل، داشتن سوئیت، رستوران، کافی‌شاپ، اینترنت و ماهواره از بالاترین وزن را در بین سایر هتل‌ها برخوردار است. هتل‌های آسیا و پارک به ترتیب با وزن‌های ۰/۵۴ و ۰/۵۲ در رتبه‌های بعدی قرار دارند. همچنین نتایج حاصل از مدل TOPSIS برای مسافرخانه‌ها نشان داد که مسافرخانه حافظ با وزن ۰/۶۹۴ در رتبه اول قرار دارد و مسافرخانه‌های امیرکبیر و سعدی با اختلاف ناچیز نسبت به هم در رتبه‌های دوم و سوم هستند. هر سه مسافرخانه در بافت سنتی شهر و نزدیک میدان انقلاب قرار گرفته‌اند. کیفیت بهتر فضای مهمان‌سرا، داشتن سوئیت و تعداد خدمه از جمله مهم‌ترین امتیازات مسافرخانه حافظ نسبت به دو مسافرخانه دیگر می‌باشد. با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، سایر پژوهش‌های انجام‌شده به‌وسیله محققان داخلی و خارجی آن‌چنان که در بخش بررسی پیشینه به آن‌ها پرداخته شد؛ نشان می‌دهد که نتایج پژوهش حاضر تأییدی است بر یافته‌های یوسفی شهیر و همکاران (۱۳۹۲)، واحد پور و جعفری (۱۳۹۰)، سلیمانی مقدم و اسلامی (۱۳۹۰)، موحد (۱۳۸۷)، وارثی و همکاران (۱۳۹۰)، آشورث و تنبریک (۱۹۹۰)، خادارو و سیتانا (۲۰۰۸)، کرچر و لاوو (۲۰۰۸)، شووال و همکاران (۲۰۱۱)، لای و وین (۲۰۱۱)، یوئن (۲۰۱۲) به‌گونه‌ای که یافته‌های این پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های انجام‌شده همسویی دارد. در پایان با توجه به موضوع و هدف پژوهش پیشنهادی ارائه گردید که تقویت

- مشارکت شهروندان در امور گردشگری، به کارگیری نیروهای متخصص و آکادمیک در عرصه مدیریت عناصر اقامتی، بالا بردن کیفیت خدمات هتل‌ها و مسافرخانه‌ها از مهم‌ترین آن‌ها محسوب می‌شوند.
- با توجه به ابعاد مطالعه صورت گرفته و ضرورت توجه بیشتر به مبحث گردشگری و نقش مهم عناصر اقامتی در آن، پیشنهادها زیر در جهت بهبود هر چه بهتر و سریع‌تر وضع موجود ارائه می‌شود.
- تقویت مشارکت شهروندان در امور گردشگری و استفاده از پیشنهادهای آن‌ها در راستای توسعه گردشگری و بهبود خدمات مراکز اقامتی.
  - به کارگیری نیروهای متخصص و آکادمیک در عرصه مدیریت عناصر اقامتی.
  - با توجه به کثرت تعداد مسافرخانه‌ها در سطح استان و نیز با توجه به پایین بودن کیفیت سرویس‌های خدماتی این مراکز، بالا بردن کیفیت خدمات آن‌ها جهت اسکان ضروری به نظر می‌رسد.
  - مشارکت دادن بخش خصوصی در رابطه با ایجاد محل‌های اقامتی و پذیرائی در شهر و کنار جاده‌های مهم گردشگری با ارائه تسهیلات، از قبیل زمین و وام بانکی.
  - ایجاد وبلاگ تخصصی برای تمام هتل‌ها و مسافرخانه‌ها به منظور فراهم کردن شرایطی جهت رزرو اینترنتی.
  - ایجاد کلاس‌های آموزشی برای مدیران و کارکنان واحدهای اقامتی و پذیرائی به منظور برخورد بهتر با ایران گردان و جهانگردان.
  - ایجاد مراکز دائمی اطلاع‌رسانی گردشگری در مراکز پررفت و آمد شهر زنجان.
  - افزایش کمی و کیفی هتل‌ها و بهبود واحدهای پذیرائی میان راهی و کنترل دائمی آن‌ها و نظارت بر اجرای موازین بهداشتی در این مراکز.
  - خارج کردن زنجان از گردشگری فصلی با ارائه راهکارهای مناسب گردشگری در فصل زمستان مانند ایجاد پیست‌های اسکی در منطقه.

## منابع

- (۱) اکبری‌ان رونیزی، سیدرضا و بدری، سید علی (۱۳۹۴) تحلیل درک ذی‌نفعان از آثار و پیامدهای توسعه گردشگری در نواحی روستایی نمونه موردی: منطقه لواسانات، فصلنامه جغرافیا و توسعه، بهار ۱۳۹۴، دوره ۱۳، شماره ۳۸، صص ۶۲-۴۷.
- (۲) پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۵) گردشگری ماهیت و مفاهیم، تهران: انتشارات سمت.
- (۳) تقوایی، مسعود و اکبری، محمود (۱۳۸۸)، مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری، چاپ هفتم، اصفهان، انتشارات پیام علوی.
- (۴) تیموری، راضیه؛ روستایی، شهرپور؛ اکبری زمانی، اصغر؛ احدنژاد، محسن (۱۳۸۹) ارزیابی تناسب فضایی-مکانی پارک‌های شهری با استفاده از GIS (مطالعه موردی: پارک‌های محله‌ای منطقه ۲ تبریز)، فضای جغرافیایی اهر، تابستان ۱۳۸۹، دوره ۱۰، شماره ۳۰، صص ۱۶۸-۱۳۷.
- (۵) حیدری چیانه، رحیم؛ راحلی، حسین؛ فکری، فاطمه (۱۳۹۶) ارزیابی جاذبه‌های گردشگری شهری با روش ارزش‌گذاری مشروط (CVM) مطالعه موردی: جاذبه شورابیل اردبیل، مجله گردشگری شهری، بهار ۱۳۹۶، دوره ۴، شماره ۱، صص ۷۰-۵۷.
- (۶) رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷) توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، چاپ پنجم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- (۷) زارعی، عظیم؛ زرگر، سید مجتبی؛ نظری، ماشاءالله (۱۳۸۸) رضایت گردشگران گامی به سوی رضایت گردشگری استان سمنان دانشگاه سمنان، مجموعه مقالات همایش ملی صنعت گردشگری، توسعه پایدار و اشتغال‌زایی، ۱۵ آبان ماه ۱۳۸۸، دانشگاه سمنان، صص ۱۱۶-۱۰۵.



- ۸) زبردست، اسفندیار (۱۳۸۰) کاربرد فرایند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، نشریه هنرهای زیبا، زمستان ۱۳۸۰، شماره ۱۰، صص ۲۱-۱۳.
- ۹) سلیمانی مقدم، محمد و اسلامی، قاسم (۱۳۹۰) نقش زیرساخت‌های اقامتی در فعالیت‌های گردشگری شهر رشت، مجله چشم‌انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)، زمستان ۱۳۹۰، دوره ۶، شماره ۱۷، صص ۱۱۵-۱۰۵.
- ۱۰) سنایی مقدم، سروش؛ محمدی یگانه، بهروز؛ رضایی، میثم (۱۳۹۵) سنجش و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد بر اساس پتانسیل جذب گردشگر، جغرافیایی فضای گردشگری، زمستان ۱۳۹۵، دوره ۶، شماره ۲۱، صص ۱۸-۱.
- ۱۱) شکویی، حسین و موحد، علی (۱۳۸۱) شناخت الگوی فضای توریستی شهر اصفهان با استفاده از GIS، مدرس علوم انسانی، زمستان ۱۳۸۱، دوره ۶، شماره ۴، صص ۹۴-۷۱.
- ۱۲) شماعی، علی و موسی وند، جعفری (۱۳۹۰) سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل تاپسیس و تحلیل سلسله‌مراتبی، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، پاییز ۱۳۹۰، دوره ۳، شماره ۱۰، صص ۴۰-۲۳.
- ۱۳) صیدایی، سید اسکندر؛ خسروی‌نژاد، محبوبه؛ کیانی، صدیقه (۱۳۸۹) تأثیر خانه‌های دوم بر توسعه منطقه باغ بهادران شهرستان لنجان، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، بهار ۱۳۸۹، دوره ۱، شماره ۴، صص ۳۶-۱۹.
- ۱۴) قدسی‌پور، حسن (۱۳۸۱)، فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی AHP، چاپ سوم، تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی‌تکنیک تهران).
- ۱۵) قدمی، مصطفی؛ تولایی، سیمین؛ فاطمی، محمدمهدی (۱۳۸۹) ارزیابی استراتژیک قابلیت‌های توسعه گردشگری: مطالعه موردی شهر فریدون‌کنار، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، زمستان ۱۳۸۹، دوره ۱۶، شماره ۱۹، صص ۱۲۸-۱۱۱.
- ۱۶) موحد، علی (۱۳۸۷) توزیع فضایی مراکز اقامتی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی شهر اصفهان، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، پاییز ۱۳۸۷، دوره ۴۱، شماره ۶۵، صص ۱۱۶-۱۰۵.
- ۱۷) موحد، علی (۱۳۸۱) بررسی و تحلیل فضای الگوی توریسم شهری، مطالعه موردی: شهر اصفهان، پایان‌نامه دکترا، به راهنمایی دکتر حسین شکویی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- ۱۸) واحدپور، غلام عباس و جعفری، مهتاب (۱۳۹۰) راهبردهای مدیریت و توسعه پایدار زیرساخت‌های گردشگری ایران با تأکید بر مدل SWOT، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، بهار ۱۳۹۰، دوره ۱، شماره ۱، صص ۹۷-۸۳.
- ۱۹) وارثی، حمیدرضا؛ تقوایی، مسعود؛ شاهپوند، احمد (۱۳۹۰) تحلیلی بر وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهر اصفهان، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، زمستان ۱۳۹۰، دوره ۲۲، شماره ۴، صص ۱۱۲-۹۱.
- ۲۰) یوسفی‌شهر، هانیه؛ حسین‌زاده دلیر، کریم؛ باقری، کریم (۱۳۹۲) ارزیابی زیرساخت‌های گردشگری با تأکید بر محورهای ارتباطی و توقفگاه‌ها از دیدگاه گردشگران منطقه تاریخی- فرهنگی تبریز، فصلنامه فضای گردشگری، پاییز ۱۳۹۳، دوره ۳، شماره ۱۲، صص ۴۳-۲۵.

- 21) Ashworth, Gregory, & Tunbridge, J.E. (1990) the tourism-historic city, London: Belhaven.
- 22) Badita, A. (2013) Assessment of Tourism Supply, Demand and Market Trends in Craiova City, Romania, Journal of Tourism, Vol.10, No.14, pp.34-40.
- 23) Bălan, Mariana. & Burghilea, Cristina. (2015) Rural tourism and its implication in the development of the Fundata village, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol.88, No.1, pp.276-281.
- 24) Behzadian, Majid. & Khanmohammadi, S. & Otaghsara, Yazdani. & Morteza, Ignatius. (2012) astate of the art survey of topsis applications, expert systems with applications, Vol.39, No.17, pp.13051-13069.
- 25) Dwyer, Larry. & Edwards, Deborah. & Mistilis, Nina. & Roman, Carolina. & Scott, Noel. (2009) Destination and enterprise management for a tourism future, Tourism Management, Vol.30, No.2, pp.63-74.
- 26) Elisabete, F. & Raschi, A. (2013) Trekking out of the crisis: is there a role for rural tourism, working group number: 17. XXV ESRS Congress, Florence, 29. Available at: <http://www.florenceesrs2013.com>.

- 27) Ertugrul, Irfan. & Karakasoglu, Nilsen. (2009) Performance evaluation of Turkish cement firms with fuzzy analytic hierarchy process and TOPSIS methods, *Expert Systems with Applications*, Vol.36, No.1, pp.702-715.
- 28) Friedel, Margaret. & Chewings, Vanessa. (2009) central Australian tourism futures: Refining regional - development strategies - using a systems approach. Alice Springs NT 0871. [www.desertknowledgecsrc.com.au](http://www.desertknowledgecsrc.com.au).
- 29) Gallent, Nick. & Mace, Alan. & Tewdwr-Jones, M. (2005): *Second Homes – European Perspectives and UK Policies*, Ashgate, London.
- 30) Ghaderi, Zahed. & Henderson, Johan.C. (2012) Sustainable rural tourism in Iran: A perspective from Hawraman Village, *Tourism Management Perspectives*, Vol.2-3, No.3, pp.47-54.
- 31) Hwang, Jaehee. & Lee, Seongwoo. (۲۰۱۵) The effect of the rural tourism policy on non-farm income in South Korea, *Tourism Management*, Vol.46, No.1, pp.501-513.
- 32) Inskip, Edward. (1991) *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*, Van Nostand Reinhold, New York.
- 33) Johnson, Colin. & Vanetti, Maurizio. (2005) locational strategies of international hotel chains, *Annals of Tourism Research*, Vol.32, No.4, pp.1077-1099.
- 34) Khadaroo, Jameel. & Seetanah, boopen. (2008) the role of transport infrastructure in international tourism development, *Tourism Management*, Vol.29, No.5, pp.831-840.
- 35) Lai, Wen-Hsiang. & Quang-vinh, Nguyen. (2010) Applying AHP Approach to Investigate the Tourism Promotion Efficiency, *Destination Marketing Management*, Vol.19, No.1, pp.1-22.
- 36) Law Christopher, M. (1996) *urban tourism attraction visitor to large cities*, London: Mansell Publisher Limited.
- 37) McKercher, Bob. & Lau, Gigi. (2008) Movement patterns of tourists within a destination, *Tourism Geographies*, Vol.10, No.3, pp.355-374.
- 38) Meliou, Elina. & Maroudas, Leonidas. (2010) Understanding Tourism Development: A Representational Approach, *Tourismos, An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Vol.5, No.2, pp.115-127.
- 39) Shoal, Noam. & Bob, McKercher. & Amit, Birenboim. (2011) Hotel location and tourism activity in cities, *Annals of Tourism Research*, Vol.38, No.4, pp.1594-1612.
- 40) Roca, Z. (2010) Landscape, Identity And Development, In: *Landscape And Driving Forces*, 8th Meeting Of The Council Of Europe Workshops For The Implementation Of The European Landscape Convention, *European Spatial Planning And Landscape*, No.93, Council Of Europe Publishing, Strasbourg, pp.65-75.
- 41) Rosentraub M.S. & Joo, M. (2009) Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions?, *Tourism Management*, Vol.30, No.2, pp.759-770.
- 42) Saaty, Thomas. (1980) *The Analytical Hierarchy Process, Planning Priority, Resources Allocation*, USA: TWS Publications.
- 43) Sundary, Made. Siti. (2015) The Influence of safety, promotion and trust towards image, satisfaction and loyalty, (the study og domestic tourist at samosir regency north Sumatra province), *universal journal of management and social sciences*, Vol.5, No.2, pp.50-59.
- 44) Swarbrooker, j. (1988) *sustainable Tourism management*, newyork: cobl Publications.
- 45) Telfer, D. & Sharpley, R. (2008) *Tourism and Development In The Developing World*, New York: Routledge.
- 46) Tien-Chin, Wang. & Tsung-Han, Chang. (2007) Application of TOPSIS in evaluating initial training aircraft under a fuzzy environment, *Expert Systems with Applications*, Vol.33, No.4, pp. 870-880.
- 47) UNWTO. (2012) *tourism highlights edition*, Available in [www.Unwto.com](http://www.Unwto.com).
- 48) UNWTO. (2008) *World Tourism Barometer*, Vol.6, No.2, Madrid: United Nations World Tourism Organization World Tourism Organization Madrid, Spain.
- 49) Yang-Yang, Kevin. Wong, K.F. & Tongkun, Wang. (2012) How do hotels choose their location? Evidence from hotels in Beijing, *International Journal of Hospitality Management*, Vol.31, No.3, pp.675-680.
- 50) Yuen, Kevin. & Kam, Fung. (2012) Using the primitive cognitive network process for location analysis: comparisons with theanalytic hierarchy process, *Journal of Applied Operational Research*, Vol.21, No.4, pp.194-202.