

تحلیل تعادل فضایی بخش خدمات و جاذبه‌های گردشگری (نمونه موردی: استان فارس)

سید علی علوی (استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران)

حسن بهنام مرشدی (دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، نویسنده مسئول)

behnammorshedi@Modares.ac.ir

غدیر عشورنژاد (دانشجوی دکتری سنجش از دور و سامانه اطلاعات جغرافیایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران)

تاریخ تصویب: ۱۳۹۶/۰۳/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۸/۲۰

صص ۸۰-۶۳

چکیده

شناخت نابرابری‌ها و عدم تعادل فضایی در بخش خدمات گردشگری در محدوده‌های جغرافیایی مختلف، پی‌بردن به اختلافات و تفاوت‌های موجود و سیاست‌گذاری جهت رفع و کاهش نابرابری‌ها از وظایف اساسی مدیران و دست‌اندرکاران بخش گردشگری به شمار می‌آید. یکی از عوامل اصلی در برهم‌خوردن توازن بین جاذبه‌های گردشگری، عدم توجه به توزیع عادلانه خدمات در سطح جاذبه‌های گردشگری است. هدف پژوهش حاضر استفاده از شاخص‌های آماره‌های فضایی و آنالیزهای مربوطه با کمک سیستم اطلاعات جغرافیایی در راه دستیابی به شناخت اختلافات و تفاوت‌های موجود خدمات گردشگری در منطقه مورد مطالعه است. در این تحقیق از دو واحد پایه شامل واحد پایه رسمی (واحد پایه بخش‌های سیاسی استان فارس) و واحد پایه قراردادی (شبکه‌های الگوی راست‌گوشه) استفاده شده است. آماره‌های فضایی همچون خود هم‌بستگی فضایی، شاخص موران I، آماره عمومی G، تحلیل لکه‌های داغ، مرکز متوسط و منحنی انحراف معیار برای تحلیل داده‌های مورد نظر به کار گرفته شده است. یافته‌های تحقیق حکایت از عدم تعادل شدید خدمات در استان فارس به ویژه مناطق مرکزی و نزدیک شهر شیراز با مناطق جنوب و جنوب غرب استان دارد. نتایج آماره‌های فضایی نشان می‌دهد که خدمات معین، خدمات پذیرایی و خدمات تجاری استان دارای خودهم‌بستگی ضعیف است و همچنین از الگوی خوشه‌ای پیروی کرده‌اند و بیشترین تراکم این خدمات نیز در بخش‌های مرکزی استان و بر روی بخش‌های شیراز، مرودشت، زرقان و ارژن قرار دارد. همچنین، از نظر زیرساخت‌های انسانی نیز تراکم بیش از حد آن بر روی مناطق شمالی استان واقع شده است. از سویی تمرکز جاذبه‌های گردشگری استان نیز در بخش‌های مرکزی استان واقع شده‌اند و می‌توان نتیجه گرفت که با توجه به وجود شهر شیراز که مرکز استان واقع شده است، خدمات گردشگری نیز به همان نسبت در حوالی این شهر و بخش‌های نزدیک به آن تمرکز یافته است و دیگر مناطق همچون مناطق جنوب و جنوب غربی استان حداقل امکانات را دارند.

کلیدواژه‌ها: آمار فضایی، خدمات گردشگری، عدالت فضایی، نابرابری‌های فضایی، واحدهای فضایی متغیر، شهرستان‌های استان فارس.

۱. مقدمه

۱.۱. طرح مسئله

از جمله ویژگی‌های جهان سوم، تمرکز شدید و عدم تعادل فضایی است که این خود در راستای نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی فراگیر و رو به گسترشی است که در جهان امروز قابل مشاهده است (لیز، ۲۰۱۰، ص ۱؛ برنامه توسعه سازمان ملل^۱، ۲۰۱۰). این ویژگی معلول نتایج سیاست‌های رشد قطبی به شمار می‌آید که در نتیجه این سیاست، تمام امکانات و قدرت در یک یا چند منطقه تمرکز می‌یابد و سایر مناطق به صورت حاشیه‌ای عمل می‌کنند. برای ایجاد تعادل و به منظور شکل دادن فضاهای مناسب و همگون، بحث برنامه‌ریزی منطقه‌ای مطرح شده و اولین گام در برنامه‌ریزی منطقه‌ای نیز شناخت نابرابری‌های اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی نواحی مختلف است (عباسی، ۱۳۸۸، صص. ۵۴-۴۵). از سویی، طرفداران نظریه قطب رشد بر این باورند که رشد همزمان در همه جا اتفاق نمی‌افتد؛ بلکه در نقاط یا قطب‌های توسعه‌ای اتفاق می‌افتد که از قدرت جاذبه بالایی برخوردارند. این نقاط، توسعه را در کانال‌هایی پخش می‌کنند که بر کل اقتصاد تسری می‌یابد (آلدن و مورگان^۲، ۱۹۷۴، ص. ۶۲). همچنین، بسیاری از نظریه‌پردازان توسعه مانند میردال و تودارو بر کاهش نابرابری و رفع دوگانگی‌های اقتصادی و اجتماعی به-عنوان یکی از اهداف اساسی توسعه تأکید دارند (آهنگری و سعادت مهر، ۱۳۸۶، صص. ۱۹۴-۱۵۹). بر این اساس، شناخت میزان برخورداری نواحی جغرافیایی

به‌عنوان یکی از اقدامات ضروری و پایه‌ای برای برنامه‌ریزی، می‌تواند تخصیص منابع را با هدف رفع نابرابری‌های منطقه‌ای تحت تأثیر قرار دهد (پورفتحی‌فر و عاشری، ۱۳۸۹، صص. ۱۱۶-۹۵).

یکی از مشخصه‌های بارز توسعه فضایی در ایران نیز وجود نابرابری‌های منطقه‌ای است (کلاتری، ۱۹۹۸، ص. ۱۲۰)؛ زیرا آمایش و سازماندهی سرزمین و فضای جغرافیایی در ایران بر مبنای نظریات سرمایه‌داری طراحی شده است. به همین جهت مناطق کشور به صورت نامتعادل توسعه یافته است (پاپلی یزدی، ۱۳۸۳، صص. ۷۷-۵۱) و برخی از شهرهای مهم کشور بیشترین امکانات را در خود دارند، درحالی‌که سایر مناطق از عدم توسعه اجتماعی-اقتصادی رنج می‌برند (احمدی، ۱۳۸۴). بنابراین، به منظور برطرف کردن این عدم توازن و نابرابری‌ها که فعالیت‌های گردشگری نیز جدای از حیث نیست؛ زیرا فقدان توزیع نامتناسب زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری از جمله کاستی‌های بنیادی و مشهودی است که در بسیاری از مطالعات و طرح‌های توسعه گردشگری در کشور ما ملموس است (غفاری، ۱۳۸۷، ص. ۲) و نیازمند برنامه‌ریزی و بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌ها و جاذبه‌های موجود در مناطق مختلف کشور و توسعه متوازن و هماهنگ آن‌ها است (شیخی و شجاعی، ۱۳۹۱، ص. ۴۶). به این منظور تحلیل فضایی توسعه گردشگری در مناطق و استان‌های مختلف، یکی از الزامات مهم توسعه پایدار گردشگری و اجتناب از ایجاد و توسعه نابرابری‌های فضایی است (افراخته، رهنمایی، طهماسبی و ایمنی قشلاق، ۱۳۹۵)؛ زیرا حضور مؤثر خدمات گردشگری کارآ و مطلوب و توزیع بهینه و متناسب آن جهت ارائه

1. Lees
2. UNDP: United Nations Development Programme
3. Alden & Morgan

به گردشگران و سایر استفاده‌کنندگان می‌تواند به توازن و تعادل سایر کارکردهای گردشگری کمک شایان توجهی کند. از این رو، در برنامه‌ریزی خدمات گردشگری آنچه می‌تواند به تحقق‌پذیری بیشتر این برابری کمک کند، توجه به عدالت فضایی و برنامه‌ریزی‌هایی است که تمرکز بین دو عنصر تقاضا (گردشگران) و عرضه (مراکز ارائه‌کننده خدمات) را حفظ کند (ضیایی و شجاعی، ۱۳۸۹، صص. ۲۵-۴۶). بنابراین، با توجه به این که استان فارس یکی از مهم‌ترین قطب‌های گردشگری کشور و نیز دارای جاذبه‌های گردشگری فراوانی در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی همچون حرم مطهر شاه‌چراغ (ع)، پاسارگاد، تخت‌جمشید، نقش‌رستم، نقش‌رجب، حافظیه، سعدیه و غیره است و سالانه جمعیت انبوهی از گردشگران داخلی و خارجی را به خود جذب می‌کند، لزوم توجه به توزیع بهینه و متعادل خدمات گردشگری در تمام مناطق استان اهمیت می‌یابد؛ زیرا توزیع فضایی متعادل خدمات گردشگری در سطح استان از مهم‌ترین نشانه‌های عدالت فضایی است و برنامه‌ریزان گردشگری وظیفه سنگینی در خصوص ایجاد تعادل فضایی خدمات و امکانات در این زمینه برعهده دارند. به همین جهت هدف این پژوهش استفاده از شاخص‌های آماره‌های فضایی و آنالیزهای مربوطه با کمک سیستم اطلاعات جغرافیایی است تا بتوان در درجه اول به شناخت عدم تعادل فضایی تسهیلات گردشگری استان دست یافت و در درجه دوم، برنامه‌ریزی مناسب جهت تعادل بخشی دسترسی گردشگران به خدمات مورد نیازشان انجام داد تا در نهایت، عدالت اجتماعی و فضایی را در سطح مناطق شاهد باشیم.

با توجه به طرح مسئله، پژوهش حاضر در پی پاسخ‌گویی به این سؤالات است که توزیع فضایی خدمات گردشگری متناسب با جاذبه‌های گردشگری در استان فارس چگونه است؟ و پراکنش فضایی خدمات گردشگری توسط کدام واحد فضایی (رسمی یا قراردادی) به شکل مطلوب‌تری نمایش داده شده است؟ که این موضوع از نوآوری‌های پژوهش حاضر است.

۲.۱. پیشینه پژوهش و مبانی نظری

در زمینه مباحث مرتبط با برنامه‌ریزی فضایی و به‌ویژه تعادل فضایی، تحقیقات گسترده‌ای در عرصه دانش جغرافیا صورت گرفته است؛ ولی در قلمرو گردشگری کمتر به موضوع مذکور به‌ویژه از منظر عرضه و تقاضا (جاذبه‌های گردشگری و خدمات) توجه شده است. تحقیقات مرتبط با برنامه‌ریزی‌های تعادل فضایی مقصدهای گردشگری نیز تا حد زیادی تنها تا مرحله شناسایی جاذبه‌های گردشگری و اجزای سازمان فضایی آن (گره‌ها، خطوط و پهنه‌ها که زیرساخت‌های گردشگری یک مقصد را شکل می‌دهند) و بیان این که چه چیزی کجاست و چرا به این گونه پراکنده شده‌اند، پیش رفته است. این در حالی است که برنامه‌ریزی مقصدهای گردشگری، نیازمند دانشی از پیکره‌بندی پایدار اجزای سازمان فضایی (یعنی توجه به ماهیت این اجزاء، سلسله مراتب موجود میانشان و روابط عملکردی میان آن‌ها) و توجه به هر دو بعد عرضه و تقاضا در کنار هم است. این مطلب بیان‌گر نبودن عرصه‌های مرتبط با سازماندهی فضا در بحث گردشگری چه در سطح بین‌المللی و چه در سطح داخلی است. در ادامه به یافته‌های برخی از مهم‌ترین مطالعات انجام‌شده در این زمینه اشاره شده است.

بهنام مرشدی (۱۳۹۱)، در پایان‌نامه خود با توجه به معیارهای خدمات گردشگری، با استفاده از آماره‌های فضایی جهانی به تحلیل توزیع فضایی خدمات و جاذبه‌های گردشگری استان فارس پرداخته و به این نتیجه رسیده است که خدمات گردشگری استان از توزیع عادلانه برخوردار نبوده و بیشترین تمرکز این خدمات در نواحی مرکزی است. شیخی و شجاعی (۱۳۹۱) در پژوهش خود با کمک تکنیک تحلیل خوشه‌ای در پی پیاده‌سازی عدالت فضایی در برنامه‌ریزی گردشگری بوده‌اند و با توجه به چگونگی و چرایی توسعه مقاصد گردشگری استان مازندران متذکر می‌شوند که در این مقاصد هم تراکم بیش از حد فعالیت‌ها و تأسیسات گردشگری در برخی نواحی و هم محروماندن برخی دیگر مقاصد علی‌رغم داشتن پتانسیل‌های بالا در توسعه گردشگری قابل مشاهده است و درنهایت، نحوه شناسایی بهینه‌ترین شکل سطح‌بندی مقاصد گردشگری در استان مازندران را ارائه می‌کنند. افراخته، رهنمایی، طهماسبی و ایمنی قشلاق (۱۳۹۵)، در پژوهش خود با عنوان «تحلیل نابرابری‌های فضایی در توسعه منابع گردشگری» با هدف تحلیل نابرابری‌های فضایی در توسعه عناصر گردشگری با بهره‌گیری از عناصر اصلی گردشگری و استفاده از ۹ شاخص و ۴۶ متغیر، درباره وضعیت توزیع فضایی منابع گردشگری و توسعه آن بین شهرستان‌های ده‌گانه استان اردبیل پژوهش کرده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که الگوی فضایی توسعه عناصر و منابع گردشگری در بین شهرستان‌های استان یک الگوی ناهمگن است و نابرابری تسهیلات اقامتی و سایر عناصر گردشگری از جاذبه‌های گردشگری تبعیت نکرده‌اند.

از مطالعات خارجی مرتبط نیز می‌توان به مقاله گرگ اوهر و هازل بارت^۱ (۱۹۹۹) با عنوان «نابرابری منطقه‌ای صنعت گردشگری در پرتقال» اشاره کرد که به این نتیجه رسیده‌اند که توزیع فضایی گردشگری و خدمات گردشگری در کشورهای درحال توسعه از تعادل فضایی برخوردار نیست و بر همین اساس در پژوهش خود برای اولین بار تحلیلی در زمینه توزیع منطقه‌ای گردشگری ملی و بین‌المللی ارائه کرده‌اند. گان^۲ (۲۰۰۰) نیز در کتاب برنامه‌ریزی گردشگری: مبانی، مفاهیم و موارد، به معرفی عناصر فضایی در برنامه‌ریزی مقصدهای گردشگری؛ ایجاد توازن مطلوب میان محیط و توسعه گردشگری و توصیف ساختار فیزیکی نواحی مقصد می‌پردازد. همچنین، دینگ^۳ (۲۰۱۱) نیز در پژوهش خود به بررسی ویژگی‌های ساختار فضایی جاذبه‌های گردشگری در نانچینگ؛ تحلیل کمی عوامل تأثیرگذار بر توزیع ساختار فضایی جاذبه‌ها؛ شناسایی عوامل توسعه اقتصادی منطقه، سطح توسعه اقتصاد گردشگری منطقه، توانمندی منابع گردشگری منطقه و اقدامات دولتی به‌عنوان برخی از عوامل تأثیرگذار در توزیع فضایی جاذبه‌های گردشگری در منطقه نانچینگ و همچنین ارائه استراتژی‌ها و جهت‌گیری‌هایی برای بهینه‌سازی توزیع فضایی جاذبه‌ها اشاره کرده‌اند. سارویو و تاتیک^۴ (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل چشم‌انداز جذابیت‌های گردشگری مبتنی بر ویژگی‌های مکانی» ارتباط ویژگی‌های مکانی مانند جاذبه‌های طبیعی، پاکیزگی، مهمان‌نوازی، ارائه‌دهندگان خدمات

1. Greg O'Hare and Hazel Barrett

2. Gunn

3. Ding, L.

4. Saroyo & Tatic

فضایی در سطوح ملی و منطقه‌ای است. تداوم این روند به معنای انحراف از اصول راهبردی توسعه پایدار گردشگری و تعمیق پیامدهای سوء زیست‌محیطی، اجتماعی، اقتصادی و فضایی خواهد بود (ضیایی، جاودان و کاظمی‌ازغدی، ۱۳۹۳، صص. ۱۱۰-۸۳).

فضای گردشگری، مقصدی از کلیه محصولات گردشگری است که ترکیبی از منابع و خدمات است. منابع، جاذبه اولیه‌ای را که مقصد برای بازدیدکنندگان دارد، استمرار می‌بخشند، درحالی‌که خدمات ارائه می‌شوند تا بازدید را ممکن کرده یا افزایش دهند (گیریواتی^۳، ۲۰۱۳، ص. ۱۶۶) و از آن‌جایی که گردشگری یکی از بخش‌های پیش‌تاز و در حال رشد در میان فعالیت‌های خدماتی در سطح بین‌المللی است (فیوری و سانتانا گالگو^۴، ۲۰۱۱) بحث خدمات، جایگاه مهمی در این فعالیت دارد (طالقانی و فتاحی، ۱۳۸۴، صص. ۶۳-۵۶). اساساً تسهیلات و خدمات گردشگری از دیدگاه اقتصادی، ساختارهای زیربنایی و روبنایی این فعالیت را تشکیل می‌دهند و گسترش این‌گونه پدیده‌ها، موجب تسهیل در امر توسعه و شکوفایی گردشگری خواهد شد (جان لی، ۱۳۷۸، ص. ۳۳). به همین جهت برای برنامه‌ریزان و مسئولان مربوطه، برنامه‌ریزی خدمات و دسترسی بهینه به این تسهیلات در اولویت قرار دارد؛ زیرا 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 این سیستم به شناخت اجزای سیستم و کلیت آن نیازمند است. بر این اساس،

گردشگری، امکانات پشتیبانی و ضریب امنیت در برابر جذابیت ساحل را با استفاده از روش رگرسیون غیرخطی - تحلیل می‌کنند. در نتیجه در این مقاله جذابیت نسبی ساحل گوا با روش زنجیره مارکوف بررسی شد و ۶۹ درصد از جذابیت گردشگری در مناطق ساحلی تحت تأثیر ویژگی‌های مکانی بوده‌اند و نزدیک به ۷۰ درصد از آن مختص به جذابیت‌های طبیعی بوده است.

۳.۱. عدالت فضایی و توسعه فضاهای

گردشگری

سازمان‌دهی فضا یکی از ابعاد اساسی جوامع انسانی، بازتاب وقایع اجتماعی و تجلی ارتباطات اجتماعی است. عدالت فضایی نقطه تلاقی فضا و هدایت اجتماعی است. در نتیجه، هم عدالت و هم بی‌عدالتی در فضا نمایان می‌شود. از این رو، تجزیه و تحلیل برهم‌کنش بین فضا و اجتماع در فهم بی‌عدالتی‌های اجتماعی و چگونگی تنظیم سیاست‌های برنامه‌ریزی برای کاهش یا حل آن‌ها ضروری است (دوفاکس^۱، ۲۰۰۸، ص. ۲). از این رو، عدالت فضایی به جنبه‌های فضایی یا جغرافیایی عدالت یا بی‌عدالتی اشاره می‌کند و در واقع توزیع عادلانه منابع و دسترسی به آن‌ها در فضای جامعه است (سوجا^۲، ۲۰۰۶، ص. ۲). از سوی، تبلور عینی سازمان فضایی سرزمین متأثر از سیاست‌های غیرمتوازن توسعه‌ای (با اذعان به تنوع‌های جغرافیایی)، نمایانگر عدم تعادل و نابرابری در دسترسی به فرصت‌ها، منابع و منافع توسعه میان فضاهای کم‌شمار برتر و پیرامون وسیع فروتر است. بنابراین، روند توسعه گردشگری نیز متأثر از شرایط کلی حاکم بر فضای سرزمینی، عدم توازن

3. Giriwati

4. Fourie & Santana-Gallego

1. Dufaux

2. soja

نظام گردشگری متشکل از جاذبه‌ها و فعالیت‌های توریستی، مراکز اقامتی، تسهیلات و خدمات حمل و نقل، تأسیسات زیربنایی، تسهیلات و خدمات توریستی (اینسکپ^۱، ۱۹۹۱) است و خدمات گردشگری را می‌توان شامل تمام امکانات و تسهیلاتی دانست که جهت برآوردن نیازها و خواسته‌های مورد انتظار گردشگران از سوی ارائه‌دهندگان خدمات (سازمان‌ها، ادارات، ارگان‌ها، جامعه میزبان و غیره) به گردشگران ارائه می‌شود تا رضایت گردشگران جلب شود (بهنام مرشدی، احمدی، فرجی سبکبار و رضوانی، ۱۳۹۵، ص. ۱۸)؛ اما بررسی وضعیت موجود فضاهای مستعد گردشگری از نظر ساخت‌های کالبدی نشان می‌دهد که این نقاط دچار نارسایی‌های عدیده‌ای است؛ به طوری که در برخی از نقاط امکان ارائه حداقل امکانات رفاهی برای گردشگران وجود ندارد. از این رو ظرفیت‌های موجود منجر به شکل‌گیری فعالیت‌های جدید و متعاقب آن پویایی اقتصادی مناطق مستعد گردشگری نشده است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۲). بنابراین، اهمیت خدمات و زیرساخت‌های گردشگری از آن جهت است که رابطه مستقیمی بین افزایش کمیت و کیفیت زیرساخت‌ها و تعداد گردشگران وجود دارد. در واقع، کیفیت بالای خدماتی که در این بخش از فعالیت‌های گردشگری ارائه می‌شود به صورت مستقیم منجر به افزایش درآمد، میانگین مدت ماندگاری و در نهایت افزایش سطح مطلوبیت گردشگران می‌شود که این خود انگیزه بازدید مجدد را در پی خواهد داشت (بهنام مرشدی، ۱۳۹۱). بنابراین، برای رسیدن به این مهم؛ یکی از مباحث مهم در زمینه توسعه گردشگری

بحث عدالت فضایی است؛ چراکه در برنامه‌ریزی گردشگری برخورد همسان و مشابه با چنین مناطقی، اثرات و پیامدهای منفی بسیاری را به همراه خواهد داشت. عدم توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های مناطق مختلف گردشگری به رشد نامتوازن و قارچ‌گونه مقصدهای گردشگری منجر می‌شود و نتایجی را به دنبال دارد که از عدالت فضایی فرسنگ‌ها فاصله خواهد داشت. عدم توجه به عدالت فضایی گردشگری، پدیده‌ای است که در بسیاری از مناطق و مقصدهای گردشگری می‌توان به وضوح مشاهده کرد؛ زیرا تمرکز و بارگذاری بیش از حد برخی از مقصدها، تعادل توسعه در منطقه را برهم زده و موجب شکل‌گیری مقصدهای برخوردار و محروم شده است. سرعت توسعه گردشگری توأم با تمرکز فضایی منجر به شکل‌گیری الگوی نامتوازن رشد می‌شود. این امر موجب کاهش جذابیت مکانی و در نتیجه تضعیف بازار گردشگری مقصد می‌شود (ویلیامز^۲، ۱۹۹۸، ص. ۶۹). بنابراین، می‌توان امید داشت که عدالت فضایی در توسعه مناطق گردشگری زمانی به تحقق نزدیک می‌شود که پاسخ-گوی مسائلی چون: الف) تخصیص متناسب امکانات، خدمات و فعالیت‌های گردشگری؛ ب) استفاده متوازن از توان‌های بالقوه و بالفعل گردشگری در سطح منطقه و ج) از بین بردن شکاف بین مناطق فقیر و غنی در مناطق گردشگری (شیخی، شجاعی، ۱۳۹۱) باشیم.

۲. روش‌شناسی پژوهش

نوع تحقیق کاربردی و روش بررسی آن توصیفی-تحلیلی است. با توجه به اهداف تحقیق ابتدا

معیارها و شاخص‌های خدمات گردشگری از طریق مطالعات کتابخانه‌ای (تحقیقات پیشین) شناسایی و با نظرات کارشناسان تکمیل شد و متناسب با معیارها، داده‌های مورد نیاز از ادارات و سازمان‌های مربوطه جمع‌آوری شد. در ادامه لایه جاذبه‌های گردشگری استان فارس (جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و مذهبی) از طریق نقشه‌های میراث فرهنگی و همچنین توسط نرم‌افزار گوگل ارث^۱ مشخص شده و سپس به صورت شیپ فایل^۲ درآمد و به واحدهای پایه متصل شدند. واحدهای پایه فضایی استفاده‌شده در این تحقیق شامل واحد پایه رسمی (واحد پایه بخش‌های سیاسی استان فارس) و واحد پایه قراردادی (شبکه‌های الگوی راست‌گوشه^۳) یا واحدهای فضایی متغیر است که در بخش تحلیل با استفاده از آزمون‌های آمار فضایی همچون تکنیک خود هم‌بستگی فضایی، شاخص موران I، آماره عمومی G، تحلیل لکه‌های داغ، مرکز متوسط و منحنی انحراف معیار، جهت شناخت تعادل فضایی خدمات و جاذبه‌های گردشگری در استان فارس به صورت علمی بررسی شده است. در ادامه فرآیند روش‌شناسی پژوهش (شکل ۱) نشان داده شده است و سپس واحدهای فضایی و آماره‌های فضایی مورد استفاده در این تحقیق تشریح شده است.

۲.۲. آمار فضایی^۴

داده‌هایی که از لحاظ موقعیت قرار گرفتن به یک‌دیگر وابستگی دارند، داده‌های فضایی نامیده می‌شوند (رسولی، ۱۳۹۰) و آمار فضایی امکان انجام

تحلیل‌های آماری بر روی این داده‌ها را با در نظر گرفتن بعد فضایی آن‌ها امکان‌پذیر می‌سازد و نقش بسزایی در مدل‌سازی روابط فضایی دارد. واقعیت این است که پدیده‌های زیادی را می‌توان به کمک این تکنیک‌ها مطالعه و بررسی کرد. آمار فضایی امکان درک رفتار پدیده‌های جغرافیایی، شناسایی الگوها و روندهای موجود در پدیده‌های جغرافیایی و کشف دلایل آن‌ها را فراهم می‌کند. به کمک آمار فضایی می‌توان نحوه توزیع پدیده‌های متعدد در فضا را در یک عدد خلاصه و بسیاری از تصمیماتی را که با ملاحظه نقشه‌ها صورت می‌گیرند، با دقت علمی بیشتری اتخاذ کرد (عسگری، ۱۳۹۰، صص. ۱۴-۱۳).

ابزارهای آمار فضایی شامل مجموعه‌ای از تکنیک‌ها و روش‌ها برای توصیف و مدل‌سازی داده‌های فضایی است و در مواردی که حجم داده‌ها زیاد است و توزیع و یا پراکندگی آن‌ها در فضا پیچیده‌تر است استفاده از آماره‌های فضایی می‌تواند به ما در افزایش دقت نتایج و مشاهدات کمک زیادی کند (بهنام مرشدی، ۱۳۹۱). از جمله مهم‌ترین مجموعه عملیات آماری فضایی قابل دسترس در نرم‌افزار سامانه اطلاعات جغرافیایی شرکت Esri می‌توان به (ابزارهای تحلیل الگو، ابزارهای تهیه نقشه خوشه‌ها، ابزارهای اندازه‌گیری توزیع جغرافیایی و ابزارهای مدل‌سازی روابط فضایی) اشاره کرد که در زیر مهم‌ترین آماره‌های فضایی پژوهش شده و کاربردهای هر یک از آن‌ها ذکر شده است.

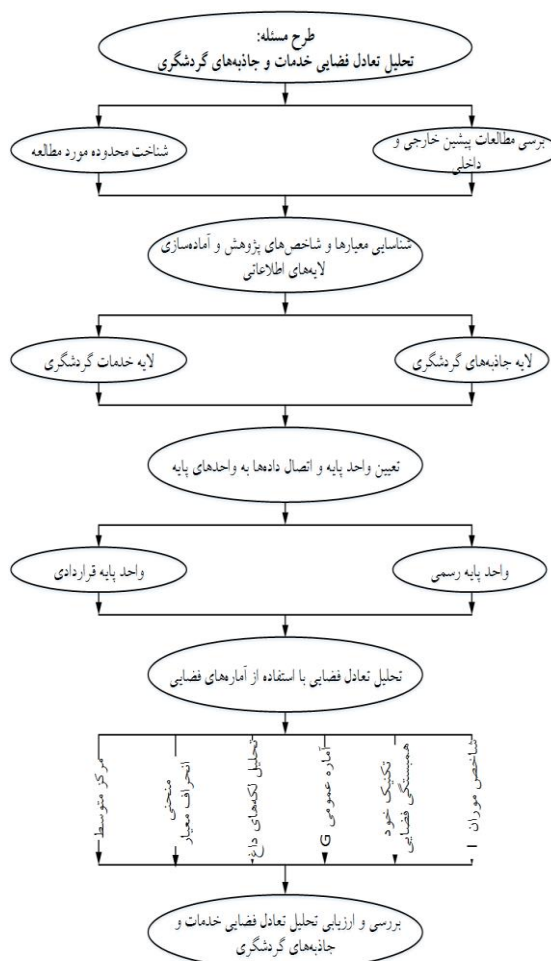
1. Google Earth
2. Shape File
3. Fishnet
4. Spatial Statistic

زیاد و یا کم داده‌های فضایی را بررسی می‌کند. آماره عمومی G بر شاخص موران در تعیین نقاط مثبت (داغ) و منفی (سرد) در سطح منطقه مورد مطالعه ترجیح دارد. این نقاط داغ و سرد می‌توانند به‌عنوان تمرکزهای فضایی در نظر گرفته شوند.

۲.۴. تحلیل لکه‌های داغ یا آماره گتیس-آرد

جی^۲

تحلیل لکه‌های داغ^۳، آماره گتیس آرد جی^۴ را برای کلیه عوارض موجود در داده‌ها محاسبه می‌کند (ژانگ، لو و ژی^۵، ۲۰۰۸، صص. ۲۲۱-۲۱۲). امتیاز Z محاسبه‌شده نشان می‌دهد که در کجای داده‌ها مقادیر زیاد و یا کم خوشه‌بندی شده‌اند. این ابزار در حقیقت به هر عارضه در چهارچوب عوارضی که در همسایگی‌اش قرار دارند، نگاه می‌کند. اگر عارضه‌ای مقادیر بالا داشته باشد، جالب و مهم است؛ ولی به‌تنهایی ممکن است یک لکه داغ معنادار آماری نباشد. برای این که یک لکه داغ تلقی شود و از نظر آماری معنادار نیز باشد، باید هم خودش و هم عوارضی که در همسایگی‌اش قرار دارند، دارای مقادیر بالا باشند. جمع محلی^۶ یک عارضه و همسایگانش به‌طور نسبی با جمع کل عارضه‌ها مقایسه می‌شود، زمانی که جمع محلی به‌طور زیاد و غیرمنتظره‌ای از جمع محلی مورد انتظار بیشتر باشد و اختلاف به اندازه‌ای باشد که نتوان آن را در نتیجه تصادف دانست، در نتیجه امتیاز Z به دست خواهد آمد



شکل ۱. فرآیند روش‌شناسی پژوهش

مأخذ: نویسندگان، ۱۳۹۵

۲.۳. خوشه‌بندی زیاد/ کم یا آزمون G عمومی^۱

تحلیل خوشه‌بندی زیاد/ کم به اندازه‌گیری میزان تراکم و خوشه‌بندی مقادیر زیاد و یا کم یک متغیر در محدوده مورد مطالعه می‌پردازد (بهنام مرشدی، ۱۳۹۱)؛ به‌عنوان مثال، با استفاده از این تحلیل می‌توان به بررسی تعداد جاذبه‌های گردشگری یا تعداد نوعی از خدمات در بخش‌هایی از منطقه مورد مطالعه پرداخت. آماره G وجود و یا عدم وجود خوشه‌بندی

2. Hot Spot Analysis (Getis-Ord G_i^*)

3. Hot Spot Analysis

4. Getis_Ord G_i

5. Zhang, Luo, Xu

6. Local sum

1. High/Low Clustering (Getis-Ord General G)

(اورد و گتس^۱، ۱۹۹۵؛ انتظاری، داداشی رودباری و اسدی، ۱۳۹۴).

۲.۵. خود هم‌بستگی فضایی (موران I)^۲

به‌طور کلی، الگوهای پراکنش فضایی بر اساس مطالعات انجام‌گرفته سه حالت دارند: ۱: خوشه‌ای^۳، ۲: پراکنده^۴ و ۳: تصادفی^۵ (راهنما و ذبیحی، ۱۳۹۰، صص. ۲۶-۵ و محمدزاده، ۱۳۹۴، ص. ۱۰). به‌منظور تحلیل پراکنش فضایی خدمات گردشگری و تمرکز آنها از یک طرف و سنجش میزان دسترسی به آنها و تعیین نقاط تمرکز و چگونگی توزیع خدمات از نظر خوشه‌ای، پراکنده و اتفاقی و درنهایت، عدالت فضایی از مدل «خودهم‌بستگی فضایی» استفاده می‌شود (بهنام مرشدی، ۱۳۹۱).

تحلیل خودهم‌بستگی فضایی دو نوع خروجی به‌صورت گرافیکی و عددی ارائه می‌کند. خروجی گرافیکی نشان می‌دهد که آیا داده‌ها پراکنده و یا خوشه‌بندی شده هستند (عسگری، ۱۳۹۰، ص. ۶۵). چنان‌چه ضریب موران برابر با یک باشد، بر توزیع کاملاً عادلانه مکانی فضایی دلالت دارد و هرچه از عدد یک به سمت صفر پیش می‌رود، از درجه عادلانه بودن آن کاسته می‌شود و به سمت تصادفی سوق می‌یابد. عدد (۱-) به‌صورت کاملاً ناعادلانه و پراکنده است (تسو، یوتینگ و یو لین^۶، ۲۰۰۵، ص. ۴۲۷).

۲.۶. میانگین مرکزی^۷

میانگین مرکزی ساده‌ترین تحلیل در آمار فضایی است. این تحلیل مشابه میانگین در آمار معمولی است و به‌صورتی مشابه محاسبه می‌شود. این تحلیل مرکز جغرافیایی و یا مرکز ثقل مجموعه‌ای از عوارض را شناسایی می‌کند (اک، لیتنر و ویلسون^۸، ۲۰۰۹). خروجی این ابزار تحلیلی یک لایه جدید خواهد بود که در آن نقطه میانگین مرکزی وجود دارد. اگر هنگام ورود داده‌های این تحلیل، فیلد موردی^۹ در نظر گرفته باشید، در آن صورت لایه ایجادشده دارای بیش از یک نقطه میانگین مرکزی خواهد بود که تعداد آنها متناسب با تعداد طبقات موجود در فیلد موردی خواهد بود (عسگری، ۱۳۹۰، ص. ۱۰۴).

۲.۷. توزیع جهت‌دار^{۱۰}

توزیع بسیاری از پدیده‌های جغرافیایی در فضا به‌گونه‌ای است که ممکن است جهت‌دار بوده و نتوان آنها را با دایره نشان داد. در این موارد می‌توان با محاسبه واریانس محورهای x و y به‌طور جداگانه و مستقل روند و جهت توزیع پدیده‌ها در فضا را نشان داد. ابزار توزیع جهت‌دار نشان می‌دهد که آیا توزیع عوارض جغرافیایی در فضا به‌صورتی جهت‌دار صورت گرفته‌اند یا خیر. آیا عوارض از عارضه مشخصی نسبت به سایر عوارض در جهت خاص دورتر هستند یا خیر؟ (احمدی، ۱۳۹۱).

1. Ord and Getis
2. Spatial Autocorrelation (Moran's I)
3. Clustered
4. Dispersed
5. Random
6. Tsou, Ko-Wan, Yu-Ting Hung, and Yao-Lin Chang.

7. Mean Center
8. Eck, LitenerWilson
9. Case Field
10. Directional Distribution

۳. یافته‌های پژوهش

امر است. جهت دستیابی به این معیارها و زیرمعیارها پس از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی تحقیقات صورت گرفته پیشین با نظرات متخصصین تکمیل و شناسایی شدند (جدول ۱).

تعیین معیارهای پژوهش، از ابتدایی‌ترین و مهم‌ترین فرآیندهای پژوهش است. بنابراین، اولین گام جهت تجزیه و تحلیل خدمات گردشگری نیز شناسایی معیارها و شاخص‌های مورد استفاده در این

جدول ۱. معیارها و شاخص‌های خدمات و جاذبه‌های گردشگری

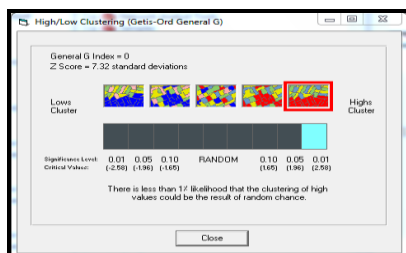
انواع خدمات	خدمات تجاری	خدمات پذیرایی	خدمات معین	جاذبه‌های گردشگری	زیرساخت‌های انسانی
گردشگری	کبابی و ساندویچی	مجموع‌های خدماتی رفاهی	نوع یک (پمپ بنزین و پمپ سوخت)	جاذبه‌های تاریخی	مراکز فرهنگی - مذهبی
	سوپر مارکت، بقالی و میوه فروشی	رستوران بین‌راهی	نوع دو (آپاراتی و پنجرگیری، تعویض روغنی، تعمیرگاه ...)	جاذبه‌های مذهبی	شهر و روستا
	نانوایی	سالن غذاخوری	نوع سه (کارواش، اطاق‌سازی، الکتروباطری و ...)	جاذبه‌های طبیعی	مراکز انتظامی

مأخذ: نویسندگان، ۱۳۹۵

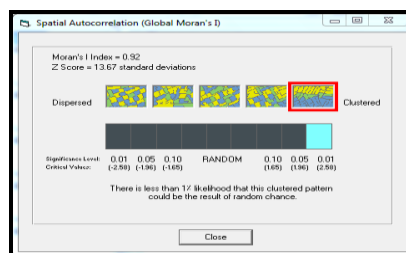
نتایج آماره G عمومی و موران I به شکل گرافیکی است که شکل (۲ و ۳)، نحوه نمایش مقادیر این آماره‌ها را نشان می‌دهد. آماره موران I (شکل ۲) نیز که بین عدد صفر (عدم همبستگی) تا یک (همبستگی بسیار قوی) بین خصیصه‌های مورد نظر است را نشان می‌دهد و آماره G عمومی نیز چنانچه در شکل (۳) نشان داده شده است، وجود و یا عدم وجود خوشه‌بندی زیاد و یا کم داده‌های فضایی را بررسی می‌کند.

در ادامه توزیع خدمات معین، توزیع و پراکنش جاذبه‌های گردشگری استان و همچنین زیرساخت‌های انسانی استان، توزیع خدمات تجاری، پذیرایی با استفاده از تحلیل لکه‌های داغ یا آماره گیتس-آرد جی، بیضی انحراف معیار و مرکز متوسط بررسی شد (شکل ۴ و ۵). قابل ذکر است که تحلیل لکه‌های داغ یا آماره گیتس-آرد جی با توجه به منحنی نرمال، مقادیر بین ۲٫۸۵- تا ۲٫۸۵+ را به صورت طیف از رنگ آبی تیره (نقاط سرد^۱) که نشانگر عدم وجود یا حداقل خصیصه مورد نظر تا رنگ قرمز (نقاط داغ^۲) که نشانگر تراکم بیش از حد یا تمرکز خصیصه مورد نظر است، نشان می‌دهد. همچنین،

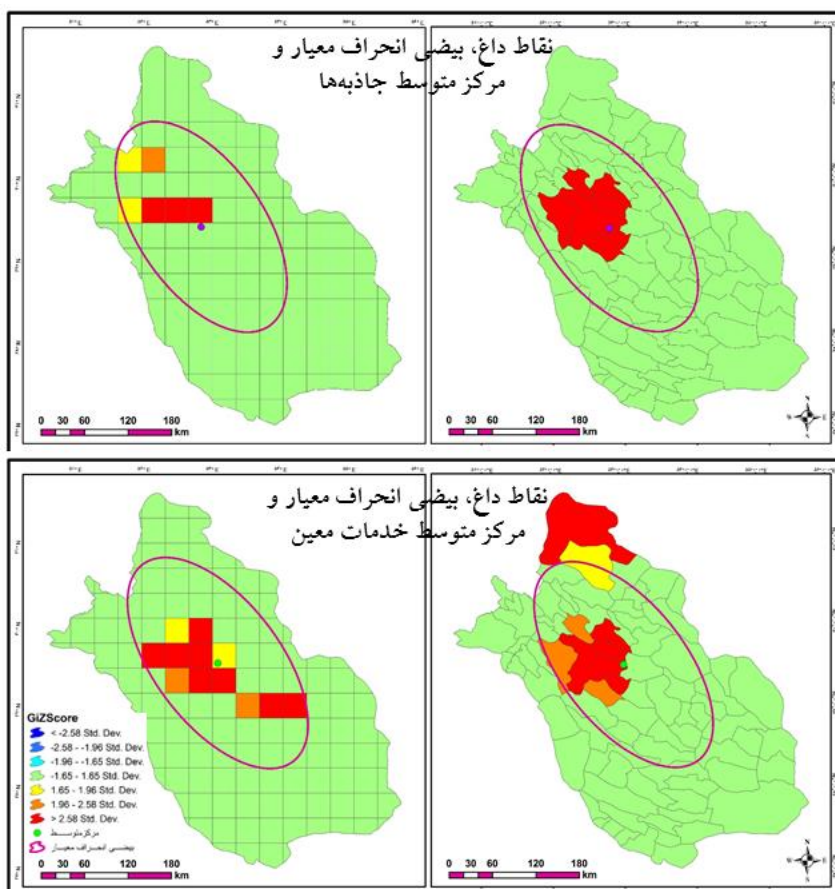
1. ColdSpot
2. Hotspot



شکل ۳. نتایج گرافیکی تحلیل G عمومی



شکل ۲. نتایج گرافیکی تحلیل شاخص موران I



شکل ۴. نقاط داغ، بیضی انحراف معیار و مرکز متوسط جاذبه‌های گردشگری و خدمات معین

مأخذ: نویسندگان، ۱۳۹۵

زیادی از شاخص تحت بررسی خوشه‌بندی شده و لکه داغ را به وجود آورده است که بیانگر این موضوع است که این محدوده‌ها دارای وضعیت بهتری چه از نظر جاذبه‌ها و چه از نظر خدمات می‌باشند. به هر میزان که از مقدار Z کم می‌شود و Z مقدار منفی و

شکل (۴ و ۵) تحلیل لکه‌های داغ بر شاخص‌های خدمات و جاذبه‌های گردشگری است. لکه‌های قرمزی که در هر یک از نقشه‌های بالا مشاهده می‌شود، نشانگر مقادیر زیاد Z است که لکه داغ را به وجود آورده‌اند. این لکه‌ها نشان می‌دهند که مقادیر

کوچک به خود می‌گیرد، به لکه‌های سرد که با رنگ آبی در نقشه‌ها دیده می‌شود، نزدیک می‌شویم که بیانگر این است که این محدوده‌ها در وضعیت نامطلوبی قرار دارند. همان‌طور که مشاهده می‌شود بیشترین تمرکز این نقاط بر روی بخش شیراز، مرودشت، کازرون، زرقان، ارژن و کوار و در کل در بخش مرکزی است و بخش‌های جنوبی استان از تمرکز بسیار پایین برخوردار است و در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

شاخص موران نیز در شاخص‌های خدمات تجاری، جاذبه‌های گردشگری، خدمات معین و پذیرایی به ترتیب برابر (۰/۱۲، ۰/۱۲، ۰/۱۹ و ۰/۲۸) و نزدیک به صفر است که نشان‌دهنده وجود خودهمبستگی فضایی ضعیف است؛ به این معنا که مکان‌یابی و پخش این خدمات به صورت تصادفی بوده است و با یک‌دیگر دارای ارتباطی منسجم نیستند و خدمات گردشگری و جاذبه‌ها به صورت متوازن توزیع نشده‌اند. در صورتی که این شاخص در زیرساخت‌های انسانی برابر با ۰/۹۲ و نزدیک به عدد ۱ است که نشان‌دهنده وجود همبستگی فضایی قوی است؛ به این معنا که مکان‌یابی‌ها به صورت پراکنده صورت نگرفته و با یک‌دیگر دارای ارتباط منسجم هستند و به صورت متوازن توزیع شده‌اند. در مورد ضریب موران باید گفت که از آنجایی که این ضریب قادر به تشخیص تفاوت‌های محلی نیست و ممکن است هم نقاط با ارزش بالا یک خوشه تشکیل داده باشند و هم نقاط با ارزش پایین با یک‌دیگر خوشه تشکیل داده باشند، با استفاده از دستور High/Low Clustering از مجموعه Spatial

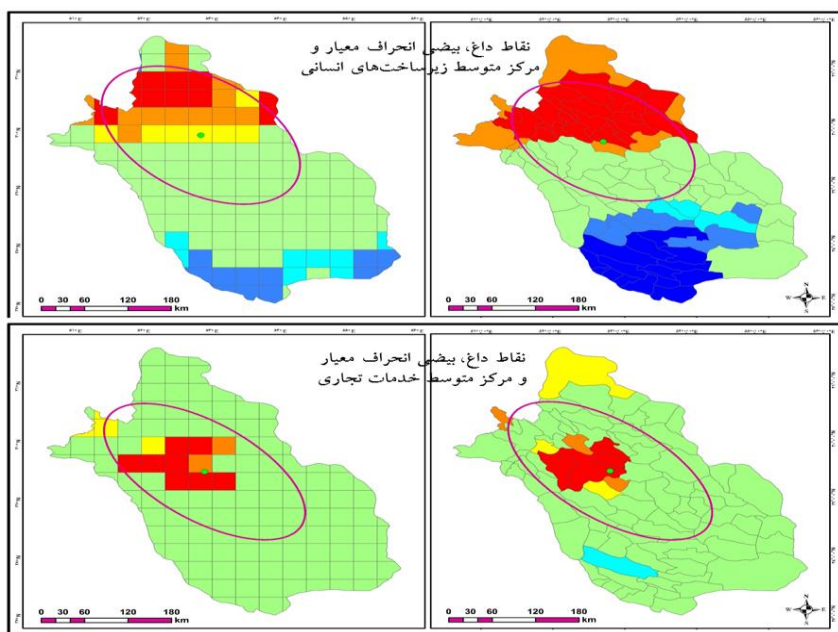
Statistics tools آماره عمومی G برای خدمات و جاذبه‌های گردشگری محاسبه شد و همان‌طور که در شکل (۶) مشاهده می‌شود، مقدار آماره عمومی G برابر با صفر است که حاکی از وجود خوشه‌بندی است و نشان می‌دهد که تمرکز خدمات و جاذبه‌های استان فارس از نوع خوشه‌ای با تمرکز بالا است و جاذبه‌های گردشگری با میزان مطلوبیت بالا از نظر دسترسی به خدمات مورد نیاز، بیش از جاذبه‌های گردشگری نامطلوب با یک‌دیگر خوشه تشکیل داده‌اند.

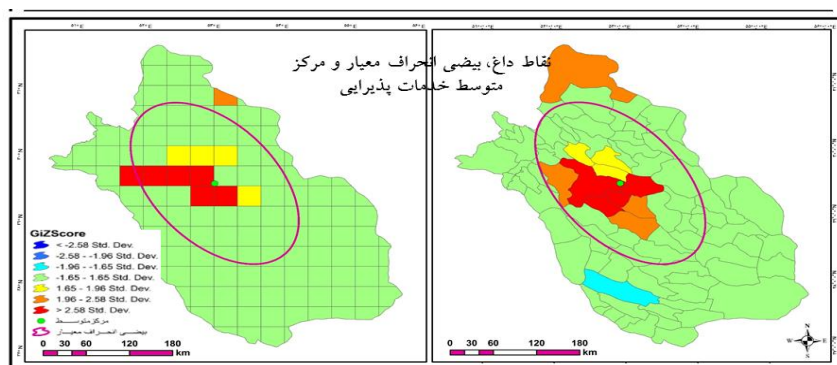
در تحلیل مرکز متوسط، نقطه ثقل جاذبه‌ها و خدمات گردشگری استان مشخص می‌شود. این تحلیل بر خلاف سایر تحلیل‌های قبلی براساس عدم دسترسی به خدمات و زیرساخت‌های مورد نیاز فضاهای گردشگری انجام شده است.

هدف از این تحلیل، به دست آوردن محدوددهایی است که اولویت بیشتری را برای ارائه خدمات مورد نیاز گردشگران دارد. چنانچه در شکل (۴ و ۵) نشان داده شده است، نقطه ثقل جاذبه‌های گردشگری، خدمات معین، تجاری و پذیرایی در جنوب شرقی بخش شیراز قرار گرفته است و تنها مرکز ثقل زیرساخت‌های انسانی در جنوب بخش مرودشت قرار گرفته است. از سویی، بیضی انحراف معیار به ما امکان می‌دهد که اگر توزیع عوارض در فضا از الگوی جهت‌داری برخوردارند، آن را شناسایی کنیم و چنانچه در شکل (۴ و ۵) نشان داده شده است، توزیع منحنی انحراف استاندارد جاذبه‌های گردشگری و همچنین، تمامی خدمات گردشگری استان جنوب شرقی - شمال غربی است. همان‌طور که در شکل

حافظ، سعدی، شاه‌چراغ و غیره واقع شده‌اند و می‌توان نتیجه گرفت که با توجه به وجود شهر شیراز که مرکز استان واقع شده است، خدمات گردشگری نیز به همان نسبت در حوالی این شهر و بخش‌های نزدیک به آن تمرکز یافته است و دیگر مناطق همچون مناطق جنوب و جنوب‌غربی استان حداقل امکانات را دارند. از عوامل دیگری که باعث شده اکثر خدمات استان در بخش مرکزی و نسبتاً شمالی‌تر استان واقع شوند، علاوه بر وجود مرکزیت استان (شهر شیراز) و وجود جاذبه‌های گردشگری، وجود آب و هوای معتدل‌تر این مناطق نسبت به مناطق جنوبی استان است که این خود به جمعیت استان در این مناطق نیز بستگی دارد. شایان ذکر است که کشیدگی منحنی‌های انحراف معیار خدمات مورد نظر، شمال غربی - جنوب شرقی است که این خود نیز با توجه به عوامل ذکر شده بالا هماهنگ است.

(۶) نشان داده شده است، تمامی مقادیر آماره‌های فضایی و نتایج هر یک از خدمات و جاذبه‌های گردشگری استان به صورت شماتیک ترسیم شده است. نتایج آماره‌های فضایی نشان می‌دهد که خدمات معین، خدمات پذیرایی و خدمات تجاری استان دارای خودهمبستگی ضعیف است و همچنین از الگوی خوشه‌ای پیروی کرده‌اند و بیشترین تراکم این خدمات نیز در بخش‌های مرکزی استان و بر روی بخش‌های شیراز، مرودشت، زرقان و ارژن قرار دارد. همچنین، از نظر زیرساخت‌های انسانی نیز تراکم بیش از حد آن بر روی مناطق شمالی استان واقع شده است که یکی از مهم‌ترین دلایل آن وجود درگاه ورودی گردشگران مناطق شمالی و مرکزی کشور به این استان است؛ هرچند که این خدمات بیشتر در شهر آباده متمرکز بوده است. ازسویی، تمرکز جاذبه‌های گردشگری استان نیز در بخش‌های مرکزی استان (تخت جمشید، نقش رستم، پاسارگاد،





شکل ۵. نقاط داغ، بیضی انحراف معیار و مرکز متوسط زیرساخت‌های انسانی، خدمات تجاری و پذیرایی

مأخذ: نویسندگان، ۱۳۹۵



شکل ۶. آماره‌های مورد استفاده در پژوهش و نتایج آن‌ها

مأخذ: نویسندگان، ۱۳۹۵

در این پژوهش از دو واحد پایه فضایی رسمی و قراردادی استفاده شده است. وجود واحدهای پایه قراردادی به این خاطر که اطلاعات ما از الگوی فضایی همگنی برخوردارند، مناسب‌تر از واحدهای رسمی است؛ زیرا تحریفات جغرافیایی در این موارد به حداقل می‌رسند؛ برای مثال، چنان‌چه در شکل (۴ و ۵) نشان داده شده است، واحدهای فضایی که در آن نقاط خاص که شامل یک نقطه شهری مهم در استان بوده، به صورت نقاط داغ مشخص شده‌اند و این نقاط بیشترین تمرکز خدمات را در خود دارا بوده است، هرچند که شهرستان مربوطه آن لزوماً دارای این حجم از خدمات نیست. بنابراین، توزیع متوازی از نظر خدمات گردشگری را شامل نمی‌شود.

۴. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج تحقیق نشان داده که توزیع و پراکنش خدمات گردشگری استان در سطح به صورت کاملاً ناعادلانه توزیع شده است و نقشه‌های ترسیم‌شده نیز گواه این ادعا است. در نتیجه، باید به این نکته توجه شود که با توجه به توانمندی‌ها و قابلیت‌های مناطق گردشگری استان فارس، لازم است که کارشناسان و برنامه‌ریزان مربوطه، پتانسیل‌های موجود را شناسایی کنند تا جایگاه هر یک از این مناطق در فرآیند توسعه مشخص شود؛ زیرا عدم توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های مقصدهای گردشگری، به رشد نامتوازن و ناپایدار مناطق گردشگری منجر می‌شود. جهت پیشگیری از توسعه ناهمگون مناطق گردشگری، ضرورت دارد که در برنامه‌ریزی گردشگری به مفهوم عدالت فضایی با تعریف عام

تخصیص متناسب و متوازن امکانات و تأسیسات به مقصدها بر مبنای توان و قابلیت توسعه گردشگری توجه شود. شناسایی این جایگاه می‌تواند به انتظارات معقول و برخورد منطقی با مناطق گردشگری کمک کند تا متناسب با داشته‌ها و ظرفیت‌ها، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری مربوطه به نحو بهینه صورت پذیرد و از این طریق بتوان به ارائه برنامه‌ریزی مطلوب جهت ارتقای کمی و کیفی مناطق گردشگری استان دست یافت و ازسویی نیز الگوی فضایی بهینه خدمات گردشگری را برای توسعه متوازن منطقه ارائه داد. از این رو، توزیع بهینه امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران متناسب با پتانسیل‌های گردشگری منطقه باعث تأمین مطلوب نیاز گردشگران شده و از تحرک و جابه‌جایی بی‌مورد گردشگران جلوگیری به عمل می‌آورد که این خود صرفه‌جویی در وقت و هزینه گردشگران را در پی خواهد داشت. از این رو، با ارائه خدمات مطلوب‌تر، گردشگران و مسافران بیشتری به این مناطق جذب شده و رونق اقتصادی منطقه را همراه با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و بهبود ساختارهای زیربنایی در منطقه را در پی خواهد داشت. در پایان، می‌توان گفت که استفاده از آماره‌های فضایی و همچنین استفاده از ویژگی‌های سیستم اطلاعات جغرافیایی در توزیع و پراکنش خدمات در سطح فضا می‌تواند به برنامه‌ریزان در جهت رفع نابرابری‌های فضایی کمک شایان‌توجهی کند.

کتابنامه

۱. احمدی، س. (۱۳۹۱). شناسایی و تحلیل فضایی کانون‌های جرم‌خیز شهری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS)، مورد: منطقه ۱۷ شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیای شهری. دانشگاه تهران. تهران، ایران.
۲. احمدی، ع.م. (۱۳۸۴). توسعه صنعتی و نابرابری‌های منطقه‌ای در استان لرستان. خرم‌آباد: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان لرستان.
۳. انتظاری، ع. ر.، داداشی رودباری، ع.، اسدی، م. (۱۳۹۴). ارزیابی خودهمبستگی فضایی تغییرات زمانی- مکانی جزایر گرمایی در خراسان رضوی. جغرافیا و مخاطرات طبیعی، (۱۶)، ۱۴۶-۱۲۵.
۴. آهنگری، ع.ا.، سعادت‌مهر، م. (۱۳۸۶). مطالعه تطبیقی سطح توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان لرستان. مجله دانش و توسعه، (۲۱)، ۱۹۴-۱۵۹.
۵. بهنام مرشدی، ح. (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی فضایی خدمات گردشگری استان فارس (نمونه موردی: محورهای اصلی استان فارس). پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه تهران. تهران، ایران.
۶. بهنام مرشدی، ح.، احمدی، د.، فرجی سبکبار، ح.، و رضوانی، م. (۱۳۹۵). پهنه‌بندی فضایی کانون‌های گردشگری به منظور تعیین مناطق بهینه خدمات گردشگری در استان فارس. فصل‌نامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۶ (۲۱)، ۳۰-۱۷.
۷. پاپلی‌یزدی، م. ح.، سقایی، م. (۱۳۸۲). گردشگری و تبارشناسی. تحقیقات جغرافیایی، (۶۸)، ۴۹-۲۴.
۸. پاپلی‌یزدی، م. ح.، عدالت اجتماعی و توسعه و کاربرد فلسفه و ایدئولوژی در آمایش سرزمین. تحقیقات جغرافیایی، (۷۴)، ۷۷-۵۱.
۹. پورفتحی‌فر، ج.، عاشری، ا. (۱۳۸۹). تحلیل نابرابری فضایی سکونت‌گاه‌های روستایی شهرستان اهر. فضای جغرافیایی، (۳۲)، ۱۱۶-۹۵.
۱۰. تقوایی، م.، اکبری، م. (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری. اصفهان: انتشارات پیام علوی.
۱۱. جان، ل. (۱۳۷۸). گردشگری و توسعه در جهان سوم. (مترجم: الف. افتخاری؛ م. صالحی). انتشارات تحقیقات بازرگانی.
۱۲. رسولی، ح.ر.، (۱۳۹۰). مدل‌های اتورگرسیو فضایی و تحلیل داده‌های معاملاتی مسکونی شهر تهران. علوم آمار، ۵ (۲)، ۲۰۲-۱۸۹.
۱۳. شیخی، م.، شجاعی، م. (۱۳۹۱). تحلیل خوشه‌ای تکنیکی برای پیاده‌سازی عدالت فضایی در برنامه‌ریزی گردشگری (استان مازندران). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳، ۶۵-۴۶.
۱۴. ضیایی، م.، جاودان، م.، کاظمی‌ازغندی، س. (۱۳۹۳). سامان‌دهی فضایی مقصدهای گردشگری (شهری و روستایی) در مقیاس ناحیه‌ای. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۳ (۹)، ۱۱۰-۸۳۰.
۱۵. ضیایی، م.، شجاعی، م. (۱۳۸۹). سطح‌بندی مقصدهای گردشگری: واکاوی مفهومی نو در برنامه‌ریزی فضایی گردشگری. مطالعات گردشگری، (۱۳)، ۴۶-۲۵.

۱۶. طالقانی، م.، فتاحی، س. (۱۳۸۴). کیفیت خدمات گردشگری و اهمیت آن در جلب رضایت گردشگر. مدیریت، (۹۹-۱۰۰)، ۶۳-۵۶.
۱۷. عباسی، م.ر.، (۱۳۸۸). بررسی توزیع فضایی خدمات شهری در مناطق شهر شیراز (نمونه: مراکز آموزشی شهر شیراز). جغرافیا و مطالعات محیطی، (۲)، ۵۴-۴۵.
۱۸. عسگری، ع. (۱۳۹۰). تحلیل‌های آمار فضایی با *ARC GIS* چاپ اول. تهران: انتشارات سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران.
۱۹. غفاری، س.ر. (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی کالبدی سکونت‌گاه‌های روستایی. چاپ اول. شهرکرد: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر کرد.
۲۰. محمدزاده، م. (۱۳۹۴). آمار فضایی و کاربردهای آن. چاپ دوم. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
21. Alden, J., & Morgan, R. (1974). *Regional planning: A comprehensive view*. New York: John Wiley and Sons. 364 pages.
22. Boers, B., & Cottrell, S. (2005, April). Sustainable tourism infrastructure planning: A GIS based approach. In *Proceedings of the 2005 northeastern recreation research symposium* (pp. 151-160). Bolton Landing, N.Y.: Gen. Tech. Rep.
23. Clennon, J. A., King, C. H., Muchiri, E. M., Kariuki, H. C., Ouma, J. H., Mungai, P., & Kitron, U. (2004). Spatial patterns of urinary schistosomiasis infection in a highly endemic area of coastal Kenya. *The American Society of Tropical Medicine and Hygiene*, 70(4), 443-448.
24. Dark, S. J., & Bram, D. (2007). The modifiable areal unit problem (MAUP) in physical geography. *Progress in Physical Geography*, 31(5), 471-479.
25. Ding, L., Wang, Y., Zhang, F., Wu, X., & Tang, S. (2011). *Spatial structure of tourist attractions in Nanjing*. China: IEEE.
26. Dufaux, F. (2008). *Birth announcement, justice and spatial/ spatial justice*. Retrieved from . 55, 101-110. <https://scholar.google.com/scholar>
27. Eck, E. J., Litener, M. M., & Wilson, R. (2009). *Mapping crime: Understanding hot spot*. : U.S Department of Justice, National Institute of Justice. Discovery. ucl. Ac.uk. www. ojp. usdoj.gov/ nij.
28. Flowerdew, R. (2011). How serious is the modifiable areal unit problem for analysis of English census data? *Popular Trends*, 145(1), 106-118.
29. Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32(6), 1364-1370.
30. Gehlke, C. E., & Biehl, K. (1934). Certain effects of grouping upon the size of the correlation coefficient in census tract material. *Journal of the American Statistical Association*, 29(185), 169-170.
31. Getis, A., & Ord, J. K. (1992). The analysis of spatial association by use of distance statistics. *Geographical Analysis*, 24, 189-206.
32. Giriwati, N. S. S., Riken, H., & Kazuhisa. I. (2013). Designing a tourism space in a city context for social sustainability. *The Sustainable City VIII, 1*, 165-176.
33. Greg, O., & Hazel, B. (1999). Regional inequalities in the Peruvian tourist industry. *The Geographical Journal*, 65(1), 47-61.
34. Gunn, C. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts and cases*. London: Routledge. Fourth Edition.
35. Huff, D., & McCallum, B. M. (2008). *Calibrating the Huff model using ArcGIS business analyst*. ESRI Inc. An ESRI, White Paper. Web. www. Esri. Com.

36. Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van No Strand Reinhold. First Published.
37. Kalantari, K. (1998). Identification of backward region in Iran, Tehran. *Geographic Research Magazine*, 48, 120-131.
38. Lees, N. (2010). *Inequality as an obstacle to world political community and global social justice*. Paper presented at the SGIR7th Annual Conference on International Relations. , Stockholm, Sweden.
39. Openshaw, S. (1984). The modifiable areal unit problem. *Environment and planning*, 23 (7), 1025-1044.
40. Ord, J. K., & Getis, A. (1995). Local spatial autocorrelation statistics: Distributional issues and an application. *Geographical Analysis*, 27(4), 271-368.
41. Saroyo, P., & Tatik M. G. (2015). Analysis of prospect of agro-tourism attractiveness based on location characteristics. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 3, 72-77.
42. Soja, E. (2006). *The city and spatial justice, justice spatial/ spatial justice*. Retrived from <https://www.jssj.org/wp-content/uploads/2012/12/JSSJ1-1en4.pdf>. Paris. March, 12-14.
43. Thomas, R. W., & Hugget, R J. (1980). *Modeling in geography, a mathematical approach*. London: Harper and Row.
44. Tsou, K. W., Yu-Ting, H., & Yao-Lin, C. (2005). An accessibility-based integrated measure of relative spatial equity in urban public facilities, *Cities*, 22(6), 424-435.
45. UNDP. (2010). *40-year trends analysis shows poor countries making faster development gains*. Human development report. United nations development programme contacts: new York.
46. Williams, S. (1998). *Tourism geography*. London: Routledge. Pages: 200. [https:// doi.org/ 10.1002/jtr.307](https://doi.org/10.1002/jtr.307).
47. Zhang, C., Luo, L., Xu, W., & Ledwith, V. (2008). Use of local Moran's I and GIS to identify pollution hotspots of Pb in urban soils of Galway, Ireland. *Science of the Total Environment*, 398(1), 212-221.