



تحلیلی بر ساختار الگوی فضایی گردشگری در شهر کرمانشاه

محسن احدنژاد روشتی، اسمائیل دویران، محمدجواد نوروزی، پریا سهیلی*

محسن احدنژاد روشتی دانشیار گروه جغرافیا - دانشگاه زنجان

اسماعیل دویران استادیار گروه جغرافیا - دانشگاه زنجان

محمدجواد نوروزی دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری - دانشگاه زنجان

پریا سهیلی^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری - دانشگاه زنجان

چکیده

جاذبه‌های شهری یکی از عوامل مهم در بازار صنعت گردشگری محسوب می‌شوند. با توسعه شهرها، جاذبه‌های گردشگری کاهش نمی‌یابد بلکه جاذبه‌های جدید خلق می‌شود. امروزه پدیده‌ی گردشگری، در شهرهای گردشگرپذیر، به عنوان یکی از عوامل اصلی تولید و جهت‌دهی به فضاها، شهری بشمار می‌آیند به نحوی که توزیع فضایی عناصر اولیه‌ی گردشگری در شهر، سایر عناصر را با خود تنظیم می‌نماید. در این رابطه علاوه بر این که بایستی نیازهای گردشگران از جمله اقامت و پذیرایی و ... باید تأمین شود، نحوه‌ی استقرار و الگوهای فضایی این عناصر گردشگری نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. لذا این پژوهش ضمن بررسی الگوی پراکنش عناصر گردشگری شهر کرمانشاه به تحلیل فضایی و شناسایی کانون‌ها و فضاها، گردشگری پرداخته است. روش تحقیق از نوع کاربردی بوده و گردآوری داده‌ها ترکیبی از روش‌های میدانی - کتابخانه‌ای می‌باشد. مدل‌هایی که برای تحلیل فضایی عناصر گردشگری شهری به کار گرفته شده مدل‌های آماری بیضوی انحراف استاندارد و مرکز متوسط می‌باشد همچنین از آزمون تخمین

اولین همایش ملی

افتخاری نوین در توانمندسازی و توسعه پایدار معماری، عمران، گردشگری، انرژی و محیط زیست شهری و روستایی

۹ مرداد ۱۳۹۳



ارزیابان محیط زیست هگمتانه

تراکم کرنل برای نمایش گرافیکی تراکم فضاهای گردشگری استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل جاذبه‌ها گردشگری و عناصر اقامتی است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که توزیع فضایی آن‌ها به صورت خوشه‌ای و در برخی موارد کاملاً خوشه‌ای در بافت قدیمی و مرکز شهر که دارای کاربری‌های چندگانه است تشکیل یافته است.

واژگان کلیدی: الگوی فضایی گردشگری، بیضوی انحراف استاندارد، مرکز متوسط، آزمون تخمین تراکم کرنل، کرمانشاه

مقدمه

صنعت گردشگری در حال حاضر با رشد فزاینده‌ی خود درآمدهای چشم‌گیری را به همراه داشته است بنا بر گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) سود حاصل از گردشگری از اقصی نقاط جهان در سال 2012 رشد 4 درصدی داشته و به 1075 میلیون دلار آمریکا رسیده است. این رشد معادل 4 درصد افزایش در گردشگر ورودی است که به 1035 میلیون نفر در 2012 رسیده است. (3). با نگاهی گذرا به این آمار اهمیت توجه به این مسئله روشن می‌شود. یکی از فضاهایی که در کشورهای مختلف مورد بازدید گردشگران قرار می‌گیرد، فضای شهری است. از نظر پاپلی یزدی، گردشگری شهری، عملکرد متقابل گردشگر، میزبان و تولید فضای گردشگری در رابطه با سفر به مناطق شهری با انگیزه‌های متفاوت و بازدید از جاذبه‌ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را بر فضا و اقتصاد شهری بر جای می‌نهد (پاپلی یزدی و سقایی، 1386: 190-188).

ساختار فضایی گردشگری جدای از ساختار فضایی شهر نیست اما به نسبت ساختار فضایی شهر کوچک تر و محدودتر است (شکویی، موحد، 1381: 89). برای شناسایی این فضا باید از عناصر گردشگری کمک گرفت. به دلیل ماهیت سیستمی گردشگری می‌بایست اجزا و عناصر این کلیت مشخص شود. طبق نظر موحد این عناصر در سه دسته جای می‌گیرند: بخش اول: عناصر اولیه گردشگری که در واقع عامل اصلی جذب گردشگر به شمار می‌آید و شامل مکان‌های قابل بازدید مانند: آثار تاریخی، بوستان‌ها و فضای سبز و غیره است. همچنین مکان‌هایی که برای فعالیت گردشگری ساخته شده‌اند مانند: سینما، تئاتر و گنجینه گالری‌های هنری. بخش دوم: عناصر ثانویه گردشگری شامل تأسیسات اقامتی و فروشگاه‌ها و غیره می‌باشد. بخش سوم: عناصر دیگری