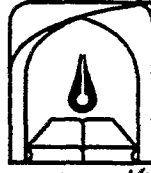


الله الرحمن الرحيم

بسمه تعالی



دانشگاه تربیت مدرس

رساله دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری

بررسی و تحلیل الگوی فضایی توریسم شهری  
مطالعه موردی: شهر اصفهان

علی موحد

۱۳۸۲ / ۳ / ۳۰

سازمان نظامات مدرسه عالی اصفهان  
تعمیرات

استاد راهنما

دکتر حسین شکویی

اساتید مشاور

دکتر علی عسگری

دکتر اکبر پرهیزکار


پائیز ۱۳۸۱


۴۸۹۹۹

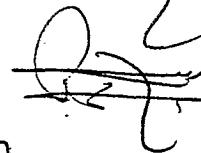
معاونت محترم پژوهشی دانشکده علوم انسانی

بدین وسیله رساله دکتری آقای علی موحد تحت عنوان بررسی و تحلیل الگوی فضایی  
توریسم شهری، مطالعه موردی : شهر اصفهان تقدیم می شود.  
اینجانبان نسخه نهایی این رساله را از نظر شکل و محتوا بررسی و تأیید کرده و پذیرش  
آنها برای تکمیل درجه دکتری پیشنهاد می کنیم.


نام و نام خانوادگی اعضای هیات داوران:


۱- دکتر حسین شکرینی 


۲- دکتر علی عسگری 

۳- دکتر اکبر پرهیزکار 

۴- دکتر رحیم مشیری 

۵- دکتر رحمت الله فرهودی 

۶- دکتر عبدالرضا رکن الدین افتخاری 

۷- دکتر منوچهر فرج زاده 

## آیین نامه چاپ پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس مبین بخشی از فعالیتهای علمی - پژوهشی دانشگاه است. بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند.

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله)ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به مرکز نشر دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه)، عبارت ذیل را چاپ کند.

« کتاب حاضر، پایان نامه کارشناسی ارشد / رساله دکتری نگارنده در رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری است که در سال ۱۳۸۱ در دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی جناب آقای دکتر حسین شکویی و مشاوره جناب آقای دکتر علی عسگری و دکتر اکبر پرهیزکار از آن دفاع شده است.

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های نشریات دانشگاه تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به مرکز نشر دانشگاه اهداء کند دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشگاه تربیت مدرس تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت دانشگاه می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند، به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود از طریق دادگاه معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تأمین نماید.

ماده ۶: اینجانب علی موحد دانشجوی رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری مقطع دکتری تعهد فوق و ضمانت اجرای آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

تقدیم به :

پدر عزیزم ، معلم اولم

تقدیم به :

همسرم ، که سختیها را تحمل و مشوق  
در طول تحصیل بودند.

تقدیم به :

دخترم سارا

## تشکر و قدردانی

پروردگارا، به درگاہت شکرگزارم که توانایی انجام این پژوهش را بر من سهل و ارزانی بخشیدی، خداوندا، سپاسگزارم که چراغ علم را فراروی زندگی ام قرار دادی. بر خود لازم می دانم به مصداق حدیث شریف من لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق، از تمامی عزیزانی که مرا در انجام این رساله یاری دادند تشکر و امتنان داشته و از خداوند متعال سلامتی و توفیق آنها را خواستارم.

از استاد عزیزم، معلم اخلاق، پدر جغرافیای نوین ایران، جناب آقای دکتر شکویی در مقام استاد راهنما در طی این پژوهش همانند دوره تحصیلی با متانت و دقت نظر با راهنماییهای عالمانه و روشنگرانه انجام تحقیق را تسهیل نمودند تقدیر، تشکر و سپاسگزاری نمایم.

از استاد مشاور جناب آقای دکتر علی عسگری علیرغم مشغله فراوان همیشه پذیرای من بودند و مرا در تمامی مراحل تحقیق بخصوص در زمینه سیستم اطلاعات جغرافیایی استفاده شده در رساله راهنمایی و کمک نمودند تشکر و قدردانی می نمایم.

همچنین از جناب آقای دکتر اکبر پرهیزکار بعنوان مدیر گروه جغرافیا و سنجش از دور و در مقام استاد مشاور در انجام مراحل اداری و بخصوص بخش آماری رساله راهنمایی، مشاوره و کمک نمودند، تشکر و قدردانی کنم.

از اعضای محترم هیئت داوری و اساتید مدعو بخاطر تقبل زحمت، حوصله، راهنمایی، لطف و عنایت آنها تشکر و قدردانی دارم.

از آقای مهندس جمالی معاونت استانداری اصفهان، مهندس جوادی شهردار شهر اصفهان، مهندس اکبری رئیس سازمان بهسازی و نوسازی شهرداری اصفهان، مهندس صباغ مدیر سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) شهر اصفهان، آقای مهندس آزاد مدیر طرح و برنامه ریزی سازمان بهسازی و نوسازی شهرداری اصفهان، مدیر روابط عمومی هتل عباسی اصفهان که در انجام این تحقیق کمک و مساعدت داشتند تشکر و قدردانی می شود.

از دوستان مهربانم آقایان دکتر قاسمی، نژاد انصاری، علیخانی، رضا سمیعی، برادرم محمود، همسر و برادر همسر مرتضی که مرا در مراحل تحقیق چون تکمیل پرسشنامه، ترسیم نقشه و برنامههای کامپیوتر یاری دادند تشکر و سپاسگزاری می گردد.

## چکیده

صنعت گردشگری به حدی از رشد رسیده که فعالیتهای گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیتهای انسان پس از کشاورزی صنعت و خدمات محسوب می گردد و کارشناسان پیش بینی می کنند به عنوان سودآورترین صنعت جهان درآید. بطوریکه از آن به عنوان صادرات نامریی که مرکز اقتصادی آن شهرها هستند نام می برند. امروزه توریسم، جایگاه مناسبی را در رشته ای علمی، بخصوص جغرافیا کسب کرده است.

گردشگری پدیده ای نوین و معاصر، به عنوان یکی از فرآیندهای تولید کننده فضا، از مختصات بنیادین جوامع شهری است که در شهرهای پرازدحام، پر تراکم و آلوده با فعالیتهای سخت و کسالت آور، انسان شهری را قادر به تحمل و تداوم زندگی می کند. محیط های شهری بدلیل تمرکز جمعیت، فشارها و خستگی های ناشی از کار بعنوان مبدا مسافرت گردشگران و از طرف دیگر با امکانات رفاهی، فرهنگی، بهداشتی، ارتباطات، بازرگانی و داشتن جاذبه های تاریخی - توریستی بعنوان مقصد توریستها بشمار می آید.

این پژوهش درصدد تعیین فضای توریستی شهر با استفاده از سیستم GIS است. جهت شناخت فضای توریستی این سوال اصلی مطرح است، توریستها چه فضاهای شهری را بیشتر مورد توجه و استفاده می کنند؟

جهت شناخت و ارائه الگوی بهینه توریستی این سوال کلی طرح شد، چه قسمت از سازمان فضایی شهر را می توان بعنوان فضای توریستی جهت استفاده بهینه مشخص کرد و الگوی بهینه چیست؟ هدف از پژوهش بررسی توریسم شهری و مهمترین عناصر توریسم شهری اصفهان است که بیشتر مورد توجه و بازدید توریستها قرار می گیرند، بنابر روند حرکتی و جریانهای توریستی در شهر، الگوی فضایی توریسم شهر اصفهان تعیین و محدوده فضایی توریسم مشخص می گردد، بنحوی که مشخص می گردد توریستی که وارد شهر اصفهان می شود بیشتر از چه مکانهای توریستی و از چه قسمتهای شهر بازدید و از چه قسمتهای شهری دیدن نمی کند.

هدف مهم دیگر پژوهش که ارائه راهکاری مناسب جهت استفاده از تمام (پوشش کلی) فضای توریستی شهر است، به بررسی و شناخت محورهای ارتباطی مناسب در درون بافت تاریخی شهر است که بخش مهم از فضای توریستی شهر اصفهان را نیز تشکیل می دهد. محورهای ارتباطی مذکور با هدف استفاده بهینه از تمام فضای گردشگری شهر است که علاوه بر افزایش ماندگاری و مدت اقامت گردشگر در شهر از تجمع و شلوغی و همچنین ترافیک در برخی از فضاهای مطرح و شناخته شده اصلی شهر جلوگیری می کند.

فرضیات تحقیق بر اساس هدف تحقیق و سوالات مطرح شده طرح گردید و سعی شد تمام جوانب توریسم شهری را پوشش داده و در راستای تحقیقی که ویژگیهای برنامه ریزی را داشته باشد طرح گردد:

۱- الگوی رفتاری (جریان و نحوه دسترسی) توریسم شهری تحت تأثیر فضایی عناصر توریستی و نوع مکان توریستی است.

۲- اطلاعات قبلی توریستها و محل استقرار آنان در استفاده از فضای توریستی موثر است.

۳- وجود بازدیدهای شخصی و جمعی (تورها) در استفاده از فضای توریستی متفاوت است.

۴- فضای توریستی شهر اصفهان بیشتر تحت تأثیر بافت قدیم شهر است.

۵- فضای توریسم شهری (منطقه توریستی شهر) را از طریق محورهای ارتباطی مناسب و توزیع مناسب کاربریهای خدماتی می توان بهینه کرد.

نتایج تحقیق نشان داد، الگوی فضایی توریسم شهر اصفهان مبتنی بر بافت و فضای تاریخی شهر است و بیشتر بخش مرکزی شهر را پوشش می دهد. بخشی از بافت تاریخی شهر که کمتر دستخوش تغییر گشته از توجه کمتری برخوردار است و لذا می توان با ایجاد و معرفی محورهای تاریخی- توریستی آن بخش از شهر را فعال نموده و ماندگاری توریست در شهر را افزایش داد.

از دیگر نتایج تحقیق می توان به معنی دار بودن رابطه بین نوع محل اقامت گردشگران با تعداد جاذبه های بازدید شده و تفاوت بین گردشگرانی که با مطالعه و اطلاعات لازم با گردشگران که بدون مطالعه وارد شهر می شوند در استفاده از فضاهای توریستی ذکر کرد.



# فصل اول

کلیات و طرح مسئله

توریسم شهری زمینه جدید مطالعاتی است که تا دهه ۱۹۹۰، مطالب اندکی در مورد نقش توریسم در اقتصاد و فرهنگ شهرها نوشته شده بود. تمامی کتابهایی که در مورد شهرهایی که میلیونها بازدیدکننده را جذب می کرد نوشته شده است، به ندرت به نقش توریسم اشاره گردیده است. نویسندگان بیشتر متوجه اهمیت تجارت و عملکردهای حکومتی در اقتصاد و تغییرات سیاسی دولتها بودند (Dennis R.Judd and Susan S.Fainstein, 1999, Law, M Christofher, 2000:1210) و از نقش توریسم غافل بودند و یا از آن در برنامه ریزی ها بخصوص برنامه ریزی شهری استفاده نمی کردند.

آشورث (Shworth, 1989) نیز خاطر نشان می کند که حدود ۶۰ سال در مدل‌های فضای شهری، توریسم نایده انگاشته شده است (به نقل از Murphy, 1997, Aylin Orbasli, 2000:136) و بیشتر پژوهشهای گذشته قبول دارند، تحلیل مربوط به پخش و جریانهای سطوح بین المللی و ملی و منطقه ای را داشته اند، اما کوشش کمی برای تحلیل گردش گردشگران درون شهری را انجام داده اند (Pearc, 1995, 1999).

اخیراً مطالعات فضایی در مقیاس محلی با هدف تجربه مورفولوژی مکانهای فضایی، بخصوص مکانهای ساحلی و توزیع خدمات در نواحی شهری بخصوص هتلها انجام می گیرد و مطالعه موردی بر روی الگوهای تقاضا، فرایندهای توسعه و پیچیدگی گوناگون و متنوع نسبت به اینکه چگونه توریسم در فضا نظم می یابد، بطور متمرکز در جریان است.

این تحقیق با هدف بررسی وضعیت توریسم در شهر اصفهان در پنج محور در ۵ فصل تدوین شده است که سعی در مطرح کردن و روشن کردن موضوع را در محافل علمی و دانشگاهی دارد. در فصل اول تحقیق طرح مسئله و فرضیات مربوط به توریسم شهری است و سایر موضوعات مرتبط شامل:

- طرح مسئله و سوالات تحقیق

- فرضیات

- هدف از تحقیق

- روش شناسی (روش تحقیق، جامعه آماری، تعداد نمونه، ابزار گردآوری اطلاعات، روش و ابزار

تحلیل داده ها)

- و مشکلات تحقیق می باشد.

## ۱-۲- بیان مسئله

گردشگری از دیر باز با اشکال خاص خود در جوامع بشری بر اساس انگیزه، اصل سفر و جابجایی وجود داشته و طی مراحل مختلف سیر تکاملی خود را طی کرده است. تحول اساسی در گردشگری را می توان با انقلاب صنعتی شناخت که تحول شگرفی در زندگی و بخصوص حمل و نقل بوجود آورد. انقلاب صنعتی شروع تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بخصوص در شهرها که کانون کارخانه ها بود، سبب پیدایش مراکز بزرگ جمعیتی (کلان شهرها، شهرهای بزرگ و متوسط)، افزایش مهاجرت های روستایی و کاهش تعداد روستا، همچنین کاهش و نابودی تفرجگاه های طبیعی، افزایش تعداد ساعت کار و کاهش تعداد ساعت برای تفریح و گردش گردید، بطوریکه نیازهای فراغتی انسان به مانند گذشته ارضاء نمی شد و هرچه جامعه بسوی رشد و توسعه تکنولوژی، اقتصادی و فرهنگی گام برمی داشت، ساختار جامعه پیچیده تر می گشت و نیاز به تفریح و گردشگری و تنوع بیشتر احساس می شد.

افزایش فاصله میان محل کار و محل سکونت سبب افزایش فاصله میان انسان و محیط او شد و عاملی مهم در فشارهای روحی و روانی گردید. به مرور زمان با پیشرفت و توسعه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی، بخصوص پس از جنگ جهانی اول نیاز به تفریح و گردشگری سبب تصویب قوانینی همچون قانون کار، کاهش تعداد ساعت کار، افزایش تعداد ساعات و روزهای مرخصی و تعطیلی گردید. همچنین تدبیر و برنامه ریزی برای سپری کردن اوقات فراغت و فراهم آوردن امکانات و تاسیسات مربوط بخصوص در شهرها افزایش یافت تا زمینه ای مناسب برای پاسخگویی به نیازها و انگیزه های متفاوت و کنجکاوی های مردم باشد، امکاناتی نظیر پارکها، شهر بازیها، گالری ها، سینماها، تاترها، سالنهای ورزشی و سرگرمیها، مسابقات ورزشی مانند المپیک و احیاء آثار باستانی و ... شهر را به عنوان یکی از چهار فضای گردشگری در آورد. این شرایط تاثیر شگرفی در اقتصاد شهری و ناحیه ای و زمینه های اشتغال فراهم ساخت.

امروزه فعالیتهای گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیت های انسان پس از کشاورزی صنعت و خدمات محسوب می گردد و کارشناسان پیش بینی می کنند در سال ۲۰۲۰ میلادی به عنوان سودآورترین صنعت جهان درآمد. بطوریکه از آن به عنوان صادرات نامریی که مرکز اقتصادی آن شهرها هستند نام می برند.

گردشگری پدیده ای نوین و معاصر، به عنوان یکی از فرآیندهای تولید کننده فضا، از مختصات بنیادین جوامع شهری است که در شهرهای پرازدحام، پر تراکم و آلوده با فعالیتهای سخت و کسالت

آور، انسان شهری را قادر به تحمل و تداوم زندگی می کند. محیط های شهری بدلیل تمرکز جمعیت، فشارها و خستگی های ناشی از کار بعنوان مبدا مسافرت گردشگران و از طرف دیگر با امکانات رفاهی، فرهنگی، بهداشتی، ارتباطات، بزرگانی و داشتن جاذبه های تاریخی - توریستی بعنوان مقصد توریستها بشمار می آید.

رو به رشد بودن صنعت توریسم، با توجه به امکانات و تاسیسات و خدمات و ظرفیتهای شهری که می طلبد، ضرورت دارد نسبت به تامین آنها و برنامه ریزی جهت استفاده درست و مناسب به پذیرش توریسم اقدام کرد. ورود انبوه توریسم در شهر بیش از ظرفیتهای موجود مشکلاتی مانند ترافیک و شلوغی، برخورد های نامناسب اجتماعی (افزایش دزدی و سرقت و تجاوز...)، افزایش قیمت های تاکسی و کالا و خدمات و... شده و موجبات ناراحتی ساکنان شهری و گردشگران را فراهم می کند.

شهرهای بزرگ و توریستی اکثرا خود با مشکلات عدیده ای روبرو هستند و این بخصوص در شهرهای قدیمی با بافت سنتی که در مرکزیت شهر قرار گرفته اند خدمات رسانی برای ساکنان شهر مشکل کرده است، قرار گیری مراکز توریستی در بافت تاریخی و سنتی شهر مشکل را دو چندان کرده است. لذا جهت کاهش و پیشگیری تاثیرات منفی توریسم لازم است نسبت به تعیین الگوی فضایی توریستی شهر و ساماندهی فضاهای توریستی اقدام و برای تامین امکانات و خدمات شهری مانند: هتلها و اقامتگاهها، وسایل دسترسی و حمل نقل، افزایش جذابیت های فرهنگی و هنری، عرضه خدمات توریستی و قوانین تشویقی و حمایتی برنامه ای جامع تدوین نمود، تا علاوه بر گردشگران محلی و منطقه ای بتوان از گردشگران ملی و بین المللی نیز سود برد واز آن در جهت ساخت و استفاده مطلوبتر از فضاهای شهری بخصوص فضای گردشگری برای افزایش درآمد و اشتغال و بطور کلی رونق اقتصادی شهر سود برد.

فضای مورد بحث ابزاری مفهومی است که توصیف و نظم بخشیدن واقعیتها با کمک تجارب سامان می یابد. فضا بعنوان چارچوب مرجع و هدایتی برای کنشهای مربوط به آن است، در تولید و باز تولید این فضا (توریستی) کنشهای آن در رابطه با فضای فیزیکی و اجتماعی با توجه به حرکت و رفتار توریست مورد تاکید است. برای درک بهتر فضا، فرآیندهای سازنده آن از بعد شئی (فیزیک) شامل تاسیسات و خدمات توریستی (شامل: هتلها، رستورانها، فروشگاهها و...) و مکانهای مورد بازدید (آثار تاریخی، تفریحی، سینما، تئاتر، موزها، مکانهای مذهبی و...) و بعد اجتماعی و رفتاری (نوع حرکت، جهت حرکت، زمان اقامت، نوع خرید، نوع بازدید و...) مکانهای مورد بازدید بررسی و

شناخته می شود و بر اساس شناخت فرآیندهای تولید فضا الگوی فضای توریستی شهر تعیین می گردد. نبود چنین الگویی که براساس آن برنامه ریزی صورت می گیرد، جنبه های مضر و منفی توریسم می تواند زیانهای غیر قابل جبرانی را بوجود می آورد. بنابراین گردشگری بدون طرح و برنامه همچون توسعه شهری لجام گسیخته است که می تواند دورنمای شهر را خراب و نابود سازد.

ایران بعنوان صاحب یکی از تمدنهای کهن بشری از آثار و مکانهای تاریخی و فرهنگی زیادی برخوردار است و از نظر جغرافیایی بدلیل تنوع اقلیمی، ژئو مورفولوژیک، وجود اقوام و فرهنگهای گوناگون توان خوبی را در زمینه گردشگری دارا است، بطوریکه در بین ۱۰ کشور اول جهان به لحاظ وجود جاذبه های توریستی قرارداد، اما به دلایل مختلفی هنوز نتوانسته است جایگاه واقعی خود را بدست

جدول شماره ۱-۱: تعداد گردشگر ورودی به کشور از مناطق مبدأ ورودی طی سالهای ۹۸-۱۹۹۴

گردشگر ورودی (هزار نفر)	۱۹۹۴	۱۹۹۵	۱۹۹۶	۱۹۹۷	۱۹۹۸
آفریقا	۲	۱	۲	۳	۳
آمریکا	۳	۳	۳	۳	۳
اروپا	۱۶۶	۲۱۵	۲۶۱	۴۴۹	۶۳۱
شرق آسیا و پاسیفیک	۱۵	۱۶	۱۷	۱۱	۱۸
جنوب آسیا	۱۲۲	۱۵۵	۲۰۹	۱۹۴	۲۵۶
خاورمیانه	۵۴	۶۲	۷۵	۸۰	۹۷

ماخذ: سازمان جهانی گردشگری

آورد. طبق آمار منتشره از سوی سازمان جهانی توریسم (WTO) در سال ۹۸-۱۹۹۷ ایران به ۲۴۸ میلیون دلار دست یافته که نسبت به سال قبل از آن ۱۶۱ درصد رشد داشته است، علیرغم رشد مثبت، درصد کمی از سهم و درآمد بازار جهانی است. از سوی دیگر در بررسی مناطق گردشگر فرست به کشور بیشترین گردشگر از نواحی خاورمیانه و شرق آسیا هستند و از مناطق با گردشگر ثروتمند مانند اروپا و آمریکا، کشور سهم کمی از بازار توریسم را داراست (جدول شماره ۱-۱).

لذا توجه به این صنعت و سرمایه گذاری، انجام تحقیقات ضروری به نظر می رسد. یکی از شهرهای مهم کشور در زمینه گردشگری، شهر اصفهان است که بعنوان یکی از کانونهای مهم گردشگری کشور، در خاورمیانه مطرح و از شهرت جهانی برخوردار است. بطوریکه با ویژگیهای منحصر بفردی

چون میادین، کاخ‌ها، مساجد تاریخی و هنری، مدارس، پلها، بازارها و ... از آن بعنوان شهر نصف جهان نام می‌برند.

شهر اصفهان با جمعیتی بیش از ۱۲۶۶۰۷۲ نفر طبق سرشماری سال ۱۳۷۵ یکی از شهرهای بزرگ و صنعتی کشور محسوب می‌شود. این شهر ۸۸ بنای تاریخی به ثبت رسیده را داراست و طبق آمارهای موجود در سال ۱۳۷۸ تعداد ۳۹۲۳۶ توریست خارجی و ۲۳۲۳۰۷ گردشگر داخلی از هتلهای این شهر استفاده کرده‌اند، لازم به ذکر است دلیل نبود آمارگیری دقیق توسط دستگا‌ه‌های ذیربط، آمار دقیقی از کسانی‌که از شهر اصفهان با وسیله نقلیه شخصی بازدید داشته‌اند در دست نیست، بلکه برآورد‌هایی در این زمینه صورت گرفته است که در سال حدود ۵ میلیون گردشگر را تخمین زده‌اند. توریست‌ها برای بازدید از جاذبه‌های توریستی از الگوی خاصی پیروی می‌کنند، که تابع شرایط مختلف است که بر اساس آن نوع حرکت، جهت و مسیر حرکت، نوع وسیله جهت حمل نقل و الویت بندی در بازدید از جاذبه‌ها (توریستی) شکل می‌گیرد.

قرارگیری مکانهای تاریخی و فرهنگی (عناصر فضایی توریسم) در قسمت‌های مختلف شهر و سفر افراد برای بازدید از این مکانها و بناها و فضاهای تاریخی - توریستی با توجه به فضاهای مورد استفاده و انگیزه گردشگران میتوان الگوی رفتاری را تعیین و مشخص کرد و بر حسب آن با توجه شرایط کالبدی و اجتماعی شهر فضای توریستی مشخص و جهت استفاده بهینه از امکانات و تاسیسات شهری در فضاهای توریستی شهر به منظور تامین خدمات و دادن امکانات مطلوبتر به گردشگران، همینطور جلوگیری از مزاحمت و شلوغی و ترافیک برای سایر نقاط و فضاهای شهری برنامه ریزی کرد لذا با توجه به ویژگیهای شهر اصفهان میتوان به سازمان فضایی جدیدی که برنامه ریزی برای توریسم را در الویت کار قرار دهد، دست زد.

این پژوهش درصدد تعیین فضای توریستی شهر با غیر توریستی است که با راهکارهای مناسب الگوی فضای توریستی ارائه می‌گردد که می‌تواند نقش مهمی در برنامه ریزی شهری (اصفهان) داشته باشد. جهت شناخت فضای توریستی این سوال اصلی مطرح می‌شود، توریست‌ها چه فضاهای شهری را بیشتر مورد توجه و استفاده می‌کنند؟ سوالات فرعی با عنایت به سوال اصلی و در جهت هدف تحقیق به شرح زیر مطرح می‌گردد:

۱- آیا الگوی فضایی عناصر (اولیه) توریستی و نوع مکان توریستی تأثیری بر الگوی رفتاری

توریست‌ها دارد؟

۲- آیا اطلاعات قبلی توریست و محل استقرار آنان در نوع استفاده از فضاهای توریستی تأثیرگذار است؟

۳- آیا نوع بازدید در استفاده از فضاهای توریستی و جریان ترددی آنها موثر است؟ جهت شناخت و ارائه الگوی بهینه توریستی این سوال کلی مطرح می شود، چه قسمت از سازمان فضایی شهر را می توان بعنوان فضای توریستی جهت استفاده بهینه مشخص کرد و الگوی بهینه چیست؟

بر این اساس سوالات زیر را در رابطه با سوال کلی مذکور مطرح می گردد:

۴- فضای توریستی بیشتر تحت تأثیر چه الگوی فضایی است؟

۵- فضای توریسم شهری را از چه طریق می توان جهت استفاده مطلوب، الگوی بهینه ارائه کرد؟

### ۱-۳- مروری بر پیشینه و کارهای انجام گرفته

از زمان نوشته شدن اولین کتاب مدون در زمینه توریسم تحت عنوان کتاب راهنمای گردشگری در سال ۱۷۷۸ بوسیله توماس نوگنت ۲۲۴ سال تاکنون می گذرد، بیشتر کارهای انجام گرفته در زمینه توریسم در سه بخش می توان بررسی کرد. اول مطالعات و کتابهایی که بیشتر به شناخت و معرفی مکانهای دیدنی و جذاب برای گردشگران پرداخته اند و بعضاً نوعی تبلیغ و بازاریابی نیز بوده است و یا تجربه گردشگران از مناطق مختلف که بصورت کتاب و سفرنامه چاپ گردیده است. دوم، مطالعات و کتابهایی که خود توریسم و ویژگیهای آنرا و تأثیرات آن را بررسی کرده اند. سوم مطالعات اخیر که بصورت تخصصی در رشته های مختلف بررسی شده اند مانند، توریسم شهری، توریسم روستایی و غیره

بر اساس تحقیق اولیه صورت گرفته بروی گردشگری و تفریح در جغرافیای اقتصادی آمریکا در دهه ۳۰، تحقیق عمدتاً در دوران پس از جنگ در ایالات متحده روی تأثیر اقتصادی گردشگری بر منطقه (Eiselen, 1945). اگرچه بحث کوپر (Cooper, 1947) در مورد موسمی بودن و انگیزه های مسافرت خیر از برخی از تحقیقات جغرافیایی در دهه های ۸۰ و ۹۰ می داد. شور و اشتیاق برای تحقیق در این زمینه برای سالها، همچنان خاموش ماند، با این وجود جغرافیایی گردشگری و تفریح لاقبل دارای تاریخچه ای بود که می توانست فصلی را در جغرافیایی ایالات متحده در دهه ۱۹۵۰ توجیه کند (Murray 1954).