



Evaluation of suitable places for traditional restaurants in attracting urban tourists (Case study: Tabriz city)

Maryam Bayati Khatibi[✉]: *Geomorphology Prof, Department of RS & GIS, Faculty of Planning and Environment Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran*

Fatemeh Najafi: *Ms Tourism, Department of urban planning , Faculty of Planning and Environment Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran*

Keywords:

Food Tourism,
Urban Tourism,
Optimal Location
Assessment,
FAHP Technique,
Prometheus
Technique,
Tabriz City.

Received:

05 January 2025

Received in

revised form:

05 February 2025

Accepted:

09 February 2025

pp: 109-128

ABSTRACT

The optimal use of suitable places for the development and rehabilitation of food tourism should be taken into consideration in the planning of urban tourism. Due to the tourism attractiveness of Tabriz, the need to locate traditional restaurants is felt. Due to the lack of some factors, such as the proximity of high-quality restaurants, to historical sites, recreation, tourism, proximity to shopping centers, proximity to access roads and public transportation network, the need to pay attention to the identification and assessment of the place. There are good places to create restaurants in urban tourism planning. The present study aims to evaluate the optimal places of traditional restaurants in attracting tourists to Tabriz, seeking to answer the question of which urban areas have better conditions for the establishment of traditional restaurants. To reach the purpose of this study was to use quantitative models, indexes and criteria ranking, using local experts and local knowledge (by distributing questionnaires). Then, using the proverb and AHP and SAW models, the options for the ranking and optimal location for the establishment of the traditional restaurant were determined and the statistical calculations were performed in the EXPERT CHOIC and EXCEL and VISUAL PROMETHEE software. According to the criteria in this research, economic criteria ranked first and the second-highest neighborhoods criterion. According to these criteria, the restaurants of the study, which have 21 traditional restaurants in Tabriz, were prioritized. Based on the analyzes conducted, the Elli Goli restaurant was ranked first in the Promethean technique and the Quranic restaurant based on the technique.

DOI:

Corresponding author (Email: m_bayati@tabrizu.ac.ir)

Copyright © 2022 The Authors. Published by Kharazmi University. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

According to its historical background, the metropolis of Tabriz is a valuable collection of cultural, historical and touristic places that has brought the potential of attracting tourists to this city. Among the types of tourism that can flourish in this city, the subject of food and Hosting tourists is an integral part, in which food tourism should not be neglected. Because every tourist who travels to a city tends to try some of the traditional, local and famous foods of that city so that the taste of that food will always remain in his mind and become a lasting memory. In turn, some local foods can be As a brand of a city, it should be considered as an attraction for that city. The existence of authentic and unique Iranian foods of this city with a historical record is not a secret to anyone, but the places where these foods are served may not really be in the dignity of this city and its food. Given that There are places in some empty spaces of the city that are left unused, which can be attractive for tourists, especially foreign tourists. Because foreign tourists tend to enter the public life of the city and get to know people's customs, culture, buying and selling, etc. Therefore, the location of these restaurants can directly be a place to satisfy the hunger needs of tourists and On the other hand, it indirectly makes them shape their thoughts and opinions towards the city residents. The growth of the tourism industry in this city through food tourism can open a promising perspective in the direction of social growth, economic prosperity, and increase the employment generation of city officials and bring sustainable urban tourism. What is of great importance in line with this issue is the correct location of traditional restaurants that, while attracting tourists, will strengthen the existing tourism and recreational uses in the city.

Methodology

The statistical population of this research includes experts and professors in the field of tourism, and the help of 17 cultural heritage and handicraft experts and professors of Tabriz University was obtained through a pairwise comparison questionnaire. Interviews and questionnaires were used to collect research data. The expert questionnaire is based on paired comparison. Also, pairwise comparisons are set based on the 9-hour spectrum,. Multi-criteria decision making models and Hierarchical Analysis Model, PROMETHEE and SAW have been used to determine the priority of the criteria of this research. EXPERT CHOICE software was used to analyze the data related to AHP. Data analysis was done using the SAW method in the Excel program environment, and Prometheus data analysis was also done with the Visual PROMETHEE software. The first step of the main criteria of the research was compared in pairs based on the goal, the output of which is $W1$. In the second step, the sub-criteria of each of the main criteria were compared in pairs in their cluster. Finally, the pairwise comparison of the elements in each cluster, the matrix ($W2$) was calculated and the normalization concept was used to determine the general priorities. The weight of each cluster, the final weight was calculated and the linear normalization formula was used to normalize the values. A nine-point Likert scale was used to compare options based on criteria. According to the superiority function and the existing decision matrix, first, the difference of each option based on each index was obtained. For this purpose, the following function was used (Eq.1), after calculating the difference between the options, the value of $P_{-j}(a,b)$ was obtained. This value was obtained by placing d_{-j} in the superiority function of each index. Next, the weighted sum of the superiority of option a over b, which we denote by $[\](a,b)$, was obtained (Eq.2). In this study, the main study criteria are: economic, social, situational and neighborhood factors. Sub-criteria have been identified for each of the main criteria. A total of 15 sub-criteria have been identified. The pattern of criteria and sub-criteria of the research were named with a numerical index so that it can be easily tracked and studied during the research.

$$d_j(a \cdot b) = f_j(a) - f_j(b) \quad (\text{Eq,1})$$

$$\prod_j [(a \cdot b) = \sum_k j(j=1)^k [w_j p_j(a \cdot b)] \quad (\text{Eq,2})$$

Results and discussion

In the beginning, the question was raised whether the traditional restaurants of Tabriz have the optimal location in order to attract tourists. The investigations carried out on 21 traditional restaurants of Tabriz show that based on the Prometheus model, it can be concluded that El Goli restaurant With the first rank (PHI=0.188) it has an optimal location. On the other hand, the number of restaurants providing services near it is high, and due to the popularity of this place, the density of tourists is also high around it, for this reason, the demand for restaurants in this place increases. It has a better communication network because It is near the main road of Eel Goli. The land value is also high in this area and it is considered one of the urban areas. This restaurant is located near Pars Hotel, bus and metro station, Setare Omid shopping center, Eel Goli parking lot and Shahada Hospital. For this reason, it is one of the optimal places in Tabriz city, which is in line with the appropriate criteria for attracting tourists.

Conclusion

According to the results obtained from the simple weighted sum model, it can be concluded that the Quranic restaurant with a simple weighted sum of 0.44 ranks It is first. This restaurant is located in the center of Tabriz city and near the bazaar, which is a busy area, where many bars and restaurants compete, and on the other hand, the demand for restaurants in this area is high due to being crowded. Due to the density of attractions in the city center, it can be said that this restaurant is very close to the attractions. It is on the main street of the Islamic Republic of Tabriz. There is access to the taxi and bus station for it. This restaurant is located near many hotels and inns, including Sahand Hotel. Regarding the shopping center, it can be said that it is located in the heart of the Tabriz market and inside the famous Kian Passage. So, for this reason, the location of this restaurant is one of the optimal places in Tabriz city, which is in line with the appropriate criteria for attracting tourists. After examining several restaurants under study, this case cannot be extended to other restaurants in the city and it can be stated that all existing restaurants have optimal locations. According to the research data, it can be said that most restaurants in the city, according to the most important criteria obtained through AHP, are not in the best possible condition in attracting tourists, or there are other places to build restaurants. They are empty of restaurants.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری

شاپای الکترونیکی:

درگاه مجله: <https://gtp.khu.ac.ir>



مقاله پژوهشی

بررسی مکان‌گزینی بهینه رستوران‌های سنتی در جذب گردشگران شهری (مطالعه موردی: شهر تبریز)

مریم بیاتی خطیبی*: استاد ژئومورفولوژی گروه سنجش از دور، دانشکده برنامه ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
فاطمه نجفی: دانش‌آموخته گردشگری، گروه برنامه ریزی شهری، دانشکده برنامه ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

ارجاع: بیاتی خطیبی، مریم؛ نجفی، فاطمه. (۱۴۰۴). بررسی مکان‌گزینی بهینه رستوران‌های سنتی در جذب گردشگران شهری (مطالعه موردی: شهر تبریز)، جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، (۱)، ۱۰۹-۱۲۸.

DOI:

چکیده: استفاده بهینه از مکان‌های مناسب برای توسعه و احیای گردشگری غذایی باید در برنامه‌ریزی‌های گردشگری شهری مورد توجه قرار گیرد. با توجه به گردشگرپذیر بودن شهر تبریز، نیاز به مکان‌یابی رستوران‌های سنتی احساس می‌شود. با عنایت به نبود برخی عوامل، از جمله نزدیک نبودن رستوران‌های مرغوب، نزدیک نبودن رستوران‌ها به سایت‌های تاریخی، تفریحی، گردشگری، نزدیک نبودن به مراکز خرید، عدم نزدیکی به راه‌ها و شبکه حمل و نقل عمومی، ضرورت توجه به شناسایی و ارزیابی مکان‌های مناسب جهت ایجاد رستوران‌ها در برنامه‌ریزی‌های گردشگری شهری وجود دارد. پژوهش حاضر با هدف ارزیابی مکان‌های بهینه رستوران‌های سنتی در جذب گردشگران به شهر تبریز است که برای نیل به آن، از مدل‌های کمی، رتبه‌بندی شاخص‌ها و معیارها و بهره‌گیری از نظر کارشناسان و آگاهان محلی استفاده شد و با مدل‌های پرومته و AHP و SAW گزینه‌های مورد نظر رتبه‌بندی و بهینه‌ترین مکان جهت تاسیس رستوران سنتی مشخص گردید و همچنین محاسبات آماری در نرم افزارهای EXPERT CHOIC و EXCEL و VISUAL PROMETHEE انجام شد. با توجه به معیارهای موردنظر در این پژوهش معیار اقتصادی رتبه اول و معیار همجواری رتبه دوم را به خود اختصاص داد. براساس این معیارها، رستوران‌های مورد مطالعه که ۲۱ رستوران سنتی شهر تبریز است، به ترتیب اولویت بندی شدند. براساس تحلیل‌های انجام گرفته شده رستوران ائل گلی در تکنیک پرومته و رستوران قرآنی بر اساس تکنیک SAW رتبه نخست را به خود اختصاص دادند. نتایج بررسی‌ها همچنین نشان داد که در ارزیابی مکان‌های بهینه رستوران‌های سنتی شهر تبریز، مهم‌ترین معیاری که رتبه اول را به خود اختصاص داد، مربوط به مکان‌های مستعد به احداث با وزن ۰/۱۱۴ (که از زیرمعیارهای اقتصادی بود) و معیار تراکم گردشگران از زیرمعیارهای اجتماعی بود و با وزن ۰/۰۶۳ در رتبه ۸ قرار گرفت.

واژه‌های کلیدی:

گردشگری غذا، گردشگری شهری، ارزیابی مکان بهینه، تکنیک FAHP، تکنیک پرومته، شهر تبریز.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۱۰/۱۶

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۱۱/۱۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۱/۲۱

صفحات: ۱۰۹-۱۲۸

ناشر:

دانشگاه خوارزمی

مقدمه

امروزه گردشگری غذا در فضای جغرافیایی خاص خود و در ارتباط با سایر بخش‌ها از اهداف پرترف‌دار و پر درآمد در کشورهای توسعه‌یافته در امر گردشگری شهری محسوب می‌شود، غذاهای بومی از نظر ارزش غذایی، دسترس بودن مواد اولیه، تازگی، عاری از نگهدارنده‌های شیمیایی و همچنین ارزان بودن، از بهترین مواد غذایی در مناطق مختلف کشور محسوب می‌شود. علاوه بر آن غذاهای محلی حامل پیام‌های فرهنگی بوده و نقش بسزایی در افزایش ارتباط نسل‌ها حفظ هویت فرهنگی ایفا می‌کند (رهنمایی، ۱۳۹۱). هرچند که گردشگری غذا از سابقه بسیار طولانی برخوردار است اما نگاه علمی به آن شاید از سابقه چندانی برخوردار نباشد. همزمان به تغییر ذائقه گردشگران و حتی جنسیت و نوع گردشگر، باید نوع غذا و مکان‌های سرویس دهی و نوع سرو نیز تغییر یابد و این تغییرات مستلزم تحقیقات مستمر و دقیق هست. نتایج این مطالعات می‌تواند بستر ساز برنامه ریزی‌های درست، اصولی و منطبق با نیازها باشد. با توجه به این نیاز در دهه‌های اخیر تحقیقات در رابطه با گردشگری غذا افزایش یافته است و می‌توان در لابلای این تحقیقات مشاهده نتایج بسیار ارزشمندی در این خصوص بود (پورسعید و همکاران، ۱۴۰۱؛ فیروزی و همکاران، ۱۴۰۱؛ جورکوبه و همکاران، ۱۴۰۲؛ بیات و سعیدی راد، ۱۴۰۳).

کلان‌شهر تبریز با توجه به سابقه تاریخی خود مجموعه‌ای ارزشمند از اماکن فرهنگی، تاریخی، سیاحتی است که توان بالقوه جذب گردشگر را برای این شهر به ارمغان آورده است. از میان انواع گردشگری که در این شهر می‌تواند رونق داشته باشد، موضوع غذا و میزبانی از گردشگران به‌عنوان جزو لاینفک می‌باشد که در این میان نباید از گردشگری غذا غافل بود. زیرا که هر گردشگری که به شهری سفر می‌کند تمایل دارد از غذاهای سنتی و محلی و مشهور آن شهر امتحان کرده تا لذت طعم آن غذا همیشه در ذهن او باقی بماند و به خاطره‌ای ماندگار بدل گردد که به نوبه خود برخی غذاهای محلی می‌تواند به‌عنوان برندی شهر به جاذبه‌ای برای آن شهر تلقی گردد. وجود غذاهای اصیل ایرانی و بی‌بدیل این شهر با سابقه تاریخی بر هیچ‌کسی پوشیده نیست؛ اما مکان‌هایی که این غذاها ارائه می‌شود شاید واقعاً در شأن و منزلت این شهر و غذاهایش نباشد. با توجه به اینکه، مکان‌هایی در برخی فضاهای خالی شهر وجود دارد که بدون کاربری باقی‌مانده‌اند که می‌تواند برای گردشگران، علی‌الخصوص، گردشگران خارجی جذابیت خاص خود را داشته باشند. زیرا که گردشگران خارجی تمایل دارند تا وارد زندگی عمومی مردم شهر شده و با آداب و رسوم، فرهنگ، خرید و فروش و... افراد آشنا شوند؛ بنابراین مکان‌یابی این رستوران‌ها، به طور مستقیم می‌تواند جایی برای ارضای نیاز گرسنگی گردشگران و از طرفی به طور غیرمستقیم باعث می‌شود تا افکار و عقاید آنها را نسبت به اهالی شهر شکل دهد. رشد صنعت گردشگری در این شهر به واسطه گردشگری غذا می‌تواند چشم‌اندازی نویدبخش را در جهت رشد اجتماعی، رونق اقتصادی و افزایش اشتغال‌زایی پیشروی مسئولان شهری بگشاید و گردشگری شهری پایدار را به همراه داشته باشد. آنچه در راستای این موضوع از اهمیت بالایی برخوردار است مکان‌یابی صحیح رستوران‌های سنتی می‌باشد که ضمن جذب گردشگر، تقویت‌کننده کاربری‌های گردشگری و تفریحی موجود در شهر باشد.

مبانی نظری

غذا یک بخش بی‌نهایت مهم، از فرهنگ یک منطقه است (یورتسون کایا، ۲۰۱۱). فرهنگ غنی و موقعیت جغرافیایی خاص، دو عامل اصلی در پیدایش غذاهای متنوع و رنگارنگ در بعضی مناطق شده است. این تنوع غذا، می‌تواند به‌عنوان پتانسیلی بزرگ در بخش گردشگری عمل نماید، امروزه گردشگری غذا به‌عنوان یکی از راهکارهای جذب گردشگر در جهان به شمار می‌رود (میرتقیان و غریبی، ۱۳۹۲) و غذا به‌طور خاص یکی از عناصر ضروری تجربه گردشگر است (میشل هال و همکاران، ۲۰۰۳) که برعکس دیگر منابع طبیعی می‌تواند در سراسر جهان توسط مصرف‌کنندگان اجزاء محلی فراهم شود (سو، ۲۰۱۴). فعالیت‌های مرتبط با غذا برای یک مقصد ضروری هستند. در بسیاری از موارد، تجربه‌های غذاخوری، چشیدن غذای محلی خرید محصولات غذایی منطقه‌ای، برای تجربه کل‌نگر استفاده می‌شود و حتی ممکن است به‌عنوان جاذبه اصلی به کار گرفته شود. محققان، تأثیر غذا بر اقتصاد و برند محلی و گردشگری غذا را به‌عنوان منبعی تبلیغی آزمون کرده‌اند (سو، ۲۰۱۴) اما تحقیقات محلی زیادی لازم هست تا ابعاد بیشتری از گردشگری غذا مشخص شود. گردشگری می‌تواند به‌عنوان سفر به یک مقصد با اهداف فرهنگی و برای تجربه غذاهای منحصره‌فرد مقصد در نظر گرفته شود. گردشگران معمولاً تمایل به طعم‌ها، دانش و مفاهیم جدید در مقصد را دارند، گرچه بیشتر گردشگران ممکن است مقصد سفرشان را تنها به دلیل غذا انتخاب نکنند. اما آنها می‌توانند سفرشان را با خاطراتی از غذا که در مقصد تجربه کرده‌اند، به پایان برسانند (لان و همکاران، ۲۰۱۲). در طول دهه گذشته، رقابت روزافزون بین مقاصد گردشگری منجر توسعه جاذبه‌های بیشتر برای جلب توجه گردشگران شده است بسیاری از مقصدهای گردشگری، از غذا به‌عنوان منبعی پرجاذبه برای تقویت بازاریابی گردشگری خود استفاده کرده‌اند (لین و همکاران، ۲۰۱۱).

شهر تبریز سابقه طولانی در جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد. به نظر می‌رسد که در طی زمان زیرساخت‌ها و مطالبه‌های گردشگران هم‌زمان به گذر زمان هماهنگ پیش نرفته است و لازم هست مطالعات و تحقیقات دقیق‌تری صورت گیرد تا گردشگری غذا هم راستا با انواع دیگری از گردشگری در این شهر جان بگیرد. در این راستا پژوهش حاضر باهدف ارزیابی مکان‌های بهینه رستوران‌های سنتی قصد دارد تا مکان‌های بهینه رستوران‌های مورد مطالعه در سطح شهر را ارزیابی کند و از این طریق فرصتی برای جذب گردشگران فراهم آید تا از این طریق باروتق رستوران‌های سنتی در سطح شهر، هم از مکان‌های بهینه شناسایی و در دسترس گردشگران باشد و هم از نظر کیفیت غذایی که بر اساس استانداردها باشد معرفی گردد. با تسهیلات ارائه شده در رابطه با رستوران‌های شهری، نیاز گردشگران می‌تواند تأمین شود و از طرفی خود این رستوران‌ها می‌توانند به‌عنوان جاذبه گردشگری بدل گردند.

روش تحقیق

با عنایت به عنوان مقاله، در این مطالعه کلیه عوامل و معیارهای تاثیر گذار در ارزیابی مکانی‌گزینی رستوران‌های مورد توجه گردشگران در نظر گرفته شده است. این معیارها در حالت کلی اقتصادی، اجتماعی، موقعیتی و هم‌جواری هستند که هر یک دارای زیرمعیارهایی نیز هستند که در این پژوهش همه این معیارها در نظر گرفته شده‌اند و با وزن‌دهی به این معیارها با استفاده از روش‌های تحقیق، مکان‌های بهینه رستوران‌های سنتی شهر تبریز ارزیابی شده‌اند تا گامی در جهت جذب گردشگران که به دنبال آن رونق صنعت گردشگری شهری برداشته شود. برای رسیدن به هدف تحقیق، ۲۱ (رستوران سنتی) گزینه به‌عنوان رستوران‌های مورد نظر انتخاب گردیدند. گزینش این گزینه‌ها کمک داده‌های سازمان میراث‌فرهنگی و صنایع‌دستی، سایت‌های مربوط به غذای تبریز و همچنین با تجمیع دیدگاه خبرگان انجام پذیرفت. الگوریتم اجرائی پژوهش حاضر بر اساس طی مراحل نظام‌مند و مبتنی بر روش تحقیق علمی طراحی شد. هر یک از مراحل انجام شده در راستای نیل به هدف تحقیق در شکل ۲ آمده است.

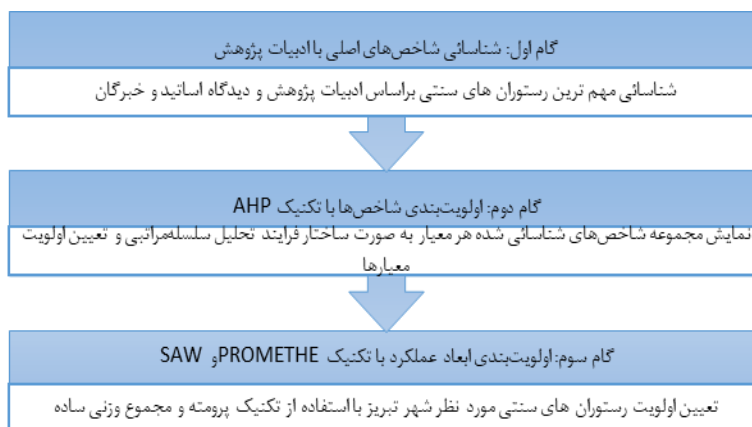
جامعه آماری این تحقیق شامل خبرگان و اساتید حوزه گردشگری می‌باشد که از ۱۷ کارشناسان میراث‌فرهنگی و صنایع‌دستی و اساتید دانشگاه تبریز، از طریق پرسش‌نامه مقایسه زوجی، کمک گرفته شد. برای گردآوری داده‌های پژوهش از مصاحبه و پرسش‌نامه استفاده گردید. از پرسش‌نامه خبره جهت ارزیابی مکان‌های بهینه رستوران‌های سنتی استفاده شده است. پرسش‌نامه خبره مبتنی بر مقایسه زوجی می‌باشد. همچنین مقایسه‌های زوجی بر اساس طیف ۹ درجه ساعتی تنظیم شده است که در جدول ۱ نشان داده شده است (مهرگان، ۱۳۹۳). برای تعیین اولویت معیارهای تحقیق حاضر از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره و مدل تحلیل سلسله‌مراتبی و PROMETHEE و SAW استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به AHP از نرم‌افزار EXPERT CHOICE بهره‌گیری شده است. تحلیل داده‌ها به روش SAW در محیط برنامه اکسل صورت گرفته و همچنین برای تحلیل داده‌های پرومته نیز با نرم‌افزار Visual PROMETHEE انجام شده است. در این مطالعه جهت اولویت‌بندی معیارها از تکنیک فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) استفاده شده است.

برای اولویت‌بندی در گام اول معیارهای اصلی تحقیق بر اساس هدف به صورت زوجی مورد مقایسه قرار گرفت که خروجی آن W_1 است. در گام دوم، زیرمعیارهای هر یک از معیارهای اصلی، در خوشه خود مقایسه زوجی شد.

در نهایت مقایسه زوجی عناصر در هر خوشه، ماتریس (W_2) محاسبه و برای تعیین اولویت‌های کلی از مفهوم نرمال‌سازی استفاده شد. اوزان هر یک از خوشه‌ها، وزن نهایی محاسبه و برای نرمال کردن مقادیر از فرمول نرمال کردن خطی استفاده شد (رابطه ۱).

$$r_{ij} = \frac{\bar{a}_{ij}}{\sum_{i=1}^m a_{ij}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

در این فرمول r_{ij} درایه نرمال شده متناظر با درایه a_{ij} در سوپرماتریس اولیه است.



شکل (۱). الگوریتم اجرای تحقیق
(منبع، نویسندگان)

جدول (۱). ارزش گذاری شاخص ها نسبت به هم، مقیاس نه درجه ساعتی (۱۹۸۰)

ارزش	وضعیت مقایسه نسبت به ز	توضیح
۱	ترجیح یکسان Equally Preferred	شاخص نسبت به ز اهمیت برابر دارد.
۳	کمی مرجح Moderately Preferred	گزینه یا شاخص نسبت به ز کمی مهم تر است.
۵	خیلی مرجح Strongly Preferred	گزینه یا شاخص نسبت به ز مهم تر است.
۷	خیلی زیاد مرجح Very strongly Preferred	گزینه دارای ارجحیت خیلی بیشتری از ز است.
۹	کاملاً مرجح Extremely Preferred	گزینه از ز مطلقاً مهم تر و قابل مقایسه با ز نیست.
۲-۴-۸-۶	بینابین	ارزش های بینابین را نشان می دهد.

(منبع: خورشید و ذیحی، ۱۳۸۹؛ ۴۱؛ لی و همکاران، ۲۰۰۸؛ ۱۰۱)

انتخاب گزینه بر تو با تکنیک SAW و PROMETHEE

برای استفاده از تکنیک SAW در ابتدا وزن معیارها به دست آمد و با استفاده از مقیاس دوقطبی شاخص های کیفی به کمی تبدیل گردید (شکل ۳). سپس برای بی مقیاس سازی ماتریس، از روابط زیر استفاده (رابطه ۲ و ۳) و در نهایت مقادیر مربوط به هر رستوران جمع گردید. رستورانی که مجموع مربوطه اش بیشتر بود در اولویت نخست نسبت به دیگری قرار گرفت.

شکل (۲). مقیاس دوقطبی فاصله ای (مؤمنی، ۱۳۸۵).



$$r_{ij}^* = \frac{x_{ij}}{\max\{x_{ij}\}} \quad r_{ij}^- = \frac{\min\{x_{ij}\}}{x_{ij}} \quad \text{رابطه (۲)}$$

$$A^* = \left\{ A_i \mid \max \sum_{i=1}^n w_i \times r_{ij} \right\} \quad \text{رابطه (۳)}$$

در این مطالعه برای تعیین بهترین گزینه ممکن از تکنیک PROMETHEE استفاده شد. در این روش در گام نخست ماتریس امتیازدهی شاخص‌ها بر اساس معیارها (ماتریس تصمیم) تشکیل شد. مانند دیگر روش‌های انتخاب گزینه لازم بود اوزان معیارها w_j تعیین شود برای تعیین وزن معیارها از تکنیک فرایند تحلیل شبکه استفاده شده است (رابطه ۴).

$$\sum_{j=1}^k w_j = 1 \quad \text{رابطه (۴)}$$

در ادامه برای مقایسه گزینه‌ها بر اساس معیارها از طیف لیکرت نه درجه استفاده شد. با توجه به تابع برتری و ماتریس تصمیم موجود ابتدا تفاوت هر یک از گزینه‌ها بر اساس هر یک از شاخص‌ها نسبت به یکدیگر به دست آمد. برای این منظور از تابع زیر استفاده شد (رابطه ۵) پس از محاسبه میزان تفاوت گزینه‌ها از یکدیگر مقدار $P_j(a, b)$ به دست آمد. این مقدار از قرار دادن d_j در تابع برتری مربوط به هر شاخص به دست آمد. در ادامه مجموع موزون برتری گزینه a نسبت به b که آن را با $\Pi(a, b)$ نشان می‌دهیم به دست آمد (رابطه ۶)

$$d_j(a, b) = f_j(a) - f_j(b) \quad \text{رابطه (۵)}$$

$$\Pi(a, b) = \sum_{j=1}^k w_j p_j(a, b) \quad \text{رابطه (۶)}$$

در این مطالعه معیارهای اصلی مطالعه عبارت‌اند از: عوامل اقتصادی، اجتماعی، موقعیتی و هم‌جواری. برای هر یک از معیارهای اصلی زیرمعیارهایی شناسایی شده است. در مجموع ۱۵ زیرمعیار شناسایی شد. الگوی معیارها و زیرمعیارهای پژوهش با اندیس عددی به صورت جدول (۲) نامگذاری شدند تا در جریان پژوهش به سادگی قابل ردیابی و مطالعه باشد.

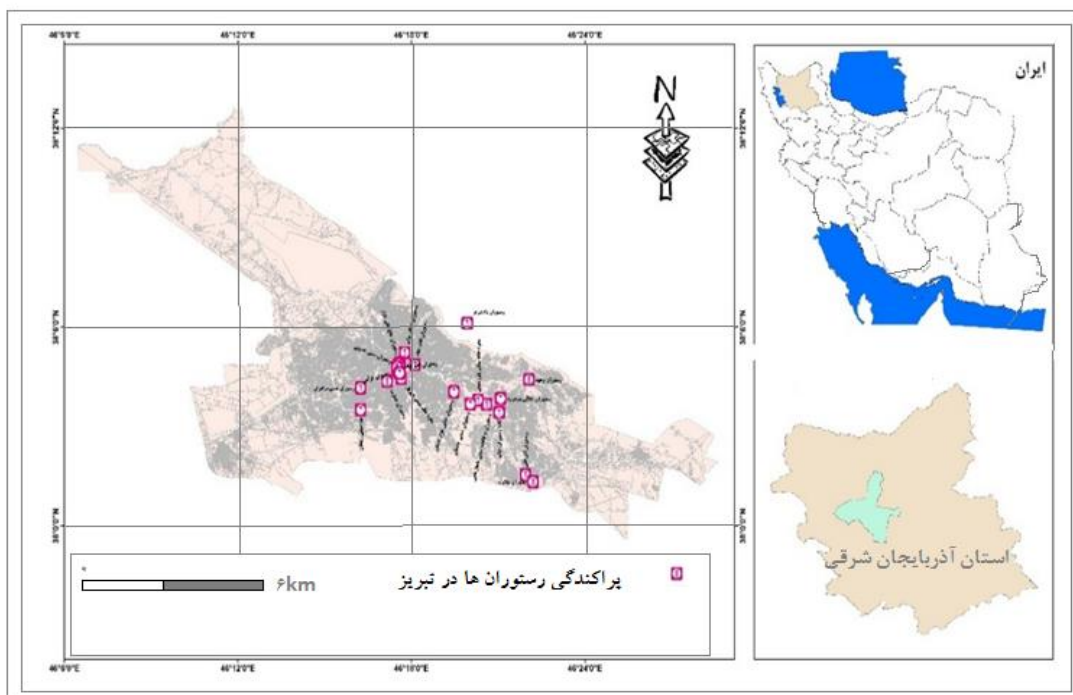
جدول (۲). الگوی معیارها و زیرمعیارهای پژوهش

نماد	شاخص‌های نهایی (زیرمعیارها)	معیارهای اصلی
S11	ارزش زمین	اقتصادی C1
S12	تعداد رستوران‌های ارائه‌دهنده خدمات	
S13	تقاضای رستوران	
S14	مکان‌های مستعد احداث	
S21	میزان سواد افراد هم‌جوار	اجتماعی C2
S22	تراکم گردشگران	
S31	سازگاری کاربری‌ها	موقعیتی C3
S32	نزدیکی به شبکه ارتباطی	
S41	نزدیکی به حمل‌ونقل عمومی	
S42	نزدیکی به پارکینگ	
S43	فاصله از جاذبه‌های گردشگری	هم‌جواری C4
S44	فاصله از مراکز تجاری	
S45	فاصله از مراکز درمانی	
S46	فاصله از اقامتگاه‌ها و هتل‌ها	
S47	فاصله از پارک‌های شهری	

(منبع: نویسندگان)

موقعیت محدوده مورد مطالعه

شهر تبریز در ۳۷ درجه و ۴۲ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۲۹ دقیقه عرض شمالی و ۴۵ درجه و ۵۰ دقیقه تا ۴۶ درجه و ۳۶ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار دارد (شکل ۱). این شهر با ۲۳۷۴۵ کیلومتر مربع مساحت، سومین شهر بزرگ کشور بعد از تهران و مشهد، بزرگ ترین شهر منطقه ی شمال غرب ایران و قطب اداری، ارتباطی، بازرگانی، سیاسی، صنعتی، فرهنگی و نظامی این منطقه شناخته می شود (اشراقی، ۱۳۹۶). این شهر به عنوان قطب اقتصادی شمال غرب کشور طبق آخرین سرشماری های صورت گرفته ۱۶۴۳۹۶۰ نفر جمعیت دارد. بازار سرپوشیده به عنوان بزرگترین بازار مسقف جهان، از شهرت جهانی برخوردار است و هر سال گردشگران زیادی را به خود جذب می کند. تبریز با تمدن دیرینه ی خود یکی از شهرهای تاریخی فرهنگی و از مراکز مهم تحولات اجتماعی و سیاسی کشور در طول قرن های گذشته تا امروز بوده است (آذرپورو عطاری؛ ۱۳۸۶: ۱۱۲). جاذبه های گردشگری تبریز به خوبی قدمت و تاریخ بلند این شهر را نشان می دهد اما این فقط جاذبه ها نیستند که بازگو کننده ی تمدن این شهر هستند، غذاهای سنتی هم نقش مهمی در به نمایش گذاشتن فرهنگ این شهر دارند. تبریز شهر غذاهای خوشمزه و متنوع است.



شکل (۱). موقعیت جغرافیایی شهر تبریز و رستوران های سنتی (منبع: نگارندگان)

یافته ها

برای رسیدن به هدف تحقیق، ۲۱ (رستوران های سنتی) گزینه به عنوان موارد مطالعاتی انتخاب گردیدند (شکل ۴). گزینش این گزینه ها با کمک داده های سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی، سایت های مربوط به غذای تبریز علی الخصوص و همچنین با جمع دیدگاه خبرگان انجام پذیرفت.



(پ)

(ب)

(الف)



(ذ)

(د)

(ت)

شکل (۴). الف) قائم مقام (یخچال) ب و پ) رستوران حاج علی ت و د) سفره‌خانه سنتی شهریار) رستوران ائل گلی

الف) تعیین اولویت معیارهای پژوهش بر اساس هدف (معیارهای اصلی)
یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در بین معیارهای مورد مطالعه، معیار اقتصادی با وزن ۰,۳۲۶، در رتبه ۱، معیار هم‌جواری با وزن ۰,۲۵۹، در رتبه ۲، معیار موقعیتی با وزن ۰,۲۳۸، در رتبه ۳ و معیار اجتماعی با وزن ۰,۱۷۷، در رتبه ۴ قرار گرفته است (جدول ۴ و شکل ۵). نرخ سازگاری مقایسه‌های انجام گرفته ۰,۰۱ به دست آمده است که کوچک تر از ۰,۱ می‌باشد؛ پس می‌توان به مقایسه‌های انجام گرفته شده، اعتماد کرد.

جدول (۳). مختصات جغرافیایی رستوران‌های مورد مطالعه

ردیف	نام رستوران	واحد درجه		واحد متریک (UTM)	
		POINT_X	POINT_Y	POINT_X	POINT_Y
۱	رستوران عمارت	46.27073413	38.05847532	611480.6298	4213065.178
۲	رستوران سنتی حسینی	46.36769977	38.07371522	619962.8427	4214876.983
۳	رستوران سنتی قائم مقام (یخچال)	46.34335238	38.06119171	617847.296	4213456.202
۴	رستوران سنتی هزارستان	46.33842517	38.0634211	617411.4681	4213697.338
۵	رستوران حاج علی بازار	46.36567681	38.02563428	619863.7899	4209539.279
۶	سفره‌خانه سنتی پتروشیمی	46.29604217	38.08726232	613656.4134	4216290.057
۷	سفره‌خانه سنتی شهریار	46.29409757	38.07423661	613506.013	4214842.341
۸	رستوران مظفریه	46.29143183	38.07825535	613265.9899	4215285.007
۹	کافه رستوران خاتم	46.35055974	38.05716129	618486.0995	4213018.149

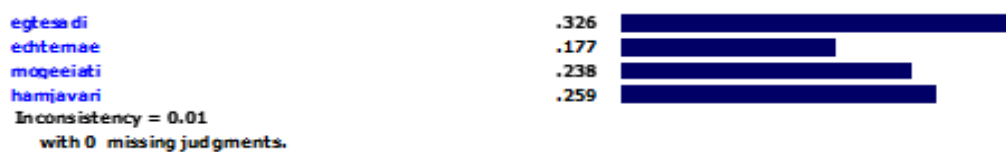
۱۰	رستوران و باغچه سنتی باغلاباغی	46.32455366	38.06757305	616187.9893	4214140.601
۱۱	رستوران قائم کباب	46.37004952	38.02222559	620253.1671	4209166.695
۱۲	رستوران سنتی دلستان	46.33208093	38.10200305	616793.5022	4217970.427
۱۳	رستوران سنتی برادران	46.29337993	38.08215358	613430.8334	4215719.934
۱۴	رستوران بام تبریز	46.29258664	38.08126039	613362.6368	4215619.856
۱۵	غذای سنتی ریحان	46.30201831	38.08115504	614190.0132	4215619.721
۱۶	رستوران اپیک یولی	46.29163535	38.07985647	613281.3703	4215462.917
۱۷	رستوران جلالی سردرود	46.33397048	38.06137294	617023.9328	4213464.453
۱۸	رستوران ائل گلی	46.28594206	38.07273613	612792.9642	4214665.913
۱۹	رستوران وحید	46.27071054	38.06950577	611461.821	4214289.088
۲۰	رستوران قرآنی	46.35146936	38.06412384	618554.6688	4213791.879
۲۱	رستوران حاج محمد چلوپز	46.29326381	38.07701676	613428.585	4215149.808

(منبع: نویسندگان)

جدول (۴). ماتریس مقایسه زوجی معیارهای اصلی پژوهش

	اقتصادی	اجتماعی	موقعیتی	هم‌جواری
اقتصادی		۲,۲۷۵۵۳	۱,۴۰۳۰۲	۱,۰۲۴۱۴
اجتماعی			۱,۲۷۹۰۵	۱,۲۳۷۳
موقعیتی				۱,۰۱۹۵۱
هم‌جواری	۰,۰۱			

Goal: arzyabi ma kanhayé behine restura n haye sonatti



شکل (۵). نمایش گرافیکی اولویت معیارهای اصلی پژوهش (منبع: نویسندگان)

۱- تعیین اولویت زیرمعیارهای اقتصادی

زیر معیارهای اقتصادی عبارت‌اند از: مکان‌های مستعد احداث رستوران، تقاضا برای رستوران، تعداد رستوران‌های ارائه‌دهنده خدمات، ارزش زمین. ماتریس مقایسه زوجی زیرمعیارهای اقتصادی در جدول ۵ ارائه شده است. در بین معیارهای مورد مطالعه، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شاخص تقاضا برای رستوران با وزن ۰,۲۷۳، در رتبه ۲، شاخص مکان‌های مستعد احداث رستوران با وزن ۰,۲۷۶، در رتبه ۱، شاخص ارزش زمین با وزن ۰,۱۸۸، در رتبه ۴ و شاخص تعداد رستوران‌های ارائه‌دهنده خدمات با وزن ۰,۲۶۳، در رتبه ۳ قرار گرفته است. نرخ

سازگاری مقایسات انجام گرفته در حدود ۰،۰۲ به دست آمده است بنابراین می‌توان به نتایج اطمینان کرد (شکل ۶).

جدول (۵). ماتریس مقایسه زوجی زیر اقتصادی

تعداد رستوران	ارزش زمین	مکان‌های مستعد	تقاضا
(۱،۱۹۶۱۳)	۱،۲۹۵۶۱	۱،۳۳۳۵۱	تقاضا
۱،۲۲۱۴۹	۱،۶۸۵۴۲		مکان‌های مستعد
۱،۳۱۹۹			ارزش زمین
			تعداد رستوران

(منبع: نویسندگان)

Combined instance -- Synthesis with respect to: egtesadi

(Goal: arzyabi makanhaye b > egtesadi (L: 326))

Overall Inconsistency = .02



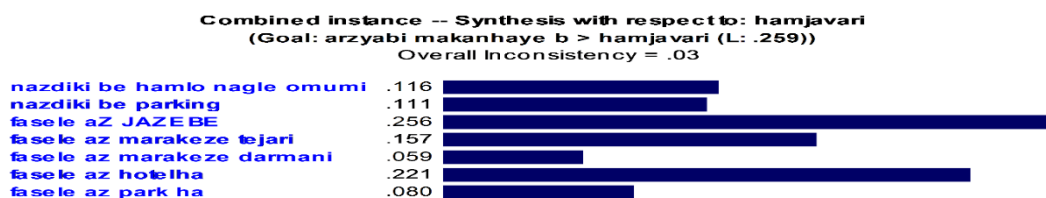
شکل (۶). نمایش گرافیکی اولویت زیرمعیارهای اقتصادی (منبع: نویسندگان)

۲- تعیین اولویت زیرمعیارهای اجتماعی، موقعیتی و هم‌جواری

در این مطالعه، زیرمعیارهای اجتماعی عبارت‌اند از: تراکم گردشگران، میزان سواد. ماتریس مقایسه زوجی زیرمعیارهای اجتماعی به صورت جدول (۶) است با توجه به نتایج یافته‌ها می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که: شاخص تراکم گردشگران با وزن ۰،۷۷۲ در رتبه ۱، شاخص میزان سواد افراد هم‌جوار رستوران با وزن ۰،۲۲۸ در رتبه ۲، نرخ سازگاری مقایسه‌های انجام گرفته صفر می‌باشد بنابراین می‌توان به نتایج اطمینان کرد. زیرمعیارهای موقعیتی عبارت‌اند از: نزدیکی به شبکه ارتباطی، سازگاری کاربری‌ها. ماتریس مقایسه زوجی زیرمعیارهای موقعیتی به صورت جدول (۶) است: نتایج پژوهش نشان می‌دهد که: شاخص نزدیکی به شبکه‌های ارتباطی با وزن ۰،۶۰۵ در رتبه ۱، شاخص سازگاری کاربری‌ها با وزن ۰،۳۹۵ در رتبه ۲ و نرخ سازگاری مقایسات انجام گرفته صفر می‌باشد؛ بنابراین می‌توان به نتایج اطمینان کرد. در بین زیرمعیارهای هم‌جواری (جدول ۶ و شکل ۷) با توجه به نتایج به دست آمده، شاخص نزدیکی به حمل‌ونقل عمومی با وزن ۰،۱۱۶ در رتبه ۴، شاخص نزدیکی به پارکینگ با وزن ۰،۱۱۱ در رتبه ۵، شاخص فاصله از جاذبه‌های گردشگری با وزن ۰،۲۵۶ در رتبه ۱، شاخص فاصله از مراکز تجاری با وزن ۰،۱۵۷ در رتبه ۳، شاخص فاصله از مراکز درمانی با وزن ۰،۰۵۹ در رتبه ۷، شاخص فاصله از هتل‌ها و اقامتگاه‌ها با وزن ۰،۲۲۱ در رتبه ۲ و شاخص فاصله از پارک‌های شهری با وزن ۰،۰۸۰ در رتبه ۶ قرار گرفته است. نرخ سازگاری مقایسه‌های انجام گرفته ۰،۰۳ بدست آمده که کوچک‌تر از ۰،۱ می‌باشد و بنابراین می‌توان به نتایج اطمینان کرد.

فاصله از پارک‌های
شهری ۰,۰۳

(منبع: نویسندگان)



شکل (۹). نمایش گرافیکی اولویت زیر معیارهای هم‌جواری (منبع: نویسندگان)

ب- اولویت‌نهایی شاخص‌ها با تکنیک AHP

باتوجه به محاسبات انجام شده وزن‌نهایی هر یک از شاخص‌های مدل با تکنیک AHP محاسبه شده است (جدول ۸). بر اساس این مدل، مهم‌ترین شاخص‌ها عبارت‌اند از شاخص مکان‌های مستعد احداث رستوران‌های سنتی با وزن ۰,۱۱۶ در رتبه نخست، شاخص تقاضا برای رستوران با وزن ۰,۱۱۴ در رتبه دوم، شاخص تعداد رستوران‌های ارائه‌دهنده خدمات با وزن ۰,۱۱۰ در رتبه سوم، شاخص فاصله از جاذبه‌ها با وزن ۰,۰۹۲ در رتبه چهارم و شاخص نزدیکی به شبکه ارتباطی با وزن ۰,۰۸۵ در رتبه پنجم قرار گرفته است (شکل ۱۰). از نتایج مربوط به اوزان شاخص‌های رسم توضیحی ۱۲ می‌توان به‌عنوان پشتیبانی برای تصمیم‌گیری مدیریتی استفاده کرد.

جدول (۸). تعیین اولویت‌نهایی شاخص‌ها با تکنیک AHP (منبع: نویسندگان)

معیارهای اصلی	وزن	زیر معیارها	وزن اولیه	وزن کلی	اولویت‌بندی نهایی
اقتصادی	S11	تقاضا برای رستوران	۰,۲۷۳	۰,۱۱۴	۲
	S12	مکان‌های مستعد احداث	۰,۲۷۶	۰,۱۱۶	۱
	S13	ارزش زمین	۰,۱۸۸	۰,۰۷۹	۶
اجتماعی	S14	تعداد رستوران‌ها	۰,۲۶۳	۰,۱۱۰	۳
	S21	تراکم گردشگران	۰,۷۷۲	۰,۰۶۳	۸
موقعیتی	S22	میزان سواد	۰,۲۲۸	۰,۰۱۹	۱۵
	S31	نزدیکی به شبکه ارتباطی	۰,۶۰۵	۰,۰۸۵	۵
	S32	سازگاری کاربری‌ها	۰,۳۹۵	۰,۰۵۵	۱۰
	S41	نزدیکی به حمل‌ونقل عمومی	۰,۱۱۶	۰,۰۴۲	۱۱
	S42	نزدیکی به پارکینگ	۰,۱۱۱	۰,۰۴۰	۱۲
هم‌جواری	S43	فاصله از جاذبه‌های گردشگری	۰,۲۵۶	۰,۰۹۲	۴
	S44	فاصله از مراکز تجاری	۰,۱۵۷	۰,۰۵۶	۹
	S45	فاصله از مراکز درمانی	۰,۰۵۹	۰,۰۲۱	۱۴
	S46	فاصله از هتل‌ها و اقامتگاه‌ها	۰,۲۲۱	۰,۰۷۹	۷
	S47	فاصله از پارک‌های شهری	۰,۰۸۰	۰,۰۲۹	۱۳

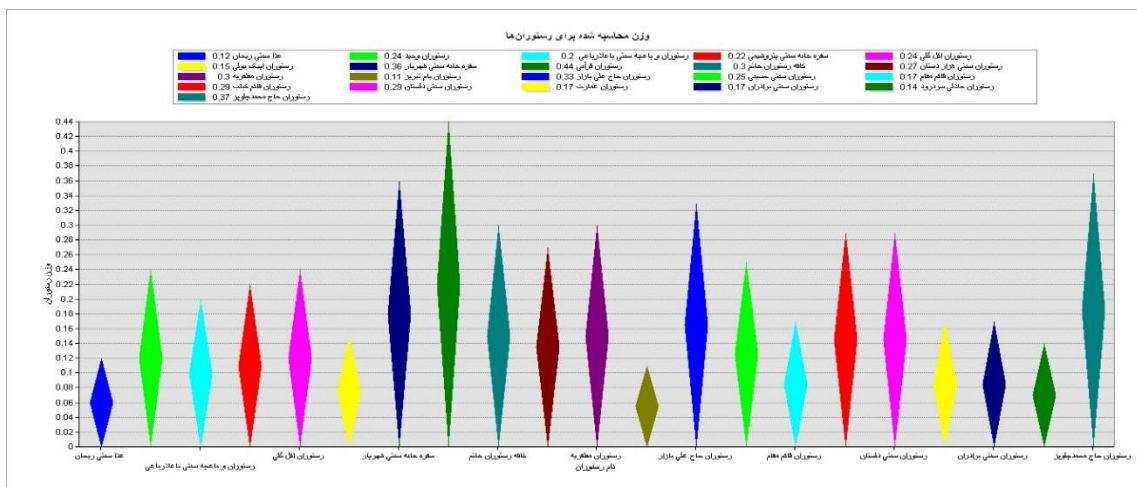
جدول (۹). معیارهای کاربردی تحقیق (منبع: نویسندگان)

ردیف	معیارهای به‌کاررفته در تکنیک SAW	نماد
۱	نزدیکی به حمل‌ونقل عمومی	C1
۲	نزدیکی به پارکینگ	C2
۳	فاصله از جاذبه‌های گردشگری	C3
۴	فاصله از مراکز تجاری	C4
۵	فاصله از مراکز درمانی	C5
۶	فاصله از هتل‌ها و اقامتگاه‌ها	C6
۷	فاصله از پارک‌های شهری	C7
۸	میزان سواد افراد هم‌جوار	C8
۹	تراکم گردشگران	C9
۱۰	نزدیکی به شبکه ارتباطی	C10
۱۱	تعداد رستوران‌های ارائه‌دهنده خدمات	C11
۱۲	ارزش زمین	C12

جدول (۱۰). رستوران‌های سنتی مورد مطالعه اولویت‌نهایی‌گزینه‌ها با استفاده از تکنیک SAW

ردیف	گزینه‌ها	مجموع وزنی ساده هر رستوران	نماد
۱	کافه رستوران عمارت	0.44	A1
۲	رستوران سنتی حسینی	0.37	A2
۳	رستوران سنتی قائم مقام (بخچال)	0.36	A3
۴	رستوران سنتی هزارستان	0.33	A4
۵	رستوران حاج علی بازار	0.30	A5
۶	سفره‌خانه سنتی پتروشیمی	0.30	A6
۷	سفره‌خانه سنتی شهریار	0.29	A7
۸	رستوران مظفریه	0.29	A8
۹	کافه رستوران خاتم	0.27	A9
۱۰	رستوران و باغچه سنتی باغلاباغی	0.25	A10
۱۱	رستوران قائم کباب	0.24	A11
۱۲	رستوران سنتی دلستان	0.24	A12
۱۳	رستوران سنتی برادران	0.22	A13
۱۴	رستوران بام تبریز	0.20	A14
۱۵	غذای سنتی ریحان	0.17	A15
۱۶	رستوران ایپک بولی	0.17	A15
۱۷	رستوران جلالی سردرود	0.17	A17
۱۸	رستوران ائل گلی	0.15	A18
۱۹	رستوران وحید	0.14	A19
۲۰	رستوران قرآنی	0.12	A20

(منبع: نویسندگان)



شکل (۱۲). نمودار اولویت بندی رستوران‌ها به روش SAW (منبع: نویسندگان)

پ- ارزیابی مکان‌های بهینه رستوران‌های سنتی با تکنیک پرومته

رستوران‌های مورد مطالعه، با استفاده از تکنیک پرومته اولویت بندی شده‌اند. در این مطالعه از ۱۲ شاخص برای اولویت بندی ۲۱ گزینه (رستوران سنتی) استفاده شده است. در این مطالعه بر اساس ۱۲ معیار ۲۱ گزینه اولویت بندی شده است. برای معیارهای C8 و C9 که هر دو معیار کیفی هستند از تابع نوع ۴ که در نرم افزار ویژوال پرومته با عنوان level نمایش داده می شود، استفاده شده است و از آنجا که برای معیارهای کمی از توابع نوع ۳ (V Shape) و نوع ۵ (linear) استفاده می شود، بنابراین، برای معیارهای C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7 تابع نوع ۵ و برای معیار C11 از تابع نوع ۳ استفاده شده است. با توجه به تابع برتری و ماتریس تصمیم موجود ابتدا تفاوت هریک از گزینه‌ها بر اساس هر یک از شاخص‌ها نسبت به یکدیگر به دست آمده است و بر اساس جریان‌های مثبت و منفی خروجی نرم افزار پرومته رتبه بندی پایانی انجام شده است. نتایج محاسبات نهایی در شکل (۱۴) آمده است؛ بنابراین رستوران ائل گلی در اولویت نخست، رستوران وحید در اولویت دوم، رستوران مظفریه در اولویت سوم قرار می گیرد و رستوران‌های هزارستان و قرآنی در اولویت آخر می باشند. جهت تعیین اولویت شاخص‌های مؤثر در ارزیابی مکان‌های بهینه رستوران‌های سنتی از تکنیک AHP استفاده شده است. در بین معیار اقتصادی، شاخص مکان‌های مستعد احداث رستوران با وزن ۰،۲۷۶، به عنوان مهم ترین معیار و شاخص ارزش زمین، با وزن ۰،۱۸۸، رتبه نهایی (چهارم) را به خود اختصاص داد (شکل ۱۳ و ۱۴).

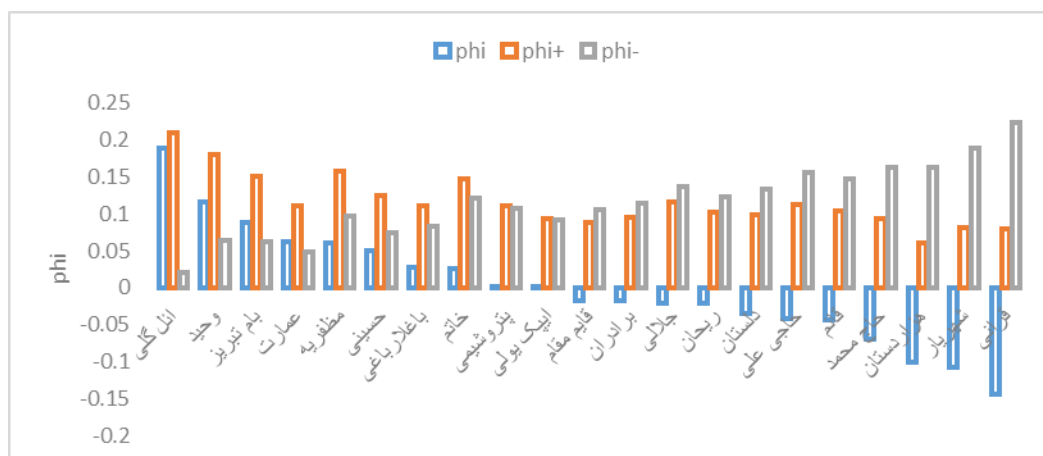
زیرمعیارهای اجتماعی عبارت‌اند از: تراکم گردشگران، میزان سواد. بر اساس مقایسات انجام شده اولویت زیرمعیارهای معیار اجتماعی به این گونه شد که تراکم گردشگران با وزن ۰،۷۷۲، مهم ترین و بعد از آن شاخص میزان سواد افراد هم جوار رستوران با وزن ۰،۲۲۸، اولویت بعدی را به خود اختصاص داد. زیرمعیارهای معیار موقعیتی عبارت‌اند از: نزدیکی به شبکه ارتباطی، سازگاری کاربری‌ها. بر اساس مقایسات انجام شده اولویت زیر

معیارهای معیار موقعیتی، شاخص نزدیکی به شبکه‌های ارتباطی با وزن ۰,۶۰۵، رتبه ۱ و شاخص سازگاری کاربری‌ها با وزن ۰,۳۹۵، رتبه ۲ را دارا هستند. زیرمعیارهای هم‌جواری عبارت‌اند از: نزدیکی به حمل‌ونقل عمومی، نزدیکی به پارکینگ، فاصله از جاذبه‌های گردشگری، فاصله از مراکز تجاری، فاصله از مراکز درمانی، فاصله از هتل‌ها و اقامتگاه‌ها، فاصله از پارک‌های شهری. بر اساس مقایسات انجام شده اولویت زیرمعیارهای معیار هم‌جواری، شاخص فاصله از جاذبه‌های گردشگری با وزن ۰,۲۵۶ به‌عنوان مهم‌ترین زیرمعیار هم‌جواری می‌باشد که بعد از آن زیرمعیارهای فاصله از هتل‌ها و اقامتگاه‌ها، فاصله از مراکز تجاری، فاصله از حمل‌ونقل عمومی، نزدیکی به پارکینگ، فاصله از پارک‌های شهری، فاصله از مراکز درمانی به ترتیب مهم‌ترین زیرمعیار هم‌جواری می‌باشند.

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر از تحلیل نظرات خبرگان در اولویت‌نهایی شاخص‌ها با تکنیک AHP، شاخص مکان‌های مستعد احداث رستوران‌های سنتی، شاخص تقاضا برای رستوران، شاخص تعداد رستوران‌های ارائه‌دهنده خدمات، شاخص فاصله از جاذبه‌ها، شاخص نزدیکی به شبکه ارتباطی به ترتیب پنج اولویت برتر زیرمعیارهای مورد مطالعاتی در جذب گردشگر می‌باشند. در این مطالعه فاصله از مراکز درمانی با وزن کلی ۰,۰۲۱ و میزان سواد افراد هم‌جوار با وزن کلی ۰,۰۱۹ جزو کم‌اهمیت‌ترین معیارها بودند که به ترتیب رتبه ۱۴ و رتبه ۱۵ را به خود اختصاص دادند.

Evaluations	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12
عمارت	0,26	0,03	0,13	0,03	0,50	0,12	0,05	average	good	0,15	0,14	0,50
حسینی	0,04	0,03	0,40	0,06	0,41	0,10	0,04	bad	very good	0,02	0,86	0,40
قائم مقام	0,08	0,02	0,11	0,02	1,00	0,41	0,18	bad	average	0,24	0,00	0,45
هزاردستان	0,13	0,13	0,07	0,06	0,80	0,32	0,04	average	bad	1,00	0,43	0,50
حاجی علی	0,04	0,04	1,00	0,06	0,63	0,08	0,05	bad	very good	0,01	0,71	0,40
پنوشیمی	0,04	0,25	0,07	0,04	0,44	1,00	0,07	good	bad	0,04	0,29	0,50
شهربار	0,41	0,11	0,19	0,78	0,76	0,12	0,05	good	very good	1,00	0,29	0,60
مظفریه	0,03	0,02	0,05	0,75	0,27	0,29	1,00	good	good	0,01	0,57	0,80
خانم	0,04	0,06	0,04	0,04	0,61	0,06	0,07	good	bad	1,00	0,57	1,00
باغلارباغی	0,08	0,19	0,25	0,02	0,97	0,12	0,11	average	average	0,05	0,29	0,60
قائم کیاب	0,09	0,07	0,60	0,60	0,33	0,15	0,04	bad	very good	0,03	0,71	0,30
دلستان	0,03	0,07	0,03	0,14	0,75	0,10	0,03	very good	average	1,00	0,57	0,60
برادران	0,02	0,01	0,02	0,01	0,40	0,05	0,49	average	good	0,71	0,00	0,30
بام تبریز	0,17	0,01	0,03	0,00	0,15	0,01	0,35	bad	very good	0,00	0,00	0,30
ریحان	0,04	0,00	0,02	0,07	0,20	0,03	0,05	average	very bad	0,42	0,14	0,30
ایبک یولی	0,07	0,01	0,09	0,03	1,04	0,06	0,04	bad	average	0,25	0,14	0,40
جلالی سردرود	0,05	1,00	0,01	0,02	0,30	0,02	0,05	good	very bad	0,25	0,00	0,50
اثل گی	0,05	0,05	0,14	0,03	0,40	0,08	0,26	good	very good	0,01	0,43	1,00
وحید	0,31	0,22	0,01	0,26	0,05	0,61	0,07	good	good	0,08	0,14	0,90
قرآنی	1,00	0,07	0,11	1,00	0,28	0,13	0,03	average	very good	1,00	1,00	0,50
حاج محمد چلوپز	0,12	0,04	0,86	0,60	0,46	0,23	0,04	n/a	very good	0,17	0,86	0,50

شکل (۱۳). ماتریس تصمیم‌گیری در نرم‌افزار پرموته
(منبع: نویسندگان)



شکل (۱۴). خروجی نرم افزار پرومته و اولویت نهایی گزینه‌ها (منبع: نویسندگان)

ث- ارزیابی مکان‌های بهینه رستوران‌های سنتی مورد مطالعه با تکنیک پرومته و SAW

بر اساس تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر رستوران‌های انل گلی، وحید، بام تبریز، عمارت، مظفریه از بین ۲۱ رستوران مطرح شده، پنج اولویت برتر خبرگان گردشگری شهر تبریز بر اساس چهار شاخص مطرح شده می‌باشد. بر اساس تکنیک پرومته بیشتر رستوران‌هایی که از مرکز شهر دور هستند، اعم از رستوران‌های انل گلی، وحید، بام تبریز بهترین مکان را دارند. اغلب رستوران‌های نزدیک بازار در اولویت‌های نهایی گرفته‌اند.

بنا بر مقایسات انجام شده اولویت‌بندی رستوران‌های سنتی شهر تبریز، بر اساس SAW و تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر رستوران‌های قرآنی، حاج محمد چلوپز، سفره‌خانه سنتی شهریار، حاج علی بازار و مظفریه از بین ۲۱ رستوران مطرح شده، پنج اولویت برتر خبرگان گردشگری شهر تبریز بر اساس چهار شاخص مطرح شده می‌باشند. رستوران قرآنی با توجه به اینکه به اغلب جاذبه‌های شهر تبریز که در مرکز شهر متراکم هستند، می‌توان گفت که از فاصله از جاذبه، به عنوان مهم‌ترین زیرمعیار هم‌جواری، تبعیت کرده است. از طرفی رستوران بام تبریز فقط با یک جاذبه تله کابین هم‌جوار است به همین دلیل در رتبه آخر یعنی ۲۱ قرار گرفته است. برعکس مدل پرومته که مکان‌های بهینه رستوران‌ها مربوط به رستوران‌های دور از مرکز شهر و بازار است، در مدل SAW اغلب رستوران‌هایی که اولویت برتری داشتند در نزدیکی بازار قرار گرفته‌اند.

نتایج

امروزه توجه به گردشگری غذا لازمه گردشگری پایدار در یک محدوده خاص جغرافیایی است. توجه به سنت‌های محلی برخاسته از نعمت‌های محلی که خود جنبه دیگری از هنر تلفیق داشته‌های طبیعی در بروز تنوع غذاها در یک بستر جغرافیایی خاص هست، از اهمیت زیادی برخوردار است. حفظ هنر محلی در قالب تنوع غذایی در واقع حفظ جاذبه‌های گردشگری در یک محدوده جغرافیایی است که در کنار جاذبه‌های دیگر گردشگری می‌تواند در تداوم جذب گردشگر به حفظ سنن محلی نیز کمک کند.

محدوده آذربایجان با تنوع در نعمت‌های طبیعی و تلفیق هنرمندانه داشته‌های برگرفته از طبیعت در قالب تنوع غذایی همواره قطب جاذبه گردشگری غذایی بوده است. تبریز به‌عنوان مرکز رفت‌وآمدهای تجاری از گذشته دور و لزوم اقامت‌های چندروزه در این شهر و اجبار در ارائه غذا برای تاجران، هم باعث بالارفتن تنوع غذایی و هم کیفیت غذا و سرو آن شده است. هرچند که در برهه‌ای از زمان تداوم در این مقوله مورد غفلت قرار گرفته است؛ ولی هرگز به تاریخ سپرده نشده است. در این مطالعه با توجه به جایگاه تبریز در ارائه جاذبه‌های متنوع گردشگری بخصوص در گردشگری غذا سعی شد بررسی‌هایی در مورد جایگاه رستوران‌های برای دسترسی مناسب گردشگران صورت گیرد. بررسی‌های صورت گرفته در مورد ۲۱ رستوران سنتی تبریز نشان می‌دهد که بر اساس مدل پرومته رستوران ائل گلی با رتبه اول ($PHI=0.188$) دارای مکان بهینه برای استفاده گردشگران می‌باشد. باتوجه به این که در نزدیکی این محدوده رستوران‌های ارائه‌دهنده خدمات زیاد است و از شبکه ارتباطی بهتری نیز برخوردار است. رستوران قرآنی نیز به لحاظ قرارگیری در مرکز شهر تبریز و نزدیک بازار، از محدوده‌های پر رفت‌وآمدی محسوب می‌شود که با رستوران‌های زیادی رقابت می‌کند و از طرفی نیز تقاضا برای رستوران در این منطقه به دلیل شلوغ بودن زیاد است. به دلیل تراکم جاذبه‌ها در مرکز شهر، می‌توان گفت این رستوران فاصله‌اش از جاذبه‌ها خیلی کم بوده و به ایستگاه تاکسی و اتوبوس دسترسی دارد. بررسی‌ها همچنین نشان می‌دهد که در ارزیابی مکان‌های بهینه رستوران‌های سنتی شهر تبریز، مهم‌ترین معیاری که رتبه اول را به خود اختصاص می‌دهد، مربوط به مکان‌های مستعد احداث با وزن ۰,۱۱۴، که از زیرمعیارهای معیار اقتصادی است. معیار تراکم گردشگران از زیرمعیارهای معیار اجتماعی بوده و با وزن ۰,۰۶۳، دارای رتبه ۸ می‌باشد. وزن مربوط به معیار هم‌جواری ۰,۲۵۹، می‌باشد که در مقایسه با سایر معیارها در رتبه دوم قرار می‌گیرد. اما از آن جایی که معیار اقتصادی وزن ۰,۳۲۶، را به خود اختصاص داده است، بنابراین مهم‌ترین معیار، اقتصادی می‌باشد.

نتیجه کلی که می‌توان از این مطالعه گرفت این است که برای گردشگران رستورانی‌ها قابل استفاده هستند که در کنار و یا در نزدیکی جاذبه اصلی گردشگری در یک محدوده خاص جغرافیایی باشند و دسترسی به آنها به‌سادگی صورت گیرد و درعین حال از نظر کیفیت غذا و خدمات ارائه شده در سطح قابل قبولی باشند. باتوجه به نتایج تحقیق می‌توان گفت که رستوران‌های محدوده بازار به‌عنوان مهم‌ترین محدوده گردشگری تبریز باید مورد سامان‌دهی قرار گیرند، زیرا محدوده بازار جزو مکان‌های بهینه در رستوران‌های سنتی مطرح گردیده‌اند. اغلب، مکان‌هایی که در سطح شهر تبریز وجود دارند از پتانسیل کافی برای احداث رستوران برخوردارند. باتوجه به معیارهای مطرح شده در پژوهش و دخالت‌دادن این معیارها در امر مکان‌یابی، یکی از این مکان‌ها محدوده‌های بازار تاریخی تبریز می‌باشد که گردشگران زیادی از آن دیدن می‌کنند. این مکان همیشه پریاهو و پر رفت‌وآمد می‌باشد. گردشگران علی‌الخصوص گردشگران خارجی، تمایل دارند زندگی واقعی مردمان محلی و جامعه میزبان را نظاره‌گر باشند و از دیدن آن لذت ببرند. بدین منظور، در برخی از حیاط‌ها و تیمچه‌ها اگر کافه‌ها و رستوران‌های سنتی ایجاد گردند، می‌تواند پاسخگوی این نیاز گردشگران باشد.

در نهایت می‌توان گفت که تصمیم‌گیری چندمعیاره در امر برنامه‌ریزی فرایندهای اضافی و فرسایشی را کاهش می‌دهد. باتوجه به مجموعه خصوصیات این روش‌ها، از جمله به‌کارگیری معیارهای کمی و کیفی،

ارزش گذاری معیارها و سایر ویژگی های امکان انتخاب رستوران های مورد نظر، واقعیت های تصمیم ساز را مهیا می نماید.

منابع

- ابراهیم زاده، عیسی؛ رفیعی، قاسم. (۱۳۸۸). مکان یابی بهینه جهات گسترش شهری با بهره گیری از سیستم اطلاعات جغرافیایی GIS مورد شناسی: شهر مرودشت، فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۱۵، ۴۵-۷۰.
- آراسته، مجتبی؛ عزیزی، محمدمهدی. (۱۳۹۱). مکان یابی مجموعه های مسکونی پایدار با استفاده از فرآیند تحلیل شبکه ANP در بافت مرکزی شهر یزد، معماری و شهر سازی آرمان شهر، ۱۹، ۳۳۳-۳۴۷.
- بدری، سید علی؛ یاری حصار، ارسطو. (۱۳۸۸). انتخاب مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش AHP نمونه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد، دانشگاه تهران، ۷۷۲، ۱۵۹۸۹-۱۶۰۲۰.
- برقی، حمید؛ رحیمی، داریوش؛ رحیمی، راضیه. (۱۳۹۴). مکان یابی احداث کمپینگ در روستاهای هدف گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل AHP (مطالعه موردی: روستای ایبانه)، برنامه ریزی فضایی اصفهان، ۵ (۱۷)، ۷۴-۵۵.
- بیات، امید؛ سعیدی راد، رضیه. (۱۴۰۳). بررسی عوامل ارتقاء کیفیت خدمات پذیرایی با تاکید بر مهندسی منو، تمرکز بر گردشگری غذا (هتل های شهر یزد)، فضای گردشگری، ۵، ۷۲-۵۵.
- پورسعید، محمدمهدی؛ کاظمی، مهدی؛ طاهری آزاد، فاطمه. (۱۴۰۱). تحلیل محتوای نظریات گردشگران درباره رستوران های ایرانی در وبگاه تریپ ادوایزر، مجله: گردشگری و توسعه، ۳۱، ۲۴۹-۲۶۲.
- پیشگر کومله، حسن؛ کیهانی، علیرضا؛ مستوفی، محمدرضا؛ جعفری، علی. (۱۳۹۲). انتخاب مناسب ترین سامانه برداشت ذرت بذری بر مبنای مدل های TOPSIS و SAW، تحقیقات مهندسی کشاورزی، (۲)، ۸۱-۹۲.
- جعفری، حمیدرضا؛ رفیعی، یوسف؛ مهران، مجید؛ نصیری، حسین. (۱۳۹۱). مکان یابی دفن پسماندهای شهری با استفاده از AHP و SAW در محیط GIS (مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویر احمد): محیط شناسی، سال سی و هشتم، شماره ۶۱، صفحه ۱۳۱-۱۴۰.
- جعفری مهرآبادی، مریم؛ اکبری مجید؛ عطایی، فرزانه؛ رازقی؛ فرزانه. (۱۳۹۶). مدلیابی ساختاری - تفسیری عوامل موثر بر توسعه گردشگری غذا (مطالعه موردی: شهر رشت)، مطالعات برنامه ریزی سکونتگاههای انسانی، ۱۲ (۳)، ۶۸۱-۶۹۸.
- حیدری، محمدتقی؛ جهانی، داریوش؛ رحمتی، پروین. (۱۴۰۳). تحلیل مطلوبیت شاخص های گردشگری حلال با تاکید بر میهمان نوازی ایرانی - اسلامی، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، (۱) ۱، ۵۴-۶۹.
- زیاری، یوسف علی؛ حسین مردی، مهدی. (۱۳۸۸). بررسی کاربری اراضی شهری و وزن دهی معیارهای مکان یابی جایگاه گاز CNG با استفاده از مدل AHP (مطالعه موردی منطقه ۴ گاز تهران)، نگرشی نو در جغرافیای انسانی ۲ (۱)، ۳۹-۵۲.
- فیروزی، محمدعلی؛ سلطانی، زهرا؛ میهن، فرسیات؛ گودرزی، مجید. (۱۴۰۱). بررسی و تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری غذا در خیابان انوشه شهر اهواز، گردشگری شهری، ۹ (۴)، ۶۵-۸۵.

- صادقی، حسین؛ آقازاده محمد. (۱۴۰۱). بررسی ظرفیت‌های گردشگری غذا (مطالعه موردی بررسی غذاهای بومی محلی قم، علوم زیست محیطی و دانش جغرافیا، ۱، ۴-۱۵).
- کفاش چرندابی، ندا؛ آل شیخ علی اصغر. (۱۳۹۱). ارائه مدل ترکیبی در GIS بر مبنای روش PROMETHEE والگوریتم PSO برای تعیین اماکن مناسب جهت احداث بیمارستان، آمایش محیط، شماره ۱۱) علی زاده جورکویه، ابراهیم؛ شبگو منصف، سید محمود؛ رحمتی غفرانی، یلدا (۱۴۰۲). ارائه الگوی عوامل تاثیرگذار بر تمایلات رفتاری گردشگران نسبت به مصرف غذا در استان گیلان با استفاده از نظریه داده‌بنیاد، مجله: مطالعات رفتار مصرف کننده» ۱۰(۳) ۲۸ - ۵۰
- مشکینی، علی (۱۳۹۱)، ارزیابی مکان‌یابی پروژه‌های مسکن مهر با رویکرد کالبدی زیست محیطی با استفاده از مدل سلسله مراتبی AHP، یزد، ۲، ۷-۷۵.
- مطبعی، صدیقه؛ زیاری، رضا. (۱۳۹۵). گردشگری غذا و تاثیر آن بر اقتصاد گردشگری و توسعه اقتصادی، مطالعات هتلداری و میزبانی، ۱، (۲)، ۱۴۱-۱۶۲.
- Alonso, José, Antonio; lamata, Teresa. (2006). consistency in the analytic hierarchy process: a new approach, *International Journal of Uncertainty, Fuzziness and Knowledge-Based Systems*, 14(4), 445-459.
- Hassanain, Mohammad A, Hamwda, Mahmoud, and Sanni-Anibire, Muizz O. (2018). Weighted Evaluation Method for Corporate Real Estate Site Selection in Saudi Arabia, *Journal of Urban Planning and Development, American Society of Civil Engineer(ASCE)*, Volume: 144, 501-7012 .
- Lee Amy H.I; Wen-Chin Chen, Ching-Jan, Chang. (2008). A fuzzy AHP and BSC approach for evaluating performance of IT department in the manufacturing industry in Taiwan, *Expert systems with applications*. 34, 96-107.
- Lin Yi-Chin, Pearson Thomas E. & Cai Liping A. (2011). Food as a Form of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective, *Tourism and Hospitality Research*, 11, 30-48.
- LIN, C.-T. , JUAN, P.-J. (2012). Measuring Location Selection factors for international resort parks, *Quality and Quantity*, 44, 1257-1270.
- Shahabian, P. (2012). Analyzing the Roles and Impacts of Urban Tourism on Sustainable Urban Development; Focusing On Citizens Perception. *Journal of Armanshahr*, 4(7), 121-132.
- Surenkok Aysegul, Baggio Rodolfo & Corigliano Magda Antonioli. (2010). Gastronomy and Tourism in Turkey: The Role of ICTs, Information and Communication Technologies in Tourism, *Proceedings of the International Conference in Lugano, Switzerland*, 567-578.
- Taghvaei, M. and A. Safarabadi . (2011). The role of urban management in achieving sustainable development of urban tourism in the city of Kermanshah. *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 1(4), 35-52, [in Persian].
- Yang, Y. Luo, H. Law, R . (2014). Theoretical, empirical, and operational models in hotel location research, *International Journal of Hospitality Management*, 36, 209- 220.