



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی

گروه برنامه‌ریزی شهری

پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری

مکان‌یابی و بررسی نقش متل در توسعه گردشگری

(مطالعه موردی محور اصفهان-شیراز)

استاد راهنما

دکتر مسعود تقوایی

استاد مشاور

دکتر حمیدرضا وارثی

پژوهشگر

بنت الهدی یزدان بخش

شهریور ماه 1390

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات
و نوآوری های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه
متعلق به دانشگاه اصفهان است.



دانشگاه اصفهان
دانشکده علوم جغرافیا و برنامه ریزی
گروه برنامه ریزی شهری

پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری

خانم بنت الهدی یزدان بخش

تحت عنوان

مکان یابی و بررسی نقش متل در توسعه گردشگری

(مطالعه موردی: محور اصفهان- شیراز)

در تاریخ ۹۰/۷/۲۵ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

۱- استاد راهنمای پایان نامه دکتر مسعود تقوایی با مرتبه علمی دانشیار

۲- استاد مشاور پایان نامه دکتر حمیدرضا وارثی با مرتبه علمی دانشیار

۳- استاد داور داخل گروه دکتر اصغر ضرابی با مرتبه علمی دانشیار

۴- استاد داور خارج از گروه دکتر حسن بیک محمدی با مرتبه علمی دانشیار

امضای مدیر گروه

با سپاس و امتنان از ایزد منان که فرصت علم آموزی و تحصیل را برایم فراهم نمود؛
و با سپاس فراوان از اساتید محترم دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی علی
الخصوص اساتید گرامتقدم جناب آقای دکتر تقوایی استاد راهنما و جناب آقای دکتر
وارثی استاد مشاور که با سخاوت علمی و صرف وقت فراوان اینجانب را در تدوین
این پایان نامه یاری فرمودند؛

و نیز سپاس از جناب آقای یونس غلامی و کلیه دوستان بزرگواری که راهنمایی ها
و مشورتهایشان برای اینجانب راهگشا بود.

تقدیم به:

بیکران موهبت های زندگی ام
ویگانه آموزگاران درس های ناگفتنی ام
پدرم و مادرم

و تقدیم به چمران،

جهادگر عرصه علم و دانایی، بزرگ اسوه عشق و شیدایی، پروانه شمع ولایت و پارسایی، او
که آبشار آفتاب در صفای دشت دهلاویه، نوازشگر صورت مهربانش و رمل های گرم دشت،
سجاده عروجش گردید.

چکیده

مثل‌ها آن دسته از واحدهای اقامتی هستند که حالت توقف‌گاه و استراحتگاه موقتی را داشته و معمولاً در خارج از شهر قرار می‌گیرند که متأسفانه در ایران کمتر مورد توجه واقع شده‌اند. از آنجا که در ایران اکثر مسافران با وسایل نقلیه شخصی سفر می‌کنند، ساخت و توسعه مثل‌ها در محورهای ارتباطی علی‌الخصوص محورهای ارتباطی قطب‌های گردشگری، با افزایش رفاه سفر، توسعه گردشگری را به همراه خواهد داشت.

در پژوهش حاضر تلاش شده است تا با مکان‌یابی مثل‌ها در محور ارتباطی اصفهان - شیراز، نقش آن‌ها در توسعه گردشگری نیز بررسی گردد.

نوع تحقیق توسعه‌ای-کاربردی و روش تحقیق تحلیلی - اسنادی - علی - پیمایشی بوده و جمع‌آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی انجام پذیرفت. در روش میدانی اطلاعات از طریق پرسشنامه و مشاهده و مراجعه به داده‌ها و اسناد موجود در سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه جمع‌آوری شده و حجم نمونه بر اساس روش کوکران تعیین گردید. طبق پژوهش انجام گرفته و تطبیق مکان‌یابی انجام شده با واقعیات زمینی، مجتمع خدماتی مهیار، کاروانسرای ملک، هتل سورمق، پارک سعدی و مجتمع خدماتی سعادت‌شهر جهت تبدیل به مثل یا احداث مثل مناسب تشخیص داده شد.

واژگان کلیدی: جغرافیای گردشگری، توریست، گردشگر داخلی، اقامتگاه، مثل

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات پژوهش
1-1-1-1	تبیین مسئله پژوهشی و اهمیت آن
3-2-1-1	اهداف
3-1-2-1-1	هدف اصلی
3-2-2-1-1	اهداف فرعی
4-3-1-1	فرضیات و پرسش‌ها
4-1-3-1-1	پرسش‌ها
4-2-3-1-1	فرضیات
4-4-1-1	پیشینه تحقیق
6-5-1-1	روش تحقیق و مراحل آن
6-1-5-1-1	حجم نمونه و روش محاسبه آن
7-6-1-1	نتیجه‌گیری
	فصل دوم: تعاریف و مفاهیم
8-1-2-1-2	مقدمه
8-2-2-1-2	صنعت گردشگری
9-3-2-1-2	سه سطح بخش گردشگری
10-4-2-1-2	اشکال جهان‌گردی
11-5-2-1-2	گردشگری
12-6-2-1-2	ایرانگردی
12-7-2-1-2	گردشگر
13-8-2-1-2	گردشگر داخلی
14-9-2-1-2	گردشگر خارجی
14-10-2-1-2	گردشگری خارجی
15-11-2-1-2	اوقات فراغت
15-12-2-1-2	طبقه بندی انواع توریسم
16-13-2-1-2	گردشگری از نظر انگیزه و هدف
16-1-13-2-1-2	گردشگری فرهنگی
16-2-13-2-1-2	گردشگری مذهبی و زیارتی

عنوان

صفحه

17-13-2-3-گردشگری سیاسی.....	17
17-13-2-4-گردشگری درمانی.....	17
17-13-2-5-گردشگری اجتماعی.....	17
17-13-2-6-گردشگری ورزشی.....	17
17-13-2-7-گردشگری تفریحی و استفاده از تعطیلات.....	17
18-13-2-8-گردشگری ماجراجویانه.....	18
18-13-2-9-گردشگری کشاورزی.....	18
18-13-2-10-گردشگری عشایری.....	18
18-13-2-11-گردشگری روستایی.....	18
19-13-2-12-گردشگری الکترونیکی.....	19
21-13-2-13-گردشگری علمی.....	21
21-13-2-14-گردشگری کسب و کار.....	21
22-13-2-15-گردشگری شهری.....	22
23-13-2-16-اکوتوریسم.....	23
24-14-2-14-ساختار گردشگری.....	24
24-15-2-15-تسهیلات گردشگری.....	24
25-16-2-16-تأسیسات گردشگری.....	25
26-16-2-1-اقامتگاه.....	26
26-16-2-2-جایگاه اقامتگاه در صنعت گردشگری.....	26
27-16-2-3-تقسیم بندی اقامتگاه ها.....	27
28-16-2-4-انواع اقامتگاه ها.....	28
32-16-2-4-1-هتل ها و متل ها.....	32
34-16-2-4-2-انواع هتل ها و متل ها.....	34
34-17-2-17-ارکان صنعت گردشگری.....	34
36-18-2-18-نتیجه گیری.....	36

فصل سوم: دیدگاه ها و مبانی نظری درباره توریسم

37-1-3-1-مقدمه.....	37
37-2-3-2-دیدگاه های موجود در زمینه گردشگری.....	37
37-2-3-1-دیدگاه حمایتی مثبت.....	37

عنوان	صفحه
3-2-2- دیدگاه گسست (منفی).....	38
3-2-3- دیدگاه نظارتی.....	38
3-2-4- دیدگاه سازگاری.....	38
3-2-5- دیدگاه دانش مدار.....	39
3-3- اهمیت گردشگری.....	39
3-4- گردشگری در اسلام.....	44
3-5- پیامدهای منفی صنعت گردشگری.....	45
3-6- جغرافیای گردشگری.....	46
3-7- تاریخچه گردشگری.....	48
3-8- گردشگری در ایران.....	49
3-9- توسعه گردشگری.....	49
3-10- توسعه پایدار و گردشگری.....	50
3-11- وجهه گردشگری.....	51
3-12- اعتمادسازی در گردشگری.....	51
3-13- امنیت و گردشگری.....	52
3-14- مدیریت و برنامه ریزی گردشگری.....	52
3-15- گونه شناسی گردشگری.....	53
3-16- عوامل مؤثر در توسعه گردشگری.....	55
3-17- کیفیت در گردشگری.....	55
3-18- نتیجه گیری.....	56

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات و مکان یابی متلها در محور اصفهان - شیراز

4-1- مقدمه.....	57
4-2- نتایج توصیفی.....	57
4-2-1- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس جنس.....	57
4-2-2- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس سن.....	59
4-2-3- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس سطح تحصیلات.....	60
4-2-4- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس استان محل سکونت.....	62
4-3- نتایج تحلیلی.....	64
4-3-1- بررسی و آزمون فرضیهها.....	64

عنوان	صفحه
4-3-1-1- فرضیه اول.....	64
4-3-1-2- فرضیه دوم.....	65
4-4- مکان‌یابی متل‌ها در محور اصفهان شیراز.....	66
4-4-1- مراحل انجام مکان‌یابی.....	67
4-4-1- شناسایی داده‌های مورد استفاده.....	67
4-4-1-1- شناسایی عوامل تأثیرگذار بر مکان‌یابی متل‌ها.....	67
4-4-1-2- وارد کردن عوامل تأثیرگذار در GIS.....	67
4-4-1-3- تهیه لایه‌های اطلاعاتی جدید.....	74
4-4-1-4- ارزش‌گذاری لایه‌های اطلاعاتی.....	79
4-4-1-5- ترکیب لایه‌های اطلاعاتی.....	79
4-4-1-5- تطبیق نتایج مکان‌یابی با واقعیات زمینی.....	80
4-5- نتیجه‌گیری.....	87
فصل پنجم: بررسی فرضیات، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات	
5-1- مقدمه.....	88
5-2- بررسی فرضیات.....	89
5-3- مسائل و مشکلات محور اصفهان - شیراز.....	90
5-4- راهبردها.....	90
5-5- پیشنهادات.....	91
ضمائم.....	93
منابع و مأخذ.....	94

فهرست نقشه‌ها

صفحه	عنوان
68.....	نقشه 1-1-: وضع موجود امکانات و خدمات محور اصفهان - شیراز.....
69.....	نقشه 1-2-: وضع موجود مراکز خدماتی محور اصفهان - شیراز.....
70.....	نقشه 1-3-: وضع موجود مراکز امدادی محور اصفهان - شیراز.....
71.....	نقشه 1-4-: وضع موجود پلیس راه‌های محور اصفهان - شیراز.....
72.....	نقشه 1-5-: وضع موجود پمپ‌های بنزین در محور اصفهان - شیراز.....
73.....	نقشه 1-6-: وضع موجود مساجد و امامزاده‌های محور اصفهان - شیراز.....
74.....	نقشه 1-7-: فاصله از مراکز خدماتی محور اصفهان - شیراز.....
75.....	نقشه 1-8-: فاصله از پمپ‌های بنزین محور اصفهان - شیراز.....
76.....	نقشه 1-9-: فاصله از پلیس راه‌های محور اصفهان - شیراز.....
77.....	نقشه 1-10-: فاصله از مساجد و امامزاده‌ها محور اصفهان - شیراز.....
78.....	نقشه 1-11-: فاصله از مراکز امدادی محور اصفهان - شیراز.....
79.....	نقشه 1-12-: مکان‌یابی متل‌ها در محور اصفهان - شیراز.....
87.....	نقشه 1-13-: وضع پیشنهادی متل‌ها در محور اصفهان - شیراز.....

فهرست شکل‌ها

صفحه

عنوان

- شکل 1-1- مقایسه روابط در صنعت گردشگری گذشته و صنعت گردشگری پایدار.....53
- شکل 1-2- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس جنس.....58
- نمودار 1-3- درصد پاسخگویان بر اساس جنس.....58
- شکل 1-4- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس سن.....59
- شکل 1-5- درصد پاسخگویان بر اساس سن.....60
- شکل 1-6- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس سطح تحصیلات.....61
- شکل 1-7- درصد پاسخگویان بر اساس سطح تحصیلات.....62
- شکل 1-8- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس استان محل سکونت.....62
- شکل 1-9- درصد پاسخگویان بر اساس استان محل سکونت.....63

فهرست جدول‌ها

صفحه	عنوان
58.....	جدول 1-1- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس جنس.....
59.....	جدول 1-2- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس سن.....
60.....	جدول 1-3- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس سطح تحصیلات.....
62.....	جدول 1-4- توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر اساس استان محل سکونت.....
63.....	جدول 1-5- فراوانی داده‌های آزمون کای اسکوئر.....
64.....	جدول 1-6- رقم‌های تست.....
65.....	جدول 1-7- فراوانی داده‌های آزمون کای اسکوئر.....
65.....	جدول 1-8- رقم‌های آماری تست.....
66.....	جدول 1-9- فراوانی داده‌های آزمون کای اسکوئر.....
66.....	جدول 1-10- رقم‌های آماری تست.....
86.....	جدول 1-11- خدمات و امکانات موجود در مکان‌های پیشنهادی.....

فهرست تصویرها

صفحه	عنوان
81.....	تصویر 1-1- مرکز خدماتی مهیار.....
81.....	تصویر 2-1- مرکز خدماتی مهیار.....
82.....	تصویر 3-1- نمای بیرونی کاروانسرای ملک.....
82.....	تصویر 4-1- نمای بیرونی کاروانسرای ملک.....
83.....	تصویر 5-1- نمای درونی کاروانسرای ملک.....
83.....	تصویر 6-1- تابلوی راهنما هتل سورمق.....
84.....	تصویر 7-1- نمای بیرونی هتل سورمق.....
84.....	تصویر 8-1- نمای داخلی پارک سعدی.....
85.....	تصویر 9-1- نمای بیرونی پارک سعدی و پارکینگ آن.....
85.....	تصویر 10-1- مراکز خرید مجتمع خدماتی سعادت شهر.....
86.....	تصویر 11-1- پارکینگ مجتمع خدماتی سعادت شهر.....

پیشگفتار

یکی از واحدهای اقامتی که نقشی ویژه در توسعه گردشگری دارد و متأسفانه در ایران کمتر بدان توجه می شود مثل ها می باشند. مثل ها در خارج از شهر و معمولاً دور از شهر قرار دارند و بیشتر مورد استفاده مسافرینی هستند که با وسیله شخصی مسافرت می کنند و هزینه اقامت در نظر گرفته شده، فقط برای اتاق می باشد. مثل ها علاوه بر وسایل موجود یک هتل، در کنار خود دارای پمپ بنزین، فضای سبز و مناسب، رستوران، ساندویچ فروشی، سوپر مارکت و وسایل تفریحی به صورت محدود نیز هستند. ساختمان مثل ها بیشتر یک طبقه و ویلایی است.

عوامل مؤثر بر افزایش تقاضای اقامتگاه قیمت، فصول گردشگری و وضعیت کیفی اقامتگاه می باشد (جمشیدی، 1381: 90) که با توجه به اینکه مثل ها ارزان تر از هتل ها بوده و از لحاظ کیفی نیز امکاناتی تقریباً برابر با هتل ها را ارائه می دهند، می توانند به سرعت مسافرین را به خود جذب نمایند. علاوه بر این توسعه آنها در ایران، می تواند تأثیر بسزایی در افزایش سفر و کاهش هزینه های آن داشته باشد.

هدف از این تحقیق مکان یابی و تحلیل نقش مثل ها در توسعه گردشگری در محور اصفهان - شیراز می باشد که در کنار آن تسهیلات گردشگری بویژه اقامتگاه ها در این محور و روش ساماندهی سفرهای گردشگری با تأکید بر مکان یابی و ایجاد مثل ها نیز بررسی می شود.

در فصل اول پایان نامه کلیات مسئله پژوهشی مورد بررسی قرار گرفته است. ابتدا به مسأله، اهمیت و ضرورت آن پرداخته شده و نهایتاً فرضیات، روش تحقیق و کاربرد نتایج تحقیق بیان گردیده است. به طور خلاصه می توان گفت که هدف کلی پژوهش مکان یابی و تحلیل نقش مثل ها در توسعه گردشگری در محور اصفهان - شیراز می باشد.

در فصل دوم با تعریف صنعت گردشگری و اشکال و انواع آن، پارامترهای مؤثر در گردشگری و نیز انواع اقامتگاه ها مورد بررسی قرار گرفت. همچنین ضمن بیان تفاوت های مثل ها و هتل ها، به ویژگی های مثل ها پرداخته شد.

در فصل سوم، چهار دیدگاه موجود در زمینه گردشگری یعنی دیدگاه حمایتی (مثبت)، دیدگاه گسست (منفی)، دیدگاه نظارتی و دیدگاه سازگاری مورد بررسی قرار گرفت. همچنین به اهمیت گردشگری، پیامدهای منفی صنعت گردشگری، راه های توسعه گردشگری و عوامل مؤثر در توسعه گردشگری پرداخته شد.

در فصل چهارم تجزیه و تحلیل اطلاعات و مکان یابی مثل ها در محور اصفهان - شیراز انجام گرفت. ابتدا پس از بررسی داده های توصیفی، داده ها تحلیلی مورد بررسی قرار گرفت و فرضیات پژوهش اثبات گردید. پس از آن با

استخراج نقشه های مختلف از عوامل مؤثر در مکان‌یابی متل‌ها، از طریق مدل همپوشانی، نقشه مکان‌های با سازگاری بالا بدست آمد.

در پایان با مطالعه میدانی و تطبیق مکان‌یابی انجام شده با واقعیات زمینی، مجتمع خدماتی مهیار، کاروانسرای ملک، هتل سورمق، پارک سعدی و مجتمع خدماتی سعادت‌شهر جهت تبدیل به متل یا احداث متل مناسب تشخیص داده شد.

فصل اول

کلیات پژوهش

1-1- تبیین مسئله پژوهشی و اهمیت آن

فراغت یکی از چهار بخش اصلی فعالیت انسانی به شمار آمده و استفاده مناسب از اوقات فراغت کمکی در راه پیشرفت و آسایش انسان است. در این زمینه سفر، سیاحت و گردشگری به عنوان یکی از بهترین راه های پر کردن اوقات فراغت شناخته می شود، که علاوه بر اینکه عاملی برای کسب تجربه و افزایش توانایی های جسمی و ذهنی افراد است، وسیله ارتباط بیشتر با سایر مناطق و ملل مختلف و باعث کسب منافع اقتصادی فراوان می شود. (امام، 1381: 6)

پدیده توریسم، پدیده ای خاص امروز نیست. بلکه پدیده ای است که از گذشته های دور مورد توجه جوامع انسانی بوده و در طول زمان بر حسب نیازهای متفاوت اقتصادی، اجتماعی، تاریخی به حرکت خود ادامه داده است. جهانگردی در دنیای امروز با اهداف و مقاصد مختلفی نظیر تبادل اطلاعات و فرهنگ، افزایش علم و آگاهی نسبت به جوامع پیشین و گذران اوقات فراغت دنبال می شود و در ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و بین المللی هر روز جایگاه والاتری می یابد. انجام مسافرت های داخلی و خارجی، به موازات آن تشکیل فعالیت های مرتبط با آن در رقابت های جهانگردی، پیامدهای فراوانی از نظر اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برای ملت ها دنبال خواهد داشت. (وارثی، 1382: 1)

موضوع توریسم یکی از عناصر مهم در ترکیب اقتصادی و فرهنگی کشورها محسوب می شود. لذا مسئولین و دست‌اندرکاران کشورها سعی دارند با تدارک برنامه‌های دقیق و سیاست‌گذاری‌های درست تعداد بیشتری توریست را به کشور خود جذب نمایند. (قره نژاد، 1374: 1)

البته برای کشورهای همچون ایران که به دلایل متعدد، از جمله دلایل فرهنگی و قانونی و غیره نمی‌توانند به حد کامل و اقتصادی از جاذبه‌های بی‌شمار خود، برای جذب گردشگر خارجی استفاده کنند، لزوم توجه به گردشگر داخلی (که هرچند آثار قوی گردشگر خارجی را ندارند اما به نوبه خود منافع بسیاری را عاید می‌کنند) محسوس می‌باشد. (شریفیان، 1382: 19)

بسیاری گردشگری را صنعت سفید می‌دانند چراکه بر خلاف اغلب صنایع، بدون آلوده سازی محیط انسانی، زمینه‌ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست. کشور ما از لحاظ طبیعی و انسانی دارای پتانسیل‌های بسیار بالایی جهت گردشگری می‌باشد و برنامه ریزی اصولی جهت توسعه گردشگری، می‌تواند در توسعه اقتصادی کشور نقشی کلیدی ایفا کند. (الوانی، 1385: 13) امروزه، پذیرایی از میهمان که آن را تهیه اقامتگاه یا صنعت هتلداری می‌نامند، شامل مجموعه‌ای از تشکیلات و تسهیلات می‌شود که یکی از بخش‌های بسیار پویای صنعت جهانگردی و مسافرت جهانی را تشکیل می‌دهد. مسافر به هر کجا برود نیاز به محلی برای خواب، استراحت و غذا دارد. اقامتگاه شامل مجموعه‌ای از تشکیلات خوابگاهی می‌شود که امکان دارد به صورت استراحتگاه‌های بسیار مجلل و یا حتی تنها محدود به یک تخت خواب معمولی و صبحانه ساده شود. میزان تسهیلات و تشکیلات اقامتگاه‌ها، بازتابی از نیازها و سلیقه‌های مختلف مسافران و پویایی‌های این بازار است. (جمشیدی، 1381: 59)

یکی از واحدهای اقامتی که نقشی ویژه در توسعه گردشگری دارد و متأسفانه در ایران کمتر بدان توجه می‌شود متل‌ها می‌باشند. متل‌ها در خارج از شهر و معمولاً دور از شهر قرار دارند و بیشتر مورد استفاده مسافرینی هستند که با وسیله شخصی مسافرت می‌کنند و هزینه اقامت در نظر گرفته شده، فقط برای اتاق می‌باشد. متل‌ها علاوه بر وسایل موجود یک هتل، در کنار خود دارای پمپ بنزین، فضای سبز و مناسب، رستوران، ساندویچ فروشی، سوپر مارکت و وسایل تفریحی به صورت محدود نیز هستند. ساختمان متل‌ها بیشتر یک طبقه و ویلایی است. در اتاق‌ها حمام و آشپزخانه کوچکی وجود دارد. در برخی از متل‌ها مسافران از آشپزخانه مشترک و عمومی استفاده می‌کنند. محوطه باز متل توسط کسانی که چادر (خیمه) همراه دارند با پرداخت مبلغ کمی به عنوان کرایه، می‌تواند استفاده قرار گیرد. هزینه انبارداری، خانه‌داری و آب و برق در متل‌ها بیشتر از مخارج هتل‌ها است. (جمشیدی، 1381: 68)

عوامل مؤثر بر افزایش تقاضای اقامتگاه قیمت، فصول گردشگری و وضعیت کیفی اقامتگاه می باشد (جمشیدی، 1381: 90) که با توجه به اینکه متل‌ها ارزان تر از هتل‌ها بوده و از لحاظ کیفی نیز امکاناتی تقریباً برابر با هتل‌ها را ارائه می دهند، می توانند به سرعت مسافرین را به خود جذب نمایند. علاوه بر این توسعه آنها در ایران، می تواند تأثیر بسزایی در افزایش سفر و کاهش هزینه‌های آن داشته باشد.

از آنجا که اصفهان و شیراز از شهرهای تاریخی بوده و جزء قطب‌های مهم گردشگری ایران محسوب می شوند، توجه به گسترش زیرساخت‌ها می تواند تأثیر بسیار زیادی بر افزایش گردشگری داشته باشد. توجه به زیرساخت‌ها از آن جهت اهمیت دارد که جاذبه‌ها به تنهایی باعث تشکیل و فعالیت صنعت گردشگری نمی شود، زیرا صنعت گردشگری آمیزه ای است از عناصر که مجموعه ای واحد و تقسیم ناپذیر را به وجود می آورد و بنابراین تجهیزاتی که در صنعت گردشگری فعالیت دارند بسیار مهم هستند، زیرا هرچند که مسافرت به دلیل و انگیزه آنها انجام نمی گیرد، لیکن در صورت فقدان، آن مسافرت‌ها انجام نمی گیرد. همچنین اغلب گردشگران ایرانی از خودرو (علی‌الخصوص شخصی) جهت مسافرت استفاده می کنند. بنابراین وجود محل‌هایی برای اقامت در بین راه که امنیت کافی داشته و خدمات مورد نیاز مسافرین را ارائه نماید ضروری به نظر می رسد.

برای ساماندهی سفرهای گردشگری، اتخاذ تدابیری همچون کاهش تمرکز سفرها در شهرهای عمده کشور خصوصاً اصفهان و شیراز، جلوگیری از ورود اتومبیل های شخصی گردشگران به محیط های شهری، توزیع سفرها در ایام مختلف سال با استفاده از روش های تشویقی خصوصاً با ایجاد متل‌های ارزان قیمت و جاذب برای کسانی که به شهرهای مهم سفر می کنند می تواند مؤثر افتد. وجود چادرهای برافراشته در فصول گردشگری نشان از عدم تناسب قیمت هتل‌ها و واحدهای اقامتی با درآمد گردشگران دارد که متل‌ها می توانند این نقص را رفع نمایند.

1-2- اهداف

1-2-1- هدف اصلی

- مکان‌یابی و تحلیل نقش متل‌ها در توسعه گردشگری در محور اصفهان-شیراز

1-2-2- اهداف فرعی

- بررسی وضعیت گردشگری در ایران (علی‌الخصوص اصفهان و شیراز)
- بررسی تسهیلات گردشگری علی‌الخصوص اقامتگاه‌ها در این محور

- بررسی عوامل گسترش سفرهای گردشگری در کشور در سال‌های اخیر
- بررسی روش‌های ساماندهی سفرهای گردشگری با تأکید بر مکان‌یابی و ایجاد متل‌ها

3-1- فرضیات و پرسش‌ها

1-3-1- پرسش‌ها

- آیا واحدهای اقامتی موجود پاسخگوی تقاضای موجود می‌باشد؟
- آیا سرمایه‌گذاری برای ساخت واحدهای اقامتی جدید از جمله متل‌ها ضرورت دارد؟
- افزایش چه نوع اقامتگاه‌هایی به توسعه گردشگری کمک می‌کند؟
- ساخت متل چه تأثیری بر توسعه گردشگری محور اصفهان-شیراز می‌تواند داشته باشد؟
- مزایا و معایب متل‌ها در مقایسه با سایر واحدهای اقامتی چیست؟
- عوامل گسترش یا موانع ایجاد متل‌ها در منطقه کدامند؟

2-3-1- فرضیات:

- مکان‌یابی صحیح و ایجاد متل‌های مناسب نقش مؤثری در توسعه گردشگری در شهرهای اصفهان و شیراز خواهد داشت.
- وجود مزایا و قابلیت‌های متل‌ها در ساماندهی فضایی و زمانی گردشگری نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

4-1- پیشینه تحقیق

- در زمینه توسعه گردشگری مطالعات و تحقیقات بسیاری به عمل آمده است لکن در زمینه نقش اقامتگاه‌ها علی‌الخصوص متل‌ها در توسعه گردشگری مطالعه‌ی خاصی انجام نشده است.
- در ایران در مورد متل‌ها و اقامتگاه‌ها مطالعات زیر صورت گرفته است:
- احمدی (1388): در قسمتی از رساله کارشناسی ارشد خود به تعریف متل پرداخته است.
 - جمشیدی (1381): در رساله کارشناسی ارشد خود انواع اقامتگاه را بررسی و با شاخص‌های اقتصادی بررسی کرده است.