

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه موهجستان
تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته (جغرافیا - برنامه ریزی توریسم)

عنوان:

رتبه بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان

استاد راهنما:

دکتر سیروس قنبری

استاد مشاور:

دکتر صمد فتوحی

تحقیق و نگارش:

مسلم سلطانی

خرداد ۱۳۹۳

بسمه تعالی

این پایان نامه با عنوان رتبه بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان قسمتی از برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد جغرافیا - برنامه ریزی توریسم توسط دانشجو مسلم سلطانی با راهنمایی استاد پایان نامه دکتر سیروس قنبری تهیه شده است. استفاده از مطالب آن به منظور اهداف آموزشی با ذکر مرجع و اطلاع کتبی به حوزه تحصیلات تکمیلی دانشگاه سیستان و بلوچستان مجاز می باشد.

مسلم سلطانی

این پایان نامه ۶ واحد درسی شناخته می شود و در تاریخ ۱۳۹۳/۰۳/۱۳ توسط هیئت داوران بررسی و درجه خیلی خوب به آن تعلق گرفت.

نام و نام خانوادگی	امضاء	تاریخ
استاد راهنما: سیروس قنبری		
استاد مشاور: صمد فتوحی		
داور ۱: حسین نگارش		
داور ۲: جواد بذرافشان		
نماینده تحصیلات تکمیلی: محمد رضا پودینه		



تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب مسلم سلطانی تعهد می کنم که مطالب مندرج در این پایان نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پایان نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می باشد.

مسلم سلطانی

امضاء

مادرم

آن کہ ہمیشہ آفتاب مہر و محبتش، قلم رمالالال از امید و نشاط می کند و

چنان پابرجاست کہ ہرگز غروب نخواہد کرد.

امید کہ بہ پاسداری این ہمہ خوبی و فداکاری، دست او را بوسیدہ، خاک

زیر پای او کردم تا بہ رضوان الہی نائل آیم.

سپاسگزاری

سپاس بیکران پروردگار یکتا را سزااست که هستی‌مان بخشیده، به طریق علم و دانش رهنمونمان شد. به همنشینی رهروان علم و دانش مفتخرمان نمود و خوشه چینی از علم و معرفت را روزیمان ساخت.

و با سپاس از :

آنان که ناتوان شدند تا ما به توانایی برسیم...

موهایشان سپید شد تا ما روسفید شویم ...

و عاشقانه سوختند تا گرمابخش وجود ما و روشنگر راهمان باشند ... :

جملگی عشق و ایثار

مادرم

و تمامی کسانی که اظهار محبت نموده مرا مدیون خوبی‌ها و فداکاری‌های خویش نمودند

معلمان عزیزم مرتضوی آملی، سلطانی آق تپه ای و کاظمی سنقری

اساتید بامحبتم در دانشگاه تبریز: دکترمجید رضایی بنفشه، دکترعلی محمد خورشیددوست،

دکتر معصومه رجیبی و دکتر فریبا کرمی

و در دانشگاه سیستان و بلوچستان: دکتر غلامرضا نوری و دکتر محمود خسروی

با تشکر از زحمات و راهنمایی‌های راهگشای اساتید ارجمند

دکتر سیروس قنبری و دکتر صمد فتوحی

چکیده :

یکی از عوامل پویا و درآمدزا در صنعت گردشگری کشور، ایجاد و توسعه مناطق نمونه گردشگری می‌تواند باشد لذا بر اساس این تفکر تاکنون ۱۱۶۵ منطقه نمونه در کشور شناسایی شده است و استان همدان به عنوان یکی از استان‌های مستعد کشور در امر گردشگری دارای ۲۸ منطقه نمونه گردشگری می‌باشد. پژوهش حاضر با هدف رتبه بندی و سطح بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان با استفاده از ۸ شاخص اصلی صورت پذیرفت که با توجه به این شاخص ها، مناطق هم سطح با نقش ها و کارکردهای متفاوت گردشگری دسته بندی می‌شود و در ساختار عمودی رتبه بندی می‌گردند. پژوهش حاضر از نوع کاربردی و با روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و تحلیل داده های میدانی و پرسشنامه‌ای انتخاب شده است که برای رسیدن به اهداف پژوهش، از شاخص چندمعیاره TOPSIS استفاده، که در نهایت به رتبه بندی هفت منطقه نمونه گردشگری شهرستان همدان پرداخته شده است؛ بر این اساس نزدیکی نسبی به وضعیت ایده آل برای ۷ منطقه نمونه گردشگری در شهرستان محاسبه شده است. در نتیجه این محاسبات منطقه نمونه دره مرادیگ با توجه به C_i^* بیشتر نسبت به دیگر مناطق، دارای برد بیشتر ولیکن دارای وضعیت متوسط می‌باشد. منطقه نمونه سد اکباتان با امتیاز ۰/۵۸۴۱ در رتبه دوم و با وضعیت متوسط، تاریخ دره با امتیاز ۰/۵۷۵۸ در جایگاه سوم و دارای میزان C_i^* متوسط ، و مناطق نمونه دامنه شمالی الوند، حیدره، باغ میوه و پهن آباد به ترتیب با امتیازات نهایی ۰/۵۷۵۶ ، ۰/۵۷۳۰ ، ۰/۴۲۳۱ و ۰/۳۸۸۳ در رتبه های بعدی قرار گرفته‌اند. براساس محاسبات صورت گرفته، ظرفیت مناطق نمونه شهرستان همدان عمدتاً در سطحی متوسط بوده نیازمند برنامه ریزی‌های مدیریتی مناسب و موثر جهت توسعه می‌باشند. لذا مدیران و مسئولان گردشگری استان توجه داشته باشند که وجود جاذبه، به تنهایی برای رشد و توسعه این مناطق کافی محسوب نمی‌شود و توسعه‌ی گردشگری در این مناطق نیازمند شناسایی، ارائه خدمات و تسهیلات مورد نیاز گردشگران (شامل زیرساخت‌ها و مجتمع های اقامتی و پذیرایی) جهت توسعه گردشگری استان و کشور می‌باشد.

واژگان کلیدی : مناطق نمونه گردشگری، رتبه بندی، شهرستان همدان، TOPSIS

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق
۲	۱-۱- بیان مسئله
۳	۱-۲- پیشینه تحقیق
۴	۱-۲-۱- پژوهش‌های خارجی
۵	۱-۲-۲- پژوهش‌های داخلی
۷	۱-۳- سوالات تحقیق
۸	۱-۴- فرضیات تحقیق
۸	۱-۵- اهداف تحقیق
۸	۱-۶- روش تحقیق
۹	۱-۷- روش‌ها و ابزار گردآوری اطلاعات
۹	۱-۸- جامعه آماری و تعداد نمونه
۱۰	۱-۹- محدودیت‌ها و مشکلات تحقیق
۱۱	فصل دوم: مفاهیم و ادبیات نظری تحقیق
۱۲	۱-۲- تعاریف واژه‌ها و مفاهیم
۱۲	۱-۲-۱- گردشگر
۱۳	۱-۲-۲- گردشگری
۱۵	۲-۲- اثرهای گردشگری
۱۵	۲-۲-۱- اثرهای اقتصادی گردشگری
۱۵	۲-۲-۲- اثرهای اجتماعی و فرهنگی گردشگری
۱۶	۲-۲-۳- اثرهای زیست محیطی گردشگری
۱۶	۲-۳- رویکردهای برنامه ریزی گردشگری
۱۷	۲-۴- گونه‌های مختلف گردشگری
۱۸	۲-۵- گردشگری و توسعه پایدار
۱۹	۲-۶- بازیگران صنعت گردشگری
۱۹	۲-۶-۱- گردشگران
۱۹	۲-۶-۲- بنگاه‌های گردشگری
۱۹	۲-۶-۳- دولت‌ها و جامعه میزبان
۲۰	۲-۷- شاخص‌ها و عوامل موثر در ایجاد مقاصد گردشگری
۲۱	۲-۸- مناطق نمونه گردشگری
۲۲	۲-۹- سطح بندی و تقسیم بندی مناطق گردشگری
۲۲	۲-۱۰- مدیریت مناطق نمونه گردشگری
۲۳	۲-۱۱- چرخه حیات در مناطق نمونه گردشگری
۲۴	۲-۱۲- مناطق نمونه گردشگری در ایران

۲۶ فصل سوم: معرفی منطقه مورد مطالعه
۲۷ ۱-۳- مشخصات جغرافیایی و تقسیمات سیاسی استان همدان
۲۸ ۲-۳- معرفی ویژگی‌های طبیعی شهرستان همدان
۲۸ ۱-۲-۳- موقعیت عمومی حوزه نفوذ کلان محدوده مناطق نمونه
۲۹ ۲-۲-۳- توپوگرافی، فیزیوگرافی، زمین شناسی و ژئومورفولوژی محدوده منطقه نمونه
۲۹ ۱-۲-۲-۳- توپوگرافی
۲۹ ۲-۲-۲-۳- طبقه‌بندی ارتفاعی شهرستان همدان
۳۰ ۳-۲-۲-۳- فیزیوگرافی
۳۰ ۴-۲-۲-۳- زمین شناسی
۳۰ ۵-۲-۲-۳- ژئومورفولوژی
۳۱ ۳-۲-۳- منابع آب محدوده مناطق نمونه
۳۱ ۱-۳-۲-۳- آب های سطحی شهرستان همدان
۳۱ ۲-۳-۲-۳- آب‌های زیرزمینی شهرستان همدان
۳۱ ۴-۲-۳- خاک‌شناسی در محدوده منطقه نمونه
۳۲ ۵-۲-۳- مخاطرات طبیعی محدوده مناطق نمونه
۳۲ ۱-۵-۲-۳- بررسی خطر نسبی زمین لرزه
۳۳ ۲-۵-۲-۳- بررسی خطر سیل خیزی
۳۳ ۳-۵-۲-۳- بررسی خطر زمین لغزش
۳۳ ۴-۵-۲-۳- بررسی خطر فرسایش در محدوده منطقه نمونه
۳۴ ۶-۲-۳- بررسی و شناسایی گونه‌های گیاهی در سطح منطقه نمونه
۳۵ ۷-۲-۳- ویژگی‌های اقلیمی محدوده منطقه نمونه
۳۶ ۱-۷-۲-۳- بررسی عناصر اقلیمی
۳۶ ۱-۱-۷-۲-۳- درجه حرارت
۳۷ ۲-۱-۷-۲-۳- بارندگی
۳۹ ۳-۱-۷-۲-۳- رطوبت نسبی
۳۹ ۴-۱-۷-۲-۳- وزش باد
۳۹ ۵-۱-۷-۲-۳- تعداد روزهای یخبندان
۴۰ ۶-۱-۷-۲-۳- تعداد روزهای برفی و یا نگرگی
۴۰ ۷-۱-۷-۲-۳- ساعات آفتابی
۴۰ ۸-۱-۷-۲-۳- بررسی خشکسالی اقلیمی و هیدرولوژیک محدوده
۴۲ ۸-۲-۳- تعیین تیپ اقلیمی
۴۲ ۹-۲-۳- آسایش اقلیم گردشگری همدان
۴۳ ۱۰-۲-۳- تغییرات آب و هوایی و تاثیر آن بر گردشگری
۴۴ ۱۱-۲-۳- کیفیت بهداشتی هوای همدان
۴۵ ۳-۳- معرفی ویژگی‌های انسانی شهرستان همدان
۴۵ ۱-۳-۳- وجه تسمیه و پیشینه تاریخی
۴۵ ۲-۳-۳- ویژگی های جمعیتی شهرستان همدان
۴۵ ۱-۲-۳-۳- روند تغییرات جمعیت

۴۷ ۳-۲-۳- جمعیت شهری و روستایی
۴۷ ۳-۳-۳- شاخص‌های جمعیتی
۴۷ ۳-۳-۱- بُعد خانوار
۴۹ ۳-۳-۲- نسبت جنسی
۴۹ ۳-۳-۳- وضعیت سواد و آموزش
۵۰ ۳-۴- بررسی ویژگی‌های عمده صنعت گردشگری در استان همدان
۵۲ ۳-۴-۱- آمار و حجم گردشگران وارده به استان
۵۳ ۳-۴-۲- بازدیدکنندگان از جاذبه‌های شهرستان همدان
۵۴ ۳-۵- وضعیت زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری شهرستان همدان
۵۴ ۳-۵-۱- وضعیت راه‌ها و حمل و نقل (زمینی، هوایی، دریایی، ریلی)
۵۵ ۳-۵-۱-۱- حمل و نقل
۵۵ ۳-۵-۱-۲- شبکه ریلی
۵۵ ۳-۵-۱-۳- شبکه هوایی
۵۵ ۳-۵-۱-۴- شبکه دریایی
۵۶ ۳-۵-۲- وضعیت دسترسی به انرژی
۵۶ ۳-۵-۳- وضعیت ارتباطات و گردش اطلاعات (مخابرات)
۵۶ ۳-۵-۴- وضعیت خدمات عمومی (مبلمان، تاسیسات و تجهیزات)
۵۶ ۳-۵-۵- وضعیت زیرساخت‌ها در جاذبه‌ها
۵۶ ۳-۵-۵-۱- وضعیت امکانات اقامتی
۵۷ ۳-۵-۵-۱-۱- هتل
۵۷ ۳-۵-۵-۱-۲- هتل آپارتمان
۵۸ ۳-۵-۵-۱-۳- مهمان پذیر
۵۸ ۳-۵-۵-۱-۴- سایر اقامتگاه‌ها
۵۹ ۳-۵-۶- وضعیت امکانات پذیرایی
۵۹ ۳-۵-۶-۱- سفره‌خانه‌های سنتی
۵۹ ۳-۵-۶-۲- واحدهای پذیرایی بین راهی
۶۰ ۳-۵-۶-۳- مجتمع‌های خدماتی-رفاهی بین راهی
۶۰ ۳-۶- مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان
۶۳ ۳-۶-۱- انگیزه سفر به همدان
۶۴ ۳-۶-۲- صنایع دستی موجود در منطقه
۶۴ ۳-۶-۳- پوشش گیاهی منطقه نمونه
۶۴ ۳-۶-۴- گونه‌های جانوری منطقه نمونه
۶۵ ۳-۶-۵- منطقه نمونه گردشگری باغ میوه
۶۷ ۳-۶-۶- منطقه نمونه گردشگری تاریک دره
۶۹ ۳-۶-۷- منطقه نمونه گردشگری دره مرادبیگ
۷۲ ۳-۶-۸- منطقه نمونه گردشگری دامنه شمالی الوند
۷۵ ۳-۶-۹- منطقه نمونه گردشگری سد اکیاتان
۷۸ ۳-۶-۱۰- منطقه نمونه گردشگری دره حیدره

۷۹ ۳-۶-۱۱ - منطقه نمونه گردشگری پهن آباد
۸۰ ۳-۷ - بررسی و مطالعه بازارهای هدف مناطق نمونه شهرستان همدان
۸۲ فصل چهارم: روش شناسی پژوهش
۸۳ ۴-۱ - جامعه آماری
۸۴ ۴-۲ - ابزار گردآوری اطلاعات
۸۵ ۴-۲-۱ - مطالعات کتابخانه ای
۸۵ ۴-۲-۲ - مطالعات میدانی
۸۵ ۴-۳ - شاخص های پژوهش
۸۷ ۴-۴ - روش های تجزیه و تحلیل اطلاعات
۸۷ ۴-۴-۱ - تکنیک دلفی
۸۸ ۴-۴-۱-۲ - مراحل اجرایی فرایند دلفی
۸۸ ۴-۴-۲ - تکنیک رتبه بندی TOPSIS
۹۴ فصل پنجم: تحلیل یافته‌های پژوهش
۹۵ ۵-۱ - یافته های توصیفی پژوهش
۹۷ ۵-۱-۱ - وضعیت سنی پاسخگویان
۹۷ ۵-۱-۲ - وضعیت جنسی پاسخگویان
۹۷ ۵-۱-۳ - وضعیت تحصیلی پاسخگویان
۹۸ ۵-۲ - یافته های تحلیلی پژوهش
۱۰۰ ۵-۳ - رتبه بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان براساس روش TOPSIS
۱۰۷ فصل ششم: آزمون فرضیات و نتیجه گیری
۱۰۸ ۶-۱ - مروری بر پژوهش حاضر
۱۰۹ ۶-۲ - ارزیابی فرضیات
۱۰۹ ۶-۲-۱ - فرضیه اول
۱۱۰ ۶-۲-۲ - فرضیه دوم
۱۱۲ ۶-۳ - نتیجه گیری
۱۱۳ ۶-۴ - پیشنهادات
۱۱۵ منابع و مأخذ
۱۲۶ پیوست ها
۱۲۷ پرسشنامه شماره ۱
۱۲۸ پرسشنامه شماره ۲
۱۲۹ پرسشنامه شماره ۳

فهرست جدول ها

صفحه	عنوان جدول
۱۳	جدول (۱-۲) تعاریف صاحب نظران در خصوص گردشگر
۱۴	جدول (۲-۲) تعاریف صاحب نظران در خصوص گردشگری
۱۵	جدول (۳-۲) اثرات منفی و مثبت فرهنگی و اجتماعی گردشگری
۳۲	جدول (۱-۳) زلزله های سده بیستم همدان
۳۵	جدول (۲-۳) سطح و درصد پوشش گیاهی شهرستان همدان
۳۸	جدول (۳-۳) توزیع بارندگی فصلی همدان
۴۶	جدول (۴-۳) روند تغییرات جمعیت شهرستان همدان
۴۷	جدول (۵-۳) تعداد و درصد جمعیت شهری و روستایی شهرستان همدان
۴۸	جدول (۶-۳) روند تغییرات خانوار و بعد خانوار شهر همدان
۴۹	جدول (۷-۳) نسبت جنسی شهرستان و استان همدان
۵۰	جدول (۸-۳) وضعیت باسوادی در شهرستان و استان همدان
۵۰	جدول (۹-۳) تعداد جاذبه های گردشگری استان در نواحی روستایی
۵۱	جدول (۱۰-۳) تعداد جاذبه های استان به تفکیک نوع و وسعت عملکرد
۵۲	جدول (۱۱-۳) آمار بازدیدکنندگان از جاذبه های گردشگری استان همدان
۵۴	جدول (۱۲-۳) آمار بازدیدکنندگان از جاذبه های گردشگری شهرستان همدان
۵۴	جدول (۱۳-۳) انواع راه های شهرستان همدان
۵۵	جدول (۱۴-۳) تعداد وسایل حمل و نقل عمومی شهرستان همدان
۵۷	جدول (۱۵-۳) مشخصات هتل های شهر همدان
۵۸	جدول (۱۶-۳) تعداد و مشخصات هتل آپارتمان های استان همدان
۵۸	جدول (۱۷-۳) اقامتگاه های عمومی و موقت شهر همدان
۵۹	جدول (۱۸-۳) تعداد کارگاه های صرف غذا و نوشیدنی شهرستان همدان
۵۹	جدول (۱۹-۳) سفره خانه های سنتی شهر همدان
۶۰	جدول (۲۰-۳) واحدهای پذیرایی بین راهی شهرستان همدان

۶۱	جدول (۳-۲۱) مناطق نمونه گردشگری استان همدان
۶۲	جدول (۳-۲۲) مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان
۶۲	جدول (۳-۲۳) بسته های سرمایه گذاری سال ۱۳۹۰ استان همدان
۶۳	جدول (۳-۲۴) مطالعات طرح جامع استان
۶۳	جدول (۳-۲۵) مطالعات امکان سنجی
۶۶	جدول (۳-۲۶) مشخصات منطقه نمونه گردشگری باغ میوه
۶۶	جدول (۳-۲۷) آمار گردشگران منطقه باغ میوه
۶۸	جدول (۳-۲۸) مشخصات منطقه نمونه گردشگری تاریک دره
۷۰	جدول (۳-۲۹) مشخصات منطقه نمونه گردشگری دره مرادبیگ
۷۴	جدول (۳-۳۰) مشخصات منطقه نمونه گردشگری دامنه شمالی الوند
۸۵	جدول (۴-۱) شاخص های پژوهش به همراه تعاریف عملیاتی هر یک
۹۷	جدول (۵-۱) توزیع پاسخ دهندگان بر حسب جنس
۹۸	جدول (۵-۲) شاخص های مشخص شده برای انتخاب مناطق نمونه گردشگری شهرستان
۱۰۰	جدول (۵-۳) نواحی گردشگری استان همدان
۱۰۱	جدول (۵-۴) ماتریس اولیه شاخصهای گردشگری مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان
۱۰۲	جدول (۵-۵) استاندارد نمودن داده ها و تشکیل ماتریس استاندارد برای مناطق نمونه
۱۰۳	جدول (۵-۶) اوزان شاخص ها
۱۰۳	جدول (۵-۷) تشکیل ماتریس بی مقیاس وزین مناطق نمونه
۱۰۳	جدول (۵-۸) حالت ایده آل مثبت شاخص های مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان ...
۱۰۳	جدول (۵-۹) حالت ایده آل منفی شاخص های مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان
۱۰۴	جدول (۵-۱۰) تعیین معیارفاصله ای شاخص های مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان
۱۰۴	جدول (۵-۱۱) نزدیکی نسبی هر منطقه گردشگری به وضعیت ایده آل

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان شکل
۱۰	شکل (۱-۱) نمودار گردش کار
۱۶	شکل (۱-۲) مدل نظری الگوهای برنامه ریزی های گردشگری
۱۸	شکل (۲-۲) ابعاد گردشگری پایدار و روابط متقابل بین آن ها
۲۰	شکل (۳-۲) شاخص های مختلف مقاصد گردشگری
۲۱	شکل (۴-۲) ویژگی های مناطق نمونه گردشگری
۲۳	شکل (۵-۲) چرخه زندگی مقصد (مدل باتلر)
۲۵	شکل (۶-۲) تعداد مناطق نمونه گردشگری کشور به تفکیک استان ها
۲۷	شکل (۱-۳) موقعیت جغرافیایی استان و شهرستان همدان
۲۸	شکل (۲-۳) تصاویری از طبیعت و شهر همدان
۳۴	شکل (۳-۳) موقعیت حوضه قره چای در استان همدان
۳۶	شکل (۴-۳) روند تغییرات دما در تیر ماه شهرستان همدان
۳۶	شکل (۵-۳) تغییرات دما در اسفند ماه شهرستان همدان
۳۷	شکل (۶-۳) تغییرات دما در زمستان شهرستان همدان
۳۸	شکل (۷-۳) نمودار درصد توالی روزهای خشکی در ایستگاه همدان
۴۱	شکل (۸-۳) نمودار تغییرات شاخص خشکسالی SPI
۴۳	شکل (۹-۳) چگونگی توزیع ماهانه شاخص آسایش گردشگری استان همدان
۴۶	شکل (۱۰-۳) جمعیت شهرستان همدان و استان طی دوره ۸۵ - ۱۳۵۵
۴۸	شکل (۱۱-۳) روند تغییرات خانوار و بعد خانوار شهر همدان و مقایسه آن با استان و شهرستان
۵۳	شکل (۱۲-۳) تعداد بازدیدکنندگان از جاذبه های گردشگری استان همدان
۵۳	شکل (۱۳-۳) درصد بازدیدکنندگان جاذبه های گردشگری استان همدان
۶۱	شکل (۱۴-۳) تصویر ماهواره ای شهر همدان
۶۲	شکل (۱۵-۳) جایگاه استان همدان از نظر تعداد مناطق نمونه گردشگری
۶۳	شکل (۱۶-۳) انگیزه مسافران از سفر به همدان

- شکل (۳-۱۷) محدوده منطقه نمونه گردشگری باغ میوه در شهرستان همدان ۶۵
- شکل (۳-۱۸) محدوده منطقه نمونه گردشگری تاریک دره در شهرستان همدان ۶۷
- شکل (۳-۱۹) پیست اسکی تاریک دره ۶۹
- شکل (۳-۲۰) محدوده منطقه نمونه گردشگری دره مرادیگ در شهرستان همدان ۶۹
- شکل (۳-۲۱) رودخانه ای در دره مرادیگ ۷۱
- شکل (۳-۲۲) طبیعت دره مرادیگ ۷۱
- شکل (۳-۲۳) منظره ای از دره مرادیگ ۷۲
- شکل (۳-۲۴) محدوده منطقه نمونه گردشگری دامنه شمالی الوند در شهرستان همدان ۷۳
- شکل (۳-۲۵) دشت میشان در دامنه های کوه الوند ۷۳
- شکل (۳-۲۶) موقعیت حوضه آبریز ابرو نسبت به سد اکباتان ۷۶
- شکل (۳-۲۷) قایقرانی در دریاچه سد اکباتان ۷۷
- شکل (۳-۲۸) تصویری از سد اکباتان ۷۷
- شکل (۳-۲۹) دره حیدره (هیدره) ۷۸
- شکل (۳-۳۰) موقعیت منطقه نمونه گردشگری پهن آباد نسبت به مناطق تحت حفاظت ۷۹
- شکل (۴-۱) تقسیم بندی مدل های تصمیم گیری ۸۹
- شکل (۴-۲) مراحل انجام تکنیک TOPSIS ۹۱
- شکل (۵-۱) توزیع سنی پاسخ گویان ۹۷
- شکل (۵-۲) نمودار نشان دهنده میزان تحصیلات پاسخ دهندگان ۹۸
- شکل (۵-۳) نمودار شاخص های موثر در انتخاب مناطق نمونه گردشگری ۹۹
- شکل (۵-۴) نمودار وزن و رتبه هر شاخص در ایجاد مناطق نمونه گردشگری ۹۹
- شکل (۵-۵) نمودار رتبه بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان ۱۰۵
- شکل (۵-۶) میزان آلترناتیو و رتبه مناطق نمونه گردشگری شهرستان همدان ۱۰۶
- شکل (۵-۷) سطح بندی ظرفیت های گردشگری مناطق نمونه شهرستان همدان ۱۰۶

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- بیان مسئله

گردشگری امروزه در یک کلیت انسجام یافته و به عنوان یکی از واقعیت‌های جهانی شدن، بر پایه نوآوری‌های تکنولوژیکی-اطلاعاتی و قابلیت‌های انقلاب مدیریتی تغییرات بسیاری را در سطوح تشکیل دهنده خود تجربه کرده و در مفهومی از فشردگی زمان و فضا، گردشگری را به عنوان پدیده‌ای جغرافیایی از جابه‌جایی انسان‌ها در فضا، جلوه‌ی دیگری بخشیده است (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۵۹).

استان همدان با دارا بودن جاذبه‌های متنوع و منحصر بفرد و شرایط آب و هوایی متنوع در تمامی فصول می‌تواند در راستای توسعه صنعت گردشگری گام‌های استوار برداشته و بهره‌های فراوان ببرد. این استان با دارا بودن جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی و انسانی بسیار می‌تواند جای خوبی برای حضور فراوان گردشگران داخلی و خارجی باشد. آب و هوای متنوع و مطبوع چهارگانه می‌تواند زمینه حضور گردشگر را در تمامی فصول به داخل استان فراهم آورد. با وجود این، شلوغ‌ترین زمان‌های حضور در فصول تابستان و بهار است ولی نباید از جاذبه‌های ورزش‌های زمستانی نیز غافل شد که طرفداران بسیار زیادی دارد (ایرانپور و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۶).

همدان یکی از مکان‌های باستانی، با طبیعتی زیبا و از نواحی گردشگری معروف ایران است. شهرستان همدان از دیرباز در رشته‌های کشاورزی، دامپروری و صنایع دستی فعالیت چشم‌گیر داشته و در سال‌های اخیر صنایع کارخانه‌ای نیز به توسعه زیربنای اقتصادی آن کمک شایانی کرده است (میرکاظمیان و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۵).

در مناطق نمونه گردشگری با حفظ قوانین و مقررات محیط زیست و مناطق طبیعی و سازگار با محیط براساس مطالعات مصوب می‌توان انواع موضوعات و تأسیسات گردشگری و خدمات وابسته ایجاد نمود.

در ایران حدود ۱۱۶۵ منطقه نمونه گردشگری شناسایی شده است که سهم استان همدان ۲۸ منطقه نمونه گردشگری (طبق آمار برگرفته از اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان همدان، تابستان ۱۳۹۲) و در رتبه بیستم از لحاظ تعداد مناطق نمونه گردشگری است.

مسئله‌ای که در محدوده منطقه مورد مطالعه وجود دارد، عدم توزیع متوازن گردشگران هم در مکان‌های مختلف این شهرستان و هم در همه انواع گردشگری از جمله طبیعت گردی، گردشگری روستایی یا شهری، قومی یا عشایری و یا ورزشی است که البته این امر نشان‌گر عدم شناسایی و معرفی جاذبه‌ها و رکود بخش گردشگری - بالاخص در دو دهه اول انقلاب- در سراسر کشور و از جمله در شهرستان همدان می‌باشد. نیز عدم تمایل سرمایه‌گذاران برای ورود به بخش صنعت گردشگری و سرمایه‌گذاری برای انواع تجهیزات و امکانات اقامتی و پذیرایی و دیگر زیرساخت‌ها و در مقابل میل به سمت بخش‌های بازرگانی و اقتصادی و آن‌هم در خود

شهر همدان از دیگر عوامل عقب افتادن رشد و توسعه‌ی گردشگری در این منطقه می‌باشد. مسئله دیگر این است که در بخش اقتصادی، نقش شهر از خدماتی به سمت شهری بازرگانی میل پیدا کرده و بخش هتلداری که ارتباط مستقیمی با گردشگری دارد تغییر محسوسی نکرده و در کنار این ها همدان گسترش کالبدی شدیدی داشته است. متاسفانه گردشگری تنها در بخش هائی از فضای شهری، اثراتی آن هم بصورت محدود بر کالبد شهر داشته است. با توجه به روند روبه رشد ورود گردشگران در سال‌های اخیر به این شهرستان در صورت هدایت و استفاده مناسب از استعدادهای گردشگری این شهر می‌توان شاهد تاثیرات مثبت این فعالیت در بخش‌های مختلف شهرستان بود.

با توجه به اهمیت گردشگری و مناطق جاذب گردشگری در کشور و با توجه به اینکه یکی از اهداف دولت جهت توسعه گردشگری مطالعه و ایجاد محرک‌های توسعه در مناطق نمونه گردشگری بوده است در این پژوهش سعی بر رتبه بندی ۷ منطقه نمونه گردشگری شهرستان همدان با استفاده از مدل‌های تصمیم‌گیری چند معیاره و بالاکس Topsis می‌باشد تا با توجه برنامه ریزان و دست اندرکاران این صنعت در استان بتوان حداکثر استفاده بهینه از امکانات و منابع موجود در جهت جذب گردشگر را داشت .

۱-۲- پیشینه تحقیق

گردشگری در معنای جدید آن که بتدریج از نیمه دوم قرن نوزدهم مطرح شده است، تجارت پرسود و منفعتی محسوب می‌شود که از جابجایی ها و تحرک انسان ها در داخل و خارج حد و مرزهای جغرافیایی و سیاسی در زمان صلح ناشی می‌شود (ارمغان و همکاران، ۱۳۹۱: ۱) .

گردشگری به خاطر برخورداری از توانمندی بالا در خلق و ارتقاء مولفه های توسعه ملی، منطقه ای، شهری و روستایی همیشه مورد توجه و ستایش بوده است (درام و مور، ۱۳۸۸: ۱) .

با توجه به این مهم در زمینه گردشگری و برنامه‌ریزی توریسم مطالعات زیادی در سراسر دنیا صورت گرفته است از سال ۱۹۵۱ که اولین رساله دکتری در زمینه توریسم تکمیل شده است، مطالعات گوناگونی در این زمینه انجام گرفته است؛ از دهه ۱۹۷۰ مطالعات مربوط به صنعت توریسم به مفهومی امروزی جایگاه خاصی در میان سایر علوم دانشگاهی به دست آورده است و موضوع توریسم همواره از دیدگاه علوم مختلف دانشگاهی بررسی می‌شود که اغلب به عنوان یک دانش میان رشته ای مطرح شده است و حوزه علوم انسانی به عنوان زمینه غالب در مطالعات توریسم بوده است (حیدری چپانه، ۱۳۸۳: ۱۴) .

با توجه به نقش بسیار مهم و تاثیرگذار این صنعت در اقتصاد هر کشور و توجه مردم و دولت‌مردان به ابعاد این صنعت پرسود، مطالعات بسیاری در این زمینه انجام شده که به تعدادی از آنان در عرصه های بین المللی، ملی و استانی اشاره می‌گردد .

۱-۲-۱- پژوهش های خارجی

ویلیامز و زلینسکی^۱ در پژوهشی اعلام کرده‌اند که عملاً همه تحقیقات در زمینه گردشگری به توصیف و تحلیل درون منطقه ای محدود می‌شوند. ایشان معتقدند که با واردات کالاها و روابط اقتصادی، زمینه های رشد گردشگری فراهم می‌شود.

پلاگ^۲ در سال ارتباط بین رشد و افول مقاصد گردشگری را با توجه به ویژگیهای گردشگران توضیح داد و اظهار داشت که مقاصد گردشگری در امتداد طیفی مرتبط با بخش های مختلف بازار در مراحل مختلف توسعه حرکت می‌کنند. هادمن^۳ معتقد است جذابیت و ویژگی های سه عنصر آب و هوا، اشکال ناهمواری ها و پوشش گیاهی برای توسعه فعالیت های گردشگری اهمیت زیادی دارند. همچنین سوبیر به سه عنصر آثار فرهنگی و مراکز دینی و خدمات ارایه شده تحت عنوان مثلث صنعت گردشگری به عنوان عوامل مؤثر در رونق این صنعت اشاره می‌کند. تانگ و رچانانوند^۴ با بکارگیری روش تحقیق میدانی و مصاحبه با گردشگرانی از تایلند، اقدام به رتبه بندی ۳۲ کشور برگزیده کردند نتایج این مطالعه نشان داده است که از دید پاسخ دهندگان، آب و هوا، زیبایی طبیعی، موقعیت اجتماعی- فرهنگی و هزینه زندگی مهمترین عوامل مؤثر در جذابیت های مقصد گردشگری بوده و امکانات تجاری، خرید و فروش، نزدیکی و دسترس بودن کشور مقصد از اهمیت کمتری برخوردار بوده‌اند.

بال^۵ با بررسی آمار موجود از تعداد توریست، مکان های توریستی و امکانات موجود به تشریح مسائلی از قبیل انگیزه توریست^۶، وضعیت هتل‌ها و مکان‌های پذیرایی^۷ از توریست و مراکز تمرکز^۸ توریست در لندن پرداخته است وی اشاره می‌کند افزایش امکانات توریستی، جاذبه و بهبود تفاوت‌های تاریخی جهت جذب گردشگر به مناطق گردشگری جهت گسترش توریسم نقش مهمی را ایفا می‌کند.

بوکلی^۹ در پژوهشی برای هر منطقه جغرافیایی ظرفیت بُرد گردشگری تعریف کرده است و گسترش گردشگری

¹ Williams & Zelinsky

² Plag

³ Hodman

⁴ Tong & Rochanavand

⁵ Bul

⁶ Tourist Motivations

⁷ Accommodations

⁸ Central Area Concentration

⁹ Bookli

را برای هر منطقه براساس ظرفیت بُرد لازم می‌داند و به رتبه‌بندی مناطق براساس ظرفیت بُرد می‌پردازد (Papageorgiou & Brotherton, 1999: 271).

به اعتقاد کریستالر، مناطق گردشگری، رشد تدریجی یکسانی را دنبال می‌کنند. این فرایند شامل چهار مرحله‌ی کشف، رشد، بلوغ و افول است. باتلر در دهه‌ی ۸۰ میلادی این مفهوم را گسترش داد. وی توضیح داد که مقاصد براساس چرخه خاصی رشد می‌کنند و در این چرخه، شش مرحله قابل شناسایی است که براساس ویژگی‌های خاص گردشگران و ماهیت و مقیاس توسعه مشخص می‌شوند. لیاو^۱ و همکاران مقاله‌ای تحت عنوان «ارزیابی عملکرد تورگردانان تایوانی» انجام دادند. در این تحقیق بعد از مصاحبه با مشارکت کنندگان و مرور مطالعات پیشین معیارهای ارزیابی مشخص شدند؛ پرسشنامه مبتنی بر مقیاس ۹ گزینه‌ای برای ۴۸ نفر از بهترین تورگردانان جهت بدست آوردن نظراتشان فرستاده شد. بعد از بحث با سه متخصص، ۱۲ معیار ارتباط، تفسیر، اورژانسی، مؤدبانه، دوستانه، پاکیزه، فضا، کمک، پول، احتیاط، هشیاری و صداقت در سه جنبه طبقه‌بندی شدند: توانایی، مشتری و شرکت. برای بررسی وابستگی بین معیارها و بدست آوردن وزن آن‌ها از تکنیک ANP^۲ استفاده شد، درحالی که از روش TOPSIS^۳ برای رتبه بندی تورگردانان استفاده شد. با ترکیب ANP و TOPSIS در این مطالعه ارزیابی بهتری از عملکرد تورگردانان تایوانی بدست آمد (تقی زاده، ۱۳۹۱: ۸-۵).

۱-۲-۲- پژوهش های داخلی

بحث مطالعات ملی عموماً مطالعاتی به صورت نظری و ارایه استراتژیها و با معرفی قطبهای عمده گردشگری در سطح کشور بوده که می توان به طرح جامع جهانگردی که توسط سازمان برنامه و بودجه تهیه شده است اشاره نمود. اخیراً تحلیل فضایی در مقیاس محلی با هدف بررسی مورفولوژی مکان‌های گردشگری، به خصوص مکانهای ساحلی و توزیع خدمات در نواحی شهری به خصوص هتل‌ها و سایر تأسیسات زیرساختی مرتبط با گردشگری انجام می‌گیرد. مطالعه موردی بر روی الگوی فضایی پراکندگی زیرساخت‌ها و فضاهای گردشگری و تقاضای گردشگری، فرآیندهای شکل گیری و توسعه فضاهای گردشگری نسبت به این که چگونه گردشگری در فضا نظم می یابد به طور متمرکز در جریان است (شماعی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۴). همچنین از جمله مطالعات دیگر می توان به موارد ذیل اشاره نمود.

¹ Liao

² Analytical Network Process

³ Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution