

امکان‌سنجی و مدیریت فرصت‌های جاذبه‌های بین‌المللی گردشگری (مطالعه موردی: گنبد سلطانیه، استان زنجان)

محسن رنجبر* - دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهر ری، گروه جغرافیا، شهر ری، ایران
مهرداد کرمی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مطالعات منطقه‌ای، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

پذیرش نهایی: ۹۱/۳/۲۵

دریافت مقاله: ۹۰/۳/۳۰

چکیده

مطالعات امکان‌سنجی سعی در بهینه نمودن شرایط موجود دارد. مطالعات امکان‌سنجی برای برنامه‌ریزی‌های مربوطه کاملاً ضرورت دارد. مطالعات امکان‌سنجی روش بسیار مناسبی است که می‌تواند شرایط مورد نظر را بیشتر برای ما آشکار سازد و اقتصادی بودن و یا غیر اقتصادی بودن سرمایه‌گذاری‌ها را شفاف می‌سازد. به بیانی دیگر با اتکا به مطالعات امکان‌سنجی پی برده می‌شود که آیا بازده مورد نظر از یک فعالیت برای توجیه سرمایه‌گذاری مقدماتی کافی است و یا خیر. هدف از این تحقیق برآورد و امکان‌سنجی قابلیت‌های توسعه گردشگری به منظور نیازسنجی توسعه امکانات و خدمات و زیرساخت‌های مورد نیاز در گردشگری می‌باشد. این تحقیق از نظر ماهیت و روش توصیفی - تحلیلی و از نظر هدف کاربردی می‌باشد. در حوزه متدولوژیک، مهمترین روش‌های گردآوری اطلاعات مورد نیاز مبتنی بر روش‌های اسنادی و میدانی، اخذ دیدگاه‌ها و ملاحظات کارشناسان در سطح استان و شهرستان، مشاهدات میدانی در منطقه، تکمیل پرسش‌نامه بهره‌گرفته شده است. نتایج مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهد که منطقه سلطانیه به دلیل قدمت تاریخی سرزمین و دارا بودن اثر جهانی گنبد سلطانیه و دیگر جاذبه‌ها از یک سو و موقعیت ویژه سرزمین و قرارگیری بر گذرگاه جاده تاریخی ابریشم از سوی دیگر، قابلیت تبدیل به یک منطقه بین‌المللی با درآمد زایی بالا را داراست و برنامه‌ریزی و مدیریت فرصت‌ها و سرمایه‌گذاری گردشگری در آن منطقه، توجیه و بازده اقتصادی بالایی به دنبال خواهد داشت. اما برای تبدیل شدن این منطقه به یک قطب گردشگری بین‌المللی باید طرح‌ها و پروژه‌های رفاهی خدماتی، مراکز اقامتی، مراکز پذیرایی، مراکز تفریحی - ورزشی، مراکز فرهنگی، مراکز تجاری، فضای باز و محوطه آرای، تأسیسات زیربنایی، مراکز خدماتی و پشتیبانی در منطقه مورد مطالعه اجرا شود.

واژگان کلیدی: گردشگری، امکان‌سنجی، منطقه بین‌المللی سلطانیه، استان زنجان.

۱. مقدمه

امروزه صنعت گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم درآمدزایی و در عین حال از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست (کاظمی، ۱۳۸۶). به همین علت پژوهشگران و متخصصان محلی، علاقمند به بررسی نقش توریسم در توسعه اقتصادی و اجتماعی می‌باشد. افزون بر این، فعالیت گردشگری به عنوان یک صنعت بدون دود هم علت و هم پیامدی در روند جهانی شدن است (Mowforth & Munt, 2003: 8).

توسعه گردشگری یکی از کم هزینه‌ترین روش‌های ایجاد اشتغال به شمار می‌رود (ملیکان و نادری، ۱۳۸۱). صنعت توریسم مشاغل و درآمد بسیاری زیادی را ایجاد کرده است به ویژه در آن لایه‌هایی از بازار که دارای شرایط نامساعد متغیرهای اقتصادی نظیر حرفه‌های غیر تخصصی و مشاغل پاره وقت با مهارت پایین است (Russo & Borg, 2002). بنابر گزارش سازمان جهانی توریسم، تعداد گردشگران بین‌المللی به ۸۹۸ میلیون در سال ۲۰۰۷ رسیده است، و بر طبق پیش‌بینی‌ها این رقم در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید (WTO, 2008). در طول بیست سال (۲۰۰۰-۱۹۸۰) تعداد گردشگران جهانی سالیانه به میزان ۸ درصد افزایش یافته است، رقمی بسیار بیشتر از رشد اقتصاد جهانی که سالیانه حدود ۳ درصد می‌باشد. همچنین در سال ۲۰۰۳ ایالات متحده آمریکا با درآمدی معادل ۶۸/۴ میلیارد دلار در صدر کشورهای بوده که بیشترین درآمد را در این صنعت داشته‌اند. فرانسه و اسپانیا با ۲۹/۳ و ۲۷/۳ میلیارد دلار به ترتیب در رده‌های پس از آن قرار دارند (امیدوار، ۱۳۸۷: ۱۱۹). افزون بر این درآمدهای حاصل از گردشگری بین‌المللی به تقریب ۶ درصد صادرات جهانی کالاها و خدمات را در سال ۲۰۰۳ دربر می‌گیرد (WTO, 2007). هم اکنون توریسم نقش بسیار عمده‌ای در موفقیت اقتصادی و پویایی اجتماعی شهرها دارد، به همین علت بسیاری از شهرهای اروپایی در دهه‌های اخیر صنعت توریسم را ارتقا بخشیده‌اند؛ برای مثال دربارسلونا، بین سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۰۷ تعداد گردشگران به میزان ۸۵ درصد افزایش یافته است. به این معنا که از ۳/۸ به ۷/۱ میلیون نفر رسیده است (City of Barcelona, 2008) همچنین در برلین تعداد گردشگران خارجی در همین دوره زمانی به میزان ۵۲ درصد افزایش پیدا کرده و تعداد گردشگران از ۵ به ۷/۶ میلیون افزایش یافته است (SSIB, 2008). بنابر گزارش انجمن توریسم و مسافرت بین‌المللی کمک گردشگری و مسافرت به اقتصاد جهانی در سال ۲۰۰۶ مشتمل بر ۱۰/۳ درصد تولید ناخالص داخلی، ایجاد ۲۳۴/۳ میلیون شغل و ۸/۷ درصد کل اشتغال بوده است (Holden, 2008). وجود پتانسیل‌های بالای گردشگری و برخورداری سرزمین پهناور ایران از پیشینه تمدنی بزرگ و جاذبه‌های توریستی بی‌شمار، این کشور را در زمره ده کشور نخست جهان در عرصه قابلیت پذیرش توریست قرار داده است (سیدحسینی، ۱۳۸۳). ولی صنعت توریسم کشور با وجود همه این ظرفیت‌ها متأسفانه نتوانسته است جایگاه شایسته خود را به دست آورد (پوراحمد، ۱۳۷۸). با این وجود، تلاش‌هایی برای توسعه صنعت گردشگری در ایران انجام شده است، از جمله می‌توان به طرح جامع توسعه گردشگری و طرح‌های جامع استانی توجه کرد که با توجه به نقاط قوت و ضعف و مزیت‌های نسبی موجود در هر منطقه سیاست‌های کلی و استراتژی‌های منطقه‌ای و استانی توسعه گردشگری کشور را تدوین و چارچوب و مبنایی برای سایر طرح‌ها و برنامه‌های توسعه گردشگری در نظر گرفته می‌شود (کاظمی، ۱۳۸۷).

اهتمام دولت‌مردان و پیگیری مسئولان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور موجب گردید که مناطق مستعد توسعه گردشگری در کشور و در قالب مناطق نمونه گردشگری، روستاهای هدف گردشگری و ... شناسایی و نسبت به برنامه‌ریزی و توسعه نظامند این مناطق توجه ویژه گردد. از اساسی‌ترین موضوعات در این مناطق، برقراری تناسب میان قابلیت‌ها و عملکرد گردشگری در منطقه است. برقراری این تناسب گامی مهم درنیل به توسعه پایدار گردشگری است. این مطلب در تدوین طرح‌های توسعه مناطق مذکور بسیار حایز اهمیت می‌باشد. چرا که نگاه جامع به این مقوله بسترهای نوینی جهت توسعه را بنا می‌نهد. به همین دلیل است که در این مقاله تلاش شده است این مهم مورد توجه قرار گرفته و خروجی کار مبتنی بر این امر باشد. طی نیم قرن گذشته افراد بیشتر یا مکان سفر پیدا کرده‌اند و گردشگری به یک پار قدرتمندترین نیروهای اجتماعی- اقتصادی تبدیل شده است. در سال ۱۹۵۰ تعداد گردشگران بین‌المللی حدود ۲۵ میلیون نفر بوده است و در سال ۲۰۰۴ این تعداد به ۷۶۰ میلیون نفر رسیده است. همزمان با افزایش تعداد گردشگران، تعداد کشورهای گردشگرپذیر هم افزایش یافته است. گرچه حدود نیمی از گردشگران توسط تنها ده کشور جذب می‌شوند، مقصدهای بسیاری طی سال‌های اخیر رشد یافته و به گردشگران معرفی شده‌اند، از جمله مقصدهای خاورمیانه و شرق آسیا و بسیاری از کشورهای کمتر توسعه‌یافته مثل: کامبوج، میانمار، ساموآ و تانزانیا.

سهم گردشگری در اقتصاد جهانی به شکل قابل توجهی افزایش پیدا کرده است. به شکلی که درآمد بسیاری برای کشورهای مختلف ایجاد نموده است. در پایان قرن بیستم گردشگری ۷ درصد کل صادرات کالا و خدمات را به خود اختصاص داد که اگر گردشگری داخلی به آن اضافه گردد، سهم گردشگری در GDP و اشتغال جهانی به ۱۰ درصد خواهد رسید. با توجه به مطالب بیان شده، رشد قابل توجه و اهمیت اقتصادی آن جای تعجب ندارد که گردشگری به عنوان یکی از ابزارهای توسعه اقتصادی و اجتماعی مقصدهای گردشگری بویژه در کشورهای در حال توسعه مطرح باشد (شارپلیوتنفر، ۲۰۰۸). همانگونه که مرور ادبیات گردشگری نشان می‌دهد، گردشگری یکی از راه‌های رشد و توسعه در کشورها و مناطق در حال توسعه است. امروزه رونق گردشگری در مناطق کمتر توسعه‌یافته رهیافت جدیدی است که می‌تواند به افزایش سطح زندگی ساکنان کمک نماید و تسریع بخش توسعه باشد.

با این وجود بایستی در نظر داشت که توسعه نظام‌مند گردشگری در یک منطقه به صورت کاملاً مستقیم وابسته به ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری است. این تسهیلات و تأسیسات که در برگیرنده دو وجه عمده زیرساخت‌های گردشگری است که وجه اول آن تأسیسات زیربنایی شامل: راه‌ها، شبکه‌های مختلف آبرسانی و انرژی از قبیل: آب و برق و گاز و ... و وجه دوم آن امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی است. علی‌القاعده در توسعه بخش اول انتظار از حاکمیت و در بخش دوم به همکاری بخش خصوصی نیاز می‌باشد. این مناطق مستعد ایجاد انواع مختلف تأسیسات گردشگری بوده که در مطالعات امکان‌سنجی این مناطق در واقع به شناسایی پتانسیل‌های شکل و نوع توسعه در این مناطق پرداخته می‌شود. نگاه هدفمند با اهدافی از پیش تعیین شده، باعث می‌گردد که روند مطالعه سمت و سویی مناسبی یافته و از اهداف تعیین شده فاصله نگیرد. از این رو لزوم نگاهی هدفمند، نظامند، واقع‌بینانه و راهبردی نسبت به توسعه فعالیت‌های گردشگری در هر مقصدی احساس می‌گردد. با توجه به قرار گیری

سلطانیه در محور ترانزیتی تهران - زنجان و تبریز و قرار گرفتن عظیم‌ترین گنبد آجری جهان و میراث جهانی که در فاصله‌ی سال‌های ۷۰۴ تا ۷۱۳ هجری قمری بنای آن ساخته شد در ۳۵ کیلومتری زنجان قرار گرفته است و نظر به جهانی بودن این اثر و حضور جهانگردان بسیار در منطقه برای دیدن این اثر کم نظیر، توسعه بیشتر امکانات توریستی این شهر نیز لازم به نظر می‌آید لذا در تحقیق حاضر سعی شده است امکان‌سنجی قابلیت‌های توسعه گردشگری این اثر ثبت شده در فهرست جهانی یونسکو مورد بررسی قرار گرفته و امکانات و خدمات مورد نیاز توسعه آن نیازسنجی شده و راهکارهای لازم ارائه شود.

۲. روش‌شناسی تحقیق

روش بکار رفته در این تحقیق توصیفی- تحلیلی و از نوع تکنیکی است که در آن به منظور ارزیابی مالی و اقتصادی، برای بدست آوردن شاخص‌های اقتصادی مختلف ارزیابی طرح، از نرم افزار تخصصی و استاندارد این موضوع که توسط سازمان توسعه صنعتی ملل متحد^۱ (UNIDO) تهیه شده است- نرم افزار^۲ COMFAR (مدل کامپیوتری برای تجزیه و تحلیل امکان‌سنجی و گزارش گیری)- استفاده شده است. این نرم افزار توسط واحد ارزیابی اقتصادی بخش عملیات صنایع سازمان ملل متحد تهیه شده است و دارای مزایایی از قبیل: انجام محاسبات بر اساس استانداردهای بین‌المللی، ساده بودن روش‌های کار و هدایت کاربر و سرعت و دقت بالا در پردازش داده‌های ورودی است.

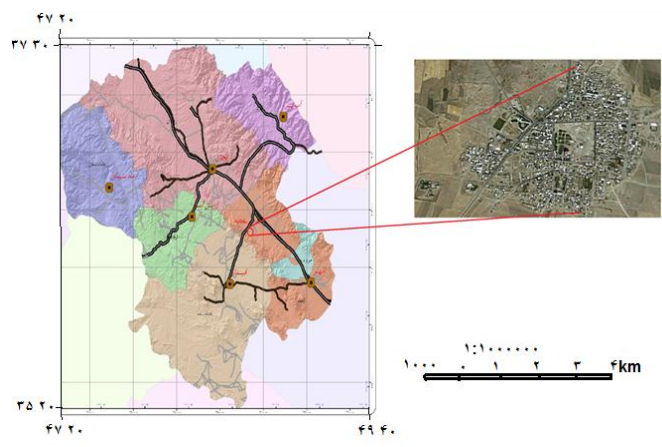
۳. محدوده مورد مطالعه

کانون مطالعاتی پروژه حاضر، شهر تاریخی سلطانیه می‌باشد که در حوزه اداری - سیاسی دهستان سلطانیه، از توابع بخش سلطانیه شهرستان ابهر واقع شده است. مکان‌های تاریخی ارزشمندی همچون: گنبد سلطانیه، ارگ سلطنتی (کهن‌دژ)، بنای تاریخی چلبی اوغلی و مسجد علامه در این شهر قرار دارد (سعیدیان، ۱۳۷۹).

بخش سلطانیه شامل شهر سلطانیه به عنوان مرکز بخش و سبه دهستان سنبل آباد، گوزلدیره و سلطانیه است و دهستان سلطانیه دارای ۳۲ آبادی می‌باشد. دهستان سلطانیه از شمال به شهرستان‌های طارم و زنجان، از غرب به شهرستان زنجان و دهستان گوزلدیره، از شرق به دهستان سنبل آباد و از جنوب به بخش ساجسرود شهرستان خدابنده محدود است (سعیدیان، ۱۳۶۸). با توجه به بررسی‌های مقدماتی به عمل آمده از منطقه سلطانیه، محدوده‌ای که قابلیت ایجاد منطقه نمونه گردشگری را دارد، شامل: شهر سلطانیه و آبادی‌هایی است که در شعاع ۱۵ کیلومتری از گنبد سلطانیه به عنوان مرکز فرهنگی - تاریخی منطقه واقع شده‌اند. گنبد عظیم سلطانیه، به عنوان یک اثر شاخص ثبت جهانی در مختصات جغرافیایی ۴۸ درجه و ۴۷ دقیقه طول جغرافیایی و ۳۶ درجه و ۲۶ دقیقه عرض جغرافیایی قرار دارد. محدوده مطالعاتی با مرکزیت این اثر جهانی شامل تمامی نواحی و آثار فرهنگی، تاریخی و جاذبه‌های طبیعی تا فاصله حدود ۱۵ کیلومتری از آن است که از نظر سیاسی شامل بخش سلطانیه می‌باشد.

1. United Nation Industrial Development Organization

2. The Computer Model For Feasibility Analysis and Reporting



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی سلطانیه در استان زنجان



شکل ۲. شهر سلطانیه و محل گنبد سلطانیه (منبع: <http://hms.soltaniepnu.ac.ir>)

۴. یافته‌ها

۴-۱. بررسی جاذبه‌های منطقه

منطقه سلطانیه از مهمترین و ارزشمندترین مناطق جهانگردی و توریستی استان زنجان است که برای توسعه و گسترش صنعت گردشگری از توانایی‌های قابل توجهی برخوردار است. مهم‌ترین و تاریخی‌ترین اثر منطقه، گنبد عظیم و مشهور سلطانیه است که به تنهایی از قابلیت برابری با سایر بناهای استان برخوردار است. بیشتر آثار زیبا و مکان‌های دیدنی با ارزش منطقه در شعاع ۱۰ کیلومتری از آن واقع شده است.

جدول ۱. آثار فرهنگی - تاریخی و جاذبه‌های طبیعی حوزه مستقیم منطقه نمونه گردشگری سلطانیه

نام اثر	دوره تاریخی	موقعیت
تپه قلعه سلطانیه	عصر برنز، عصر آهن، دوره میانی اسلام (سلجوقی - ایلخانی)	۱۰۰ متری شمال روستای قلعه
تپه نور	دوره مس و سنگ، دوره برنز، عصر آهن، اشکانی - ایلخانی	۱۵۰۰ متری جنوب شرق گنبد سلطانیه
تپه کاروانسرا	اشکانی، ساسانی، دوران اوایل میانی اسلام	۳۰۰ متری غرب سه راه سلطانیه
اوج تپه	دوره میانی اسلام (ایلخانی)	۲۰۰ متری شمال تپه قلعه - داخل چمن سلطانیه
ارگ و گنبد سلطانیه	دوره ایلخانی	مرکز شهر سلطانیه
مقبره ملاحسن کاشی	دوره صفویه	۲/۵ کیلومتری جنوب شهر سلطانیه
بقعه ملا حسن کاشی	ایلخانی	۲/۵ کیلومتری جنوب شرق سلطانیه
بقعه و خانقاه چلبی اوغلی	دوره ایلخانی	۵۰۰ متری جنوب غرب سلطانیه بر سر راه سلطانیه به قیدار
اراضی شهر قدیم سلطانیه	دوره میانی اسلام (ایلخانی)	شمال غرب و غرب شهر فعلی سلطانیه
امامزاده عبدالله	احتمالاً ایلخانی	۱۲۵۰ متری غرب گنبد سلطانیه
اراضی فنجان آباد	ایلخانی	۱۰۰ متری شرق شهر سلطانیه
جلگه مصطفی خان	ایلخانی	۳ کیلومتری شمال شرق سلطانیه

منبع: میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، ۱۳۸۵

۴-۱-۱. شهر تاریخی سلطانیه

احداث شهر تاریخی سلطانیه از دوران ارغون خان مغول آغاز شده و در دوران سلطان محمد خدابنده به مثابه یکی از اعظم شهرهای اسلامی، در محل فنقور اولنگ برپا و سپس توسعه یافته است (سعیدیان، ۱۳۷۹). این شهر در دوره بنیانگذاران آن پس از تبریز دومین شهر مهم امپراطوری ایلخانان بوده و از نظر تجارت خارجی نخستین شهر به حساب می‌آمده است (بیات، ۱۳۶۷). بازار شهر سلطانیه بر مبنای یک سنت تاریخی در اطراف مسجد جمعه بنا شده بود و بیش از ده هزار دکان و چندین راسته داشته است و بازار بزازان اعتبار بیشتری نسبت به سایر قسمت‌های بازار داشته است.

۴-۱-۲. گنبد سلطانیه (آرامگاه سلطان محمد خدابنده اولجایتو)

آرامگاه اولجایتو در هسته مرکزی شهر سلطانیه واقع شده است. مرتفع‌ترین بنا و عظیم‌ترین گنبد آجری جهان موسوم به گنبد سلطانیه به مثابه یکی از زیباترین بناهای تاریخی جهان و تجلی گاه شکوه هنر معماری اسلامی و نمود عینی تکامل معماری ایرانی و نمونه‌ای منحصر به فرد از ترکیب احجام، تناسب هندسی، تکنولوژی ساختمان، مسایل استاتیک، پدیده‌های زیبایی‌شناختی، تزیینات، آرمان‌گرایی و مقولات متعددی از این باب، بنای گنبد سلطانیه را در ردیف یکی از جاذبه‌های مهم گردشگری قرار داده است. ارتفاع گنبد ۴۸/۵۰ متر، قطر دهانه ۲۶ متر و ۱/۶۰ متر ضخامت دارد و با روش دو پوششی ساخته شده است. فضای خالی بین پوسته‌ها ۴۰ تا ۶۰ سانتی متر و وزن عمومی آن ۱۵۰۰ تن می‌باشد. گنبد سلطانیه با احتساب فضاهای جانبی آرامگاه در طبقه همکف، دارای پلان مربع مستطیل بوده و ادامه مجموعه از طبقه سوم به بالا هشت ضلعی متمایل به منتظم است. بنای مورد بحث از سه فضای موسوم به گنبدخانه، تربت‌خانه و سردابه تشکیل شده و مجموعه از نظر حجمی و ترکیب فضاها با هیچ کدام از بناهای آرامگاهی دوران اسلامی ایران مطابقت ندارد (زننده دل، ۱۳۷۷).

۳-۱-۴. سردابه

قسمت سردابه در زیر زمین گنبد قرار دارد. ورودی سردابه در ایوان ضلع جنوبی قرار گرفته است. طرح سردابه بسیار پیچیده و شامل ۷ واحد حجمی است که با یکدیگر ارتباط فضایی ندارند. این روش مقبره سازی با هیچ کدام از مقبره‌های شناخته شده کنونی ایران قابل مقایسه نیست. به احتمال قریب به یقین، سردابه براساس بینش و تفکر آیین‌های مذهب شمن پرستی مغول طرح ریزی شده است. با توجه به فلسفه و عقاید شمن پرستی و تأکید آن بر وجود ارواح خبیثه و انواع جادو، برای جلوگیری از ورود و مزاحمت ارواح خبیثه به حریم قبرها، گماردن محافظان و تعبیه مکان‌هایی برای برآوردن منظورهای فوق، امری ضروری بوده است (زنده دل، ۱۳۷۷).

۴-۱-۴. تربت خانه

تربت خانه در ضلع جنوبی گنبد سلطانیه و متصل به آن ساخته شده است و یکی از سه فضای مهم باقی مانده در مجموعه تاریخی سلطانیه می‌باشد. وجه تسمیه تربت خانه بدلیل استفاده از تربت مطهر امامان شیعه (حضرت علی و امام حسین) در ساخت آن می‌باشد. تربت خانه دارای پلان مستطیل شکل است و به طول ۱۷/۶۰ متر، عرض ۷/۸ متر و ارتفاع ۱۶ متر ساخته شده که محراب آن در ضخامت دیوار ضلع جنوبی جای گرفته است. پوشش سقف تربت خانه از سه واحد طاق و تویزه ساخته شده و قطر طاق وسطی که بزرگتر می‌باشد، ۹ متر و طاق‌های طرفین ۳ متر است. در ارتفاع ۳ متری از کف، در گرداگرد آن کتیبه‌ای در دو قلم ریز به خط کوفی مشجر و قلم درشت به خط ثلث خفی نوشته شده و حدود کلمات را تزیینات اسلیمی پر نموده است. کاشی‌های بسیار زیبایی سطوح جانبی دیوارهای سردابه را مزین نموده است (ثبوتی، ۱۳۷۵).

۵-۱-۴. بازار شهر سلطانیه

بازار شهر سلطانیه را می‌باید بر مبنای یک سنت تاریخی که تا عصر حاضر ادامه داشته، در اطراف مسجد جمعه جستجو نمود. براساس شواهد تاریخی، بازار شهر سلطانیه دارای (بیش از) ده هزار دکان و چندین راسته بوده که هر کدام از آنها به صنفی از تجار تعلق داشته است. بدیهی است که این راسته‌ها که وسیع‌ترین معابر بازار محسوب می‌شده‌اند به محله‌ای از شهر منتهی می‌گردیدند (زنده دل، ۱۳۷۷). بازار شهر سلطانیه در سال ۷۱۲ هجری یعنی یک‌سال قبل از پایان ساخت گنبد سلطانیه آتش گرفته است. بخشی از بازار شهر سلطانیه ساخته‌ی خواجه تاج‌الدین علی‌شاه و قسمت‌هایی پرداخته‌ی خواجه سعدالدین وزیر دیگر اولجایتو بوده است. با مقایسه‌ی روایات می‌توان چنین نتیجه گرفت که بازار بزازان شهر سلطانیه از سنگ و آجر ساخته شده بود. براساس شواهد بدست آمده از حفاری‌های شهر قدیم سلطانیه، اکثر بناها پس از پی دارای یک یا دو ردیف سنگ تراش ندیده، به عنوان شالوده هستند. بر روی این ردیف سنگ‌ها معمولاً بنای خشتی و به ندرت آجری ساخته شده است. بازار سلطانیه پس از حمله تیمور اگر چه دارای رونق گذشته نبوده اما کماکان مورد توجه تجار داخلی و خارجی قرار داشته است.

۴-۱-۶. تپه قلعه سلطانیه

محوطه تاریخی تپه قلعه در روستای قلعه در محدوده چمن سلطانیه در شمال غرب شهر سلطانیه واقع شده است. براساس مطالعات به عمل آمده روی سه لایه از این تپه لایه‌های زیرین سفال‌هایی با نقش داغ دار دیده شده که قدمت این لایه تمدنی را به اواخر هزاره دوم قبل از میلاد تأیید می‌کند. لایه دوم با وجود ظروف سلطان آبادی و سفال‌های مشخصه سلطانیه با لعاب فیروزه‌ای و نقش مشکی قدمت آن به دوره ایلخانی به اثبات رسیده است و لایه سوم تپه قلعه به بقایای قصر معروف فتحعلی‌شاه قاجار تعلق دارد. پژوهشگران و باستان‌شناسان، این تپه را بقایای قصر سوگلی فتحعلی‌شاه قاجار می‌دانند.

۴-۱-۷. چمن سلطانیه

چمن سلطانیه با وسعت ۳۵ کیلومتر مربع قسمتی از فلات زنجان - ابهر را در بر گرفته است. این فلات از فاصله گرفتن دو رشته موازی که در جهت شرقی - غربی کشیده شده تشکیل یافته، ارتفاعات شمالی شامل کوه‌های طارم است و جزئی از رشته جبال البرز مرکزی محسوب می‌شود و ارتفاعات جنوبی در این ناحیه به کوه‌های سلطانیه معروف شده است. طول چمن سلطانیه در جهت شرقی - غربی ۱۷ کیلومتر و عرض آن در جهت شمالی جنوبی ۲ کیلومتر و معابر آذربایجان، قفقاز، گیلان، همدان و خراسان در آن قرار دارد (بیات، ۱۳۶۷). چمن سلطانیه پس از استقرار مغول، «قنقور اولنگ» به معنای برافراشتن چادرها برای اطراق موقت در چمن نامیده شده است.

۴-۱-۸. صنایع دستی

قدمت صنایع دستی در این منطقه به گذشته‌های دور بر می‌گردد. صنایع دستی یکی از مشاغل مهم مردم ناحیه محسوب می‌شود. این موضوع در کاوش‌های باستان‌شناسی از نقاط مختلف منطقه به خوبی مشخص خود دلیل زنده‌ای بر پیشرفت صنایع دستی در دوره تاریخی و ما قبل آن محسوب می‌شود (اطلس تاریخ ایران، ۱۳۸۴).

جدول ۲. صنایع دستی منطقه مورد مطالعه

دست بافت‌ها (نساجی سنتی) مانند: جاجیم بافی	منبت کاری، کنده کاری و مشبک کاری چوب
بافندگی مانند: جوراب، کلاه، دستکش، شال گردن، روبه گیوه...	معرق کاری
نمد مالی	کاشی کاری
فراورده‌های پوست و چرم نظیر چارق، کیف، کفش دست دوز	ملیله بافی
سفالگری و سرامیک سازی	چاروق دوزی
محصولات فلزی و آلیاژ: نظیر ظروف خانگی، چاقو، قند شکن، قلم‌تراش، قفل	چاقوسازی
قلمزنی، مشبک کاری و حکاکی روی فلزات	مسگری
گلیم‌بافی و جاجیم و قالی‌بافی، بیشتر در روستا و مناطق بیلاقی منطقه رواج دارد که در میان زنان و دختران محلی روستایی تولید و به بازار عرضه می‌شود.	-

منبع: میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، ۱۳۸۵

۴-۲. تسهیلات و امکانات خدماتی منطقه

منطقه سلطانیه مهمترین آثار فرهنگی - تاریخی و جاذبه‌های گردشگری را در خود جای داده است؛ با این وجود منابع گردشگری منطقه با وجود جذابیت‌های ویژه، با کیفیت مناسب مهبیای

پذیرایی از گردشگران داخلی و خارجی نیست. از لحاظ تعداد و پراکندگی سالن‌های پذیرایی با کیفیت بالا و مناسب، چه به لحاظ سرویس دهی داخل شهری و سرویس دهی خارج و بین شهری دچار کمبود است. از لحاظ خدمات گردشگری نظیر پمپ بنزین، راه، مراکز بهداشتی و... مشکل خاصی در منطقه وجود ندارد و به لحاظ تعداد و پراکندگی از سطح استاندارد و قابل قبولی برخوردار است. نیاز چندانی به توسعه کمی واحدهای ارائه دهنده خدمات گردشگری نیست بلکه توسعه منطقی خدمات گردشگری باید معطوف به کیفی سازی خدمات موجود و تأکید بر آموزش و تبلیغ و اطلاع رسانی در منطقه باشد. بسیاری از منابع گردشگری طبیعی و تاریخی - فرهنگی در منطقه جزو منابع نامحسوس گردشگری محسوب می‌شوند و می‌توان با مهیا ساختن آنها و توسعه زیرساخت‌های مورد نیاز، انگیزه‌های جدید مسافرت را برای گردشگران منطقه ایجاد نمود. منطقه در خصوص ایستگاه راه آهن، ترمینال مسافربری جاده‌ای، فرودگاه، مراکز اقامتی و آژانس مسافربری وضعیت مناسبی ندارد. اطلاع رسانی نیز از ملزومات توسعه منطقه است.

با ملاحظه معیارهای ثبت گنبد سلطانیه در سازمان یونسکو، مشخص می‌گردد که گردشگران بین‌المللی عمدتاً با هدف دیدن شکوه هنرمعماری و شهرسازی قرون ۱۳ و ۱۴ میلادی به این شهر وارد می‌شوند. در مقابل، بررسی‌ای که بر روی گردشگران داخلی وارد شده به شهر سلطانیه صورت گرفته، نشان می‌دهد که گردشگران عمدتاً با هدف گذراندن اوقات فراغت، تفریح و تعطیلات و اندکی نیز با هدف دیدار از دوستان و آشنایان وارد شده‌اند (آمارنامه، ۱۳۸۵). از این رو بایستی به طور کامل دو سری خدمات متناسب با هدف گردشگران داخلی بین‌المللی در این شهر ارائه گردد.

جدول ۳. وضعیت دسترسی به منطقه

فاصله تا نزدیکترین فرودگاه	۴۸ کیلومتر
فاصله تا نزدیکترین دریا	۳۰۰ کیلومتر
فاصله تا نزدیکترین راه آهن	۱ کیلومتر
فاصله تا نزدیکترین آزاد راه	۱۰ کیلومتر
فاصله تا نزدیکترین جاده ترانزیت تهران - تبریز - ترکیه	۷ کیلومتر
فاصله تا نزدیکترین جاده آسفالت	۰ کیلومتر

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۸۹

۳-۴. اقتصاد گردشگری منطقه

۳-۴-۱. بررسی و تحلیل نیاز یا تقاضای گردشگران منطقه

بدیهی است در صورت مهیا بودن جاذبه‌ها و وجود راه‌های دسترسی مناسب و انجام تبلیغات لازم و کافی، گردشگران زیادی متناسب با پتانسیل‌های گردشگری منطقه، جذب آن نقاط می‌گردند. اما در منطقه مورد مطالعه و مناطق همجوار آن در سطح شهرستان ابهر و شهر سلطانیه، جاذبه‌ها جهت بازدید و استفاده گردشگران به صورت مناسبی مهیا و تجهیز نگردیده‌اند. جاذبه‌های موجود در منطقه، نشان دهنده استعداد بالقوه منطقه جهت جذب گردشگران محلی، استانی، ملی و بین‌المللی می‌باشد، اما بدلیل عدم تجهیز، تبلیغات و امکانات مناسب تفریحی در منطقه، در حال حاضر بسیار محدود مورد بازدید گردشگران محلی و عبوری و بین‌المللی قرار می‌گیرند. در حالی که با وجود آثار متنوع و با ارزشی مانند: گنبد عظیم و جهانی سلطانیه می‌بایست درصد بالایی از گردشگران داخلی و بین‌المللی را به خود اختصاص دهد.

جدول ۴. تعداد گردشگران ورودی به استان زنجان به تفکیک شهرستان

نام شهرستان	سال ۱۳۸۱	سال ۱۳۸۲	سال ۱۳۸۳	سال ۱۳۸۴	نیمه اول سال ۱۳۸۵	جمع	رتبه	نرخ رشد ۴ سال (۱۳۸۱-۱۳۸۴)
زنجان	۳۰۲۸۰	۳۱۵۲۰	۳۴۲۰۰	۴۰۲۰۰	۳۸۸۳۶	۱۷۵۰۲۶	۱	۳۲/۸
ایهر- خرمدره	۱۰۳۸۰	۱۱۵۰۰	۱۱۵۳۰	۱۲۲۸۰	۱۱۲۵۰	۵۶۹۴۰	۴	۱۸/۳
خدابنده	۱۷۳۱۰	۱۷۱۰۰	۱۸۲۲۰	۲۱۵۸۴	۲۰۹۰۰	۹۵۱۱۴	۳	۲۴/۷
طارم	۶۰۰۰	۶۱۰۰	۶۷۲۵	۷۶۵۶	۷۴۵۰	۳۳۹۳۱	۳	۲۴/۶
ماه‌نشان	۲۶۰۰	۲۶۳۵	۲۸۱۰	۳۳۷۰	۳۱۰۰	۱۴۵۱۵	۶	۲۹/۶
سلطانیه	۱۸۹۰۰	۱۹۵۰۰	۲۱۴۶۸	۲۶۱۳۱	۲۵۳۱۵	۱۱۱۳۱۴	۲	۳۸/۲
ایجرود	۱۰۳۰	۱۰۲۰	۱۱۸۰	۱۳۳۰	۱۲۵۰	۵۸۱۰	۷	۲۹/۱
جمع	۸۶۵۰۰	۸۹۳۶۵	۹۶۱۳۳	۱۱۲۵۵۱	۱۰۸۱۰۱	-		۳۰/۱

منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، ۱۳۸۵

شهر سلطانیه در رتبه دوم جذب گردشگر در سطح استان قرار دارد. لکن همان‌طور که ذکر شد با وجود رتبه بالا در سطح استان اما نتوانسته براساس قابلیت‌های موجود در منطقه، رتبه شایسته‌ای در سطح کشور و جهان کسب نماید. سازمان‌ها و نهادهای مختلف هر کدام در سطح شهرستان به نوعی در ارتقاء سطح عمرانی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی منطقه سهمیم بوده که ثمر دادن طرح‌های فوق هر کدام می‌تواند سهمی شایسته در توسعه گردشگری و آماده‌سازی منطقه جهت جذب و ماندگاری گردشگران به عهده داشته باشد. به عنوان مثال: تجهیز و نوسازی مدارس و کتابخانه‌ها سبب ارتقاء سطح فرهنگ ورزش و تفریح در بین جوانان و غنی‌سازی اوقات فراغت آنان و نیز استفاده‌های آتی گردشگران و... همگی نشانگر تأمین زیرساخت‌های مختلف شهرستان در کمک به توسعه گردشگری است. همان‌گونه که ذکر گردید تقاضاهای جدید گردشگری بستگی به چند عامل مانند: ایجاد بسترهای مناسب سرمایه‌گذاری، تأمین زیرساخت‌های لازم گردشگری، موقعیت نسبی و ویژه منطقه و... دارد.

۲-۳-۴. بررسی بازار گردشگری در منطقه

بازاریابی در صنعت گردشگری، به مفهوم پیش‌بینی نمودن نیازها و درخواست‌های متغیر گردشگران است، یا بازاریابی گردشگری فرآیندی است که طی آن تقاضای آتی گردشگری مقصد، براساس اطلاعات بازار، منابع موجود، عوامل و نیروهای محیط سیاسی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، تکنولوژیک و زیست‌محیطی، پیش‌بینی و با اجرای راهبردها و طرح‌های تدوین شده، عرضه‌کنندگان بازار گردشگری به مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات دست پیدا کنند و حداکثر مطلوبیت کل نیز برای بازدیدکنندگان حاصل شود. بنابراین یکی از مهمترین فاکتورهای جذب گردشگران بالقوه، انجام فعالیت‌های بازاریابی مدرن و متناسب با موقعیت منطقه می‌باشد. لذا در این بخش با فرض فراهم بودن شرایط لازم جهت بازاریابی، به موارد لازم جهت برآورد تقاضای گردشگران آتی منطقه در صورت احیاء جاذبه‌ها، ایجاد زیرساخت‌ها، تأسیسات و تسهیلات گردشگری مناسب در سطح منطقه و حوزه نفوذ آن می‌پردازیم:

جدول ۵. مقایسه حجم بازارهای داخلی و خارجی در طی سال‌های ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۶

سال	ورودی داخلی	درصد رشد نسبت به سال قبل	ورودی خارجی	درصد رشد نسبت به سال قبل	جمع	درصد رشد نسبت به سال قبل
۱۳۷۸	۸۱۸۳۷	-۰/۹۰	۷۶۳	۴۸/۷	۸۲۶۰۰	۱/۲
۱۳۷۹	۸۲۵۰۰	-۰/۸	۱۱۰۰	۴۴	۸۳۶۰۰	۱/۲
۱۳۸۰	۸۳۸۵۵	۱/۶۴	۸۴۵	-۲۳	۸۴۷۰۰	۱/۳
۱۳۸۱	۸۵۶۰۰	۲/۰۸	۹۰۰	۶/۵	۸۶۵۰۰	۲/۱
۱۳۸۲	۸۸۵۰۰	۳/۳۸	۸۶۵	-۳/۹	۸۹۳۶۵	۳/۳۱
۱۳۸۳	۹۴۶۰۰	۶/۹	۱۵۳۳	۷۷/۲	۹۶۱۳۳	۷/۵۷
۱۳۸۴	۱۱۰۴۰۰	۱۶/۷	۲۱۵۱	۴۰/۳	۱۲۵۵۱	۱۷
۱۳۸۵	۱۳۰۱۷۸	۱۷/۹	۲۲۳۴	۳/۸۵	۱۳۲۴۱۲	۱۷/۶۴
۱۳۸۶	۱۸۰۵۰۰	۳۸/۶	۲۸۹۴	۲۹/۵۴	۱۸۳۳۹	۳۸/۵
جمع	۵۵۰۰۸۷	-	۱۶۲۰۷	-	۱۵۶۶۲۹۴	-
میانگین	-	۶/۲۴	-	۱۹/۷۵	-	۶/۳

منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، ۱۳۸۵

بازارهای داخلی و خارجی استان، طی سال‌های مختلف روندهای متفاوتی را پشت سر نهاده است. بر اساس جدول شماره فوق بازارهای داخلی استان تا سال ۱۳۸۰ دچار نوساناتی بوده ولی از سال ۱۳۸۰ به بعد روند افزایشی چشمگیری را پشت سر نهاده به طوری که طی ۷ سال (۱۳۸۰ تا ۱۳۸۶) میانگین رشد سالیانه ۱۲/۴۵ درصد را داشته است. مطابق آمار موجود طی ۴ سال مورد نظر ۶۶۳۳۸۳۰ نفر گردشگر وارد کشور شده که تنها ۶۲۹۴ نفر آنها یعنی ۰/۱ درصد از استان زنجان بازدید کرده‌اند.

جدول ۶. تعداد گردشگران خارجی وارد شده به کشور و استان زنجان طی سال‌های ۱۳۸۱-۱۳۸۴

سال	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	جمع	سهم از کل (درصد)
استان زنجان	۹۰۰	۸۶۵	۱۵۳۳	۲۱۵۱	۶۲۹۴	۰/۱
کل کشور	۱۵۸۴۹۲۲	۱۵۰۰۴۲۹	۱۶۵۹۴۷۹	۱۸۸۹۰۰۰	۶۶۳۳۸۳۰	۱۰۰

مقایسه نرخ رشد گردشگران خارجی وارده به کشور و استان زنجان طی سال‌های ۱۳۸۱-۱۳۸۴ نشان‌دهنده افزایش ۱۹/۱۸ درصد برای کل کشور و رقم بسیار بالای ۳۸ درصد برای زنجان بوده است که نشان دهنده جهش در استان زنجان است. خصوصاً این جهش بین سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۸۲ بسیار چشمگیر بوده است. اما به دلیل کم بودن سهم استان از گردشگران بین المللی (حدود ۰/۱ درصد)، تعداد گردشگران خارجی هنوز به نسبت کل کشور بسیار ناچیز و اندک است.

جدول ۷. نرخ رشد گردشگری خارجی در استان زنجان و کل کشور طی سال‌های ۱۳۸۱-۱۳۸۴

عنوان	نرخ رشد بین سال‌های ۸۱-۸۲	نرخ رشد بین سال‌های ۸۲-۸۳	نرخ رشد بین سال‌های ۸۳-۸۴	نرخ رشد ۴ ساله
استان زنجان	-۳/۸۸	۷۷/۲۲	۴۰/۳۱	۳۸
کل کشور	-۵/۳۳	۱۰/۶	۱۳/۸۳	۱۹/۱۸

منبع: محاسبات نگارندگان

پس از بررسی روند گردشگری داخلی و خارجی در سطح استان به بررسی حجم گردشگری بین شهرستان‌های استان زنجان طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۵ می‌پردازیم (شهرستان‌های ابهر و خرمدره بدلیل نزدیکی در یک ردیف و شهر سلطانیه بدلیل حجم بالای گردشگران به طور جداگانه آورده شده است):

بازارهای داخلی گردشگری استان: استان زنجان به لحاظ موقعیت مناسب در داخل سرزمین ایران یعنی واقع شدن در محور اصلی ترانزیت جاده‌های گردشگری کشور و دارا بودن جاذبه‌های متنوع ویادمان‌های تاریخی و شرایط نسبتاً مناسب آب و هوایی، امکانات و تسهیلات نسبتاً مناسب دسترسی، موقعیت عملکردی شهر زنجان و بسیاری از پتانسیل‌های دیگر، پیوسته از استان‌های مستعد گردشگری پذیر بشمار می‌رفته است. با این حال باید اذعان داشت که ارائه اطلاعات دقیق از وضعیت بازارهای داخلی از نظر حجم مبادا، انگیزه، هزینه کرد و... کار بسیار دشوار و پیچیده‌ای است. اقامت در منزل اقوام و یا استفاده از کمپینگ و چادرهای شخصی که در اطراف فضاهای سبز شهری امکان برپا کردن آن وجود دارد، فقدان یک سیستم کارآمد آمارگیری از وارد شدگان به شهر و وجود تعدد منابع آماری و اطلاعاتی که هر یک اهداف متفاوتی را دنبال می‌کنند، امکان دستیابی به اطلاعات مربوط به گردشگر را دشوار و تا حدودی غیرممکن می‌سازد. البته با توجه به فقدان منابع آماری قابل اتکاء در زمینه گردشگری داخلی، بایستی بیشتر به دریافت‌های کیفی از وضعیت بازارهای استان تکیه کرد. شکل دیگری از بازارهای گردشگری که در استان زنجان قابل مشاهده است، بازدید از خویشان و دوستان است. این بازار به دو بخش اصلی تقسیم می‌شود: قسمت اول آن دسته از افراد غیر زنجانی هستند که از موطن اصلی خود به استان زنجان مهاجرت کرده و بستگان ایشان برای دیدار آنان به استان زنجان مسافرت می‌کنند، دسته دوم زنجانی‌الاصلهایی هستند که به خارج از استان مهاجرت کرده‌اند و این افراد برای بازدید از اقوام، خویشان و بستگان خود به استان زنجان سفر می‌کنند. البته باید در نظر داشت که موارد مربوط به بازدید اقوام، خویشان و بستگان هم برای بازارهای داخلی و هم برای بازارهای خارجی مصداق دارند. در نهایت با توجه به تحلیل گردشگران ورودی به استان، عمده ترین بازارهایی که تاکنون جذب منابع و محصولات گردشگری زنجان شده‌اند، عبارتند از: استان‌های تهران، خراسان، کرمان، یزد، فارس، هرمزگان و بوشهر (میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان).

بازارهای اصلی گردشگری فرست خارجی: با توجه به اهمیت بازارهای خارجی در ارز آوری اقتصادی و همچنین حجم هزینه‌ای که در قبال کالاها، خدمات و تسهیلات گردشگری مایل به پرداخت هستند، شناسایی مبادی اصلی گردشگر فرست خارجی به استان زنجان اهمیت پیدا می‌کند. در این راستا با استناد به داده‌های کمی مربوط به ورودی گردشگران خارجی به هتل‌های استان طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۵ اطلاعات مربوط به مبادی اصلی گردشگر فرست خارجی از نظر کمی بازسازی شده و مورد تحلیل و نتیجه گیری قرار می‌گیرد. همان طور که گفته شد بازارهای خارجی اصلی استان زنجان عبارتند از بازارهایی که بیشترین حجم ورودی کل گردشگر را طی دوره آماری مورد بررسی به استان زنجان گسیل داشته‌اند.

جدول ۸. بازارهای اصلی گردشگری استان طی سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۸۵

رتبه	بازار (مبدأ گردشگرفرست)	جمع ورودی طی ۶ سال	درصد
۱	آلمان	۱۶۳۸	۱۸/۵۷
۲	ایتالیا	۸۱۰	۹/۱۸
۳	ژاپن	۶۷۴	۷/۶۴
۴	هلند	۵۲۰	۵/۹
۵	انگلیس	۴۵۲	۵/۱۲
۶	ترکیه	۳۳۰	۳/۷۴
۷	بلژیک	۳۰۳	۳/۴۳
۸	استرالیا	۱۴۴	۱/۶۳
	سایر بازارها	۳۹۴۵	۴۴/۷۴
	جمع	۸۸۱۶	۱۰۰

منبع: طرح جامع گردشگری استان زنجان، ۱۳۸۵

عمده‌ترین بازارهای خارجی استان طی شش سال اخیر به ترتیب کشورهای: آلمان، ایتالیا، ژاپن، هلند، انگلیس، ترکیه، بلژیک و استرالیا می‌باشد. بنابر این در حال حاضر عمده‌ترین بازارهای هدف استان را کشورهای اروپای شمالی، غربی و آسیای جنوب شرقی تشکیل می‌دهد. این موضوع نشان دهنده جذابیت استان برای گردشگران این کشورها است. بنابراین می‌توان با برنامه‌ریزی و تأمین زیرساخت‌های مناسب به جذب گردشگران بیشتر با انگیزه‌های تاریخی - فرهنگی و طبیعی از کشورهای مختلف جهان به ویژه کشورهای اروپایی و آسیایی پرداخت.

جدول ۹. متوسط مدت اقامت گردشگران در استان طی سال‌های ۱۳۷۷-۱۳۸۵

سال	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	میانگین دوره
گردشگر ایرانی	۱/۲۶	۱/۴	۱/۴	۱/۳۶	۱/۳۸	۱/۳۴	۱/۳۲	۱/۲۴	۱/۲۶	۱/۳۳
گردشگر خارجی	۱/۲	۱/۵	۱/۹۶	۲/۵	۱/۸	۲	۱/۲۶	۱/۱۴	۱/۶۵	۱/۶
میانگین کل گردشگران	۱/۲۳	۱/۴۵	۱/۶۸	۱/۹۳	۱/۶	۱/۶۷	۱/۳	۱/۲	۱/۴۵	۱/۵

منبع: طرح جامع گردشگری استان زنجان، ۱۳۸۵

متوسط مدت اقامت گردشگران ایرانی و خارجی در طی سال‌های مختلف متفاوت بوده و نوساناتی داشته که از جریانات داخلی و خارجی کشور نشأت گرفته است. لیکن میانگین مدت اقامت گردشگران داخلی ۱/۳۳ شب، گردشگران خارجی ۱/۶ و در کل میانگین مدت اقامت گردشگران طی ۹ سال (۱۳۷۷-۱۳۸۵)، ۱/۵ شب بوده است. این بدان معناست که هر گردشگر ورودی به استان در حال حاضر به طور متوسط ۱/۵ شب در استان اقامت داشته و از امکانات اقامتی، پذیرایی، تفریحی و ... استفاده می‌نمایند. بنابر این ضروری است در کنار اتخاذ تدابیر لازم جهت افزایش مدت اقامت گردشگران، به تأمین نیازهای ضروری و جنبی آنان مانند: امکانات اقامتی، پذیرایی، تفریحی، فرهنگی، ورزشی، امنیتی، بهداشتی و ... توجه ویژه نمود که خود از جمله ابزارهای افزایش مدت اقامت مفید گردشگران خواهد بود.

جدول ۱۰. مبانی اصلی پیش‌بینی میزان جذب گردشگر به منطقه

ردیف	موضوع	دوره	درصد
۱	نرخ رشد سالیانه پیش‌بینی شده برای جذب گردشگر خارجی در برنامه جامع توسعه ایران	۲۰۲۰-۲۰۰۰	۸/۴
۲	نرخ رشد سالیانه پیش‌بینی شده برای جذب گردشگر داخلی در برنامه جامع توسعه ایران	۲۰۲۰-۲۰۰۰	۶/۷
۳	سهم استان زنجان از کل گردشگری ایران	۱۳۸۴	۰/۵۶
۴	سهم استان زنجان از میزان گردشگر خارجی در کشور	۱۳۸۴	۰/۱۲۶
۵	سهم استان زنجان از میزان گردشگری در منطقه دو	۱۳۸۴	۴/۴
۶	روند موجود گردشگری استان (درصد)	۱۳۸۶-۱۳۷۰	۶/۳
۷	روند موجود گردشگری استان (درصد)	۱۳۸۶-۱۳۸۰	۱۲/۴۵
۸	روند موجود گردشگری منطقه (درصد)	۱۳۸۴-۱۳۸۱	۳۸/۲
۹	سهم منطقه از گردشگری استان (درصد)	۱۳۸۴-۱۳۸۱	۲۲/۸
۱۰	میانگین مدت اقامت گردشگران داخلی استان	۱۳۸۵-۱۳۷۷	۱/۳۳
۱۱	میانگین مدت اقامت گردشگران خارجی استان	۱۳۸۵-۱۳۷۷	۱/۶

منبع: طرح جامع گردشگری استان و محاسبات محققان

جدول ۱۱. پیش‌بینی روند تقاضای آتی گردشگران خارجی ورودی به استان

سال	حجم تقاضای گردشگری خارجی استان (نفر)
سال ۱۳۹۳	۱۳۷۹۳
سال ۱۳۹۸	۴۲۰۹۰
سال ۱۴۰۳	۱۲۸۴۴۶

منبع: محاسبات محققان

با توجه به پیش‌بینی صورت پذیرفته در خصوص تقاضای آتی گردشگران داخلی و خارجی استان، ضرورت دارد بر اساس سهم منطقه از گردشگری استان، تعداد گردشگران ورودی به منطقه در صورت ایجاد امکانات و تأسیسات گردشگری برآورد گردد. از اینرو بر اساس نتایج بدست آمده در سطح استان و میانگین مدت اقامت گردشگران، تقاضاهای آینده منطقه به تفکیک بازارهای داخلی و خارجی برآورد گردد.

جدول ۱۲. برآورد تقاضای آینده منطقه

دوره	بازار	پیش‌بینی استان	سهم منطقه		میانگین مدت اقامت **	برآورد منطقه (سالیانه)	برآورد منطقه (روزانه)	برآورد روزانه شش ماهه اول
			درصد سهم*	تعداد				
کوتاه مدت ۱۳۹۳	داخلی	۵۱۰۱۲۷	۴۰	۲۰۴۰۵۱	۱/۵	۳۰۶۰۷۶	۸۳۸	۱۳۱۶
	خارجی	۱۳۷۹۳	۴۰	۵۵۱۷	۱/۷	۹۳۷۹	۲۶	۴۰
میان مدت ۱۳۹۸	داخلی	۱۰۷۱۴۳۸	۴۰	۴۲۸۵۷۵	۱/۷	۷۲۸۵۷۸	۱۹۹۶	۳۱۳۳
	خارجی	۴۲۰۹۰	۴۰	۱۶۸۳۶	۱/۸	۳۰۳۰۵	۸۳	۱۳۰
بلند مدت ۱۴۰۳	داخلی	۲۲۵۰۳۸۳	۴۰	۹۰۰۱۵۳	۲	۱۸۰۰۳۰۶	۴۹۳۲	۷۷۴۳
	خارجی	۱۲۸۴۴۶	۴۰	۵۱۳۷۸	۱/۹	۹۷۶۱۹	۲۶۷	۴۲۰

منبع: محاسبات محققان

درصد سهم منطقه از گردشگران استانی و داخلی با توجه به جذب منطقه براساس ایجاد تأسیسات و زیرساخت‌های آبی و نیز با فرض بازدید گردشگران از چند مقصد در استان طی یک سفر بدست آمد. درصد سهم گردشگران خارجی نیز با توجه به سطح عملکردی منطقه (بین المللی) پیش بینی گردید.

۴-۴. طرح‌ها و پروژه‌های قابل اجرا در منطقه نمونه

منطقه بین‌المللی سلطانیه با توجه به وجود گنبد عظیم و جهانی سلطانیه، قرارگیری در نزدیکی مرکز استان یعنی شهرستان زنجان و نیز نزدیکی به مسیر ترانزیتی غرب کشور، می‌تواند محل تفریحی مناسبی برای اهالی استان، گردشگران داخلی و گردشگران خارجی به ویژه تاریخ دوستان و محققان باشد. از اینرو با توجه به ظرفیت برد موثر منطقه، می‌توان طرح‌های ذیل را در منطقه در مقاطع زمانی مختلف ایجاد نمود:

- مراکز اقامتی شامل: هتل (۳ یا ۴ ستاره)، سوئیت (حداقل ۲۰ باب)، کمپ (حداقل ۲۰ باب)، آلاچیق و...
- مراکز پذیرائی شامل: رستوران (با ظرفیت حداقل ۲۰۰ نفر)، سفره خانه سنتی و کافی شاپ، کافی تریا، فست فود و...
- مراکز تفریحی - ورزشی شامل: پارک‌بازی (کودکان و بزرگسالان)، اسکله تفریحی، مانژ سوارکاری، استخرسروشیده، سونا و جکوزی، زمین‌های ورزشی تنیس، والیبال، گلف و...، سالن‌های ورزشی سروشیده (پینگ پنگ، بلیارد، تنیس) و...
- مراکز فرهنگی شامل: موزه آثار تاریخ - طبیعی و فرهنگی منطقه، سالن آمفی تاتر، سالن کنسرت، همایش، کافی نت، نمازخانه، گالری و...
- مراکز تجاری شامل: بازارچه صنایع دستی، فروشگاه‌های مواد غذایی، پوشاک، لوازم ورزشی، داروخانه و لوازم آرایشی و...
- مراکز خدماتی و پشتیبانی شامل: تاکسی سرویس، خدمات پزشکی، سرویس بهداشتی، خدمات اطلاعات گردشگری، مدیریت، نگهداری، محل‌های استراحت کارکنان، پارکینگ و...
- فضای باز و محوطه آرائی شامل: فضای سبز، نیمکت‌های نشیمن، مسیرهای پیاده و دوچرخه سواری، درختکاری، باغهای ایرانی و ...
- تأسیسات زیربنایی شامل: مخزن آب، تأسیسات برق، تأسیسات مکانیکی

۴-۴-۱. شبکه ارتباطی منطقه

از آنجا که منطقه سلطانیه از جمله مناطقی می‌باشد که در پهنه وسیعی قرار گرفته که می‌تواند حریم شهری و خارج از آن را شامل شود و تخمین هزینه‌های تأمین زیر ساخت آن منوط به مکان‌یابی دقیق می‌باشد، بنابر این در این مجال به یافته‌های بخش زیرساخت‌ها در خصوص وضعیت زیرساخت‌ها در سطح منطقه کفایت می‌نماییم.

۴-۴-۲. تأسیسات اقامتی و پذیرایی

نوع و درجه تأسیسات اقامتی قابل احداث در منطقه بین‌المللی سلطانیه به عواملی مانند تمایل و

توانمندی سرمایه‌گذار یا سرمایه‌گذاران، اقلیم منطقه، ظرفیت تحمل منطقه و... دارد که می‌تواند تا حدودی تغییرات در عناصر پیشنهادی طرح ایجاد نماید. تسهیلات تفریحی و ورزشی با توجه به پیش‌بینی فضاهای تفریحی- ورزشی، میزان سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای این بخش به شرح جدول ذیل برآورد می‌گردد:

جدول ۱۳. نوع و میزان تسهیلات تفریحی- ورزشی مورد نیاز

ردیف	نوع تأسیسات و تسهیلات	زیر بنا (مترمربع)
۱	زمین بازی کودکان	۲۰۰۰
۲	پارک تفریحی بزرگسالان	۳۰۰۰
۳	مانژ سواری (با اصطبل)	۲۰۰۰
۴	اسکله تفریحی	۵۰۰
۵	زمین تنیس	۲۶۴
۶	زمین والیبال	۱۶۲
۷	استخر سرپوشیده	۲۵۰
۸	سونا و جکوزی	۵۰
۹	مسیر دوچرخه سواری	۲۰۰۰
۱۰	سالن ورزشی سرپوشیده	۲۰۰۰
۱۱	جمع	-

منبع: محاسبات محققان

۳-۴-۴. مراکز پذیرایی، تجاری و فرهنگی

بر اساس مفروضات اولیه در این طرح، نوع و میزان مراکز بخش‌های پذیرایی، تجاری و فرهنگی منطقه به شرح ذیل برآورد می‌گردد:

جدول ۱۴. مراکز پذیرایی، تجاری و فرهنگی مورد نیاز

ردیف	نوع تأسیسات	زیر بنا (مترمربع)
۱	رستوران	۱۵۰
۲	سفره خانه سنتی	۱۰۰
۳	کافی شاپ	۵۰
۴	فست فود	۱۰۰
۵	فروشگاه‌ها (صنایع دستی، پوشاک و مواد غذایی و...)	۱۰۰۰
۶	موزه	۱۰۰
۷	سالن آمفی تاتر و کنسرت	۳۰۰
۸	جمع	-

منبع: محاسبات محققان

۴-۴-۴. میزان سرمایه‌گذاری در تأسیسات خدماتی و پشتیبانی

بر اساس پیش‌بینی‌های انجام یافته در نیازهای منطقه، میزان تأسیسات خدماتی و پشتیبانی منطقه به شرح جدول شماره ذیل برآورد می‌گردد:

جدول ۱۵. میزان تأسیسات خدماتی و پشتیبانی مورد نیاز

ردیف	نوع تأسیسات	زیربنا (مترمربع)
۱	دفتر مدیریت و امور اداری	۵۰
۲	نگهبانی	۲۰
۳	محل استراحت کارکنان	۱۰۰
۴	تاکسی سرویس	۵۰۰
۵	خدمات پزشکی	۵۰
۶	سرویس بهداشتی	۸۰
۷	نمازخانه	۸۰
۸	دفتر اطلاعات جهانگردی	۲۰
۹	جمع	-

۴-۴-۵. میزان سرمایه گذاری در محوطه سازی، فضای سبز و پارکینگ

براساس مفروضات ذکر شده در طرح، نوع و میزان محوطه سازی، فضای سبز و پارکینگ به شرح جدول (۱۶) ذیل برآورد می‌گردد:

جدول ۱۶. میزان محوطه سازی، فضای سبز و پارکینگ مورد نیاز

ردیف	نوع تأسیسات	زیربنا (مترمربع)
۱	پارکینگ عمومی	۳۰۰۰
۲	فضای سبز (بدون نگهداری)	۳۵۰۰۰۰
۳	نیمکت سنگی	۸۰
۴	مسیر حرکت پیاده	۲۰۰۰۰
۵	مسیر حرکت سواره	۲۰۰۰
۶	جمع	-

۵. نتیجه گیری

منطقه گردشگری بین‌المللی سلطانیه که در شهرستان ابهر و ۴۰ کیلومتری مرکز استان واقع شده است، با جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی همچون: گنبد عظیم و جهانی سلطانیه، معبد تاریخی داش کسن، خانقاه چلبی اوغلی، مقبره ملاحسن کاشی، چمن طبیعی سلطانیه و ... با گذشت قرن‌ها هنوز بر تارک غرورش می‌درخشد و با توجه به قابلیت‌های بی نظیری چون: اقلیم خشک و نیمه خشک سرد - که قابلیت دو نوع گردشگر زمستانه و تابستانه را دارد - و نیز پوشش گیاهی و حیات جانوری غنی و استعدادهای جمعیتی، فرهنگی موجود در آن، در صورت تأمین زیرساخت‌های لازم مانند: راه دسترسی، آب، برق، گاز، مخابرات و نیز فرهنگ سازی در راستای جذب گردشگران، اطلاع رسانی لازم و تبلیغات مناسب به منظور شناساندن منطقه و جاذبه‌های حوزه نفوذ آن، می‌تواند ضمن افزایش توجه پذیری سرمایه گذاری گردشگری، زمینه‌های مناسب جذب بخش خصوصی را نیز فراهم آورد.

منطقه بین‌المللی سلطانیه و حوزه نفوذ مستقیم آن، فاقد امکانات، تأسیسات و تسهیلات مناسب تفریحی، اقامتی و پذیرایی است. همچنین از لحاظ تأمین نیروی انسانی متخصص و کارآمد ضعیف بوده و در حال حاضر میزان بازدید رسمی و تخصصی از منطقه و جاذبه‌های پیرامون آن بسیار

کمتر از حد ظرفیت برد آن است و نیازمند توجه جدی به منظور فرهنگ سازی و تأمین تأسیسات زیر بنایی لازم می‌باشد. لازم به ذکر است تاکنون سرمایه‌گذاری‌هایی توسط بخش دولتی در منطقه و حوزه پیرامون آن انجام پذیرفته که قسمتی از آن در بخش گردشگری توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و بخشی نیز به عنوان فعالیت‌ها و برنامه‌های مکمل و زیربنایی توسط سایر ارگان‌ها به مرحله اجرا در آمده است. ولی چنانچه بخواهد در راستای توسعه منطقه و متعاقب آن ایجاد یک منطقه بین‌المللی گردشگری توجه جدی به عمل آید، نیازمندی‌های زیربنایی، فرهنگی و اطلاع‌رسانی آن بیش از پیش آشکار می‌شود که لازمه آن توجه جدی، عملی و مؤثر در بخش سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی در منطقه می‌باشد. همان‌طور که اشاره گردید، سرمایه‌گذاری در بخش زیربنایی، توسط بخش دولتی به منظور هدایت، تشویق و ترغیب سرمایه‌گذاری در ایجاد تأسیسات و تجهیزات منطقه نمونه که توسط بخش غیردولتی انجام خواهد شد، صورت می‌پذیرد. بدیهی است پس از ایجاد چنین مناطقی، مدیریت و بهره‌داری بهینه از آنها اهمیت دو چندان می‌یابد. چراکه وجود مراکز تفریحی، فرهنگی و ورزشی مناسب در سطح منطقه، بدون مدیریت و استفاده بهینه، تأثیر لازم را در جهت جذب و نگهداشت مؤثر گردشگران نخواهد داشت.

با توجه به پتانسیل‌های گردشگری منطقه از یک طرف و نیز کمبودها و محدودیت‌های موجود از سوی دیگر در خصوص تقویت گردشگری منطقه از طریق سرمایه‌گذاری‌های بخش دولتی و غیر دولتی اقدام گردد. این امر نیازمند انجام مطالعات ژرف، فرهنگ سازی، اطلاع‌رسانی، تبلیغات و راهکارهای جذب سرمایه‌گذاری است.

راهبردهای مدیریتی:

- راهبردهای اجرایی نمودن جذب منابع، سرمایه‌گذاری و توسعه منطقه بین‌المللی سلطانیه به اجمال اشاره می‌شود:
- تأمین زیرساخت‌های لازم و ضروری جهت تشویق و حمایت بخش خصوصی توسط بخش دولتی مانند: راه دسترسی مناسب، تأمین آب، برق، گاز و مخابرات تا ورودی منطقه و سایر موارد لازم؛
- اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب جهت جذب سرمایه‌گذاران توانمند و نیز مطالعه و توجه به نحوه مشارکت مردم محلی؛
- حمایت همه جانبه دولت از سرمایه‌گذاران در جهت ایجاد چنین مراکزی از طریق حذف بوروکراسی‌های اداری، توجیه مسولین استانی به منظور افزایش همکاری‌های لازم و تدوین قوانین و مقررات آسان؛
- حمایت و پیگیری مداوم دولت از ایجاد و بهره‌برداری بهینه از منطقه؛
- مکلف نمودن سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه جهت احداث زیرساخت‌های مربوطه؛
- توجه جدی دولت و سرمایه‌گذاران به اطلاع‌رسانی و تبلیغ مناسب منطقه در زمان‌ها و مکان‌های مناسب با توجه به ابعاد و سطوح عملکردی مناطق بین‌المللی؛
- تدوین ضوابط، مقررات و استانداردهای ویژه احداث و بهره‌برداری از چنین مناطقی در سطوح مختلف؛
- نظارت مداوم بر نحوه ایجاد و بهره‌برداری از منطقه جهت تطبیق عملکرد آن با اهداف از پیش تعیین شده.

۶. منابع

۱. امیدوار، کمال، ۱۳۸۷، **جاذبه‌های اکوتوریستی در طبیعت برهنه استان یزد**، فصل‌نامه علمی مطالعات جهانگردی، نشریه دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۹، تهران.
۲. بیات، عزیزالله، ۱۳۶۷، **کلیات جغرافیای طبیعی و تاریخی ایران**، انتشارات امیرکبیر، تهران.
۳. پوراحمد، احمد، ۱۳۷۸، **دیدگاه‌های توسعه جهانگردی در نظام جمهوری اسلامی ایران**، فصل‌نامه پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۳۷، تهران.
۴. ثبوتی، هوشنگ، ۱۳۷۵، **تاریخ زنجان**، چاپ سوم، انتشارات توانا، زنجان.
۵. زنده‌دل، حسن، ۱۳۷۷، **مجموعه راهنمای جامع ایرانگردان**، استان زنجان، نشر ایرانگردان، تهران.
۶. سازمان نقشه برداری کشور، ۱۳۸۴، **اطلس تاریخ ایران**، انتشارات سازمان نقشه برداری کشور.
۷. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، ۱۳۸۵، **طرح جامع گردشگری زنجان**.
۸. سعیدیان، عبدالحسین، ۱۳۶۸، **سرزمین و مردم ایران**، انتشارات علم و زندگی، تهران.
۹. سعیدیان، عبدالحسین، ۱۳۷۹، **شناخت شهرهای ایران**، انتشارات علم و زندگی، تهران.
۱۰. سید حسینی، محمدرضا، ۱۳۸۳، **گردشگری محور توسعه استان یزد**، خلاصه مقالات همایش تحول در توسعه استان، مؤسسه مدیریت و مهندسی توسعه استان، یزد.
۱۱. کاظمی، مهدی، ۱۳۸۶، **مدیریت گردشگری**، چاپ دوم، انتشارات سمت، تهران.
۱۲. مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵، **آمارنامه سازمان آمار ایران**.
۱۳. معصومی، غلامرضا، ۱۳۸۳، **تاریخچه علم باستان شناسی**، انتشارات سمت، تهران.
۱۴. ملکیان، نظام‌الدین و نادری‌بنی، محمود، ۱۳۸۳، **بررسی وضعیت گردشگری داخلی در شهرستان یزد**، فصل‌نامه مطالعات جهانگردی، شماره ۴، تهران.
۱۵. مؤسسه جغرافیایی و کارتوگرافی گیتاشناسی، ۱۳۸۳، **اطلس گیتاشناسی استان‌های ایران**، انتشارات تهران.
۱۶. هشترودی، علی، ۱۳۸۳، **سلطانیه**، انتشارات ستاره، زنجان.
17. Yale, Pat & Ham, Anthony & Greenway, Paul., 2001, **Iran**.
18. Lonely Planet Publication, Australia Mow forth, mandmunt, A.(2003), **Tourism and sustainable**, Routledge.
19. Russo, Antonio & Borg, Janvander., 2002, **Planning considerations for cultural tourism: A case study of four European cities**, Tourim Management, ELSevier.
20. World tourism organization, 2008, **Tourism highlights** (2008ed), Madrid: World tourism organization.
21. World Tourism organization, 2007, **Tourism highlights** (2007ed), Madrid: World tourism organization.
22. Holden, Andrew., 2008, **Environment and tourism**, Second Edition, Routladge, London and New York.
23. Somuncu, M., Yiğit, T., 2010, **World Heritage Sites in Turkey: Current Status and Problems of Conservation and Management**, COĞRAFI BİLİMLER DERGİSİ, CBD 8 (1), 1-26 (2010), Ankara.
24. UNESCO World Heritage Centre., 2008, **World Heritage Information Kit**, Paris, France.
25. Paul, J Getty Trust., 2003, **Hadrian's Wall World Heritage Site**, English Heritage, A Case Study, The Getty Conservation Institute, Los Angeles.
26. Hadrian's Wall Tourism Partnership, **"Hadrian's Wall World Heritage Site: Research and Archaeology"**: Rev, Dr. John Collingwood Bruce, 1998-99. [<http://www.hadrians-wall.org/randa/jcb.htm>].
27. Avrami, Erica, et al., eds., 2002, **Values and Heritage Conservation**, Los Angeles: The Getty Conservation Institute. [www.getty.edu/conservation/resources/valuesrpt.pdf]