

سورة الاحقاف

پردیس بین‌المللی
معماری

مجموعه ورزشی و گردشگری کنارگذر ساحلی رامسر

از
(سمیه شیربهار)

استاد راهنما
دکتر محمد مهدی محمودی

استاد مشاور
دکتر یوسف امیری

اسفند ۹۰

تقدیم پایان نامه

با سپاس و تشکر از جناب آقای دکتر محمد مهدی محمودی و جناب آقای دکتر یوسف امیری و تمام عزیزانی که در اتمام این پایان نامه مرا یاری نمودند.

فصل اول - گردشگری	۱
۱-۱- صنعت گردشگری	۲
۲-۱- توریست	۲
۱-۲-۱- تعریف توریست یا گردشگر	۲
۲-۲-۱- طبقه بندی انواع گردشگر	۳
۳-۱- انواع گردشگری :	۳
۱-۳-۱- پیشینه مسافرت و جهانگردی در جهان	۹
۲-۳-۱- صنعت جهانگردی در جهان :	۹
۳-۳-۱- وضعیت جهانگردی ایران قبل از انقلاب اسلامی :	۱۰
۴-۳-۱- وضعیت جهانگردی ایران بعد از انقلاب اسلامی :	۱۱
۵-۳-۱- وضعیت فعلی صنعت ایرانگردی و جهانگردی ایران :	۱۲
۴-۱- بررسی شهر رامسر برای گردشگری	۱۲
۱-۴-۱- بررسی شهر رامسر به عنوان یک شهر توریستی	۱۳
۲-۴-۱- اشکال خاص توریسم پذیری رامسر	۱۳
۳-۴-۱- اهمیت گردشگری	۱۶
فصل دوم - مجموعه‌های اقامتگاه‌ها	۱۷
۱-۲- پیشینه تأسیسات اقامتی در ایران	۱۸
۱-۱-۲- تأسیس موسسه میهمانخانه‌های ایران	۱۹
۲-۲- هتل	۲۰
۱-۲-۲- هتل یا مجتمع‌های توریستی بین راهی	۲۰
۲-۲-۲- موقعیت مکانی انواع هتل در شبکه توریسم	۲۱
۳-۲-۲- سیر تحول صنعت هتلداری در جهان	۲۱
۴-۲-۲- تاریخچه هتل در ایران	۲۲
۳-۲- وضعیت فعلی خدمات هتلداری در ایران	۲۲
۱-۳-۲- ضوابط طبقه بندی سازمان جهانی جهانگردی در مورد هتل های خاور میانه	۲۳
۲-۳-۲- جا، ظرفیت و درجه بندی هتل	۲۴
۳-۳-۲- نکات مهم در طراحی هتل	۲۵
۴-۳-۲- تسهیلاتی که باید برای معلولین در نظر گرفته شود:	۲۶
۵-۳-۲- طراحی طبقات	۲۶
۶-۳-۲- محل قرارگیری پلکان	۲۷
۲۹- فصل سوم - بررسی نمونه‌های موجود	۲۹
۱-۳- مجموعه الجزایر جهان	۳۰
۲-۳- هتل سن مارتین لین، انگلیس	۳۳
۳-۳- بعضی از نقاط گردشگری جهان	۳۳
۱-۳-۳- معماری مهمانسرای عباسی، کهن‌ترین هتل جهان	۳۵
۲-۳-۳- نمک آبرود	۴۷
۴-۳-۳- بخش گردشگری و امکانات تفریحی	۵۰
فصل چهارم - رامسر	۵۲
۱-۴- رامسر	۵۳
۱-۱-۴- موقعیت رامسر	۵۳
۱-۲-۴- جاذبه‌های گردشگری منطقه	۵۴

۵۹	۲-۲-۴- غارهای تاریخی رامسر
۵۹	۳-۲-۴- کوههای معروف رامسر
۶۰	۴-۲-۴- رودهای رامسر
۶۱	۵-۲-۴- آبشارهای رامسر
۶۱	۶-۲-۴- پلاژهای رامسر
۶۲	۳-۴- مهمانسراها و اردوگاه های جهانگردی
۶۲	۱-۳-۴- تأسیسات ساحلی
۶۲	۲-۳-۴- شهرک ها، مجتمع ها، ویلاها و پلاژهای شخصی
۶۲	۳-۳-۴- پلاژهای دولتی و عمومی
۶۲	۴-۳-۴- واحدهای پذیرایی بین راهی
۶۲	۴-۴- عوامل طبیعی
۶۳	۱-۴-۴- مسائل زمین شناسی
۶۳	۲-۴-۴- خصوصیات لرزه خیزی
۶۳	۳-۴-۴- وضعیت دما
۶۳	۵-۴-۴- ریزش های جوی
۶۳	۶-۴-۴- رطوبت نسبی
۶۳	۷-۴-۴- باد جریان هوایی
۶۳	۸-۴-۴- ویژگی های تابش
۶۴	۹-۴-۴- ضوابط طراحی کف ساختمان ها در نواحی معتدل و مرطوب
۶۴	۵-۴- مصالح پیشنهادی
۶۴	۱-۵-۴- ویژگی های دریای خزر
۶۵	۲-۵-۴- وضعیت اکسیژن آب در طبقات مختلف آب دریا
۶۵	۳-۵-۴- میزان شفافیت آب دریای خزر
۶۵	۴-۵-۴- شوری آب
۶۵	۵-۵-۴- درجه حرارت آب
۶۶	فصل پنجم - ضوابط و استانداردهای طراحی هتل
۶۷	۱-۵- راهنمای طراحی هتل
۶۷	۲-۵- تجزیه و تحلیل امکان سنجی پروژه
۶۷	۳-۵- چک لیست با جزئیات کامل برای برنامه ریزی فضا های هتل :
۷۱	۴-۵- ریخت شناسی طبقات و اتاقها
۷۱	۱-۴-۵- اهداف در طراحی طبقات اتاق های خواب :
۷۲	۵-۵- انواع پلان طبقات :
۷۳	۱-۵-۵- پلان برج ها :
۷۳	۶-۵- انواع مختلف سوئیت ها :
۷۳	۱-۶-۵- طراحی و ابعاد و اندازه اتاق های خواب :
۷۴	۲-۶-۵- ابعاد اتاق های خواب
۷۴	۳-۶-۵- انواع اتاق خواب ها در هتل های مختلف :
۷۵	۴-۶-۵- انواع تخت اتاق های خواب :
۷۵	۵-۶-۵- طراحی داخلی اتاق های خواب :
۷۶	۶-۶-۵- طراحی فضا های عمومی
۷۷	۷-۶-۵- شفاهای غذا خوری، سرویسی و کمکی و غیره
۷۸	۸-۶-۵- فضاهای اداری و سرویسی
۷۸	۷-۵- بخش مهندسی و تأسیسات مکانیکی
۷۸	۱-۷-۵- پارکینگ

۷۹	۸-۵- ساخت
۷۹	۹-۵- چک لیست برای گزینه های موجود در ساختمان ::::
۸۰	۱۰-۵- ساختمان و ضوابط ایمنی (مقاومت در برابر حریق):
۸۰	۱-۱۰-۵- فاکتورهای لازم برای خروج اضطراری ::::
۸۰	۲-۱۰-۵- آکوستیک
۸۱	۳-۱۰-۵- سیستم های مهندسی ::::
۸۲	۴-۱۰-۵- نورپردازی ::::
۸۳	فصل ششم - معرفی سایت پروژه
۸۴	۱-۶- رامسر و دلیل و اهمیت پروژه کنار گذر ساحلی
۸۵	۲-۶- معرفی پروژه کنار گذر ساحلی رامسر
۸۶	۳-۶- گزینه های پیشنهادی طرح کنارگذر ساحلی رامسر
۸۸	۴-۶- بررسی مسائل زیست محیطی
۹۱	۱-۴-۶- تأمل دریا و ساحل
۹۱	۲-۴-۶- طراحی برکه های آب و دریاچه مصنوعی
۹۴	فصل هفتم - معرفی پروژه
۹۵	۱-۷- معرفی سایت انتخابی
۹۵	۱-۱-۷- دسترسی ها
۹۶	۲-۱-۷- کاربری جزیره
۹۶	۳-۱-۷- تقسیم بندی سایت
۹۸	۲-۷- فرم هتل ::::
۹۸	۱-۲-۷- طبقه همکف
۹۹	۲-۲-۷- طبقه اول و دوم
۹۹	۳-۷- گردشگرهای این مجموعه ::::
۹۹	۱-۳-۷- جذب گردشگر
۱۰۰	۴-۷- استفاده از اقلیم و انرژی های پاک
۱۰۱	۱-۸- منابع و ماخذ ::::

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۳۰	۱-۳- مجموعه الجزایر جهان
۳۰	۲-۳- مجموعه الجزایر جهان
۳۱	۳-۳- مجموعه الجزایر جهان
۳۱	۴-۳- موج شکن
۳۲	۵-۳- موج شکن
۳۲	۶-۳- مجموعه الجزایر
۳۵	۷-۳- حیاط هتل عباسی
۳۵	۸-۳- حیاط هتل عباسی
۳۶	۹-۳- حیاط هتل عباسی
۳۶	۱۰-۳- حیاط هتل عباسی
۳۷	۱۱-۳- حیاط هتل عباسی
۳۷	۱۲-۳- حیاط هتل عباسی
۳۷	۱۳-۳- حیاط هتل عباسی
۳۸	۱۴-۳- حیاط هتل عباسی
۳۸	۱۵-۳- حیاط هتل عباسی
۳۸	۱۶-۳- حیاط هتل عباسی
۳۹	۱۷-۳- حیاط هتل عباسی
۳۹	۱۸-۳- حیاط هتل عباسی
۳۹	۱۹-۳- فضا داخل هتل
۴۰	۲۰-۳- تالار هتل
۴۰	۲۱-۳- تالار هتل
۴۳	۲۲-۳- اتاق هتل
۴۳	۲۳-۳- اتاق هتل
۴۳	۲۴-۳- اتاق هتل
۴۴	۲۵-۳- اتاق هتل
۴۴	۲۶-۳- استخر
۴۴	۲۷-۳- استخر
۴۵	۲۸-۳- اتاق خواب
۴۵	۲۹-۳- اتاق خواب
۴۵	۳۰-۳- اتاق خواب
۴۶	۳۱-۳- اتاق خواب
۴۶	۳۲-۳- حیاط هتل
۴۶	۳۳-۳- حیاط هتل
۴۷	۳۴-۳- نمک آبرود
۴۷	۳۵-۳- نمک آبرود
۴۸	۳۶-۳- نمک آبرود
۴۸	۳۷-۳- نمک آبرود
۴۸	۳۸-۳- نمک آبرود
۴۹	۳۹-۳- نمک آبرود
۴۹	۴۰-۳- جنگل
۵۰	۴۱-۳- جنگل

۵۰ جنگل	۴۲-۳
۵۰ جنگل	۴۳-۳
۵۱ امکانات تفریحی	۴۴-۳
۵۱ امکانات تفریحی	۴۵-۳
۵۳ نقشه رامسر	۱-۴
۵۳ رامسر	۲-۴
۵۴ هتل رامسر	۳-۴
۵۴ کاخ مرمر	۴-۴
۵۴ مسجد آدینه	۵-۴
۵۵ تلکابین رامسر	۶-۴
۵۵ قلعه مارکو	۷-۴
۵۵ قلعه مارکو	۸-۴
۵۶ جنگلهای دالخان	۹-۴
۵۶ آبهای گرم معدنی	۱۰-۴
۵۶ صفارود	۱۱-۴
۵۷ گرماسر	۱۲-۴
۵۷ جواهرده	۱۳-۴
۵۷ جواهرده	۱۴-۴
۵۸ جواهرده	۱۵-۴
۵۸ جواهرده	۱۶-۴
۵۹ جواهرده	۱۷-۴
۵۹ غاریاغی لوکا	۱۸-۴
۶۰ رامسر	۱۹-۴
۶۰ رودهای رامسر	۲۰-۴
۶۱ رودهای رامسر	۲۱-۴
۶۱ آبشار رامسر	۲۲-۴
۸۴ نقشه رامسر	۱-۶
۸۴ نقشه رامسر	۲-۴
۸۴ مسیر حرکت بین شهری	۳-۴
۸۵ کنارگذر ساحلی	۵-۴
۸۵ کنارگذر ساحلی	۶-۴
۸۶ گزینه‌های پیشنهادی	۷-۴
۸۷ مقطع عرضی	۸-۴
۸۷ حریم سازمان میراث فرهنگی	۹-۴
۸۸ بلوار معلم	۱۰-۴
۸۸ جزیره مرکزی	۱۱-۴
۸۹ طول هسته مرکزی	۱۲-۴
۸۹ عکس هوایی بلوار	۱۳-۴
۹۰ عکس هوایی جزیره	۱۴-۴
۹۰ فرودگاه	۱۵-۴
۹۱ جزیره مرکزی	۱۶-۴
۹۱ حریم هوایی	۱۷-۴
۹۱ منطقه استحصال	۱۸-۴
۹۲ منطقه استحصال شده	۱۹-۴

۹۳ رندر مجموعه ۲۰-۴
۹۵ نقشه مجموعه ۱-۷
۹۵ مسیر حرکت از مجموعه ۲-۷
۹۶ استخر مجموعه ۳-۷
۹۶ تقسیم بندی مجموعه ۴-۷
۹۷ طراحی رستورانها ۵-۷
۹۷ طراحی رستورانها ۶-۷
۹۷ طراحی محیط ۷-۷
۹۷ طراحی محیط ۸-۷
۹۸ طراحی داخلی ۹-۷
۹۸ طراحی داخلی ۱۰-۷

فهرست جداول

عنوان

صفحه

۱-۱- جدول تعداد توریست بعد از انقلاب	۱۱
۱-۵- چک لیست فضا هتل	۷۱
۲-۵- انواع سوئیتها	۷۳
۳-۵- ابعاد اتاقهای خواب	۷۴
۴-۵- انواع اتاق خواب	۷۴
۵-۵- انواع تختخواب	۷۵
۶-۵- مبلمان اتاق خواب	۷۵
۷-۵- طراحی فضاهای عمومی	۷۶
۷-۶- فضاهای لازم برای فضاهای عمومی	۷۶
۷-۷- فضاهای غذاخوری	۷۷
۷-۸- فضاهای اداری و سرویسی	۷۸
۷-۹- سیستمهای مهندسی	۸۱

چکیده :

عنوان : مجموعه گردشگری و اقامتی کنارگذر ساحلی رامسر

نام دانشجو : سمیه شیربهار

این رساله تحت عنوان مجموعه توریستی اقامتی کنار گذر ساحلی رامسر در میان آب تدوین شده است. با توجه به محدودیت عرضی شهر رامسر و واقع شدن این شهر ما بین دریا و کوه باعث مشکل ترافیکی ایدر این شهر شده است و از طرفی جاده مابین شهری غرب به شرق و بلعکس از بین شهر حرکت می کند که این موضوع در تعطیلات که با هجوم مسافران رودر رو میشویم که همین امر باعث ترافیک شدیدتری در شهر می شود.

برای رفع این مشکل از طرف شرکت هرم بی چندین راه حل پیشنهاد شد و با بررسی این پیشنهاد ها گزینه حرکت جاده مابین شهری از میان آب مورد تایید قرار گرفت. تا علاوه بر رفع این معضل بتوان با ایجاد جزیره های مصنوعی جذب توریست در این منطقه کرد. این کنار گذر ساحلی دارای چهار باند اتوبان و مسیر قطار و سه جزیره در امتداد این مسیر قرار می گیرد. طراحی جزیره شرقی موضوع این پایان نامه می باشد. این جزیره دارای چندین رستوران - هتل - ویلاها - سالنهای ورزشی - مسیر اسب سواری و پیاده روی و... می باشد. در طراحی این مجموعه سعی بر این شده است که طبیعت با معماری تلفیق شود و محیطهای آرام و فعال مجموعه جدا از یکدیگر کار کنند تا آرامش در قسمتهای اقامتی برقرار شود و از طرفی منطقه فعال نیز فعالیت و خود را داشته باشد.

با توجه به اینکه مسئله توریسم و گردشگری امروزه به عنوان یک صنعت شناخته می شود و پشتوانه اقتصادی یک کشور می تواند باشد و از طرفی رامسر با پتانسیلهای بسیار در زمینه گردشگری و توریسم پذیری می باشد که با احداث این کنار گذر این پتانسیل چند برابر می شود.

امید است این گام کوچک که تنگنای بضاعت خویش برداشته ام به رغم خطاها و کمبودهایش مقبول افتد و حداقل روزنه ای برای نفوذ به آینده ای پربارتر گردد.

فصل اول

گردشگری

۱-۱- صنعت گردشگری

در سال‌های اخیر گردشگری به عنوان صنعت بدون دود، منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها شده است، این صنعت یک صنعت منحصر به فرد اقتصادی تلقی شده و طرفداران بسیاری دارد.

رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال اخیر نشان دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است. گردشگری در تولید ناخالص ملی نقش مهمی ایفا می‌کند، تراز پرداخت‌ها، که نشان دهنده معاملات بین‌المللی هر کشور است، را متوازن می‌سازد.

لویی ترنر (Turner) گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبرو است و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد. «(لی، ۱۳۷۸: ۱) توسعه گردشگری موجب رونق اقتصادی و کاهش فقر می‌شود همچنین تأثیر به‌سزایی در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی دارد. علاوه بر آن گردشگری عاملی است برای گفتگوی بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و از نظر سیاسی نیز، روابط بین ملل و دول را متعادل‌تر و نزدیک‌تر می‌سازد. از لحاظ مذهبی نیز بسیاری از ادیان تأکید ویژه‌ای بر سیر و سفر در نقاط مختلف جهان به منظور کسب علم و دانش داشته‌اند. گردشگری در سطوح بالای اقتصادی و اجتماعی باعث شکوفایی استعدادها و ارتقای آموزشی در همه زمینه‌ها می‌شود. کشورهایی که در صنعت گردشگری فعال می‌شوند میلیون‌ها گردشگر را جذب می‌نمایند، در کنار تولیدات انبوه صنعتی کم‌ارزش، در زمینه تولیدات هنری با کیفیت عالی به مقدار کم ولی با ارزش زیاد نیز موفق می‌گردند. از سوی دیگر به دلیل زیر ساخت‌های تکنولوژیکی - فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ایجاد شده در قرن بیست و یکم پدیده گردشگری یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر در رفتار و عمل انسان برای ارضای روح کنجکاو او خواهد بود. گردشگری به دلیل ماهیت و توانایی در جهت اقتصاد عصر پسا ساختاری، موجب تسریع در شکل‌گیری دهکده جهانی خواهد شد. گردشگری در روند رو به رشد خود حتی حکومت‌های غیردموکراتیک، سنتی و درونگرا را نیز مجبور خواهد کرد تسهیلاتی در کلیه زمینه‌ها برای توسعه آن ایجاد کنند.

کشور ایران که دارای توانایی‌های بالقوه عظیمی در زمینه‌های زیست محیطی، تاریخی، میراث فرهنگی و غیره است نمی‌تواند و نباید به دلیل مسائل سیاسی و نگرانی‌های فرهنگی - اجتماعی خود را از این جریان اقتصادی دور نگه دارد و از سوی دیگر بازار بین‌المللی گردشگری نیز نمی‌تواند از جاذبه‌های ایران برای گردشگری چشم‌پوشی کند.

۱-۲- توریست

گردشگری معال فارسی و کاملاً دقیق واژه Tourism در زبانهای انگلیسی، فرانسه و آلمانی است که بصورت مصطلح در زبان فارسی بصورت جهانگردی ترجمه شده است. ریشه این واژه از اصطلاح Tornus یونانی و لاتین گرفته شده که یکی از معانی آن گردش کردن و یا گشتن است و با پسوند Ism یا گری بصورت اسم مصدر Tourism یا گردشگری در آمده است. اصطلاح «توریست» (Tourist) از قرن نوزدهم معمول شده است. در آن زمان اشراف زادگان فرانسه می‌بایست برای تکمیل تحصیلات و کسب تجربه‌های لازم زندگی، اقدام به مسافرت می‌نمودند. این جوانان در آن زمان توریست نامیده می‌شدند و بعدها در فرانسه این اصطلاح در مورد کسانی به کار می‌رفت که برای سرگرمی، وقت‌گذرانی و گردش به فرانسه سفر می‌کردند و بعداً با تعمیم بیشتر به کسانی اطلاق می‌شد که اصولاً به این منظور به سفر می‌رفتند. کم‌کم کلمه توریست به بعضی زبانهای دیگر نیز وارد شد و از آن واژه توریسم (Tourism) بوجود آمد. از همان زمان توریسم و توریست به بعضی از مسافرتها و مسافرینی گفته می‌شود که هدف آنها استراحت و گردش و سرگرمی و آشنایی با مردم بود و نه کسب درآمد و اشتغال به کار.

۱-۳- تعریف توریست یا گردشگر

در شناخت توریست یا گردشگر تعاریف مختلفی از سوی سازمانها و افراد مختلف ارائه شده است که ذیلاً به بخشی از آن اشاره می‌گردد.

واژه «توریسم» (Tourism) به مجموعه مسافرت‌هایی گفته می‌شود که بین مبدأ و مقصدی با انگیزه های استراحتی، تفریحی، تفرجی، ورزشی، دیداری، تجاری، فرهنگی و یا گذران اوقات فراغت انجام می‌گیرد و در سفری که با انگیزه های مختلف به مقصد خاص صورت می‌گیرد که حداقل یک روز و حداکثر یک سال باشد و شخص توریست در مقصد اشتغال و اقامت دائم ندارد.

در سال ۱۹۲۵ کمیته مخصوص آمارگیری مجمع ملل افراد زیر را توریست شناخت:

- ۱- کسانی که برای تفریح و دلایل شخصی با مقاصد پزشکی و درمانی سفر می‌کنند.
- ۲- کسانی که برای شرکت در کنفرانسها، نمایشگاهها، مراسمات مذهبی، مسابقات ورزشی و از این قبیل به کشورهای دیگر سفر میکنند.
- ۳- کسانی که به منظور بازار یابی و امور بازرگانی مسافرت می‌کنند.
- ۴- افرادی که با کشتی مسافرت می‌کنند و در بندری در مسیر راه تا ۲۴ ساعت اقامت می‌نمایند.

۴-۱- طبقه بندی انواع گردشگر

- توریسم دارای انواع مختلفی بوده که بر اساس عوامل متعدد می‌توان تقسیم بندیهایی را برای آن قائل شد. مهمترین عواملی که می‌توان بر اساس آن انواع مختلفی از توریسم را تعریف و طبقه بندی نمود عبارتند از:
- از نظر زمانی: فعالیتهای گردشگری را بشکل کوتاه مدت (کمتر از یک روز)، میان مدت (یک تا سه روز) و دراز مدت (بیش از سه روز) از یکدیگر تفکیک می‌کند.
 - از نظر مکانی: گردشگری را بصورت فعالیتهای گردشگری در حوزه نزدیک، حوزه میانی و حوزه خارج یا دور تقسیم بندی می‌کند.
 - از نظر تابعیت: گردشگران به دو گروه گردشگران خارجی و بین المللی و گردشگران داخلی تقسیم می‌گردد.
 - از لحاظ انگیزه سفر: بر اساس آن گردشگری با انگیزهای استراحتی، تفریحی، درمانی، زیارتی، فرهنگی، اقتصادی، ورزشی و... از یکدیگر تفکیک می‌شوند.
 - از نظر فصل گردشگری: موسم گردشگری را بر اساس فصول مختلف سال طبقه بندی می‌گردد. در این طبقه بندی دو فصل تابستان و زمستان از اهمیت بالاتری نسبت به فصول بهار و پاییز می‌یابند.
 - از نظر شکل و سازمان دهی سفر: مانند سفرهای انفرادی، گروهی، خانوادگی و... که ترکیب گردشگری را تعیین می‌کند.
 - از نظر وسیله نقلیه مورد استفاده: بر اساس نوع وسیله نقلیه مورد استفاده برای انجام سفر طبقه بندی می‌شود.
 - از لحاظ نوع و محل اقامت: گردشگران را بر اساس نوع و محل اقامت، هم از نظر کیفی و هم کمی طبقه بندی می‌کند. مانند گردشگران مقیم در هتلها، مهمانپذیرها، خانه های ویلایی و یا پانسونیهای خانگی، گمپینگ و...

۵-۱- انواع گردشگری:

گردشگری انواع مختلفی دارد و شناخت انواع گردشگری برای برنامه ریزی در عرصه گردشگری اهمیت اساسی دارد. چرا که تقاضاها و خدمات مورد نیاز گردشگران مختلف یکسان نیست؛ برای مثال گردشگرانی که به قصد دیدار اقوام و دوستان مسافرت می‌کنند معمولاً به هتل و حتی رستوران بیرون از منزل نیاز ندارند، اما از سایر امکانات و تسهیلات استفاده می‌کنند. در مقابل، برای گردشگرانی که به قصد تجارت سفر می‌کنند، ممکن است امکاناتی همچون هتل و تسهیلات اقامتی اهمیت زیادی داشته باشد و از طرفی علاقه‌ای به بازارهای محل نداشته باشند. همچنین احتمال دارد گردشگر روستایی (rural tourist) هیچ تمایلی به خدمات شهری نداشته باشد و تمام مدت سفر خود را در روستا اقامت نماید. بر این اساس تاکنون صاحب نظران و سازمان‌های بین‌المللی با توجه به معیارهای مختلف، دسته بندی‌های متعددی از گردشگری، ارائه کرده اند. (۱) گردشگری فرهنگی:

گردشگری فرهنگی، بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد. طبق آمار سازمان جهانی گردشگری ۳۷ درصد گردشگری بین المللی با انگیزه فرهنگی انجام می‌شود و این تقاضا در حال افزایش است. رشد گردشگری فرهنگی و گردشگری میراث (heritage tourism) به عنوان عناصر گردشگری نوین، توجه سیاستگذاران و محققان را در سراسر دنیا به خود جلب کرده است. «گردشگری فرهنگی عبارت است از مسافرت افراد از محل سکونت خود به مکان‌هایی که جاذبه های فرهنگی دارند. این جا به جایی به قصد کسب اطلاعات و تجارت برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می‌شود.» (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵۴).

از جمله ویژگی‌های گردشگران فرهنگی می‌توان به سطح بالای تحصیلات آنان، بالا بردن میانگین سنی آنان و شاغل بودن آنان اشاره کرد. «گردشگری فرهنگی مایل به آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان کاوش در چشم اندازهای فرهنگی جوامع انسانی و درک آنها است (۷۳، ۱۹۹۷). در این نوع گردشگری به جذابیت های فرهنگی توجه می‌شود. از قبیل موزه ها، نمایشگاه ها، ارکسترها، نمایشنامه ها، هنرهای دستی، معماری در ایران علاوه بر موارد فوق، آئین های سنتی نظیر تعزیه، مراسم چهارشنبه سوری، جشن های مذهبی زرتشتی و اسلامی، عزاداری ها مانند محرم و... نیز از جذابیت های فرهنگی می‌تواند تعریف شود. در سال های اخیر از سوی مسئولان گردشگری ایران بارها درخصوص میزان اهمیت گردشگری فرهنگی

و سهمی که ایران می تواند در این زمینه به دست آورد تأکید شده است و ایران در تلاش است در نبود امکانات و شرایط مناسب در دیگر انواع گردشگری، این نوع گردشگری را تبلیغ و رواج دهد.

۲) گردشگری هنری :

گردشگری هنری در پی شناخت هنرهای ملل دیگر و آگاهی از آنان است (پاپلی، ۴۷، ۱۳۸۵) ایرانیان از هزاران سال پیش در زمینه انواع هنرها مانند سفالگری، معرق کاری، کاشیکاری، قالیبافی، نمدمالی، نقاشی، خوشنویسی، مینیاتور و غیره دارای ابداعات و آثار با ارزشی بوده اند که خوشبختانه بسیاری از آنها باقی مانده اند و از جاذبه های ایران برای گردشگران هستند. ۳) گردشگری تاریخی :

این گونه از گردشگری که گردشگری میراث نیز نامیده می شود و به بازدید از موزه ها، مکان ها و ابنیه تاریخی می پردازد، امروزه بخش عمده ای از گردشگری را به خود اختصاص داده است. ایران به دلیل دارا بودن هزاران ابنیه با ارزش تاریخی (یک میلیون و دویست) در این زمینه می تواند بسیار موفق باشد.

۴) گردشگری تفریح و تفریح :

در صنعت گردشگری مسافرت برای تفریح در کانون توجه است. در کشورها یا مکان هایی که پذیرای گردشگرانند، کسانی مسافر تفریحی محسوب می شوند که در مقصد به تفریح و تفریح می پردازند، از اماکن دیدنی بازدید می کنند، سوغات می خردند، عکس می گیرند و سرانجام اینکه برای دوره های کوتاه مدت در آن مکان ها اقامت می گزینند. در این نوع گردشگری، گردشگری ساحلی بسیار مورد توجه است و گردشگران معمولاً برای بهره برداری از چهار sex، sea، S (sun)، sand به سواحل نقاط مختلف سفر می کنند. در این نوع گردشگری کشورهایی همچون اسپانیا، ایتالیا، ترکیه، یونان، آمریکا توانسته اند بیشترین جاذبه ها را فراهم آورند. بیشتر تلاش بازاریابها و پژوهشگران صرف درک این گروه می شود و می کوشند تا چنین گردشگری را میان گروه هایی از افراد که از نظر اجتماعی، ترکیب جمعیتی یا روان شناسی ویژگی های مشابه دارند، تقسیم کنند. با توجه به اینکه ایران کشور گرمی است و هزاران کیلومتر مرز آبی با دریای خزر در شمال و خلیج فارس و دریای عمان در جنوب دارد در این زمینه کشوری با توانایی های بالقوه است، اما به دلایل قانونی، عرفی و مذهبی تمایلی به رواج این نوع گردشگری وجود ندارد. به ویژه مسئله sex به عنوان یک تابو مطرح می باشد و به طرق مختلف مثل حجاب، جلوگیری از روابط دختر و پسر، ممنوعیت ایجاد اماکن رقص، کلوپ های شبانه، کازینو، مشروبات الکلی، گردشگری تفریحی تحت فشار می باشد و به نظر نمی رسد تا سال های آینده تغییرات عمده ای در جهت آزادی اینگونه محدودیت ها رخ دهد.

۵) گردشگری دریایی :

گردشگری که از ساحل دور می شود و به وسط دریا و اقیانوس منوط می شود، و از دهه ۱۹۸۰ در حال گسترش است. کشتیهای بزرگ اقیانوس پیما که گردشگران را پذیرا می شوند و انواع تفریحات سالم و ناسالم را برای آنها فراهم می کنند در حال گسترش اند. کشتی تایتانیک نمونه مشهور آن است، کشتی بزرگ کویین که سالن کنفرانس آن ۱۰۸۰ نفر گنجایش دارد و آن قدر مهم است که به دست ملکه الیزابت ، پادشاه انگلستان افتتاح شد.

سایر تفریحات دریایی ، مثل غواصی، صیید، شکار و مشارکت در پژوهشها (به عنوان گردشگر) در حال گسترش می باشد. ولی این شاخه از گردشگری دریایی نسبت به شاخه ساحل دریا درصد بسیار کوچکی از گردشگران را جذب می کند.

(پاپلی یزدی، ۵۵، ۵۶، ۱۳۸۵)

۶) گردشگری طبیعت گردی :

گردشگری طبیعت نوعی توریسم طبیعی و پایدار است که با مشارکت گردانندگان بومی و بهره گیری از پتانسیل های بومی و طبیعی گردشگری میسر می شود . سازمان جهانی گردشگری؛ اکوتوریسم را اینگونه تعریف می کند: «نوعی از گردشگری که در آن مسافرت به مناطق طبیعی (که به نسبت بدون آسیب مانده) با اهداف مطالعاتی و بهره بصری از مناظر و رستنی های طبیعی و حیات وحش و با توجه به جنبه های فرهنگی هم در گذشته و هم در حال صورت می پذیرد».

گستره فضایی این الگو، محیط طبیعی مثل ساحل، جنگل، کوه، کویر، غار و نظیر اینها است. این الگوی فضایی از گردشگری در برگرفته گونه های متفاوتی از گردشگری شامل گردشگری زیست محیطی، گردشگری دریایی، گردشگری ورزشی، گردشگری صید و شکار، جمع آوری گیاهان و حیوانات و نظیر اینها است. طبق برآورد انجمن گردشگری زیست محیطی، گردشگری طبیعت یا طبیعت گردی ۲۰ درصد و گردشگری زیست محیطی ۷ درصد بازار مسافرت جهانی را در اختیار داشته است. درآمد این نوع گردشگری اغلب جهت حفاظت از محیط و یا امور تحقیقاتی هزینه می شود و تنها تعداد کمی از کشورها نظیر کنیا بخشی از درآمدهای به دست آمده را صرف امور دیگری می نمایند. «گردشگری زیست محیطی، سرمایه و پول فراوانی را از نواحی مرکز به پیرامون می برد و بدین ترتیب عدالت اقتصادی پدید می آورد.» هر گونه برنامه ریزی و سیاستگذاری در حوزه اکوتوریسم باید واجد شرایطی باشد که در وهله اول موجب توسعه اقتصادی جوامع باشد و دیگر تضاد

میان منابع مورد استفاده گردشگران و زندگی ساکنان بومی را به حداقل برساند و چگونگی توسعه گردشگری در این بخش نباید تعارضی با ویژگی های اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی جوامع محلی داشته باشد.

دولت برای رشد این بخش باید چندین اقدام اساسی انجام دهد که عبارتند از؛
الف) بکارگیری نیروهای محلی در این بخش،

ب) افزایش کیفیت طبیعت،

ج) پاکسازی دائمی محیط و دور نگهداشتن آن از آلودگی های صوتی، زباله و ازدحام بیش از حد،

د) فراهم نمودن تسهیلات برای تشکل های غیردولتی و انجمن های محلی برای مشارکت در طرح های اکوتوریسمی، ایجاد مؤسسات و آزمایشگاه های ولو کوچک در جهت شناسایی و تقویت زیست بوم منطقه،
و) تأسیس یگان ویژه محافظت.

ایران در این زمینه نیز دارای قابلیت ها و جاذبه های فراوانی است همین بس که از سوی رئیس سازمان جهانی گردشگری به عنوان یکی از پنج کشور دارای بیشترین تنوع زیتسی و جانوری در دنیا نام برده شده است.

۸) گردشگری تجاری و بازرگانی:

در سفرهایی که با هدف بازرگانی و تجارت انجام می شود، مسافر در گردهمایی ها، کنفرانس ها، نمایشگاه ها، شوراها، برنامه های مذهبی، تبلیغی و کارهای حرفه ای یا تخصصی شرکت می کند. یکی از مهم ترین پدیده های قابل مشاهده در سفرهای بازرگانی سفر چند منظوره است؛ به این معنی که مسافر می تواند با یک سفر، چندین هدف را تأمین کند، برای مثال هنگامی که فردی با هدف بازرگانی به همراه همسرش سفر می کند، یا زمانی که تعطیلات خانوادگی با مسافرت بازرگانی یا شرکت در سمینار هم زمان شود، نوعی مسافرت دو منظوره مشاهده می شود. (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۸۲) کشورهای همچون آمریکا، آلمان، ژاپن، انگلیس بیشترین مسافران تجاری را به خود جلب می نمایند حتی در آمریکا ۲۵ درصد مسافران را این نوع گردشگران تشکیل می دهند. به دلیل وضعیت اقتصادی ایران و نیز اوضاع سیاسی سفرهای تجاری بیشتر از داخل به خارج از کشور می باشد.

۹) گردشگری شهری:

نواحی شهری به علت آنکه جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند. شهرها معمولاً جاذبه های متنوع و بزرگی شامل موزه ها، بناهای یادبود، سالن های تئاتر، استادیوم های ورزشی، پارک ها، شهرسازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مهشورد را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می کند.

«همراه با توسعه گردشگری در نواحی شهری، برای برآوردن نیازهای گردشگران، خدمات حمایتی بیشتری نظیر رستوران و محل اقامت ساخته می شود، البته بازدید کنندگانی که از خارج شهر می آیند تنها کسانی نیستند که از این امکانات استفاده می کنند و خود مردم شهر هم از زیرساخت ها بهره مند می شوند.» (پاپلی، ۱۳۸۵: ۱۸۹) (در این ارتباط می توان به شهرهایی همچون پاریس، لندن، نیویورک اشاره کرد که در درون خود جاذبه های بسیاری را جای داده اند. تهران، اصفهان، تبریز، مشهد، شیراز در بین شهرهای ایران دارای امکانات، جاذبه ها و زیبایی های بیشتری می باشند و هر ساله میلیون ها مسافر را برای بازدید از دیدنی های این شهرها به سوی خود می کشاند.

۱۰) گردشگری روستایی:

در گردشگری روستایی منابع فرهنگی، طبیعی و تاریخی نواحی روستایی به عنوان کالای فرهنگی گردشگری قابل عرضه اند. گردشگری روستایی موجب رشد اقتصادی، ایجاد تنوع و ثبات در اشتغال، پویایی تجارت و صنایع، گسترش فرصت هایی برای رشد درآمد به صورت فعالیت های چندگانه، ایجاد بازارهای جدید برای محصولات کشاورزی و گسترش مبنای یک اقتصاد منطقه ای می شود (Sharply)، ۲۰۰۲، ۳۳۲ (یکی از مهم ترین ویژگی های اقتصاد گردشگری روستایی رغبت بخش خصوصی و سرمایه گذاری به علت کوچک بودن و تنوع و ساده بودن طرح ها است.) (پاپلی، ۱۳۸۵: ۲۰۸) در سال های اخیر با توجه به گسترش زندگی شهرنشینی و ماشینی، بسیاری از مردم تمایل دارند به محیط های آرام با زندگی سنتی سفر کنند، در واقع این نوع گردشگری شباهتی هم به گردشگری بومی دارد علی الخصوص در اروپا و آمریکای شمالی مردم به این نوع گردشگری تمایل دارند. مردم به نواحی کشاورزی، دامداری می روند و مدتی را در آنجا اقامت می کنند و از نزدیک شاهد نحوه زندگی روستایی هستند. در ایران اگر شرایط و امکانات آن فراهم شود گردشگری روستایی می تواند از جمله موارد مهم درآمدزای جهانگردی به حساب آید. ایران دارای روستاهای بکر و سنتی است که برخی از آنها با معماری خاصی که دارند می توانند شهرت جهانی کسب کنند نظیر ماسوله در گیلان، ابیانه در کاشان، زیارت در گرگان و...

۱۱) گردشگری قومی و عشائری:

این نوع گردشگری به منظور مشاهده سبک زندگی افراد بومی و اقوام انجام می شود. هدف گردشگری قومی شناخت اقوام مختلف و شرکت در تجربه های آنها است. تماشای مراسم سنتی، جشن ها، آئین ها از جمله جذابیت های این نوع گردشگری است و برخی نیز جهت درک بهتری از موقعیت خود و یا دنیای معاصر به این گونه سفرها روی می آورند. پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۴۷) در ایران به دلیل وجود اقوام مختلف لر، کرد، ترک، بلوچ، عرب، ترکمن و خصوصیات که هر کدام از آنها دارند واجد جذابیت های فراوانی برای هر ناظر و گردشگر بیرونی است. بسیاری از گردشگران علاقه دارند تا از نزدیک به تماشای زندگی سنتی و قومی بپردازند. گردشگری عشائری قابلیت اقتصاد سرمایه داری را در تعریف فضایی مناطق عشائری و ادغام آنها را در چرخه مصرف نشان می دهد ولی آنچه می تواند با اهمیت باشد شناخت این گونه گردشگری و تجزیه و تحلیل فضای آن برپایه سودمندی، رفاه و پایداری برای رسیدن به توسعه مفید است. توسعه خدمات گردشگری عشائری دارای آثار مثبت و منفی و چالش هایی است که با برنامه ریزی کار فرهنگی می توان از آثار منفی و چالش ها کاست و بر محاسن آن افزود. (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۲۱۰) ایران در این زمینه به طرز چشمگیری غنی است و می تواند موفق به جذب هزاران گردشگر، محقق و انسان شناس از سراسر جهان شود.

۱۲) گردشگری مذهبی:

در این نوع گردشگری افرادی را شامل می شود که به منظور دیدار از اماکن مقدس یا انجام دادن امور مذهبی مسافرت می کنند. میلیون ها مسلمان به عربستان سفر می کنند، مسیحیان به واتیکان یا کلیساهای مقدس، بودائیان به بنارس و برهمنیان به لاهاسا سفر می کنند و... شاید بتوان گفت در ایران این نوع گردشگری بیشترین تعداد را به خود اختصاص داده است. سالانه ۱۵ میلیون نفر از ایرانیان تنها به شهر مشهد که یکی از اماکن مقدس شان در آنجا دفن است سفر می کنند. این شهر در شمال شرقی ایران قرار دارد. همچنین سفر به مکه، کربلا، نجف، دمشق، مدینه از بیشترین اقبال در نزد ایرانیانی که به خارج از کشور سفر می کنند برخوردار است. تقریباً اکثریت ایرانیان آرزو دارند در عمر خود حداقل یک بار از این اماکن را زیارت نمایند. آنها معتقدند این امر از نظر معنوی آنها را به میزانی از رضایت قلبی می رساند اما از لحاظ اقتصادی به نفع کشورهای عراق، سوریه و عربستان سعودی است که بسیاری از مقابر و اماکن مقدس شیعیان (۹۱ درصد ایرانیان شیعه هستند) را در خود جای داده اند. ایرانیان در این سفرها مبالغ زیادی هزینه می کنند آنان برای خود و خویشاوندان خود سوغات خریداری می نمایند و درآمد هنگفتی را به بازارهای کشورهای عربستان سعودی، عراق و سوریه سرازیر می کنند.

این نوع گردشگری چون کاملاً با ایدئولوژی حاکم نیز همخوانی دارد در ایران بسیار ترویج می شود و سرمایه گذاری های کلانی نیز چه در داخل و چه در خارج از کشور برای آن می شود. مثلاً در جریان بمب گذاری هایی که در شهرهای کربلا، سامرا در جریان بحران عراق شده است هم حکومت و هم مردم ایران کمک بسیار زیادی جهت بازسازی آنها نموده اند و این در حالیست که به دلیل ساختن سدها، بزرگراه ها و برخی تأسیسات، سالانه صدها مکان باستانی ایران تخریب و یا برای همیشه نابود می شوند.

۱۳) گردشگری ورزشی:

شمار زیادی از میهمانان کشورهای مختلف اشخاصی اند که با قصد ورزش و تمرین یا شرکت در مسابقات ورزشی، تماشای مسابقه تیم ها یا بازیکنان مورد علاقه شان، یا گذراندن اردوهای ورزشی به سفر رفته اند. ورزش برای عده ای از مسافران جنبه تفریحی و تفننی دارد. مثل کسانی که به دلیل علاقه به موج سواری، قایقرانی، کوهنوردی و اسکی بازی و یا تماشای مسابقات ورزشی به کشوری سفر می کنند و برای عده ای جنبه حرفه ای دارد. مثل تیم ها یا بازیکنانی که برای برگزاری یک مسابقه ورزشی یا گذراندن اردوی تمرینی عازم کشورهای دیگر می شوند. گردشگران ورزشی علاوه بر ورزش اقدام به بازدید از اماکن دیگر و یا احیاناً خرید نیز می نمایند. در ایران تقریباً هیچ مسابقه مهم ورزشی بعد از سال ۱۹۷۹ برگزار نشده است در حالیکه در سال های پیش از این تاریخ ایران میزبان برگزاری بازی های آسیایی در سال ۱۹۷۴، جام فوتبال ملت های آسیا و... بوده است. در این زمینه سه علت عمده می توان متصور بود:

الف) عدم وجود تأسیسات ورزشی استاندارد به اندازه کافی،

ب) تصور نا امن بودن ایران برای برگزاری مسابقات مهم،

ج) عدم وجود خدمات مطلوب (نظیر خدمات حمل و نقل، اقامتگاه و...)

۱۴) گردشگری ماجراجویانه:

«در هر جامعه کسانی هستند که به انجام دادن کارهای متهورانه و مخاطره آمیز علاقه وافر دارند. برخی از این افراد با اقدام به مسافرت های ماجراجویانه به این نیاز درونی خود پاسخ می دهند. چنین گردشگرانی می خواهند از راه های جدید یا غیر عادی، مهارت ها و توانایی های جسمی خود را در مواجهه با سختی ها و دشواری ها بیازمایند. لذا نوعی از گردشگری برای آنان

لذت بخش و جذاب است که توأم با هیجان بیشتر باشد.» (کاظمی، ۱۳۸۵: ۲۶) در واقع این گونه سفرها حس کنجکاوی خطرپذیری و قوای جسمانی انسان ها را مورد آزمایش می نماید. ایران به دلیل برخورداری از تقریباً همه انواع شرایط اقلیمی و طبیعی (کوهستان های سر به فلک کشیده، رودخانه های خروشان، جنگلهای انبوه در شمال کشور، غارها و آبشارها) از توانایی های مناسبی در این زمینه برخوردار است.

۱۵) گردشگری جنسی:

برخی از گردشگران تنها به این منظور به دیگر نقاط سفر می کنند تا بتوانند بخشی از نیازها و غرایز جنسی خود را برآورده سازند، رقم دقیقی از تعداد این گونه گردشگران در دسترس نیست اما با اطمینان می توان گفت سالانه میلیون ها نفر از گردشگران را این دسته تشکیل می دهند. در پاسخ به نیازهای آنان برخی کشورها و یا نواحی سعی کرده اند با فراهم آوردن زمینه ها و امکانات لازم اقدام به جذب تعداد بیشتری از آنان نمایند در این خصوص می توان به کشور تایلند اشاره کرد که sex tourism را اصلی ترین هدف خود اعلام کرده است. در کشور ایران به دلیل محدودیت ها و ممنوعیت های قانونی، عرفی و مذهبی این نوع گردشگری اصلاً موردنظر و قابل طرح نیست و پس از انقلاب ۱۹۷۹ فاحشه خانه ها و کلوپ های شبانه اولین مکان هایی بودند که تخریب و یا تعطیل شده اند.

۱۶) گردشگری سلامت:

گروهی از مسافران برای استفاده از خدمات پزشکی به مکان هایی که تسهیلات درمانی مورد نظرشان وجود داشته باشد، سفر می کنند، بنابراین چنین سفری شامل فعالیت های گوناگونی می شود که با هدف تأمین بهداشت و سلامت فرد یا گردشگر انجام می شود مانند مراقبت بهداشتی و گذراندن دوره نقاهت و بازپروری. گردشگری سلامت (Health tourism) یک مفهوم جدید است. در گردشگری بهداشتی (معالجه، سلامت) معمولاً جریان جابجایی از پیرامون به مرکز است چرا که امکانات ویژه پزشکی و بهداشتی را می طلبد که اغلب در کشورهای پیشرفته موجود است. در سال های اخیر آمریکا، آلمان، سوئیس، اسرائیل، مالزی همواره از کشورهایی بوده اند که بیماران زیادی به منظور درمان به این کشورها سفر کرده اند. البته گاهی جهت درمان نیازمند یک محیط آرام، پاکیزه و زیبا است که چه بسا جریان سفر از مرکز به پیرامون باشد. بالا رفتن سطح دانش مردم دنیا و توجه بیشتر به بهداشت و سلامت موجب افزایش جذابیت این گونه سفرها شده است. «امروزه این نوع توریسم در کشورهای همچون یونان، کروات، صربستان و ... بسیار مورد توجه بوده و رواج دارد. مردم برای درمان بیماری های تنفسی، استخوان درد، پوکی استخوان، بیماری های کلیدی، حساسیت و دیگر مشکلات سلامتی تمایل دارند به چنین مناطقی مراجعه نمایند.

در سال های اخیر در کنار تأکید بر گسترش گردشگری فرهنگی در ایران، به این نوع گردشگری نیز در قالب سخنرانی

مسئولان مربوطه و نیز برگزاری سمینارهایی در این زمینه تأکید ویژه شده است و متولیان امر معتقدند ایران به دلیل برخورداری از طبیعت متنوع، آرام و بکر می تواند سهم بیشتری از گردشگرانی که با قصد معالجه و تقویت سلامتی سفر می کنند را به خود اختصاص دهد. در ایران مکان های زیادی وجود دارد که گردشگران جهت به دست آوردن آرامش، درمان نارسایی های پوستی به آنجا مراجعه می کنند نظیر؛ کوهستان ها، دریاچه های همچون ارومیه، چشمه های آب گرم معدنی نظیر سرعین، لاریجان دارای توانایی های بالقوه ای در این زمینه است اما با توجه به شرایط فعلی و محلی کشور به نظر نمی رسد به تنهایی بتوانند موجب جذب جهانگردان خارجی شوند.

۱۷) گردشگری فضا:

نوع دیگری از گردشگری مسافرت به فضا است که در سال های اخیر آغاز شده است و تاکنون تعدادی از افراد با هزینه خودشان از طریق سایت هایی در آمریکا و روسیه به فضا رفته اند و مدتی را در آنجا به همراه فضانوردان حضور داشته اند. یکی از این گردشگران بانام انوشه انصاری که ایرانی است به عنوان اولین گردشگر زن تاریخ مدتی را در فضا گذراند. به نظر می رسد با توجه به اینکه این گردشگران هزینه های گزافی را می پردازند و این خود می تواند به عنوان حمایت مالی گسترش تحقیقات فضایی مؤثر باشد، در سال های آتی رشد شتابنده گیرد.

۱۸) گردشگری الکترونیکی:

عصر جدید، را برخی عصر الکترونیک نام نهاده اند. گسترش و رواج امکانات و وسایل الکترونیکی نظیر تلویزیون ها، ماهواره و اینترنت، موجب شده است تا مردم هر چه بیشتر و به راحتی با دیگر نقاط دنیا ارتباط برقرار کنند و همچنین دیگر نقاط را مورد شناسایی قرار دهند. تقریباً تمامی شرکت های گردشگری، هواپیمایی ها، آژانس های مسافرتی، اماکن تفریحی، تاریخی و ... در نقاط مختلف دنیا، دارای وب سایت، پست الکترونیک و برخی از آنها دارای شبکه های تلویزیونی، ماهواره ای می باشند و بدین طریق خود را به مردم مناطق مختلف دنیا معرفی می نمایند. در ایران نیز همچون سایر نقاط سعی شده است از طریق

اینترنت جاذبه‌ها معرفی شوند ولی هنوز در حد مناسب و کافی نیست و هنوز بسیاری از علاقمندان اطلاعات مورد نیاز خود را نمی‌توانند از طریق اینترنت به دست آورند.

۱۹) گردشگری مجازی:

گردشگری مجازی (e tourism) مقوله‌جالبی است که حداکثر دو دهه از پدید آمدن آن نمی‌گذرد. گردشگری مجازی، حضور در سرزمین دیجیتالی وب، و مشاهده داده‌های صوتی، متنی و تصویری از دنیای فیزیکی پیرامون ما است. دور دنیا که در نوشته ژول ورن، نویسنده شهیر فرانسوی، در هشتاد روز امکان پذیر شد، امروز با ابر متن‌های اینترنتی، با یک کلیک امکان پذیر است. دور دنیا با یک کلیک، آرزویی بود که امروزه از مرحله آرزو به حقیقتی غیر قابل انکار مبدل شده است. با استفاده از سایت‌های کاخ موزه‌ها، اماکن باستانی جهان می‌توان به دنیایی اطلاعات متنی و تصویری از نمادهای تاریخ باستان دست یافت. برخی از پایگاه‌های دولتی در اینترنت، امروزه سیستم‌های دوربین شهری خود را به سرزمین دیجیتال نیز پیوند داده‌اند. باین دوربین‌ها می‌توانید شهرهای مختلف را به صورت زنده مشاهده کرده و حتی از آن‌ها عکس یادگاری بگیرید. شهرداری تهران و حتی سایت مرکز کنترل ترافیک استان تهران، چنین سرویسی را در دسترس علاقمندان قرار داده است. اما این که چرا مجموعه ارزشمند پاسارگاد یا بیستون یا سعدآباد تهران، از چنین سایت‌های مالیاتی مدیا بی بهره است، پاسخی برای آن نیافتیم؟! خیلی از علاقمندان به بازدید از موزه‌های بزرگ جهان، از هر میثاژ مسکو تا لوور پاریس، از تارنماهای اینترنتی آن‌ها برای مشاهده اطلاعات استفاده می‌کنند. حتی، رزرو بلیط هواپیما، هتل، مسابقات بین‌المللی ورزشی و جشنواره‌های فرهنگی هنری جهانی، امروز با رفتارهای سازمانی الکترونیکی همراه شده است. میلیون‌ها کاربر از سراسر جهان، به دنبال برگزاری تابلستانی مسابقات جام جهان در شهرهای آلمان، امروزه از سایت‌های دولتی و غیر دولتی گردشگری این کشور استفاده می‌کنند. این مسئله، نقش قابل توجهی در آشنایی با فرهنگ و دانش و پتانسیل تجاری و سیاسی و علمی دولت فدرال آلمان داشته است. وقتی کانال **ARD DAS ERSTE** آلمان، پخش مستقیم مراسم قرعه‌کشی جام جهانی ۲۰۰۶ آلمان را پخش نمود، بیش از ۲ میلیارد بیننده از سراسر جهان و صدها میلیون کاربر اینترنت، این مراسم را نظاره‌گر بودند. این مسئله ای بود که تاثیر زیادی بر روی ارتقای سطح حداکثری علاقمندی برای سفر به کشور آلمان ایجاد نمود. بهر حال، با ارتقای سیستم‌های اطلاع‌رسانی و ارتباطی دولتی در (E-GOVERNMENT) بر روی سرزمین دیجیتال، می‌توان به توسعه توریسم اینترنتی و استفاده از میلیون‌ها دلار فواید آن امیدوار بود. (هفته‌نامه آساره، علی محمد آقا زمانی، ۱۳۸۵، ۷، ۲)

۲۰) گردشگری بیابانی:

گردشگری بیابانی برای آن دسته از گردشگران که علاقه به سفر به نواحی خشک و گرمسیر را دارند و یا رویای سفر بر کوهان شتر را در سر می‌پروراند و یا قصد تحقیق در مورد خاک، موجودات زنده و آب و هوای نواحی بیابانی را دارند اهمیت دارد. ایران با دریا بودن ۲ صحرای بزرگ لوت و دشت کویر از این لحاظ نیز برای گردشگری جاذب است اما عملاً اقدام مناسبی از سوی متولیان گردشگری ایران در این خصوص صورت نگرفته است، بسیاری از خارجی‌ان را عقیده بر این است که ایران کشوری بیابانی است اما هیچ اطلاعی از این بیابان ندارند.

۲۱) گردشگری آموزشی و علمی و گردهمایی:

این نوع گردشگری‌ها به منظور تحقیقات یا شرکت در همایش‌های علمی است. در ایران سالانه هزاران سمینار و دوره آموزشی برگزار می‌شود اما تنها تعداد کمی از آنها در سطح بین‌المللی است و از این نظر تعداد اندکی از جهانگردان و یا محققان را به خود جلب می‌کند. علاوه بر آن به دلیل وجود رویکردهای ایدئولوژیکی در دانشگاه‌های ایران و نیز فاصله علمی، تحقیقاتی آن با کشورهای پیشرفته و شرایط خاص اجتماعی، تعداد دانشجویان خارجی در ایران رقم بسیار ناچیزی را تشکیل می‌دهد.

۲۲) گردشگری کاری:

مقصود از این نوع گردشگری تفریح یا استراحت نیست بلکه انجام بخشی از کار توأم با مسافرت است. از مشخصات بارز این گردشگری شرکت در کنفرانسها، گردهماییها، سمینارهای علمی، تحقیقاتی و تخصصی است. انواع گردشگری در حال افزایش است نظیر گردشگری فضایی، گردشگری الکترونیکی و اینترنتی که در سال‌های اخیر آغاز شده است. در گردشگری‌های امروزی (New Age tourism) مسافران قصد دارند از دنیای مادی فاصله گرفته و به مفهوم عمیق و معنوی تری از زندگی دست یابند. (چاک وای، ۱۳۸۵: ۱۶۰) با توجه به نوع نظام حکومتی، مقررات و اعتقادات جامعه ایران امکان انواع گردشگری که به قصد تفریح و سرگرمی رواج دارد فراهم نمی‌باشد و یا بسیار محدود است. لذا جذب گردشگرانی که با انگیزه‌های فرهنگی، آشنایی با آداب و رسوم جوامع روستایی و اقوام، بازدید از آثار تاریخی، طبیعت‌گردی و انجام فعالیت‌های ورزشی مثل کوهنوردی اقدام به سفر می‌کنند، میسر می‌باشد. بنابراین ایران برنامه‌های عمده خود را در

این نوع گردشگران می تواند متمرکز کند. لازم به ذکر است در ایران انواعی از گردشگری رواج دارد که در دیگر کشورها چندان رایج نیست مثل گردشگری آثار جنگ، گردشگری زیارت اهل قبور که به منظور بازدید از قبور خویشاوندان و کشته شدگان جنگ صورت می گیرد. در گردشگری آثار جنگ، ایرانیان از میادین جنگ، گورستان های جمعی، اماکن و اسارتگاه ها و آثار بازمانده از جنگ بازدید می کنند که به دلیل هشت سال جنگ ایران و عراق ۱۹۸۸-۱۹۸۰ بیشتر در مناطق غرب ایران آثار مخرب خود را بر جای گذاشت.

۱-۶- پیشینه مسافرت و جهانگردی در جهان

مردم در تمدن های ما قبل تاریخ فقط برای بدست آوردن غذا و دوری از خطر و یا نقل مکان به مناطقی که دارای آب و هوایی بهتر بود اقدام به سفر می کردند، در دوره های بعد، انگیزه تجارت و تبادل کالا به علل فوق اضافه شد، با گسترش امپراتوری های باستان، مسافرت های رسمی دولتی که حاصل آن اعزام نمکابندگان حکام به مکان های دور دست، جهت جنگ ها و یا دریافت مالیات و خراج بود، نیز شروع گردید، در دوره حکومت خانواده های سلطنتی در مصر، مسافرت با قصد تجارت و تفریح انجام می شد.

در زمان اوج امپراتوری روم هم مسافرت گسترشی فراوان داشت، برای شرکت در مراسم مذهبی و ورزشی یا دیدن مکان های جدید و تاریخی در یونان و مصر و یا برای خرید، رومی ها اقدام به مسافرت می کردند. قرون وسطی (سده پنجم تا چهاردهم میلادی) مسافرت و تجارت اهمیت و رونق خود را از دست داد و بیشتر سفرها با سفارش کلیسا های مسیحی برای زیارت انجام می شد. در سده چهاردهم، مسافرت به قصد زیارت به صورت یک پدیده انبوه و سازمان یافته در آمده بود. سفرها به بیت المقدس با هدف مذهبی که به نوعی یک مسافرت تفریحی و اجتماعی هم محسوب می شد انجام می گرفت. در نیمه دوم سده سیزدهم، مارکوپولو از اروپا به آسیا سفر کرد، نخستین مسافرت دسته جمعی (کاروان زیارتی) هم در سده پانزدهم انجام شد که از ونیز، مسافران را با تقبل خدمات کامل، برای زیارت به بیت المقدس می برد. در دوره رنسانس (سده چهاردهم تا هفدهم) بیشتر سفرها با اهدافی نظیر کسب دانش و تجربه آموزی انجام می شد، در زمان الیزابت اول ملکه انگلستان، برای نخستین بار، جواز مسافرت، صادر شد که تا سه سال هم اعتبار داشت. مسافران این عصر، عموماً از راه پاریس و فرانکفورت به ایتالیا می رفتند.

کاروان های مسافرتی با ساختاری منظم در دوره الیزابت (گراندتور) نامیده می شد. (نیمه سده هفدهم تا نیمه سده نوزدهم) که افراد برای کسب دانش و تجربه های جدید، به مسافرت می رفتند. در دوران انقلاب صنعتی (۱۷۵۰-۱۸۵۰) گردش های دسته جمعی به مفهوم امروزی به وجود آمد. در پایان سده ۱۹ کارگران دارای تعطیلات سالیانه شدند و تعطیلات خود را در کنار دریاها می گذراندند، در همین دوران بود که برخی از مکان هایی که تا آن زمان فقط اختصاص به تفریح و گردش طبقه مرفه و ثروتمند داشت، گسترش یافته و تأسیسات جدیدی به وجود آمد و فضای لازم برای مسافرت طبقات دیگر مردم فراهم گردید. تکنولوژی نوین نظیر خطوط هوایمپایی، کامپیوتر و ارتباطات ماهواره ای و... باعث شد که در سده بیست و سپس بیست و یک، شیوه زندگی، کار، بازی و تفریح دگرگون شود. پیشرفت تکنولوژی باعث شد که به دلایل متعدد بر میزان مسافرت، گردش و جهانگردی توسط اقشار مختلف مردم افزوده شود، زیرا این پدیده توانست زمان تفریح را افزایش دهد، درآمدها را بالا ببرد، ارتباطات را تقویت نماید و شیوه های کارآمدی، از حمل و نقل را ارائه نماید. در حال حاضر مسافرت و گردش در سطح جهان به صورت یکی از بزرگترین منابع درآمد به حساب می آید.

۱-۷- صنعت جهانگردی در جهان :

بر اساس داده های سازمان جهانی توریسم، که در ژانویه سال ۲۰۰۰، گرد آوری و در ماه مارس ۲۰۰۰، انتشار یافته است، تعداد گردشگران در سطح جهان در سال ۱۹۹۹ برابر با ۶۵۷ میلیون نفر بوده است که نسبت به سال قبل، رشدی برابر با ۳/۲ درصد داشته است. در همین سال نیز درآمد جهانی حاصل از توریسم برابر با ۴۵۵ میلیارد دلار آمریکا بوده است. طبق داده ها (در سال ۱۹۹۹) فرانسه در صدر کشورهای توریست پذیر جهان قرار داشته است و بعد از آن به ترتیب کشورهای اسپانیا، آمریکا، ایتالیا، چین، انگلیس، مکزیک، کانادا، لهستان، اتریش، آلمان، فدراسیون روسیه، چکسلواکی، مجارستان، پرتغال و... قرار داشته اند.

تقریباً بیش از نیمی از توریست های جهان از کشورهای اروپایی و از هر ۵ نفر توریست، یک نفر دارای ملیت آمریکایی بوده است. کشورهای آسیای شرقی، پاسفیک نیز سهمی برابر با ۱۴ درصد از کل جهانگردان را به خود اختصاص می دهند. در سال ۱۹۹۹، ایالات متحده بیشترین درآمد ارزی را از صنعت توریسم جهانی با درآمدی برابر ۷۳ میلیارد دلار به خود اختصاص داده است. پس از آن کشورهای اسپانیا، فرانسه، ایتالیا، انگلیس، آلمان، چین، اتریش، کانادا، مکزیک، فدراسیون