

تأمین فضای اقامتی مناسب برای مسافران و زائران مشهد

مقدمه

وجود جاذبه های توریستی فراوان در ایران و نیز میراث‌های عظیم تاریخی و تمدن چندین هزار ساله این کشور، از جمله عواملی هستند که می توانند ایران را به یکی از قطب‌های بزرگ جهانگردی تبدیل نمایند.

شهر مشهد به دلیل سوابق تاریخی و وجود مرقد مطهر حضرت رضا (ع)، یکی از مهمترین زیارتگاه‌های شیعیان است و مورد توجه توریسم به خصوص توریسم مذهبی می باشد. این شهر، سالانه پذیرای بیش از ۱۷ میلیون نفر زائر و مسافر از سراسر ایران و سایر کشورهای اسلامی است. مشهد بزرگترین مرکز شهری در منطقه شرق کشور و از لحاظ جمعیتی پس از تهران، دومین شهر پر جمعیت ایران است.

حضور زائران و گردشگران در مشهد، زمینه ساخت و تأسیس هتل‌های متعدد را برای پذیرایی و اقامت مسافران به وجود آورده است. تأمین امکانات سکونت موقت، رفت و آمد زائرین و نیز ارائه انواع خدمات مورد نیاز آنها، از مسائلی است که حل آن برای شهر مشهد از اهمیت حیاتی برخوردار می باشد.

چگونگی رسیدن به این اهداف از طریق کشف پتانسیل‌های منطقه، احیاء و استفاده از آنها، البته نه به صورت تک منظوره و صرفاً از دیدگاه اقتصادی، بلکه با استفاده پایدار صورت می پذیرد، به طوری که نیازهای انسان امروز را برآورد و جامعه آینده نیز از آن بهره مند شود. همچنین با توجه به سایر تبعات توریسم از قبیل آثار فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و... که بر کل جامعه (جامعه میزبان و جامعه توریست) تأثیرگذار است، ایجاد مراکز اقامتی- تفریحی، امکاناتی را در جهت اهداف بالا به وجود می آورد.

البته عواملی چون وجود امنیت در مقیاس کل، سیاست‌های کلان کشوری، سیستم‌های مدیریتی، سطح تبلیغات، نوع برخورد با نوع توریست، هماهنگی سازمانها، وجود سرمایه و بودجه و... نیز در این گذرگاه سهم هستند که پرداختن به آنها به بررسی عمیق و وسیع نیازمند است.

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه شیراز

هدف از مطالعات حاضر تلاشی برای ایجاد مجموعه‌های اقامتی با کیفیت و استانداردهای بین‌المللی با استفاده از نقاط قوت و پتانسیلهای موجود، برای گسترش و پویایی صنعت توریسم است. نتیجه این مطالعات؛ طراحی معماری یک هتل بین‌المللی در بافت مرکزی شهر مشهد می‌باشد، که جهت پاسخگویی به بخش پذیرایی و امکانات اقامتی توریسم، طراحی شده است.

اهداف مورد نظر

- حرکت به سوی کسب جایگاه واقعی ایران در زمینه توسعه توریسم و رهایی از اقتصاد تک محصولی؛
- پرداختن به مسئله جهانگردی و رسیدن به زندگی اجتماعی و همچنین انسان سالم؛
- به وجود آوردن امکانات اقامتی و رفاهی با سطح کیفیت بالا برای اسکان زائران و مسافران.

۱. طرح مسئله

مشهد دومین شهر ایران به لحاظ جمعیت و وسعت می‌باشد، که دارای ویژگیهایی است که در راستای بیان مسئله به مواردی از آن می‌پردازیم. وجود بناهای تاریخی که قدمت تعدادی از آنها بیش از ۵۰۰ سال است زمینه جذابیت صنعت توریسم را فراهم کرده است. از جمله این بناها می‌توان به مجموعه حرم امام رضا (ع)، مقبره شیخ بهایی، گنبد سبز و اشاره کرد.

مشهد به علت سوابق تاریخی خود مورد توجه توریسم به خصوص توریسم مذهبی است. این شهر، در حال حاضر به عنوان مرکزیت استان خراسان رضوی، پاسخگوی نیازها و مراجعات اداری و تجاری و درمانی مردم خراسان بزرگ می‌باشد.

حوزه شهری پیرامون حرم مطهر دارای دو نوع جمعیت است: جمعیت ساکن (اهالی) و جمعیت متحرک (زائران و مسافران). با بررسی آمار پایانه‌های مشهد می‌توان دریافت که مشهد سالانه میزبان بیش از ۱۷ میلیون نفر زائر مسافر ایرانی و ده‌ها هزار توریست مذهبی و مسافر خارجی است. در این میان، شهر جهت پذیرایی از سیل میلیونی مسافر تنها از ۷۳ هتل ستاره دار، ۵۱۳ میهمانپذیر، ۹۳ هتل آپارتمان و ۴۳ زائرسرا برخوردار

است. این کمبود، باعث ایجاد مشکلات زیادی برای مسافران و زائرین شده است و گاهی باعث ناهنجاری در ظاهر شهر و اشغال فضاهای باز شهری توسط آنها شده است. آنچه در این مقاله عنوان شده، شرایط مناسب برای طراحی هتل ۵ ستاره بین المللی در شهر مشهد است که مکان یابی آن نیز مورد بررسی قرار گرفته است و جهت پاسخگویی به نیاز اقامت و گذران اوقات فراغت زائران، مسافران داخلی و جهانگردان بین المللی طرح شده است.

۱-۱. ضرورت تحقیق

آگاهی در زمینه مسائل مربوط به جهانگردی با مطالعه علمی این پدیده اجتماعی امکان پذیر است. شناخت نمادهای فرهنگ مادی و معنوی هر جامعه، راه را در جهت طراحیهای متمر ثمر هموار ساخته و به جذب بیشتر جهانگرد و در نتیجه بهره وری در منافع سرشار آن منتهی می گردد و از این رهگذر بی تردید بر توان اقتصادی هر کشور افزوده می شود. لذا نخستین اقدام هر سازمان جهانگردی فراهم نمودن وسایلی است که متخصصین دست اندرکار این رشته معین، به خصوصیات جامعه خود آشنا شده، خواستههای جهانگردان را بهتر تشخیص داده و در نتیجه امکان برنامه ریزیهای مؤثر و مفید وجود داشته باشد.

از سوی دیگر علاوه بر منافع اقتصادی که در پدیده جهانگردی مستتر است، تداخل فرهنگهای گوناگون و تأثیر و تأثر متقابل آنها، راه را برای رسیدن به ویژگیهای مشترک جهان هموار می سازد و راهی است که در جهت شناساندن هر کشور و جاذبه های آن به سایر ملل و بالا بردن ارج و مرتبت جهانی آن وبا دریافت چنین اصولی کوشش خواهد شد تا به شناخت علمی جهانگردی مبادرت ورزیده و به تأثیر آن پدیده اجتماعی پرداخته شود، باشد که چشم اندازی وسیعتر در زمینه راه های جذب بیشتر جهانگرد ترسیم گردد.

شهر مشهد به دلیل وجود مرقد مطهر حضرت رضا (ع)، یکی از مهمترین زیارتگاههای شیعیان است و سالانه پذیرای میلیونها نفر زائر و مسافر از سراسر ایران و سایر کشورهای اسلامی است. مشهد بزرگترین مرکز شهری در منطقه شرق کشور است و از لحاظ جمعیتی پس از تهران، دومین شهر پر جمعیت کشور است.

موقعیت اقلیمی و آب و هوایی، شرایط جغرافیایی و راههای ارتباطی و قرارگرفتن در مسیر تاریخی راه ابریشم و شرایط سیاسی، تجاری و فرهنگی برجسته این شهر باعث شده است تا جایگاه ویژه ای را در منطقه استان و کشورمان به دست آورد. همچنین تنوع جاذبه های این شهر باعث گردیده مردم از نقاط مختلف کشور و جهانگردان خارجی و به خصوص مسلمانان کشورهای دیگر، آن را جایگاهی برای گذراندن ایام فراغت و آشنایی با مردم دیگر شهرهای کشور و سایر ملل مسلمان یافته و بارها به آن شهر مسافرت نمایند.

مراجعه سالیانه میلیونها زائر و مسافر به مشهد مسائل متعددی را در تمام شئون زندگی شهری به وجود می آورد. تأمین امکانات سکونت موقت، رفت و آمد زائرین و نیز ارائه انواع خدمات مورد نیاز آنها از مسائلی است که حل آن برای شهر مشهد از اهمیت حیاتی برخوردار می باشد. در حال حاضر بافت موجود شهری در مرکز شهر مشهد از جنس بافت مسکونی می باشد که ۷۰ درصد از کاربریها را به خود اختصاص داده است که شبکه های دسترسی آن کهنه و فاقد کارایی لازم است. ناتوانی بافت فرسوده مرکز شهر مشهد در پاسخگویی به نیازهای فزاینده زائران و ساکنان آن و نیز توجه به جایگاه ملی و فراملی شهر مشهد، ضرورت اجرای طرح نوسازی و بازسازی بافت پیرامون حرم را آشکار می سازد. اما این طرح زمانی به موفقیت دست می یابد که در ضمن دارا بودن هویت فرهنگی شایسته و در خور شأن مجموعه زیارتی حرم مطهر و برخورداری از خصوصیات کالبدی و کارکردی مناسب، بتواند با در نظر گرفتن الگوهای رفتاری، معیارهای ارزشی و نیز توجه به نظام اجتماعی و شیوه های معیشتی خاص منطقه، در تدوین روشها و الگوهای طراحی و ساخت منطبق با امکانات و مقتضیات ملی و محلی گام بردارد.

جهت رفع این معضلات به خصوص اقامت موقت زائران در مشهد، راه حلی مناسبی اندیشیده نشده است و تنها به افزایش تدریجی میهمان پذیرها و زائرسراها و برپایی کمپهای موقت با کیفیتی نازل در بعضی مکانهای نامناسب اقدام شده است. از آن جمله می توان به حاشیه بلوارها و پارکها برای اقامت مسافرین اشاره کرد. این روش برخورد سطحی و مقطعی با مسئله است و نه تنها باعث بروز ناهنجاریها در ظاهر شهر و به خصوص در محدوده فضای باز شهری مشهد گردیده است، بلکه باعث ایجاد اختلال در عملکرد اصلی این فضاها نیز شده است.

از آنجا که سیاست گذاران در برنامه ریزیهای کلان قصد در جذب هر چه بیشتر توریست و به خصوص توریست مذهبی (داخلی و خارجی) را دارند، اقدام به ایجاد خدمات شهری مناسب و یافتن شیوه های کارآمد در این راستا، امری ضروری می باشد. با گسترش صنعت توریسم تحول عظیمی در اقتصاد کشورهای مختلف جهان به ویژه کشورهای صنعتی و پیشرفته صورت گرفته است و اقتصاد این کشورها را به اقتصاد خدماتی تبدیل کرده است.

مشهد مقدس به علت وجود بارگاه ملکوتی امام رضا (ع)، سالانه مورد توجه توریسم و جهانگردان بسیاری از داخل و خارج کشور قرار می گیرد، بدین منظور برای پاسخگویی به نیازهای این مراجعه کنندگان، راهکارهای طراحی برای یک مرکز اقامتی بین المللی در مشهد با هدف سامان دهی بخشی از خدمات پذیرشی در صنعت توریسم و جهانگردی، در این مقاله بیان شده است.

۲-۱. روش مطالعه و تحقیق

روش تحقیق، مشتمل بر دو محور مطالعات کتابخانه ای (نظری) و مطالعات میدانی (مصاحبه و مشاهده عینی) بوده است.

- در محدوده مطالعات کتابخانه ای با مراجعه به کتابها، مقالات، منابع مختلف، شبکه اینترنت و پایان نامه های کارشده در رابطه با موضوع بررسی و داده ها، جمع آوری شده است. همچنین با مراجعه به ارگانها و مراجع ذیصلاح مرتبط با موضوع طرح شده، پس از ارزیابی و به روز کردن آمار و اطلاعات به دست آمده، از نتایج آن استفاده شده است.

- مطالعات میدانی شامل شناخت منطقه، تحلیل محیط، بررسی موقعیت زمین، منابع موجود، پستی و بلندیها، بناها و شکل و بافت منطقه، دید و پرسپکتیوها، پوشش گیاهی، جنس زمین و دیگر عناصر و عوامل محیطی است.

همچنین با مراجعه به هتلها شهر مشهد در مهرماه ۱۳۸۴ و مشاهده جنبه های مختلف طراحی، به تنظیم پرسشنامه اقدام گردید. پس از تنظیم پرسشنامه و انجام مصاحبه حضوری با هتلداران و مدیران داخلی هتلها مشهد، به تحلیل پاسخها و مقایسه آنها و ارزیابی عرضه و تقاضا در باب وضعیت اسکان مسافر و همچنین بررسی کیفیت فضاهای گوناگون هتل و ارتباط عملکردی فضاها نسبت به یکدیگر، جمع بندی و نتیجه گیری شده است.

به طور کلی در پژوهش از دیدگاهها، روشها و شیوه های مختلف استفاده شده است و سعی شده تا محتوای آن وجوه ممکن موضوع طراحی را روشن کند.

۲. اهداف و حقوق جهانگردی در اسلام

سیر و سیاحت در پهنای گیتی، یکی از حقوق اولیه انسانهاست، که فطرت و شریعت برای آنها در نظر گرفته است.

« هو الذی جعل لکم الارض ذلولا فامشوانی مناکبها و کلوا من رزقه و الیه النشور»
(سوره ملک ۶۷:۱۵)

پهنای زمین برای همه کسان، رام و آماده است تا در اطراف و اکناف آن، دشت و صحرا، کوهها و دره ها، هر کجا که بخواهند و پسندند، قدم نهند و بهره گیرند و این حق همه انسان هاست که خداوند در اختیارشان نهاده است. این حق الهی و طبیعی است که هیچ مانعی نمی تواند جلوی آن را بگیرد، یعنی: هرگونه ایجاد مانع در این زمینه، فاقد مشروعیت طبیعی و الهی است. لذا از روز نخست، انسان به این حق مشروع خود پی برده و تا توانسته در اطراف و اکناف زمین قدم نهاده و هر کجا را پسند کرده، رخت اقامت افکنده است. در طول تاریخ، سیاحان و جهانگردان بسیاری به این راز طبیعی پی برده و از آن بهره فراوان برده اند که عمده هدف، کشف و تحقیق و شناخت های جدید و آگاهیهای تازه بوده که بیشتر در راستای تجارت و اندوختن علم به کار گرفته می شده است.

یکی از مهمترین وسیله ها برای پخش و نشر فرهنگ اصیل اسلامی علاوه بر عواید اقتصادی، جذب جهانگردان است و این مشروط به دو شرط اساسی است:

الف- اصلاح درونی ساختار اجتماعی کشور است. ساختار جامعه مهمانپذیر باید به گونه ای باشد که برای میهمان اعجاب انگیز و جاذبه دار باشد. ارزشها نمودار و ضدارزشها جایی نداشته باشد.

ب- حریم حرمت میهمان نگاه داشتن. میهمان حریمی دارد که باید حرمت آن نگه داشته شود و هرگونه سهل انگاری در این باره، حتماً به زیان جامعه و موجب نقض غرض می شود و نتیجه معکوس می دهد.

باید مسافر را با جان و دل پذیرا بود، باید غریبان را نوازش و سیاحان را دوست داشت و از آسیب رساندن به آنان جلوگیری کرد و متقابلاً از گزند و آسیب آنها برحذر

بود. اگر در مملکتی چنین نشود و خاطر مسافری آزرده شود، آن مملکت به زودی تباه و خراب شده و از حکام و ولات آن نام نیکی در جهان نخواهد ماند. بنابراین بر کشورهای میزبان واجب است تا با در نظر گرفتن اهداف جهانگردان، تحقق این هدفها - به گونه سالم- را فراهم سازد.

۳. گردشگری زیارتی در ایران

موقعیت بسیار ویژه ایران از لحاظ دارا بودن جاذبه ها (مقاصد)ی زیارتی ادیان و مذاهب مختلف برای جذب زائران خارجی مسلمان، مسیحی، زرتشتی و یهود به اندازه ای است که می توان ایران را در این زمینه دارای «مزیت استراتژیک» دانست. این جاذبه ها بخشی مهم از جاذبه های فرهنگی در قرن ۲۱ (قرن جهانگردی قومی و فرهنگی) محسوب می شوند.

کمبود توجه در سطح عالی سیاستگذاری به بخش زیارت (به عنوان یک مزیت در جهانگردی ایران برای جلب زائران خارجی) به گونه ای که در سند برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران (۸۳-۱۳۷۹)، در هر سه بخش «بررسی تحولات و تبیین وضعیت موجود»، «مشکلات و تنگناها»، «چشم انداز آینده»، تأکید بر جنبه های اقتصادی جهانگردی بدون توجهی درخور به جهانگردی مذهبی و زیارت، کاملاً مشهود است. در واقع، هدفها و سیاستهای کلی جهانگردی مذهبی و زیارت به نحوی که بتواند راهگشای برنامه ریزی و اجرای فعالیتهای در این زمینه باشد، وجود نداشته و مشخص نبوده است. این در حالی است که یکی از اهداف و وظایف اساسی سازمان ایرانگردی و جهانگردی، ایجاد هماهنگی و برنامه ریزی در فعالیتهای سیاحتی و زیارتی کشور است. تفکیک منابع صدور زائر به ایران نشان می دهد که منابع اصلی در مورد زائران مسلمان، کشورهای همسایه مانند پاکستان، کویت، بحرین و عراق هستند. این مسئله بیانگر آن است که همسایگان شیعه نشین ایران در خاورمیانه می توانند یکی از بازارهای عمده صدور زائر به ایران باشند (همچنین اقلیتهای شیعه در کشورهای چون عربستان سعودی، یمن و امارات متحده عربی). این در حالی است که کشورهای خاورمیانه در وضعیت کنونی از نظر تعداد جهانگردان ورودی به ایران با فقط ۸/۵ درصد و از نظر درآمد ارزی حاصل شده با فقط ۱۰/۵ درصد در رده چهارم منابع صدور جهانگرد به ایران قرار دارند.

شناسایی و دسته بندی جاذبه های زیارتی اسلامی، زرتشتی، مسیحی و کلیمی، این امکان را به زائران می دهد که در کنار شناخت مقصد یا مقاصد زیارتی خود- در صورت تمایل- به اولویت بندی در زیارت نیز پردازند و یا بر اساس مجموعه اطلاعات و امکانات خود به انتخاب دست بزنند. از سوی دیگر، طبقه بندی جاذبه های زیارتی که مشهود نیستند، بینجامد.

۴. ویژگیهای زائرسرا

زائرسرا محلی است برای اقامت موقت زائرین یک مکان مقدس که خانه و کاشانه خود را با پیمودن مسافت دور به قصد زیارت به آن محل عزیمت می کنند. شاید بتوان زائرسرا را اقامتگاهی دانست که میهمانان آن با انگیزه های زیارتی قصد سفر کرده اند.

استفاده کنندگان از یک مجموعه زائرسرا دو گروه اند:

الف- زوار ایرانی

ب- زوار از کشورهای عربی و غیراسلامی

در زمینه کاربری زائرسرا باید به بعضی ویژگیهای استفاده کنندگان از جمله وضعیت اعتقادی، روحی، روانی و اقتصادی آنها توجه نمود.

از مجموع طوایف مسلمان جهان، شیعیان دارای اعتقادات و مراسم مخصوص به خود می باشند. بخشی از این اعتقادات به دیدگاه شیعیان نسبت به دین، اولیا و ائمه، زندگی بعد از موت، شفاعت بزرگان دین و... برمی گردد.

شیعیان معتقدند مؤمنان و متقیان، به خصوص رسول اکرم (ص) و ائمه معصوم (ع)، دارای آن چنان شأنی نزد خداوند می باشند که به وسیله این شأن به صورت واسطه میان خداوند و بشر قرار می گیرند. و از این طریق بعضی نیازهای مردم را، چه دنیوی و چه اخروی، به هنگام درخواست برآورده می سازند. به همین علت، مردم از اقصی نقاط جهان برای زیارت و طلب نیاز به نزد ائمه می آیند تا حاجت روا شوند و یا شفاعت اخروی را از ائمه بخواهند. این ویژگی صدها سال است که نزد شیعیان عمق و گسترش یافته است. لازم به ذکر است ویژگی روحی و نوع دیدگاههای متفاوت موجود نزد شیعیان نسبت به موضوع زیارت و سفر زیارتی از جمله موارد مهمی است که ما را در طراحی صحیح اقامتگاه زائرین و مسافران، یاری می رساند و ذکر موارد فوق از این جمله است.

رفتار زائرین به جهات گوناگون قابل تقسیم می باشد. افرادی که نیتی جز رسیدن به مطلوب که همانا زیارت امام رضا(ع) می باشد ندارند. این زائرین به هنگام مستقر شدن، از اقامتگاه خود فقط به عنوان محل مطمئن جهت قرار دادن توشه سفر و استراحت چند ساعته در طول روز استفاده می کنند و علاقه دارند که حداکثر مدت سفر خود را به حضور در جوار مرقد مطهر امام هشتم اختصاص دهند. گروه دیگر، در سفر زیارتی خود به جنبه سیاحتی سفر نیز توجه می نمایند و بدین لحاظ به گشت و گذار در شهر و استفاده از طبیعت و فضای سبز نیز اهمیت می دهند. تعداد زیادی از زائران نیز به جنبه عقلی و تفکری سفر نیز اهمیت می دهند و سعی می کنند از لحاظ آشنایی با سیره امام، احادیث امام و شهادت ایشان اطلاعاتی به دست آورند که در این زمینه وجود مرکز اطلاع رسانی، نمایشگاه جنبی و فضای تعزیه خوانی و شبیه خوانی ضروری به نظر می رسد؛ چرا که جنبه عقلی و اهتمام به حیات و سیره ائمه و همچنین رسالت آنان از جمله مسائل مهم است که در کنار جنبه عاطفی ارتباط با ائمه معصومین از اهمیت خاصی برخوردار است.

یکی دیگر از مسائل قابل تأمل کیفیت سفر مسافری است؛ چرا که برخی گروهها به صورت هیأت و دسته جمعی به قصد زیارت عازم عتبات مقدس می شوند که در صورت هم جنس بودن، ترجیح می دهند در یک فضای مشترک و به صورت دسته جمعی بیتوته کنند. برای این گروه، اغلب جنبه مادی و هزینه بیتوته مهم می باشد. برخی دیگر نیز به صورت کاروانهای خانوادگی سفر می کنند و نیاز به فضای محدود اما مستقل دارند. برای این گروه از افراد، اتاقهایی با خدمات محدود نیز کافیست. گروه دیگر نیز به راحتی و استقرار مناسب در اقامتگاه های زائرسرا اهمیت بیشتری می دهند. این افراد، چه از زائرین ایرانی و چه از کشورهای عربی اسلامی و یا از دیگر کشورهای جهان، ترجیح می دهند که در یک فضای مناسب اقامت نمایند. برای این گونه زائران، فضای اقامتی با خدمات بیشتر در نظر گرفته می شود (سوئیت).

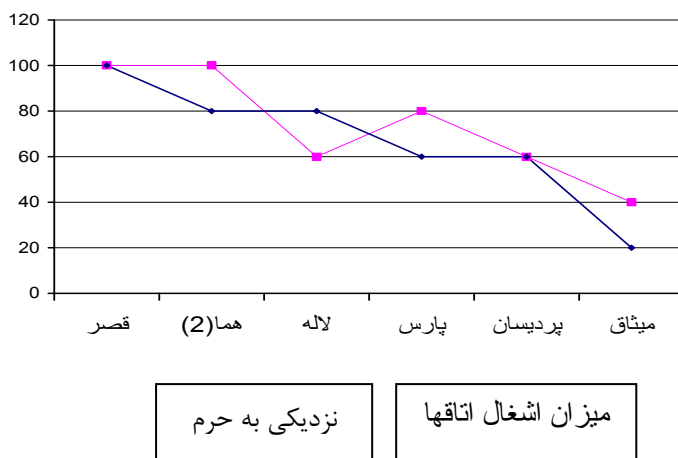
۵. مطالعه در مورد هتل های بزرگ مشهد

برای دستیابی به ایده های کاربردی و صحیح برای طراحی مناسب هتل در مشهد، تحقیقی در مورد ۶ هتل بزرگ سطح مشهد، در مهرماه ۱۳۸۴ انجام گرفت. بدین منظور پرسشنامه ای طراحی گردید و به طور حضوری با هتلداران و مدیران داخلی این هتلها مصاحبه شد. پس از تکمیل پرسشنامه، به تحلیل پاسخها و مقایسه آنها و ارزیابی عرضه

و تقاضا در مورد وضعیت اسکان مسافر و همچنین بررسی کیفیت فضاهای گوناگون هتل و ارتباط عملکردی آنها نسبت به یکدیگر، جمع بندی و نتیجه گیری شده است.

۵-۱. داده های تحقیق

با توجه به این تحقیق، ارتباط نزدیکی میان وضعیت قرارگیری هتل در شهر مشهد و جذب مسافران دیده می شود. بر اساس نتایج به دست آمده، هتلهایی که به مرکز شهر نزدیکترند، تعداد بیشتری از اتاقهایشان در طول سال اشغال می شود. دلیل این موضوع این است که اکثر مسافران شهر مشهد، برای زیارت به این شهر زیارت می کنند و هرچه محل اقامت آنها به حرم امام رضا (ع) نزدیکتر باشد، اوقات بیشتری می توانند به زیارت بپردازند. در نمودار زیر موقعیت مکانی ۶ هتل بزرگ مشهد نسبت به مرکز شهر و ارتباط آن با میزان اشغال اتاقها دیده می شود (ضمیمه الف).



نمودار ارتباط نزدیکی هتلها با مرکز شهر و میزان اشغال اتاقها

در این نمودار هتل قصر، هما (۲)، لاله، پارس، پردیسان و در نهایت هتل میثاق به ترتیب به مرکز شهر مشهد و حرم رضوی نزدیکترند. اگر برای تعداد کل اتاقهای یک هتل، عدد ۱۰۰ در نظر گرفته شود، میزان آن برای هتل قصر مشهد ۱۰۰ درصد و برای هتل میثاق مشهد ۲۰ درصد در نمودار دیده می شود.

بر اساس نتایج به دست آمده هتلهایی که در مرکز شهر مشهد می باشند از تقاضا برای اتاقها ابراز رضایت می کنند، در حالی که هتلهایی که در مرکز شهر مشهد قرار

ندارند، از تقاضا برای فضاهای عمومی از جمله سالنهای پذیرایی، گردهمایی و فضاهای ورزشی ابراز رضایت می کنند.

تقریباً ۸۰٪ هتل داران، ظاهر و حجم ساختمان هتل را در تشویق مهمانان برای اقامت در هتل‌های خود تأثیرگذار می دانند. تمام هتل‌های ۵ ستاره این عامل را بسیار تأثیرگذار برای مهمانان می دانند.

۵۰٪ مهمانان هتل‌ها به کیفیت اتاقها از نظر امکانات و موارد بهداشتی، ۳۳٪ از آنها به فضای سبز و ۱۷٪ آنها به کیفیت فضاهای خدماتی مثل رستوران برای انتخاب هتل توجه می کنند.

هتل‌های ۵ ستاره در مشهد، تقریباً ۶۷٪ مهمان داخلی و ۳۳٪ مهمان خارجی دارند. این در حالی است که این میزان در هتل‌های ۴ ستاره به ترتیب ۹۰٪ و ۱۰٪ می باشد. بنابراین در هتل‌های ۵ ستاره باید توجه بیشتری به احتیاجات مهمانان خارجی برای اقامت آنها داشت.

تقاضا برای اتاقهای هتل بر اساس فعالیت مهمانها از قرار زیر است:

الف- زیارتی: بسیار عالی

ب- تجاری: زیاد

ج- کنفرانس و تجمع گروهی: متوسط

د- تفریحی: کم

بنابراین باید توجه خاصی برای ایجاد شرایط مناسب اقامت زائرین در اتاقها گردد.

تقاضا برای اتاقهای هتل بر اساس نوع مهمان به صورت زیر است:

الف- خانواده: عالی

ب- زوج: زیاد

ج- گروهی: متوسط

د- انفرادی: بسیار کم

با توجه به این که تقاضای اتاقها برای مهمانهایی که برای زیارت به مشهد مسافرت می کنند بسیار عالی است، در نتیجه طبیعی است که تقاضای اتاقها بر اساس نوع مهمان نیز به صورت خانواده یا زوج باشد.

تعداد اتاقهایی که در آنها از تخت کینگ (تخت دونفره) استفاده شده است، در مقایسه با اتاقهایی که از تختهای یک نفره در آنها استفاده شده است متقاضی بیشتری دارد.

با توجه به نتایج به دست آمده، می توان ارتباط بین تقاضایی که از سوی مسافرانی که به قصد زیارت به مشهد آمده اند و همچنین سفر آنها به صورت خانواده و زوج و در نهایت افزایش تقاضا برای اتاقهایی که به تخت های دو نفره (کینگ) دارند، مشاهده کرد. بنابراین باید تعداد اتاقهایی که در هتل به زائرین اختصاص می یابد، نسبت به اتاقهای دیگر بیشتر باشد و چون اکثر زائرین به صورت خانواده و زوج مسافرت می کنند، باید تناسب اتاق و امکانات جهت اقامت متناسب با زندگی یک خانواده، هم به صورت والدین و فرزندان و هم به صورت زوج در نظر گرفته شود. از این میزان اتاقها، اتاقهای سوئیت که امکانات رفاهی بیشتری دارند و امکاناتی متناسب شرایط هتل پنج ستاره دارند، از اهمیت خاصی برخوردارند.

سوئیت هایی با امکانات معمولی و کارایی تقریباً کامل در مقایسه با سوئیتهای تشریفاتی که بیشتر جنبه لوکس دارند، تقاضای بیشتری دارد. بنابراین باید تعداد بسیار کمی سوئیت تشریفاتی در مقایسه با سوئیتهای معمولی در نظر گرفته شود.

اتاقهای معمولی و اتاقهای سوئیت در اکثر هتلهای بررسی شده به طور تیپ در طبقات قرار گرفته اند. دلیل این موضوع این است که تجهیزات و تأسیسات مکانیکی در این حالت بهتر استقرار می یابد. همچنین خدمات دهی بهتر انجام می گیرد.

در زمانی که هتل بیشترین مهمان را در خود جای داده است به ترتیب در فضاهای عمومی لابی و رستوران ازدحام می شود. بنابراین در طراحی باید از نظر فیزیکی به این دو فضا متناسب با تعداد اتاقهای هتل فضا اختصاص داد.

براساس نتایج بدست آمده، هتلهایی که فضاهای عمومی مانند سالنهای جشن و کنفرانس و گردهمایی دارند، از میزان استقبال خوبی برخوردارند. در زمانهایی که هتل تقاضایی برای اتاقها ندارد، سالنهای جشن و کنفرانس و گردهمایی باعث پویایی هتل می شوند. با وجود اینکه این گونه فضاهای عمومی استفاده ای برای مهمانان هتل ندارد، ولی برای ساکنین شهر و گروه ها بسیار قابل استفاده است.

هیچ کدام از هتلهای شهر مشهد، فضای نمایشگاهی ندارند و داشتن چنین فضایی را برای هتل ضروری می دانند. هتلهایی که اقدام به برگزاری نمایشگاه می کنند، از فضای پارکینگ برای نمایشگاه استفاده می کنند که متناسب با استانداردهای هتلهای ۵ ستاره نیست.

هتلها عامل مهم برای تشویق گروهها و مسئولین همایش ها را برای تقاضای سالنها، امکانات جانبی از جمله در نظر گرفتن فضاهایی برای آماده سازی پذیرایی، کیفیت

تجهیزات صوتی و تصویری و فضاهای اختصاص داده شده به آنها می دانند. از طرفی هتلها، عمده ترین مشکلات خود را در زمان برگزاری مراسم و جشنها، نداشتن آشپزخانه و حداقل فضایی برای سرویس دهی به سالنهای مراسم و جشن می دانند. میهمانان هتل در هنگام استفاده از رستوران به ترتیب به شرایط زیر توجه می کنند:

۱. بهداشت و نظافت

۲. سرعت در سرو غذا

۳. ترکیب و نوع طراحی صندلی ها

۴. نوع غذا

۵. دید به مناظر بیرون

با توجه به شرایط مذکور باید فضاهای رستوران و آشپزخانه طوری طراحی شوند که به راحتی با یکدیگر ارتباط داشته باشند. همچنین از مصالحی در ساخت استفاده کرد، که ضمن زیبایی قابل نظافت باشند و همچنین جلوه پاکیزگی نیز داشته باشند. در طراحی نوع صندلی و ترکیب آنها با یکدیگر و فضای رستوران نیز باید انتخاب مناسبی انجام شود.

طبق بررسی انجام شده، میهمانان، فضای رستوران را به صورت رسمی می پسندند، در صورتی که فضایی دوستانه و صمیمی برای کافی شاپ، مورد علاقه میهمانان و مراجعین هتل است.

در بخش ورزشی هتلها، ورزشهایی که در فضای بسته انجام می شوند مانند شنا و بدنسازی بسیار بیشتر از ورزشهایی که در فضای باز، مثل تنیس انجام می شود، مورد استقبال قرار می گیرد.

در قسمت فضاهای خدماتی، بیشترین مشکلات در بخش ارتباطی آشپزخانه با رستوران و همچنین عدم وجود فضایی برای آماده سازی برای سرو غذا می باشد. بنابراین در طراحی هتل باید توجه خاصی در ارتباطات بین فضاهای خدماتی هتل ضمن تفکیک عملکردهای تمیز و کثیف، داشت.

بر اساس این تحقیق میهمانان از رستوران و چایخانه سنتی در فضای باز هتل استقبال می کنند. علاوه بر این می توان در قسمتهایی از سایت اقدام به طراحی فضای بازی اختصاصی کودکان و پارکینگ اتومبیل کرد.

فضاهایی مانند آمفی تئاتر تابستانه و نمایشگاه در فضای باز بسیار کم مورد استفاده میهمانان قرار می گیرد.

۲-۵. نتایج حاصل از تحقیق

می توان نتایج ذیل را از بررسی و ارزیابی داده های تحقیق برای طراحی هتل در شهر مشهد در نظر گرفت:

۱. مکان یابی هتل در بافت مرکزی یا نزدیک به این منطقه از شهر مشهد.
۲. سعی در ایجاد حجم جذاب و زیبا، متناسب با هتل.
۳. توجه به استفاده از مصالح مناسب و طراحی دقیق فضاهای داخلی هتل به ویژه برای بخش عرضه غذا و نوشیدنی و اتاقهای میهمان جهت سهولت در نظافت.
۴. توجه به تناسب فضاهای عمومی در ارتباط با تعداد مهمانان (رستوران، کافی شاپ و لابی) به خصوص در فصلهایی که ازدحام مسافران بیشتر است.
۵. توجه به انتخاب مبلمان و رعایت ترکیب آن با فضاهای مختلف هتل به ویژه اتاقهای میهمان در هنگام طراحی.
۶. اختصاص اکثر اتاقهای مهمانان به سوئیت معمولی و اتاقهایی با تخت دوپل.
۷. طراحی پلان تپ برای طبقات جهت کارایی بهتر تأسیسات.
۸. اختصاص فضایی برای نمایشگاه در ارتباط با سالن آمفی تئاتر.
۹. توجه به طراحی دقیق فضاهای خدماتی و پشتیبانی و تجهیزات مورد نیاز آنها و همچنین حل روابط این فضاها با یکدیگر و دیگر فضاهای هتل.
۱۰. ایجاد فضای رسمی برای فضای رستوران و فضای گرم و صمیمی در کافی شاپ و چایخانه.
۱۱. رعایت مسائل ایمنی در طراحی قسمتهای ورزشی و تفریحی.
۱۲. درک صحیح از رابطه فضاهای محوطه و ساختمان هتل.
۱۳. طراحی فضاهای کاربردی در محوطه هتل با استفاده از عناصر فضای سبز.

اهداف و نتیجه کلی مقاله

- گسترش صنعت توریسم و جهانگردی
- استفاده از تأثیرات مثبت روحی و روانی سیر و سفر در زائرین و مسافران
- اهمیت صنعت جهانگردی و نقش آن در بهبود وضع اقتصاد جهانی جوامع مختلف به عنوان یک راهکار نوین

- توجه به خصیصه اصلی شهر مذهبی مشهد و نیازهای زائران
- تبادل فرهنگی، آشنایی با آداب و رسوم و فرهنگ دیگر ملتها
- ایجاد یک مکان توریستی- اقامتی
- بهره برداری مناسب از اوقات فراغت
- پویایی اقتصادی، درآمدهای ارزی بیشتر و افزایش اشتغال
- بهره برداری حداکثر از فضاهای شهری و استفاده از ظرفیتهای بالقوه
- ایجاد خدمات معیشتی، فرهنگی و تفریحی در فضاهای اقامتی برای برآوردن نیاز مخاطبین

(ضمیمه الف)

نمونه پرسشنامه

۱. چقدر موقعیت مکانی هتل شما در جذب مشتری اهمیت دارد؟

- الف) خیلی زیاد ب) زیاد ج) متوسط د) کم
ه) خیلی کم

۲. چقدر ظاهر هتل شما مهمانان را تشویق به انتخاب این هتل می کند؟
 الف) خیلی زیاد (ب) زیاد (ج) متوسط (د) کم
 (ه) خیلی کم

۳. بیشترین تقاضا به ترتیب برای کدام یک از فضاهای هتل در طول سال است؟
 الف) (ب) (ج)

۴. مراجعه کنندگان هتل از کدام قسمت هتل بیشتر ابراز رضایت می کنند و دلیل آن چیست؟

۵. تقریباً چه مقدار مهمان داخلی و خارجی به تفکیک دارید؟
 الف) خارجی (ب) داخلی

۶. تقاضا برای اتاقهای هتل شما بر اساس فعالیت مهمانان به چه میزان است؟

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم

۷. تقاضا برای اتاقهای هتل شما بر اساس نوع مهمانان به چه میزان است؟

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم

					تک نفره
					زوج
					خانواده
					گروهی

۸. تقاضا برای اتاقهای هتل شما بر اساس نوع تخت به چه میزان است؟

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
					دوبل دوبله
					کینگ سائز

۹. مهمانان برای انتخاب اتاق خواب خود به چه امکاناتی در اتاق اهمیت می دهند؟

(الف)

(ب)

(ج)

۱۰. انواع سوئیتهای هتل های شما به چه صورت است و چه نوع مهمنهایی و به

چه میزان از آن استفاده می کنند؟

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
					مینی سوئیت
					سوئیت معمولی
					سوئیت تشریفاتی

۱۱. اتاق های سوئیت شما به چه صورت از موارد زیر قرار گرفته اند؟

(ب) در طبقات پخش شده اند

(الف) در یک طبقه قرار گرفته اند

۱۲. درصد اشغال اتاقهایتان در سال چقدر است؟
۱۳. بیشترین ازدحام، هنگام اوج مراجعه کنندگان در کدام فضا اتفاق می افتد؟
۱۴. فضایی که کمترین جذابیت را برای مهمانان دارد کدام است؟ چرا؟
۱۵. فضاهای عمومی زیر چقدر استفاده می شوند و آیا از نظر فیزیکی جوابگوی ظرفیت مهمانان می باشند؟
- الف) سالن جشن ب) سالن جلسات ج) سالن کنفرانس و گردهمایی
۱۶. چه عواملی باعث تشویق گروهها و مسئولین همایشها برای تقاضای سالنهای هتل می شود؟
۱۷. آیا هتل شما نمایشگاه هم دارد؟ به چه منظور (با کدام بخش) و چقدر از آن استفاده می شود؟
۱۸. مشتریان رستوران را چه افرادی بیشتر تشکیل می دهند؟

۱۹. عمده ترین مشکلات شما در زمان برگزاری مراسم و ضیافتها چیست؟

خیلی زیاد	خیلی کم	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
					ترکیب صندلیها
					دکوراسیون
					دید به مناظر بیرون
					نوع غذا
					پخت و پز نمایشی

۲۰. مشتریان رستوران به چه نکاتی در رستوران، برای صرف غذا در آن مکان توجه می کنند؟

۲۱. مشتریان شما بیشتر دوست دارند محیط رستوران و کافی شاپ، دوستانه و صمیمی باشد و یا اینکه رسمی؟

۲۲. بخش ورزشی و تفریحی هتل شما چه امکاناتی دارد و به چه میزان استفاده می شود؟

خیلی زیاد	خیلی کم	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
					اسخر شنا

					سونا و جکوزی
					بدنسازي
					بولینگ
					تنیس روی میز
					بیلیارد
					کافی شاپ
					سایر

۲۳. عمده ترین مشکلات شما در بخش ورزشی و تفریحی هتل چیست؟

۲۴. تعداد اتومبیلها در زمان پیک ورود اتومبیل به پارکینگ چقدر است؟

۲۵. آیا پارکینگ ظرفیت تمام اتومبیلها را در زمان ازدحام اتومبیل دارد؟ چند جای پارک کم دارد؟

۲۶. کدامیک از فضاهاي خدماتی و پشتیبانی هتل شما با مشکل مواجه است؟ چرا؟

الف) قسمت تاسیسات و تعمیرات

ب) آشپزخانه

ج) انبارهای عمومی

د) بخش خانه داری و رختشویی

ه) بارانداز

و) قسمت جمع آوری زباله

	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم

۲۷. فضای سبز هتل چه امکاناتی دارد و به چه میزان استفاده می شود؟

(ضمیمه ب)

استخراج داده ها توسط برنامه Excel

		همما (۲) قصر	لاله	پارسیان	میشاق	پرديسان	لاله	قصر
۱		۱۰۰	۸۰	۸۰	۶۰	۶۰	۲۰	
		۱۰۰	۱۰۰	۶۰	۸۰	۶۰	۴۰	
۲		۱	۱	۱	۱	۳	۳	
۳								
۴		۱	۲	۱	۲	۱	۳	
۵		۳۰	۴۰	۳۰	۱۰	۱۰	۳۰	
		۷۰	۶۰	۷۰	۹۰	۹۰	۷۰	
۶	تجارتی	۷۵	۲۵	۱۰۰	۲۵	۷۵	۵۰	۵۸,۳۳۳۳۳
	زیارتی	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۷۵	۷۵	۹۱,۶۶۶۶۷
	کنفرانس	۲۵	۷۵	۱۰۰	۲۵	۱۰۰	۵۰	۶۲,۵
	تفریحی	۷۵	۵	۲۵	۲۵	۵۰	۵۰	۳۸,۳۳۳۳۳
۷	تک نفره	۵	۵	۵			۵	۵
	زوج	۱۰۰	۵۰	۱۰۰	۷۵	۵۰	۵۰	۷۰,۸۳۳۳۳
	خانواده	۷۵	۷۵	۱۰۰	۷۵		۷۵	۸۰
	گروهی	۵	۷۵	۱۰۰	۵۰	۷۵	۵۰	۵۹,۱۶۶۶۷

۸	دوبل دوبله	۲۵	۷۵	۲۵	۵۰	۷۵	۵۰	۵۰
	کینگ	۱۰۰	۷۵	۱۰۰	۵۰	۱۰۰	۸۵	۸۵
۹								
۱۰	سوئیت معمولی	۱۰۰	۷۵	۱۰۰	۷۵	۷۵		۸۵
	سوئیت							
	تشریفاتی	۷۵	۷۵	۱۰۰	۵۰	۲۵		۶۵
۱۲		۷۰	۳۰	۴۰	۷۰	۳۰	۸۰	۵۳,۳۳۳۳۳

فهرست منابع و مآخذ:

۱. الوانی، مهدی (۱۳۷۳)، *اصول و مبانی جهانگردی*، چاپ اول، تهران: انتشارات معاونت اقتصادی و برنامه ریزی بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی.
۲. بهروان، حسین (۱۳۷۹)، *موقعیت اجتماعی و فرهنگی شهر مشهد*، چاپ اول، تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۳. جعفری هفتخوانی، نادر (۱۳۸۴)، «زیارت، منابع، جاذبه ها و چشم انداز آینده»، *خبرنامه اندیشه روزنامه همشهری*، شماره ۸۱، ص ۶.
۴. دیبایی، پرویز (۱۳۷۱)، *شناخت جهانگردی*، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
۵. روتس، والتر (۱۳۷۵)، *برنامه ریزی و طراحی هتل*، چاپ اول، تهران: انتشارات سازمان برنامه و بودجه.
۶. عطار، سید علی (۱۳۸۰)، *پایان نامه زائرسرای کاظمین*، دانشگاه شهید بهشتی
۷. محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۰)، *درآمدی بر جهانگردی*، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۸. معتمدی، حمید (۱۳۷۹)، "از کاروانسراها تا هتل های ۵ ستاره"، *مجله فرهنگی زائر*، دوره ۴۶، پاییز ۱۳۷۹، ص ۳۱.

۹. مهندسین مشاور اردام (۱۳۶۷)، طرح توسعه و عمران حوزه نفوذ و شهر مشهد، تهران: انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی.
۱۰. کمیسیون نظارت وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی (۱۳۶۸)، ضوابط ساخت هتل، تهران: انتشارات وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی.
۱۱. واکنویچ، میکائیل، (۱۳۸۰)، گردشگری و زیارت در گردشگری، چاپ اول. تهران: انتشارات بامداد.

سایت سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان خراسان رضوی [www. Nashr.po-kh.ir](http://www.Nashr.po-kh.ir)