

گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار



اقامتگاه و نقش آن بر جذب گردشگری شهری

با تاکید بر درجه بندی هتل ها

فاطمه منفرد، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی مرکز آموزش عالی قشم^۱

دکتر مهدی قرخلو، استاد دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران

چکیده

صنعت گردشگری از مهم ترین منابع کسب درآمد کشورهای جهان است و در قرن ۲۱ به تدریج به عنوان دومین صنعت مهم دنیا برشمرده می شود. به همین دلیل برای دستیابی به سهم بیشتری در بازار جهانی باید به دنبال راه کارهایی منطقی و ایجاد یک برنامه منظم بود تا از این طریق و با دستیابی به اهداف دراز مدت این صنعت، تاثیر آن بر بهبود وضعیت اقتصادی متجلی گردد. گردشگری از محدود حوزه های کسب و کاری است که شواهدی از تولید و خدمت در برنامه های جذب، نگهداشت و گسترش آن قابل مشاهده است. برنامه ریزی و مدیریت گردشگری، با شناسایی عوامل موثر بر توسعه آن و با پاسخ دهی مناسب به تامین نیازهای گردشگری در مقیاس محلی، ملی و فراملی آغاز می شود. چنانچه مولفه های موثر بر سطح رضایت گردشگران، با توجه به عوامل اقتصادی، اجتماعی و ... به خوبی شناسایی و دسته بندی شوند می توان از آثار بسیار زیاد و مثبت گردشگری سود برد. بدین منظور تحقیق حاضر سعی دارد تا با استفاده از روش کتابخانه ای و مراجعه به کتابها و منابع ذی ربط؛ با معرفی اقامتگاه ها و نقش آنها در جذب گردشگری شهری، به نحوه اختصاص ستاره به هتلها طبق ضوابط و استانداردهای سازمان جهانی گردشگری (WTO) و اینکه یک هتل باید برای اخذ ستاره چه فاکتورهایی را دارا باشد، بپردازد.

نویسنده مسئول: فاطمه منفرد، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، موسسه آموزش عالی قشم^۱

Famon.1985@yahoo.com.

گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار



کلمات کلیدی: گردشگری، اقامتگاه، هتل، درجه بندی هتل

مقدمه

در شرایط حاضر و در عصر جامعه صنعتی و اطلاعاتی، انسانها اوقات فراغت بیشتری از سالهای گذشته داشته و همین امر آنان را بر این می دارد که به سیر آفاق و انفس بپردازند. این حرکت و جا به جایی پدیده ای به نام گردشگری را رقم زده است که یکی از مهمترین اقلام در آمدی بسیاری از کشورها شده است. برخی از این کشورها که چندان فاصله ای با ما از نظر مسافتی و اجتماعی ندارند، هم اینک ده ها میلیارد دلار در آمد گردشگری دارند. در آمد گردشگری را باید پاک ترین و بهترین اشکال در آمدی برای یک کشور در نظر آورد که کالایی از آن بیرون می رود و نه به محی زیست آن لطمه ای وارد می آورد و در عین حال هزارها نفر به اشکال مختلف به کار گرفته می شوند و کمکی به خانوارها و نظام اقتصادی جامعه می شود. برای دستیابی به این مزایا نیاز به ساز و کارهای هدفمند و برنامه شده ای می باشد که از یکطرف گردشگران را جذب و از سوی دیگر نگهداری و با انگیزه و رضایت مند به حساب آورد. یک گردشگر راضی بهترین بلندگوی تبلیغاتی و در عین حال کم هزینه ترین آن خواهد بود که به تنهایی بیش از ده نفر دیگر را تشویق به سفر به سرزمینی که مورد توجه او قرار گرفته است میکند.

ساز و کارهای مرتبط با گردشگری در ابعاد مختلف مطرح اند: از جمله ترابری، آژانس های گردشگری، رستورانها و در نهایت اقامتگاهها یا هتلها. شاید در میان موارد نام برده هتلها از همخه مهمترین و در جذب گردشگران نقش برجسته تری ایفا می کنند. اما این سازمانهای مهم گردشگری نیاز به پایش و ارزیابی مکرر داشته تا همواره در سطحی جذاب و قابل قبول برای گردشگران باقی بمانند. برای این کار سازمان بین المللی گردشگری UNWTO میارهایی را تهیه کرده است که به پایش هتلها و