

تحلیل فضای گردشگری پارک کوهستانی صفه بر اساس الگوی رفتاری و ادراک محیطی شهروندان اصفهانی

حمیدرضا وارثی^۱، مسعود تقوایی^۲ و لیلا سلطانی^۳

چکیده

آنچه ذهن برنامه‌ریزان گردشگری را بیش از پیش به خود معطوف ساخته، اتخاذ راه‌کارهایی است که جاذبه‌ی لازم را برای طرح‌های گردشگری به همراه داشته باشد. بی‌تردید فراهم ساختن امکانات و تجهیزات پر هزینه گردشگری هر چند بر مبنای اصولی‌ترین قواعد علمی پیاده شود، اگر بر مبنای درک محیطی نباشد، رضایت چندان را کسب نخواهد کرد. بر این اساس، توسعه‌ی گردشگری بر مبنای الگوی رفتاری گردشگران، راه‌کاری مؤثر و مطلوب می‌باشد. این پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی و پیمایشی و از لحاظ هدف، کاربردی می‌باشد. داده‌های مورد استفاده در این پژوهش با روش پرسشنامه‌ای و به صورت نمونه‌گیری تصادفی جمع‌آوری شده و پس از تجزیه و تحلیل، نتایج زیر حاصل شده است: در برنامه‌ریزی گردشگری و تجهیزات و خدمات مربوط به آن باید به نیازها و تمایلات قشرهای مختلف اجتماع توجه گردد، زیرا هرگونه تصمیم‌سازی در گردشگری که مغایر خواسته‌ها، علایق، تجربیات و ارزش‌های گردشگران باشد، اغلب با عدم استقبال آنان نیز مواجه می‌گردد. توسعه‌ی شبکه‌ی حمل و نقل عمومی از زیربنای اساسی توسعه‌ی گردشگری در این مکان محسوب می‌گردد. کارکرد تفریحی - ورزشی، از ویژگی‌های برتر انتخاب این مکان است. بنابر خواست گردشگران، ضمن ارائه‌ی خدمات و امکانات به گردشگران، حفظ ماهیت اصلی و جاذبه‌های طبیعی و انسانی پارک از اهمیت بالایی برخوردار است. در این پژوهش، گردشگران زن و مرد از نظر احساس امنیت و رضایت‌مندی از خدمات‌رسانی شرایط یکسانی ندارند. میان سن و احساس رضایت از امنیت نیز رابطه وجود دارد.

کلیدواژه‌گان: جغرافیای رفتاری، الگوی رفتار گردشگران، گردشگری شهری، پارک کوهستانی صفه، اصفهان.

۱. دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه اصفهان.

۲. دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه اصفهان.

۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان.

مسئله پژوهش

روند کاستن از ساعت کار و به همراه آن افزایش خودکار شدن ابزار و وسایل زندگی چنان در حال گسترش است که بی‌تردید تا پایان سده‌ی حاضر میزان اوقات فراغت آدمی و درآمد او روز به روز بیشتر و در نتیجه مسافرت گردشگری بیش از پیش افزایش می‌یابد (محلانی، ۱۳۸۰: ۴۵). از طرفی براساس ضوابط یونسکو، ایران جزء ۱۰ کشور برجسته‌ی باستانی، تاریخی و فرهنگی جهان است، ولی به علت ضعف برنامه‌ریزی سهم این فعالیت کمتر از ۰/۱ درصد (حدود ۰/۰۸ درصد) است (بیک‌محمدی، ۱۳۷۹: ۲۴۸). تا جایی که گردشگری شهری امروز به صورت مسئله و فعالیت مهمی درآمده است که جریان کارها و اقدام‌های اجتماعی و تغییرهای فضایی چشمگیری را به ویژه در کشورهای پیشرفته شکل می‌دهد (کازس و پوتیه، ۱۳۸۲: ۱۵). بر این اساس توجه به این بخش در شهرها شکلی اجتناب‌ناپذیر به خود گرفته است و برنامه‌ریزی شهری که بهبود جنبه‌های گوناگون زندگی «انسان» را در شهر به عنوان محور اصلی و پایه‌ای عملکرد خود قرار داده است، توجهی ویژه به آن دارد.

برنامه‌ریزان شهری به این نتیجه رسیده‌اند که هرگونه تصمیم‌سازی در شهر که مغایر خواسته‌ها، علایق، تجربیات و ارزش‌های شهروندان باشد، نتیجه‌ی مطلوبی نخواهد داشت. نظام برنامه‌ریزی متمرکز که قواعد خشنی را فارغ از دغدغه‌ها و خواسته‌های مردم به آنان تحمیل می‌کند، اغلب با عدم استقبال آنان نیز مواجه می‌گردد. در جهت دستیابی به هدف خود که دخالت دادن مردم در فرایند «خودبرنامه‌ریزی» است، بایستی زبانی مشترک و عام را در برآوردن خواست شهروندان به صورت فعالیت‌های مشارکتی به کارگرفت (یاراحمدی، ۱۳۷۸: ۲۰۲). بر این اساس موور پیشنهاد می‌کند که توجه‌مان را به تفاوت‌های میان افراد و گروه‌های مردم به لحاظ دانش محیطی‌شان، معطوف کنیم (مدنی‌پور، ۱۳۷۹: ۹۴). بنابراین باید بررسی شود که تصویر ذهنی فرد از مکان و پدیده‌های آن چیست، محیط را چگونه درک می‌کند و آن را چگونه می‌پسندد؟

«برنامه‌ریزی گردشگری شهری» نیز به عنوان شاخه‌ای از برنامه‌ریزی شهری از این قاعده تبعیت می‌کند. آنچه ذهن برنامه‌ریزان گردشگری را بیش از پیش به خود معطوف ساخته، اتخاذ راه‌کارهایی است که جاذبه‌ی لازم را برای طرح‌های گردشگری به همراه داشته باشد.

بی‌تردید فراهم ساختن امکانات و تجهیزات پرهزینه گردشگری هر چند بر مبنای اصولی ترین قواعد علمی پیاده شود، اگر بر مبنای درک محیطی نباشد، رضایت چندانی را کسب نخواهد کرد. از این رو، پژوهش حاضر در پی شناخت الگوی رفتاری گردشگران در توسعه گردشگری یک فضای گردشگری شهری است.

اهداف پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس نگاهی نوین به گردشگری شهری اهداف زیر را دنبال می‌کند:

- شناخت الگوی رفتاری گردشگران پارک کوهستانی صفه.
- بررسی نیازها و خواسته‌های گردشگران در پارک کوهستانی صفه.
- و نهایتاً ارائه پیشنهادهایی در زمینه برنامه‌ریزی گردشگری پارک کوهستانی صفه بر اساس الگوی رفتاری گردشگران.

روش پژوهش

پژوهش، از نوع توصیفی - تحلیلی و از لحاظ هدف، کاربردی است. داده‌های مورد استفاده در این پژوهش از طریق روش پرسشنامه‌ای جمع‌آوری شده است. جامعه‌ی مورد مطالعه، گردشگران پارک کوهستانی صفه هستند که در چند مقطع زمانی مختلف از این محوطه دیدن کرده‌اند. جهت برآورد حجم نمونه از روش تخمین شخصی استفاده شده است. بر این اساس که پس از شمارش تعداد گردشگران پس از مراجعات مکرر طی روزهای مختلف یک هفته، رقم متوسط تعداد مراجعین در روزهای هفته ۲۷۸۳ نفر برآورد شد. ۲۰ درصد از این تعداد، به عنوان حجم نمونه انتخاب شده‌اند که رقم ۵۵۷ نفر است. نمونه‌ها نیز با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند.

پیشینه پژوهش

در زمینه گردشگری تاکنون مطالعات زیادی در خارج کشور و داخل کشور انجام شده است که از ابعاد مختلف مورد مطالعه قرار گرفته است. اما در زمینه گردشگری شهری و با

رویکرد رفتارگرایی مطالعه‌ی چندانی صورت نگرفته است و تنها مطالعات شکویی و موحد (۱۳۸۱) در مقاله‌ای تحت عنوان شناخت الگوی فضایی شهر اصفهان با استفاده از سیستم GIS، صدر موسوی و کهنمویی (۱۳۸۶) با عنوان ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، و کاظمی (۱۳۸۷) در مقاله تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه‌ی گردشگری چابهار با موضوع، ارتباط نزدیکی دارد.

لزوم شناخت الگوی رفتاری گردشگران

تاکنون به گردشگری از دیدگاه‌های مختلف و در رشته‌های متعدد نگاه شده است. رشته‌های مدیریت، جغرافیا و برنامه‌ریزی از جمله‌ی این رشته‌ها هستند که هر کدام با بررسی‌های تکنیکی و یا توصیفی، اغلب سعی داشته‌اند به شیوه قیاسی به گردشگری نگاه کنند. اخیراً رفتارگرایان با تأثیراتی که در علوم مختلف از جمله جغرافیا داشته‌اند، ذهن محققان را در توسعه‌ی گردشگری، بیش از پیش به سمت و سوی شناخت ویژگی‌های فردی شهروندان سوق داده‌اند.

در ارزیابی گردشگری جوامع محلی، طی انجام فرایند کار تأکیدی ویژه بر سه عامل کلیدی مشارکت در مشاهده‌ی مستقیم، مصاحبه با مدیران و کارمندان مربوطه، مردم بومی و تهیه‌ی پرسشنامه می‌تواند نتایج ارزیابی را به واقعیت نزدیک‌تر سازد (Fox & LeRoy, 2002). بنابراین ارتباط با گردشگر و شناخت الگوی رفتاری او در بهره‌گیری از فضای گردشگری یکی از سه بعد اساسی مطالعات گردشگری به شمار می‌آید.

بر این اساس، الگوهای رفتاری متعددی برای گردشگری تعریف شده است که از آن جمله است الگوی نیکوزیا (1966) و الگوهای هواردشت (1969) و همچنین الگوی اشمول که بر مبنای انگیزه‌ها، تمایلات، نیازها و انتظارات به عنوان تعیین‌کننده‌های شخصی و اجتماعی رفتار مسافرتی تهیه شده است و یا الگوی ماتیسول و وال که در آن عوامل محیطی و جغرافیایی و ساختارهای سیاسی و اقتصادی - اجتماعی و منابع و مشخصات مقصد به همراه زیرساخت و امکانات گردشگری به عنوان عوامل مهم در انتخاب مقصد گردشگر مدنظر قرار گرفته است (موحد، ۱۳۸۶: ۶۰ و ۶۲). به طور کلی برداشت از این الگوها، برنامه‌ریزی گردشگری بر

مبنای رفتار گردشگران را میسر می‌سازد که می‌تواند پشتوانه‌های فردی و یا اجتماعی متنوع و متعددی داشته باشد.

بیشتر گردشگران به دنبال مناطقی هستند که پاک و عاری از هرگونه آلودگی باشد. از این رو برای داشتن فعالیت‌های گردشگری پایدار باید ملاحظات مربوط به حفظ آثار و چشم‌اندازهای طبیعی و فرهنگی در نظر گرفته شود (فرج‌زاده‌ی اصل، ۱۳۸۴: ۳۳). اما امروزه «پایداری» به این مفاهیم خلاصه نمی‌شود. دستیابی انسان به درآمد عادلانه، سرپناه مناسب، احساس راحتی و تلاش در جهت حفاظت از تصویر شهر، ساخت یک اقتصاد قوی و شهری قابل زندگی از نظر محیط زیست، تلاش با هدف حفظ گروه‌های اجتماعی موجود و ارائه اشکال نوین اداره شهر و کنترل آن، از جمله مهم‌ترین محورهای پایداری شهر به شمار می‌آید (کاظمی محمدی، ۱۳۸۰: ۱۰۳). گردشگری پایدار شهری را یافتن راه‌حل‌های ممکن برای حفاظت و توسعه‌ی جاذبه‌های یک شهر می‌دانند به نحوی که شهر را هم برای شهروندان و هم برای گردشگران جذاب سازد (Vauzelle, 1991:75).

یکی از انواع گردشگری، گردشگری شهری است که شامل سفرها و بازدیدهایی است که به مقاصد شهری انجام می‌گیرد (mirzaee, ziaee, 1386: 131) و گردشگران شهری از جمله پدیده‌های جدید شهری هستند که زمینه‌ساز یک سری از رفتارهای اجتماعی با توجه به ویژگی‌های شهری‌اند. الگوی رفتاری گردشگران در شهر تابعی از الگوهای فضای شهری است که به عنوان جاذبه‌ها و خدمات شهری تعریف می‌شود (شکویی و موحد، ۱۳۸۱: ۹۹).

بحث و نتایج

معرفی پارک کوهستانی صفه

مجموعه ارتفاعات معروف به کوه صفه با بلندترین نقطه ارتفاعی ۲۲۵۷ متر در جنوب غربی اصفهان واقع است. این کوه از شمال به جاده کمربندی از غرب به کوه‌های تخت رستم و دره خان، از شرق به شهرک‌ها و مجتمع‌های مسکونی و از جنوب به اراضی باز و خط آهن منتهی می‌شود. کوهستان صفه که تا چند دهه پیش به صورت عنصری مجزا و با فاصله از شهر قرار

داشت، اینک با توسعه شهر به طرف جنوب کاملاً به شهر وصل شده و بخشی از آن به عنوان پارک کوهستانی، کارکرد شهری یافته است.

با توجه به زمینه‌ی تاریخی و برخی شواهد عینی، احتمال قوی این است که کوه صفه از زمان‌های دور به عنوان پایگاه و پناهگاه مورد استفاده مردم بوده است. شیوه‌ی ساخت و معماری قلعه‌ی کوه صفه به سایر قلعه‌های دوران ساسانی شباهت دارد. وجود حفره‌های سنگی در اطراف کوه صفه یادآور «استودان‌ها» (استخوان‌دان‌های) زردشتی است که در بسیاری از نواحی باستانی ایران مشاهده می‌شود. همچنین بعید نیست که برخی از بقایای ویران شده موجود در کوه صفه متعلق به بنای آتشکده باشد (درگاه الکترونیکی شهرداری اصفهان).

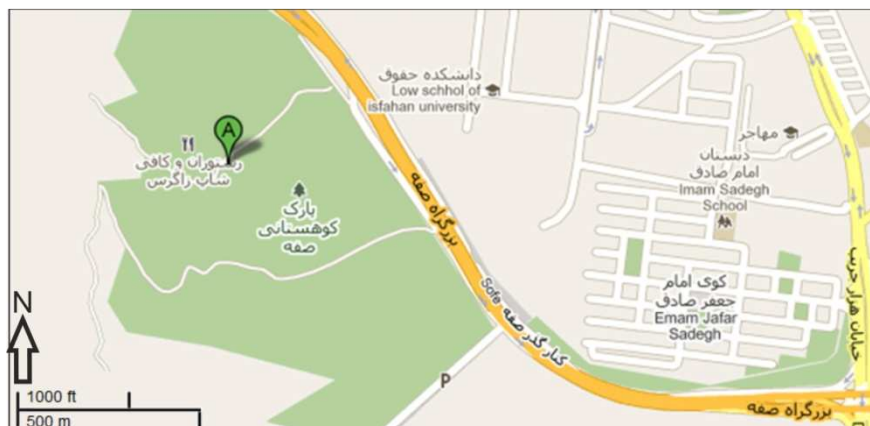


شکل ۱: موقعیت جغرافیایی کوه صفه واقع در جنوب شهر اصفهان

تأسیس پارک جدید صفه در اوایل دهه ۱۳۶۰ یکی از مهم‌ترین اقدامات عمرانی است که تا حدود زیادی باعث بهبود سیمای کوه و عملکرد آن شده است. افزایش فضای سبز در دامنه

خشک و کم آب کوهستان و برقراری ارتباط نزدیک‌تر میان شهر و کوه باعث توسعه گردشگری در کوه شده است.

به دلیل نزدیکی به شهر اصفهان و جاده عبوری به سمت شیراز، عمده‌ی گردشگران در نمونه‌ی مورد مطالعه جهت دسترسی به پارک از وسیله نقلیه شخصی (۷۵/۸ درصد) استفاده می‌کنند، در مقابل به دلیل نبود خط ویژه اتوبوس و تاکسی تعداد کمتری از این وسایل استفاده می‌کنند.



شکل ۲: موقعیت جغرافیایی کوه صفه واقع در جنوب شهر اصفهان

تحلیل تصویر ذهنی گردشگران

در تحلیل جغرافیایی از رفتار گردشگران، تصویر ذهنی آنها از فضای گردشگری پارک کوهستانی صفه و پدیده‌های آن، شناخته شده است. بر این اساس، بررسی شده است که گردشگران، محیط گردشگری را چگونه می‌پسندند؟

بر مبنای تحلیل‌های صورت گرفته، گردشگران مهم‌ترین جاذبه‌ی فضای گردشگری را طبیعت پارک دانسته‌اند و به نظر می‌رسد با وجود تمامی فعالیت‌های اجرایی و زیباسازی که مدیریت شهر (شهرداری) در این پارک کوهستانی انجام داده است، هنوز جاذبه‌ی طبیعی پارک اهمیت بیشتری برای گردشگران دارد. بر اساس نتایج به دست آمده، گردشگران اصلی‌ترین جاذبه این

مکان را بهره‌گیری از طبیعت (انواع ورزش‌ها از جمله کوهنوردی و دیدار از جاذبه‌های طبیعی) آن ذکر کرده‌اند.

جدول ۱: وضعیت آگاهی و نحوه‌ی اطلاع‌رسانی گردشگران از فضای گردشگری

میزان آگاهی (به درصد)		شاخص تبلیغات	ردیف
بلبی	خیر		
۱۴/۲	۸۵/۸	آگاهی از طریق بروشور، اینترنت، رسانه‌های تصویری و ...	۱
۵۷/۲	۴۲/۸	اطلاع از جزئیات وضعیت طبیعی محدوده	۲
۳۰/۶	۶۹/۴	اطلاع از جزئیات وضعیت تاریخی محدوده	۳

مأخذ: تحلیل داده‌های پرسش‌نامه.

رفتارهای مؤثر گردشگران در توسعه‌ی فضای گردشگری

در این پژوهش مهم‌ترین شاخص‌های رفتاری گردشگران که مورد بررسی قرار گرفته است شامل ویژگی‌های جمعیتی و اجتماعی گردشگران، زمان مراجعه‌ی گردشگران، میزان رضایت از فضای گردشگری و از همه مهم‌تر توجه به دیدگاه گردشگران در چگونگی توسعه‌ی فضای گردشگری است.

جدول ۲: وضعیت زمان گردشگری در فضای مورد مطالعه

آماره	مراجعه ماهانه	مراجعه فصلی	ساعت گردشگری
میانگین	سه بار	بهار	بعد از ظهر
میانه	سه بار	بهار	صبح
نما	چهار بار	بهار	صبح

مأخذ: تحلیل داده‌های پرسش‌نامه.

جدول ۳: وضعیت هدف گردشگری در پارک کوهستانی صفه

هدف از گردشگری	فراوانی	درصد فراوانی
تفریح	۲۳۷	۴۲/۵
دیدن جاذبه‌های طبیعی	۵۵	۹/۹
دیدن جاذبه‌های فرهنگی	۵	۰/۹
ورزش کردن	۱۶۶	۲۹/۸
جمع	۴۶۳	۸۳/۱
بدون پاسخ	۹۴	۱۶/۹
جمع کل	۵۵۷	۱۰۰

مأخذ: تحلیل داده‌های پرسش‌نامه.

دلایل استقبال و گرایش مردم از پارک صفه را می‌توان در دوری‌گزینی از شهر و ازدحام (به ویژه در پارک‌های داخل شهر) و آلودگی‌های شهری، نزدیکی به جاذبه‌های طبیعی و تاریخی کوه صفه، داشتن دسترسی نسبتاً مناسب و آسان، امکان تماشای شهر از بالا و طبیعت اطراف و وجود عملکردهای متنوع تفریحی، ورزشی و غیره بیان کرد. علاوه بر آن، نحوه‌ی مراجعه‌ی گردشگران که عمدتاً در قالب جمع‌های خانوادگی (۵۱/۶ درصد) و دوستان (۴۲/۲ درصد) بوده است، گویای القای حس همگرایی این مکان است.

هدف گردشگران از دیدار فضاها‌ی گردشگری تنها به توان‌ها و امکانات گردشگری در یک مکان برنمی‌گردد، بلکه ویژگی‌های اجتماعی، جمعیتی، فردی و رفتار گردشگران نیز مؤثر است، به نحوی که در نمونه‌ی مورد مطالعه هدف از گردشگری در بین گروه‌های سنی با هم متفاوت است و این ارتباط نیز بین نحوه دسترسی و هدف گردشگری دیده شده است.

جدول ۴: تحلیل رابطه میان هدف گردشگری در گروه‌های سنی مختلف گردشگران (ارقام به درصد)

گروه‌های سنی	هدف گردشگری			
	تفریح	دیدار از جاذبه‌های طبیعی	دیدار از جاذبه‌های فرهنگی	ورزش
کمتر از ۱۵ سال	۱/۱۹	۰/۲۴	۰/۲۴	۱
بین ۱۶ تا ۲۰ سال	۱۲/۱۷	۱/۱۹	۰	۶/۴۴
بین ۲۱ تا ۳۰ سال	۲۵	۵/۵	۰/۵	۱۳/۴
بین ۳۱ تا ۴۰ سال	۷/۲	۲/۶	۰	۶/۵
بین ۴۱ تا ۵۰ سال	۵/۲	۱/۷	۰	۵/۷
بیشتر از ۵۰ سال	۱	۱/۱۹	۰/۲۳	۱/۹
جمع کل	۵۱/۸	۱۲/۴	۰/۹۵	۳۴/۸

مأخذ: تحلیل داده‌های پرسش‌نامه.

جدول ۵: تحلیل رابطه میان هدف گردشگری و نحوه دسترسی به فضای گردشگری (ارقام به درصد)

جمع کل	هدف از گردشگری				نحوه دسترسی
	ورزش کردن	دیدن جاذبه‌های فرهنگی	دیدن جاذبه‌های طبیعی	تفریح	
۷۶/۷	۲۵/۸	۰/۷	۹/۸	۴۰/۴	اتومبیل شخصی
۶	۲/۹	۰/۲	۱/۶	۱/۳	اتوبوس
۹/۳	۳/۱	۰	۰/۷	۵/۶	تاکسی
۸	۴/۲	۰/۲	۰/۲	۳/۳	پیاده
۱۰۰	۳۶	۱/۱	۱۲/۲	۵۰/۷	جمع کل

مأخذ: تحلیل داده‌های پرسش‌نامه.

بر اساس تحلیل همبستگی انجام شده رابطه مثبت، مستقیم و معناداری بین آشنایی با پارک صفا از طریق تبلیغات و میزان آگاهی از جاذبه‌های تاریخی و طبیعی وجود دارد. اما ارقام ۰/۱۳۶ و ۰/۲۰۴ همبستگی بسیار کمی را نشان می‌دهد. به این معنا که علیرغم همبستگی مثبت و معنادار، تعداد کمی از گردشگران از طریق تبلیغات با این فضای گردشگری آشنا شده‌اند. تحلیل مذکور در جداول زیر نشان داده شده است.

جدول ۶: سطح همبستگی میان وضعیت آشنایی از طریق تبلیغات و

میزان آگاهی از جاذبه‌های تاریخی و طبیعی

اطلاعات از جاذبه‌های طبیعی	اطلاعات از جاذبه‌های تاریخی	تبلیغات	آماره	متغیر	آزمون
.136(**)	.204(**)	1.000	Correlation Coefficient	تبلیغات	Spearman's rho
.002	.000	.	Sig. (2-tailed)		
528	529	537	N		

مأخذ: تحلیل داده‌های پرسش‌نامه.

یکی از مهم‌ترین بخش‌های پژوهش، سنجش میزان رضایت گردشگران در بهره‌گیری از محیط گردشگری بود. بر این اساس، وضعیت رضایت‌مندی گردشگران از این محوطه، در مجموع در سطح مطلوب قرار داشت. وضعیت خدمات‌رسانی مطلوب است و از طراحی پارک، امنیت

اجتماعی و پیاده‌روهای پارک نیز رضایت‌مندی نسبی دیده می‌شود. پراکنش در داده‌های مربوط به وسایل نقلیه زیاد است و نیاز به توجه دارد و وضعیت پارکینگ نیز نیازمند توجه ویژه است.

جدول ۷: وضعیت رضایت گردشگران از فضای گردشگری

ردیف	شاخص رضایت‌مندی	میزان رضایت‌مندی (به درصد)			
		بسیار خوب	خوب	متوسط	ضعیف
۱	وضعیت خدمات رسانی	۱۶/۴	۴۷/۳	۲۴	۷/۶
۲	طراحی پارک	۳۶/۳	۴۶/۱	۱۴/۹	۲
۳	امنیت اجتماعی	۱۵/۹	۴۴/۶	۳۰/۶	۵/۶
۴	وسایل نقلیه عمومی	۲۸/۶	۱۰	۸	۱۱
۵	وضعیت پیاده‌روها و مسیرهای داخل پارک	۴۵/۴	۲۳	۵	۱۶
۶	وضعیت پارکینگ	۱۲/۶	۱۶	۸	۲۳

مأخذ: تحلیل داده‌های پرسش‌نامه.

از آن جا که یک جنبه‌ی مهم در برنامه‌ریزی پیشرو توجه به خواست شهروندان و مشارکت‌پذیری آنان در برنامه‌ریزی است، در توسعه‌ی جنبه‌های مختلف از گردشگران نظرسنجی صورت گرفت. توسعه‌ی جنبه‌های ورزشی، خدمات رفاهی - بهداشتی و پذیرایی به ترتیب اولویت برنامه‌ریزی از دیدگاه گردشگران را به خود اختصاص داده است. براساس آزمون‌های کای دو، وضعیت ارتباط رضایت‌مندی از خدمات‌رسانی و امنیت به نسبت وضعیت جنسی پاسخگویان مورد بررسی قرار گرفت. آزمون استقلال اول بر اساس این فرضیه زیر صورت گرفته است: دو متغیر رضایت از امنیت و جنس گردشگر، با یکدیگر ارتباط دارند. جدول شماره‌ی ۸ فراوانی رضایت‌مندی از امنیت را به تفکیک جنس گردشگر نشان می‌دهد. جدول شماره‌ی ۹ نیز نشان می‌دهد که ارزش (۶/۱۶۲) مربع خی پیرسون با سطح احتمال ۹۹ درصد و درجه‌ی آزادی ۴ کمتر از ارزش جدول استاندارد است، بنابراین در این پژوهش میان جنس گردشگر و امنیت ارتباط وجود دارد.

جدول ۸: جدول تقاطعی سطح رضایت‌مندی از امنیت و جنس گردشگر

شرح	بسیار خوب	خوب	متوسط	ضعیف	بسیار ضعیف	جنس
						مرد
	۴۶	۱۴۴	۱۰۳	۱۵	۱۳	مرد
	۳۸	۹۴	۵۶	۱۴	۳	زن
کل	۸۴	۲۳۸	۱۵۹	۲۹	۱۶	

جدول ۹: آزمون کای دوی رضایت‌مندی از امنیت و جنس گردشگر

Asymp. Sig. (2-sided)	df	Value	آماره
.187	4	6.162(a)	Pearson Chi-Square
.169	4	6.428	Likelihood Ratio
.129	1	2.300	Linear-by-Linear Association
-	-	526	N of Valid Cases

آزمون استقلال دوم را نیز بر اساس این فرضیه انجام می‌دهیم: دو متغیر رضایت‌مندی از خدمات‌رسانی و جنس گردشگر از هم مستقل نیستند.

جدول ۱۰: جدول تقاطعی سطح رضایت‌مندی از خدمات‌رسانی و جنسیت گردشگر

بسیار ضعیف	ضعیف	متوسط	خوب	بسیار خوب	شرح	جنسیت
۱۵	۲۷	۸۰	۱۴۹	۵۱	مرد	
۱۰	۱۳	۴۴	۹۹	۳۶	زن	
۲۵	۴۰	۱۲۴	۲۴۸	۸۷	کل	

جدول شماره‌ی ۱۱ نیز نشان می‌دهد که sig آماره کای دو پیرسون، بیشتر از ۵ درصد است، بنابراین دو متغیر از یکدیگر مستقل هستند. بنابراین میان جنس گردشگر و رضایت‌مندی از خدمات‌رسانی رابطه‌ای وجود ندارد.

جدول ۱۱: آزمون کای دوی رضایت‌مندی از خدمات‌رسانی و جنسیت گردشگر

Asymp. Sig. (2-sided)	df	Value	Des.
.805	4	1.623(a)	Pearson Chi-Square
.802	4	1.639	Likelihood Ratio
.370	1	.804	Linear-by-Linear Association
-	-	524	N of Valid Cases

براساس آزمون‌های کای دو، وضعیت ارتباط و تجانس رضایت‌مندی از خدمات‌رسانی و امنیت به نسبت وضعیت سنی پاسخگویان نیز مورد بررسی قرار گرفت. آزمون استقلال اول را

براساس این فرضیه صورت می‌گیرد. دو متغیر رضایت از امنیت و سن گردشگر مستقل نیستند.

جدول ۱۲: جدول تقاطعی رضایت از امنیت و سن گردشگر

شرح	بسیار خوب	خوب	متوسط	ضعیف	بسیار ضعیف
سن	-۲۴	۸۳/۵	۵۷/۴	۱۰/۷	۵/۷
	۲۴-۵۰	۱۱۸/۵	۸۱/۶	۱۵/۲	۸/۲
	+۵۰	۵/۹	۱۶	۲/۱	۱/۱
کل	۸۰	۲۱۸	۱۵۰	۲۸	۱۵

جدول شماره‌ی ۱۳ نیز گویای آن است که ارزش (۷/۹۹۶) مربع خی پیرسون با سطح احتمال ۹۶ درصد و درجه‌ی آزادی ۸ کمتر از ارزش جدول استاندارد است، بنابراین دو متغیر از یکدیگر مستقل نیستند و میان سن و رضایت از امنیت رابطه وجود دارد.

جدول ۱۳: آزمون کای دوی رضایت از امنیت و سن گردشگر

Asymp. Sig. (2-sided)	df	Value	Des.
.434	8	7.996(a)	Pearson Chi-Square
.413	8	8.215	Likelihood Ratio
.141	1	2.164	Linear-by-Linear Association
-	-	491	N of Valid Cases

فرضیه آزمون استقلال دوم نیز به این صورت است: دو متغیر رضایت از خدمات‌رسانی و سن گردشگر مستقل نیستند.

جدول ۱۴: فراوانی رضایت از خدمات‌رسانی و سن گردشگر

شرح	بسیار خوب	خوب	متوسط	ضعیف	بسیار ضعیف
سن	-۲۴	۸۸/۱	۴۴/۴	۱۲/۹	۸/۷
	۲۴-۵۰	۱۲۶/۷	۶۳/۹	۱۸/۶	۱۲/۶
	+۵۰	۶	۱۷/۱	۸/۶	۲/۵
کل	۸۱	۲۳۲	۱۱۷	۳۴	۲۳

جدول شماره‌ی ۱۵ نیز نشان می‌دهد که sig آماره کای دو پی‌رسون، بیشتر از ۵ درصد بنابراین H_0 تأیید شده و دو متغیر از هم مستقل هستند. در این پژوهش میان سن و رضایت از خدمات‌رسانی رابطه وجود ندارد.

جدول ۱۵: آزمون کای دوی رضایتمندی از خدمات‌رسانی و سن گردشگر

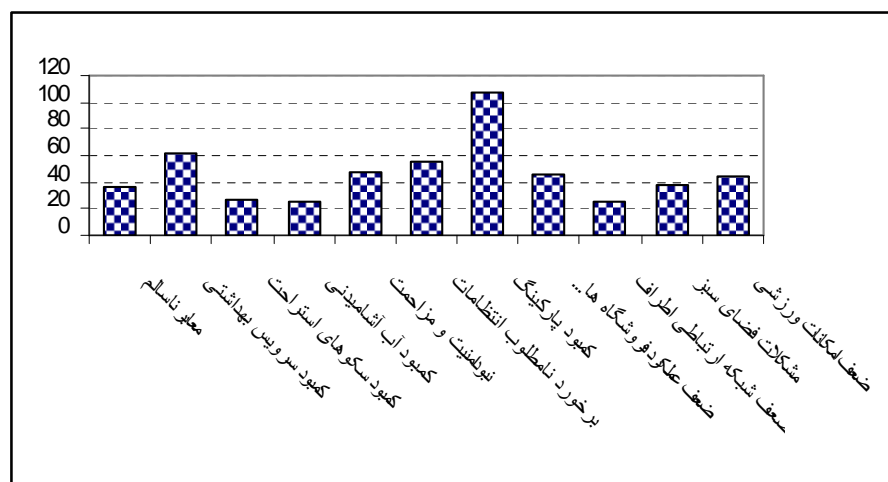
Asymp. Sig. (2-sided)	df	Value	Des.
.820	8	4.398(a)	Pearson Chi-Square
.831	8	4.276	Likelihood Ratio
.944	1	.005	Linear-by-Linear Association
-	-	487	N of Valid Cases

جدول ۱۶: توجه به دیدگاه گردشگران در توسعه فضای گردشگری

میزان (به درصد)					دیدگاه گردشگران	ردیف
کاملاً مخالف	مخالف	تا حدودی موافق	موافق	کاملاً موافق		
۱/۷	۲/۸	۱۱/۲	۲۸/۱	۵۶/۲	توسعه ورزشی	۱
۱/۳	۱/۳	۱۱/۲	۳۰/۷	۵۵/۵	توسعه خدمات رفاهی و بهداشتی	۲
۴/۷	۳/۶	۲۱/۲	۲۴/۸	۴۵/۸	توسعه خدمات پذیرایی	۳

مأخذ: تحلیل داده‌های پرسش‌نامه.

بر مبنای داده‌های استخراج شده از سؤالات باز پرسشنامه، مهم‌ترین معضلات این محوطه از نگاه گردشگران مورد تحلیل قرار گرفت.



نمودار ۱: مهم‌ترین مشکلات پارک کوهستانی صفه از نگاه گردشگران

همان‌طور که در شکل دیده می‌شود مهم‌ترین دغدغه‌ی گردشگران در بهره‌گیری از این فضا، کمبود پارکینگ و پس از آن کمبود سرویس‌های بهداشتی اظهار شده است. برخورد نامطلوب انتظامات پارک با مراجعه‌کنندگان نیز در رده‌ی بعدی قرار دارد.

عملکرد فروشگاه‌های مواد غذایی در این محوطه از لحاظ عدم نظارت بر کنترل قیمت‌ها و تعداد محدودشان به نسبت مراجعان و نداشتن تنوع در عرضه‌ی کالا عامل دیگری است در نامطلوبیت این فضای گردشگری. ضعف امکانات ورزشی شامل عملکرد ضعیف پیست‌ها و نبود وسایل ورزشی مخصوص کودکان و محوطه‌ی ورزشی بانوان از دیگر مشکلات مطرح شده توسط گردشگران است. فضای سبز نامطلوب در بخشی از قسمت‌های این پارک و دغدغه‌ی حفاظت از فضای سبز موجود، معابر ناسالم محوطه که به کاهش ضریب ایمنی در برخی مکان‌ها منجر شده و یا گل‌آلود شدن این گونه مسیرها در زمان بارندگی، کمبود سکوهای استراحت و استفاده از چمن جهت اقامت، کمبود آب آشامیدنی و شبکه‌ی ارتباطی نامطلوب در مسیرهای منتهی به پارک و ورودی و خروجی‌های نامطلوب از جمله مهم‌ترین مشکلات اظهار شده توسط گردشگران است.

آلودگی‌های محیطی، کمبود نیمکت، نداشتن رستوران، نبود راهنما و تابلوهای راهنمای گردشگری، مشکلات نورپردازی در شب و در مسیرهای فرعی و عدم وجود امکانات برای

سالمندان و معلولین به ترتیب مواردی هستند که توسط گردشگران به عنوان مهم‌ترین مشکلات این مکان اظهار شده‌اند.

نتیجه‌گیری

- هرگونه تصمیم‌سازی در گردشگری که مغایر خواسته‌ها، علایق، تجربیات و ارزش‌های گردشگران باشد، نتیجه‌ی مطلوبی نخواهد داشت. برنامه‌ریزی متمرکز گردشگری که قواعد خشنی را فارغ از دغدغه‌ها و خواسته‌های گردشگران به آنان تحمیل می‌کند، اغلب با عدم استقبال آنان نیز مواجه می‌گردد.
- سابقه‌ی تاریخی طولانی گردشگری در این مکان، دوری از ازدحام و آلودگی‌های درون شهر، چشم‌انداز مسلط بر شهر اصفهان و همچنین بعد کوه‌پیمایی، از جمله جاذبه‌های ویژه‌ی این محوطه‌ی گردشگری است.
- به دلیل گرایش بالای گردشگران به تردد به این مکان با وسایل نقلیه‌ی شخصی به دلیل نقص سامانه حمل و نقل عمومی منتهی شده به این مکان، یکی از زیربناهای اساسی توسعه‌ی گردشگری در این محوطه، توسعه‌ی شبکه‌ی حمل و نقل عمومی این محدوده است.
- گردشگری در این محوطه بیشتر به دو صورت مراجعه در قالب گروه‌های خانوادگی و گروه‌های دوستان است. بنابراین ضرورت دارد در برنامه‌ریزی گردشگری و تجهیزات و خدمات مربوطه به آن به نیازها و تمایلات هر دو قشر توجه گردد.
- محیط طبیعی پارک علی‌رغم آنکه نیازمند ارائه‌ی امکانات و خدمات گردشگری است، نباید از ماهیت اصلی خود چندان فاصله گیرد.
- اقدامات آگاهی‌دهنده از ویژگی‌های این مکان بسیار ضعیف است که بی‌تردید در بهره‌گیری نامطلوب از محیط گردشگری تأثیرگذار خواهد بود.
- تفریح و ورزش دو ویژگی برتر در انتخاب این مکان است.
- بر اساس تحلیل همبستگی انجام شده رابطه‌ی مثبت، مستقیم و معناداری بین آشنایی با پارک صفا از طریق تبلیغات و میزان آگاهی از جاذبه‌های تاریخی و طبیعی وجود دارد.

پس توسعه اطلاع‌رسانی در جهت‌دهی مثبت به گرایش گردشگران به این مکان مؤثر است.

- هر چند در مجموع وضعیت بهره‌گیری از این مکان نسبتاً مطلوب است اما مهم‌ترین دغدغه‌ی گردشگران در بهره‌گیری از این فضا، کمبود پارکینگ و پس از آن کمبود سرویس‌های بهداشتی اظهار شده است. به ترتیب مشکلات ذکر شده‌ی دیگری نیز وجود دارد که در توسعه‌ی گردشگری این مکان بایستی به آنها توجه گردد.

- در این پژوهش گردشگران زن و مرد از نظر احساس امنیت و رضایت‌مندی از خدمات رسانی شرایط یکسانی ندارند. میان سن و احساس رضایت از امنیت نیز رابطه وجود دارد. هر چه سن گردشگر بالاتر بوده محیط را ناامن‌تر تصویر کرده است. میزان رضایت از خدمات‌رسانی در سنین مختلف و میان زنان و مردان یکسان بوده است.

- پیشنهادها و راهکارها

- بر اساس نتایج به دست آمده از این پژوهش مجموعه راه‌کارهایی ارائه می‌گردد که به این قرار است:

- از آنجا که رفتار گردشگران و ادراک آنها از محیط پویا است و مدام در حال تحول است، شناخت الگوی رفتاری گردشگران به عنوان پیش زمینه برنامه‌ریزی مطلوب بایستی به طور مستمر طی پژوهش‌هایی تکرار شود.

- توسعه اطلاع‌رسانی از جنبه‌های گردشگری این مکان به عنوان یک امر بسیار ضروری بایستی پی‌گیری شود. این امر در رشد ادراک محیطی گردشگران از محیط بسیار مؤثر است.

- به دلیل حجم بالای مراجعات و قرارگیری در مسیر تردهای برون شهری با حساسیت بیشتری استانداردهای ایمنی تردد و اصلاح مسیرها پیگیری شود. به علاوه پارکینگ با ظرفیت بیشتر و در مکانی مناسب در این محدوده این پارک طراحی گردد.

- در برنامه‌ریزی گردشگری این مکان و ایجاد تجهیزات و خدمات مربوطه به آن به نیازها و تمایلات قشرهای مختلفی که به صورت خانوادگی یا غیرخانوادگی مراجعه می‌کنند،

توجه گردد. این امر در عدم تداخل تمایلات گروه‌های مختلف مؤثر است به علاوه سطح رضایت دو قشر را بالا می‌برد.

- از آن جا که تفریح و ورزش دو ویژگی برتر در انتخاب این مکان است، در توسعه‌ی خدمات گردشگری این دو محور اساسی را بایستی در نظر داشت. بر این اساس ایجاد امکانات متنوع ورزشی و تفریحی برای قشرهای مختلف در گروه‌های سنی، جنسی و اجتماعی متفاوت سطح رضایت از این فضای گردشگری را بالا می‌برد.
- جاذبه اصلی این مکان طبیعت است پس هر گونه اقدامی در این محوطه در جهت توسعه گردشگری صورت می‌گیرد نبایست آن را از ماهیت طبیعی مکان دور سازد.
- تأسیسات و خدمات پایه‌ای مورد نیاز در محوطه‌های گردشگری مانند سرویس‌های بهداشتی، سطل‌های زباله، معبرسازی و اصلاح مسیرها، ایجاد سکوه‌های اقامتی، نسب نیمکت، نورپردازی، آبخوری و موارد بسیاری از این دست، بنابر مراجعات گسترده‌ای که به این مکان صورت می‌گیرد در بخش‌های مختلف پارک توسعه یابد. این اقدام در پاکیزگی محیط، افزایش سطح رضایت‌مندی گردشگران و ایجاد امنیت بیشتر محوطه مؤثر است.
- در رابطه با تأسیسات پذیرایی از یک سو، نظارت بیشتر بر عملکرد واحدهای فعال بسیار ضرورت دارد و از سوی دیگر، توسعه محوطه‌های پذیرایی همخوان با فضای بومی شهر پیشنهاد می‌گردد.
- آموزش و تربیت مأمورین انتظامات پارک در نحوه برخورد صحیح با گردشگران از مهم‌ترین اقدامات در افزایش سطح رضایت‌مندی گردشگران است.

منابع

۱. بیک‌محمدی، حسن، (۱۳۷۹). نگرشی نو بر آثار اقتصادی توسعه جهانگردی با نگاه به ایران، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۱۵۸ - ۱۵۷.
۲. درگاه الکترونیکی شهرداری اصفهان (www.isfahan.ir).
۳. شکویی، حسین، (۱۳۷۸). اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا (جلد اول)، انتشارات گیتاشناسی، چاپ سوم، تهران.
۴. شکویی، حسین و موحد، علی، (۱۳۸۱). شناخت الگوی فضایی شهر اصفهان با استفاده از سیستم GIS، مدرس، دوره ۶، شماره ۴، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۵. شکویی، حسین، (۱۳۸۲). اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا (جلد دوم)، فلسفه‌های محیطی و مکتب‌های جغرافیایی، انتشارات گیتاشناسی، چاپ اول، تهران.
۶. صدرموسوی، میرستار و دخیلی کهنمویی، جواد، (۱۳۸۶). ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، پژوهش‌های جغرافیایی شماره ۶۱، پاییز.
۷. فرج‌زاده‌اصل، منوچهر، (۱۳۸۴). سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه‌ریزی توریسم، انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، تهران.
۸. کازس، ژرژ، پیتیه، فرانسوا، (۱۳۸۲). جهانگردی شهری، ترجمه صلاح‌الدین محلاتی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
۹. کاظمی، مهدی، (۱۳۷۸). تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، جغرافیا و توسعه، شماره ۱۲، پاییز و زمستان.
۱۰. موسی کاظمی‌محمدی، مهدی، (۱۳۸۰). توسعه پایدار شهری: مفاهیم و دیدگاه‌ها، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال شانزدهم، شماره پیاپی ۶۲، انتشارات پژوهشکده امیرکبیر.
۱۱. محلاتی، صلاح‌الدین، (۱۳۸۰). درآمدی بر جهانگردی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
۱۲. مدنی‌پور، علی، (۱۳۷۹). طراحی فضای شهری، نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی، مترجم: فرهاد مرتضایی، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری (وابسته به شهرداری تهران)، چاپ اول، تهران.

۱۳. موحد، علی، (۱۳۸۶). گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز، چاپ اول.
۱۴. یاراحمدی، امیر، (۱۳۷۸). بسوی شهرسازی انسانگرا، شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری، چاپ اول، تهران.

15. Fox, Dominic, Fiona leRoy (2002). Sustainable Tourism Evaluation Project(STEP), <http://www.fiushade.Net.com/step.html>.

16. Vauzelles, Dorothee,(1991).Tourism and Leisure in the big city, 27th congress, planning for Leisure the challenge of tourism ,final report, Guadalajara Mexico, 19-24 September.

17. Ziaee, M, Mirzaee, R,(1386). Dictionary of leisure, tourism and hospitality, Terme Press, Tehran.