

واکاوی ویژگی‌ها و الگوی فراغت در گردشگری شهری (مطالعه موردی: تهران)

هومان لیاقتی^{۱*}، کورس خوشبخت^۲، حسین محمودی^۳، محسن کوچکزاده^۴، پگاه امیدوار^۵

۱-دانشیار پژوهشکده علوم محیطی، دانشگاه شهید بهشتی

۲-استادیار پژوهشکده علوم محیطی، دانشگاه شهید بهشتی kkhoshbakht@yahoo.com

۳-مربی پژوهشکده علوم محیطی، دانشگاه شهید بهشتی h-mahmoudi@cc.sbu.ac.ir

۴-مربی پژوهشکده علوم محیطی، دانشگاه شهید بهشتی m.kou2324@gmail.com

۵-همکار پژوهشی، پژوهشکده علوم محیطی، دانشگاه شهید بهشتی pegahomidvar@gmail.com

تاریخ دریافت: ۸۸/۹/۱۰ تاریخ پذیرش: ۸۹/۶/۲۲

چکیده

گردشگری شهری دارای نیروی بالا در جذب گردشگران و به تبع آن جذب منافع مالی و فرصت‌های شغلی است. بسیاری از شهرهای ایران از جمله تهران، به دلیل بهرمندی از شرایط اقلیمی متنوع، نیروی بالایی را در جذب گردشگری شهری دارند که متأسفانه هنوز جایگاه مناسب خود را در این مقوله نیافته‌اند. دلایل مختلفی برای این نقصان وجود دارد که در این میان یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین دلایل، عدم شناخت از ویژگی‌های گردشگران علاقه‌مند به طبیعت و الگوی فراغت آنهاست. این مقاله با بررسی تعداد بالایی از گردشگران، به تعیین ویژگی‌های آنها و همچنین الگوی فراغت آنها پرداخته تا مبنای مناسبی را برای تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی گردشگری شهری فراهم آورد. جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی گردشگران در سه حوزه پارک‌های شهری، پارک‌های جنگلی و رود دره‌های شهر تهران است که از میان آنها، به نسبت حجم گردشگران در هر یک از حوزه‌ها، تعداد ۳۰۰۰ گردشگر به صورت کاملاً تصادفی انتخاب و در مراحل تحقیق از آرای ایشان در قالب پرسشنامه استفاده در نهایت از میان ۳۰۰۰ پرسشنامه تعداد ۲۶۷۹ فرم، ارزش بررسی داشته که از آنها استفاده شده است. نتایج در سه بخش ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای، وضعیت زمانی و مکانی گردشگری و الگوی فراغت در گردشگری مورد تجزیه تحلیل قرار گرفته است. از نظر گروه‌بندی سنی، جنسی، فاصله مکان زندگی تا مکان مورد استفاده، دوره زمانی و مدت بهره‌جویی تفاوت آشکاری میان متقاضیان استفاده از رود دره‌ها با پارک‌های شهری و جنگلی وجود دارد که لزوم برنامه‌ریزی متفاوتی را نسبت به سایر فضاهای گردشگری طلب می‌کند. بنابراین مقاله با توجه به نتایج به‌دست آمده، پیشنهادهایی در راستای برنامه‌ریزی و مدیریت بهینه گردشگری شهری ارائه می‌شود.

کلید واژه

گردشگری شهری، گردشگران، پارک‌های جنگلی، پارک‌های شهری، رود دره‌ها

سر آغاز

گردشگری در کشور ما به حدود سال ۱۳۴۱ (آغاز برنامه سوم عمرانی کشور) بر می‌گردد. اما متأسفانه با گذشت بیش از ۴۰ سال از آغاز آن، این فعالیت هنوز جایگاه خود را نیافته است (Masoumi, 2006). یکی از مهم‌ترین دلایل این جایگاه پایین، شناخت اندک از وضعیت موجود و آشنا نبودن با ویژگی‌های گردشگران است. درک ویژگی‌های گردشگران برای توسعه گردشگری و شناسایی فرصت‌های جدید این حوزه ضروری است (McIntosh, 2004 و Pettersson, 2002). در واقع برخی از پژوهشگران معتقدند که باید در گام نخست، ویژگی‌ها و انگیزه‌های گردشگران باید مورد بررسی قرار گیرد تا در ادامه بتوان به ابعاد

امروزه صنعت گردشگری به یکی از بزرگترین و پردرآمدترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده است. گردشگری شهری نوعی از گردشگری است که شهروندان علاقه‌مند به جاذبه‌های مختلف همانند جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی، مذهبی و طبیعی ضمن گردش مسئولانه بخشی از اوقات فراغت خود را در این اماکن می‌گذرانند (Higham and Lueck, 2002). برای توسعه پایا و گسترش حساب شده گردشگری نیاز به برنامه‌ریزی فرآیندی است. این برنامه‌ریزی باید بر شناخت عمیق از خواسته‌ها و انتظارات گردشگران متکی باشد. سابقه برنامه‌ریزی

روایی، یا اعتبار ابزار اندازه‌گیری نیز با روش اعتبار محتوایی و از طریق گروه خبرگان و متخصصان شامل شش نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه و متخصصان مورد بررسی قرار گرفت و پس از ایجاد تعدیل‌های لازم، پرسش‌های نهایی طراحی شدند.

جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی گردشگران در سه حوزه پارک‌های شهری، پارک‌های جنگلی و رود دره‌ها است که با توجه به تعداد زیاد آن و برای افزایش دقت در پاسخ‌های اخذ شده و عمق بخشیدن به ابزار اندازه‌گیری تجدید جامعه آماری مد نظر محققان بوده، به ترتیبی که از میان جامعه آماری به نسبت حجم گردشگران در هر یک از حوزه‌ها، تعداد ۳۰۰۰ گردشگر به صورت کاملاً تصادفی انتخاب و در مراحل تحقیق از آرای ایشان در قالب پرسشنامه استفاده شده است. در نهایت از میان ۳۰۰۰ پرسشنامه تعداد ۲۶۷۹ فرم، قابل بررسی بود که از آنها استفاده شده است.

نتایج

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان

وضعیت سنی: به تفکیک فضاهای مورد تحقیق گردشگری که در جدول شماره (۱) نشان داده شده است مبین این مطلب است که بیشترین درصد گردشگران جوان (۶۲ درصد) مربوط به رود دره‌هاست و پس از آن در پارک‌های شهری (حدود ۵۷ درصد) و در پارک‌های جنگلی (۴۸ درصد) رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص داده است.

جنسیت: بررسی جنسیت پاسخگویان نیز به تفکیک فضاهای گردشگری مطالبی را برای برنامه‌ریزان روشن می‌کند که نتایج آن در جدول شماره (۱) ذکر شده است.

این نتایج مبین این مطلب است که درصد گردشگران مرد در هر سه منطقه گردشگری مورد بررسی بیشتر از زنان است
(chi-square = 93.154, $p < 0.05$)

همین مسئله جنسیت هنگامی که به تفکیک گروه‌های سنی مورد بررسی قرار می‌گیرد مبین اقبال بالای مردان مسن، یا سالخورده در مقایسه با زنان سالخورده است به نحوی که حدود ۶۷ درصد از مردان سالخورده و فقط ۳۲ درصد از زنان در زمره پاسخگویان قرار داشتند.

وضعیت تأهل: برای بررسی تمایل دو دسته متاهلان و مجردان در استفاده از اماکن یاد شده، پراکنش این دو دسته در جدول شماره (۳) مورد نظر قرار گرفته است.

دیگر نگاهی عمیق‌تر داشت (Holden and Sparrowhawk 2002; Meric and Hunt, 1998; Wight, 1996; Weaver and Lawton, 2002, TIES, 2008).

برنامه‌ریزی گردشگری نیازمند اطلاعات کافی درباره جذابیت‌های گردشگری، ویژگی‌های گردشگران، عوامل اقتصادی، سیاسی، خدماتی، اجتماعی و فرهنگی، محیط زیستی، مدیریتی است (Zahedi, 2006). در همین راستا، این مقاله با تأکید بر گردشگری طبیعی در شهر تهران به دنبال پاسخگویی به سؤالات اساسی زیر طراحی شده است:

- ۱- توزیع گردشگران بر اساس ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای چگونه است و آیا در توسعه صنعت گردشگری تأثیری دارد یا خیر؟
- ۲- آیا توزیع و پراکنش زمانی و مکانی گردشگران از یک مدل کاربردی تبعیت می‌کند؟
- ۳- عوامل مؤثر در الگوی گذران اوقات فراغت گردشگران چیست؟
- ۴- الگو و مدل تمایلات و علایق گردشگران در هر یک از مراکز گردشگری چگونه است؟

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی است زیرا نتایج آن برای تصمیم‌گیران، برنامه‌ریزان و مدیران حوزه مدیریت شهری و گردشگری قابل استفاده است. همچنین این تحقیق از نظر گردآوری داده‌ها، میزان نظارت و درجه کنترل متغیرها و توانایی تعمیم از نوع تحقیقات توصیفی است. با توجه به خصلت تحقیقات در حوزه انسانی و مدیریت حوزه‌های شهری و نیز به واسطه وسعت و گستردگی جمعیت مورد مطالعه و لزوم تعیین جامعه از طریق نمونه‌گیری و همچنین استفاده از پرسشنامه برای جمع‌آوری اطلاعات لازم، روش اصلی تحقیق از نوع پیمایشی انتخاب شد.

ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق پرسشنامه بوده است که به روشی مستقیم برای گردآوری اطلاعات پیمایشیها مورد استفاده قرار می‌گیرد. کلیه متغیرهای تحقیق در این ابزار سازماندهی شده و با تکنیک مصاحبه نسبت به دریافت و ثبت اطلاعات پرسشنامه اقدام شده است.

برای حصول اطمینان از روائی و پایایی پرسشنامه، از مطالعه راهنما^۱ استفاده شد و با تکمیل پرسشنامه محدودی از جامعه مورد مطالعه (۵۰ نفر از گردشگران) پیش از نهایی کردن پرسشنامه انتخاب و مورد آزمون قرار گرفتند تا نواقص احتمالی در پرسشنامه و سؤالات مرتفع شود. ضریب آلفا کرانباخ معادل ۰/۷۵ محاسبه شد.

اندکی در هر یک از مناطق مورد بررسی متفاوت بود که می‌توان در جدول شماره (۴) ملاحظه کرد. در پژوهش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که در سال ۱۳۸۱ انجام شده است، نتیجه گرفته شد که مجردین بیش از متأهلان به مراکز تفریحی و پارک‌ها می‌روند، هر چند که این اختلاف چندان زیاد نبوده است.

جدول شماره (۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس وضعیت تاهل به تفکیک مناطق گردشگری

وضعیت تاهل	فراوانی	درصد	فضاهای گردشگری
متاهل	۴۱۶	۳۵/۵	پارک‌های شهری
مجرد	۳۵۷	۴۵/۹	پارک‌های شهری
بدون پاسخ	۴	۰/۵	پارک‌های شهری
متاهل	۴۹۲	۵۵/۰	پارک‌های جنگلی
مجرد	۳۹۶	۴۴/۳	پارک‌های جنگلی
بدون پاسخ	۶	۰/۷	پارک‌های جنگلی
متاهل	۵۰۸	۵۰/۴	رود دره‌ها
مجرد	۴۹۶	۴۹/۲	رود دره‌ها
بدون پاسخ	۴	۰/۴	رود دره‌ها

وضعیت اشتغال: یکی دیگر از ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان را وضعیت اشتغال ایشان ترتیب می‌دهد، از این طریق می‌توان به تمایلات گروههای مختلف شغلی بیشتر آگاهی پیدا کرد و با بررسی‌های بیشتر در این زمینه، برنامه‌ریزی‌های بهتر و جامع‌تری را برای جذب مردم به هر یک از اماکن تفریحی به انجام رسانید، این بررسی‌ها که در جدول شماره (۵) نشان داده شده است، شامل نکاتی است که در زیر به آنها اشاره می‌شود:

الف- بیشترین درصد پاسخگویان به ترتیب مربوط به کارمندان با ۲۷/۵ درصد، محصلان با ۲۷/۱ درصد و مشاغل آزاد با ۲۰/۲ درصد است.

ب- کمترین درصد پاسخگویان به ترتیب مربوط به کارگران با ۳/۴ درصد، بیکاران با ۴/۴ درصد و بازنشستگان با ۶/۴ درصد است، که خود نشان از میل پایین این مشاغل به بهره‌مندی از امکانات تفریحی در این دسته است و البته می‌تواند تا حدود زیادی مربوط به توان پایین مالی این دسته نیز باشد که در ادامه تحقیق به بررسی بیشتر این موضوع نیز خواهیم پرداخت.

ج- نکته دیگری که در این زمینه قابل توجه است، وجود ۲۷۹ پاسخگو، (۱۰/۴ درصد) که زنان خانه‌دار هستند.

تحصیلات: این نتایج که در جدول شماره (۶) مورد توجه قرار داده شده‌است به اقبال بسیار پایین افراد بیسواد و اقبال چشمگیر افراد با

جدول شماره (۱): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس جنسیت به تفکیک مناطق گردشگری

متغیرها	زیر گروهها	پارک‌های شهری (تعداد: ۷۷۷)	پارک‌های جنگلی (تعداد: ۸۹۴)	رود دره‌ها (تعداد: ۱۰۰۸)
سن	زیر ۳۰ سال	۵۷/۳ درصد	۴۸ درصد	۶۲/۷ درصد
	۳۰ تا ۵۰ سال	۳۳/۳ درصد	۴۰/۲ درصد	۲۹/۶ درصد
	بالای ۵۰ سال	۹/۱ درصد	۱۱/۹ درصد	۷/۴ درصد
جنسیت	زن	۳۸/۱ درصد	۴۲/۱ درصد	۴۱/۲ درصد
	مرد	۶۱/۶ درصد	۵۷/۸ درصد	۵۸/۵ درصد
تحصیلات	بیسواد	۱/۵ درصد	۱/۵ درصد	۱/۶ درصد
	تا دیپلم	۴۶/۲ درصد	۴۳/۲ درصد	۴۵/۴ درصد
	تحصیلات دانشگاهی	۵۱/۶ درصد	۵۴/۵ درصد	۵۲/۵ درصد

جدول شماره (۲): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس جنسیت به تفکیک گروه‌های سنی

گروه‌های سنی	جنسیت	فراوانی	درصد
جوان	زن	۶۴۳	۴۲/۷
	مرد	۸۶۱	۵۷/۲
	بدون پاسخ	۲	۰/۱
میانسال	زن	۳۶۳	۳۹/۶
	مرد	۵۵۱	۶۰/۲
	بدون پاسخ	۲	۰/۲
مسن (سالخورده)	زن	۸۱	۳۲/۱
	مرد	۱۶۹	۶۷/۱
	بدون پاسخ	۲	۰/۸

جدول شماره (۳): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس وضعیت تاهل

وضعیت تاهل	فراوانی	درصد	درصد معتبر
متاهل	۱۴۱۶	۵۲/۹	۵۳/۱
مجرد	۱۲۴۹	۴۶/۶	۴۶/۹
بدون پاسخ	۱۴	۰/۵	۱۰۰
جمع	۲۶۷۹	۱۰۰	---

با توجه به آمار موجود در جدول فوق، بیشتر گردشگران متأهل بوده‌اند ($\chi^2 = 10.465, p < 0.05$). بررسی این تمایل به تفکیک مناطق گردشگری نیز نتایج بالا را تکرار کرد و تفاوت‌ها

بیشتر گردشگران جزء گروه کم درآمد بوده‌اند (chi-square $p < 0.05$, $=2583.433$). بر اساس اطلاعات جدول فوق می‌توان به این نکته اشاره کرد که حدود ۲۰ درصد از پاسخگویان اطلاعات مربوط به درآمد ماهانه خود را پاسخ نداده که مبین حساسیت این موضوع برای آنهاست.

جدول شماره (۷): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس درآمد ماهانه

درآمد ماهانه	فراوانی	درصد	درصد معتبر
کمتر از ۳۰۰ هزار تومان	۹۲۸	۳۴.۶	۴۳/۲
۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان	۶۷۹	۲۵.۳	۳۱/۶
۵۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومان	۳۳۳	۱۲.۴	۱۵/۵
۷۰۰ تا ۹۰۰ هزار تومان	۱۱۹	۴.۴	۵/۵
بیشتر از ۹۰۰ هزار تومان	۹۰	۳.۴	۴/۲
بدون پاسخ	۵۳۰	۱۹.۸	---
جمع	۲۶۷۹	۱۰۰	۱۰۰

بر اساس این اطلاعات بیشتر پاسخگویان (۷۴/۸ درصد) در محدوده کمتر از ۵۰۰ هزار تومان در ماه درآمد دارند.

وضعیت زمانی و مکانی گردشگری

در این بخش سعی شده است متغیرها و ویژگی‌های مکانی مربوط به گردشگری، مانند محل اقامت و اولویت مکانی مربوط به گذراندن تعطیلات و همچنین ویژگی‌های زمانی گردشگری، نظیر مدت زمان لازم برای دسترسی به مکان‌های گردشگری، پراکنش زمانی استفاده از این فضاها، بررسی و اولویت‌بندی فصول گردشگری و ... مورد بررسی قرار گیرد.

محل اقامت: برای بررسی محل اقامت پاسخگویان، گروه‌بندی سه گزینه‌ای مد نظر قرار گرفت، به ترتیبی که محل اقامت در شهرستان تهران، سایر شهرستان‌های استان تهران و شهرستان‌های سایر استان‌ها مورد توجه قرار گرفت.

بررسی‌ها نشان از آن داشت که بیشترین مراجعان به پارک‌های شهری، پارک‌های جنگلی و رودخانه‌های اطراف تهران شهروندان تهرانی هستند که کاملاً قابل پیش‌بینی است. از طرف دیگر محل اقامت ۲۴۵ نفر از پاسخگویان، (۹/۱ درصد) نیز به شهرها و شهرستان‌های سایر استان‌ها تعلق دارد که با توجه به ویژگی‌های شهر تهران از نظر امکانات آموزشی، درمانی و ... نیز قابل پیش‌بینی است (جدول شماره ۸).

تحصیلات دانشگاهی در هر سه گروه منجر شد (chi-square $p < 0.05$, $=1403.038$). این نتیجه در بررسی‌های دیگر نیز مورد تأیید قرار گرفته است (Ministry of Culture & Islamic Guidance, 2002, Maygooni, et al., 2009).

جدول شماره (۵): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس وضعیت اشتغال

وضعیت اشتغال	فراوانی	درصد	درصد معتبر
آزاد	۵۴۱	۲۰/۲	۲۰/۳
کارمند	۷۳۸	۲۷/۵	۲۷/۷
کارگر	۹۲	۳/۴	۳/۵
محصل	۷۲۶	۲۷/۱	۲۷/۲
بازنشسته	۱۷۱	۶/۴	۶/۴
خانه‌دار	۲۷۹	۱۰/۴	۱۰/۵
بیکار	۱۱۸	۴/۴	۴/۴
بدون پاسخ	۱۴	۰/۵	---
---	۲۶۷۹	۱۰۰	---

جدول شماره (۶): توزیع فراوانی پاسخگویان

بر اساس وضعیت تحصیلی به تفکیک مناطق گردشگری

مناطق گردشگری	وضعیت تحصیلی	فراوانی	درصد
پارک‌های شهری	بیسواد	۱۲	۱/۵
	دیپلم و زیر دیپلم	۳۵۹	۴۶/۲
	تحصیلات عالی	۴۰۱	۵۱/۶
پارک‌های جنگلی	بدون پاسخ	۵	۰/۶
	بیسواد	۱۳	۱/۵
	دیپلم و زیر دیپلم	۳۸۶	۴۳/۲
رود دره‌ها	تحصیلات عالی	۴۸۷	۵۴/۵
	بدون پاسخ	۸	۰/۹
	بیسواد	۱۶	۱/۶
	دیپلم و زیر دیپلم	۴۵۸	۴۵/۴
	تحصیلات عالی	۵۲۹	۵۲/۵
	بدون پاسخ	۵	۰/۵

درآمد ماهانه: برای بررسی این متغیر که می‌تواند نقش مهمی را در بهره‌مندی از امکانات رفاهی شهری با شهروندان داشته باشد، از یک سؤال ۵ گزینه‌ای استفاده شده است. اطلاعات مربوط به این متغیر در جدول شماره (۷) ذکر شده است.

جدول شماره (۹): بررسی و اولویت‌بندی رفتار گردشگری

شهروندان				گزینه‌ها
فراوانی اولویت				
اول	دوم	سوم	سایر	
۹۰۴	۲۵۷	۲۷۵	۱۷	سفر به خارج از تهران
۸۲۸	۸۴۲	۲۷۰	۹	رفتن به روددره‌ها و مناطق کوهستانی اطراف تهران
۵۷۷	۶۹۰	۶۸۳	۱۶	رفتن به پارک‌های شهری و جنگلی
۱۴۸	۲۶۳	۲۳۱	۲۹	دید و بازدید
۹۴	۲۳۶	۴۵۰	۱۹	رفتن به اماکن فرهنگی (سینما، تئاتر، موزه و ...)
۲۳	۲	۵۵	۳	سایر موارد

جدول شماره (۸): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس محل اقامت

محل اقامت	فراوانی	درصد	درصد معتبر
تهران	۲۲۰۷	۸۲.۴	۸۲.۹
سایر شهرستان‌های تهران	۲۱۰	۷.۸	۷.۹
شهرستان‌های سایر استان‌ها	۲۴۵	۹.۱	۹.۲
بدون پاسخ	۱۷	۰.۶	---
جمع	۲۶۷۹	۱۰۰	۱۰۰

اولویت‌بندی فضاهای گردشگری در تعطیلات کوتاه مدت: برای

بررسی رفتار گردشگری شهروندان در ایام تعطیلات کوتاه‌مدت و اولویت‌بندی بیشترین تمایل ایشان، سعی شده است رفتار گردشگری در اولویت‌های سفر به خارج از تهران، رفتن به روددره‌ها و مناطق کوهستانی اطراف تهران، پارک‌های شهری و جنگلی، رفتن به مکان‌های فرهنگی (سینما، تئاتر، موزه و ...)، دید و بازدید و سایر بررسی شود. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، پاسخگویان با ۹۰۴ انتخاب به عنوان گزینه اول گردشگری خود، سفر به تهران را در ایام تعطیلات کوتاه مدت تعیین کردند، رتبه‌های بعدی پاسخگویان در انتخاب گزینه اول ۸۲۸ انتخاب مربوط به "رفتن به روددره‌ها و مناطق کوهستانی اطراف تهران" ۵۷۷ انتخاب با و "رفتن به پارک‌های شهری و جنگلی" با به عنوان گزینه اول است. سایر یافته‌های جدول فوق نشان‌دهنده این مطلب است که پاسخگویان با ۸۴۲ رفتن به روددره‌ها و مناطق کوهستانی اطراف تهران را انتخاب به عنوان بهترین مکان گردشگری اولویت دوم انتخاب کرده و پس از آن ۶۹۰ انتخاب رفتن به پارک‌های شهری و جنگلی با نیز از ارجحیت بالاتری نسبت به سایر رفتارهای گردشگری برخوردار است.

سایر اولویت‌های انتخابی نیز در جدول فوق قابل دستیابی است (جدول شماره ۹).

جدول شماره (۱۰): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس

فاصله زمانی محل اقامت تا مراکز گردشگری

فاصله زمانی	فراوانی	درصد	درصد معتبر
کمتر از نیم ساعت	۹۴۶	۳۵.۳	۳۵.۵
بین ۰/۵ تا ۱ ساعت	۱۰۲۴	۳۸.۲	۳۸.۴
بین ۱ تا ۱/۵ ساعت	۴۳۱	۱۶.۱	۱۶.۲
بین ۱/۵ تا ۲ ساعت	۱۰۷	۴.۰	۴.۰
بیشتر از ۲ ساعت	۱۶۰	۶.۰	۶.۰
بدون پاسخ	۱۱	۰.۴	---
جمع	۲۶۷۹	۱۰۰	۱۰۰

یافته‌های جدول فوق نشان از آن دارد که بیشتر پاسخگویان از مراکز استفاده می‌کنند که فاصله بسیار کمی با محل اقامت ایشان دارد، به ترتیبی که حدود ۷۴ درصد آنها کمتر از ۱ ساعت با این مراکز فاصله دارند و اگر دامنه را اندکی بیشتر کنیم می‌توان ملاحظه کرد که ۹۰ درصد پاسخگویان کمتر از ۱/۵ ساعت با مراکز فاصله دارند.

پراکنش استفاده از مکان‌های گردشگری در طول ایام هفته: برای

داشتن برنامه‌ریزی دقیق گردشگری نیازمند آماری در خصوص بیشترین مکان‌ها و زمان‌های مورد استفاده هستیم، برای دستیابی به چنین آمار و اطلاعاتی، از پاسخگویان سؤال شده است که معمولاً در کدام قسمت از ایام هفته به چنین مکان‌های می‌آیند؟ بررسی پاسخ‌ها که در جدول شماره (۱۱) قید شده است، مبین این مطلب است که بیشترین ترجیح برای اولویت اول در روزهای مربوط به

فاصله زمانی محل اقامت تا فضاهای مورد استفاده: یکی از موارد

قابل توجه در جلب گردشگر امکان دسترسی بالای مراکز موصوف است، برای سنجش شاخص دسترس‌پذیری مراکز گردشگری از متغیر فاصله زمانی میان محل اقامت و مراکز سابق‌الذکر استفاده شده است که نتایج آن را می‌توان در جدول شماره (۱۰) ملاحظه کرد.

به منظور مدیریت بهینه اوقات فراغت شهروندان یاری کند، میزان زمانی است که شهروندان در هر یک از مراکز موصوف صرف می کنند، به عبارت دیگر کمیت حضور در این اماکن که نتایج این بررسی های در جدول شماره (۱۳) ذکر شده است.

جدول شماره (۱۳): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس

ساعات حضور

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	دامنه حضور
۳۰/۹	۳۰/۹	۳۰/۷	۸۲۲	۱ تا ۳ ساعت
۸۶/۳	۵۵/۳	۵۴/۹	۱۴۷۰	۳ تا ۶ ساعت
۹۳/۶	۷/۳	۷/۲	۱۹۳	۶ تا ۱۲ ساعت
۷۹/۹	۴/۴	۴/۳	۱۱۶	۲۴ ساعت
۹۸/۸	۰/۸	۰/۸	۲۲	۴۸ ساعت
۹۸/۸	۰	۰	۰	۷۲ ساعت
۱۰۰/۰	۱/۲	۱/۲	۳۳	بیشتر از ۷۲ ساعت
---	---	۰/۹	۲۳	بدون پاسخ
---	۱۰۰	۱۰۰	۲۶۷۹	جمع

یافته ها حکایت از آن دارد که اکثر پاسخگویان (۵۵/۳ درصد) از ۳ تا ۶ ساعت را در اماکن مورد بررسی اقامت دارند و برای زمان های معادل یک روز، یا بیشتر اقبال چندانی وجود ندارد. به عبارت دیگر فقط ۶/۴ درصد از پاسخگویان هستند که یک روز، یا بیشتر در این اماکن توقف دارند. سایر بررسی ها در این زمینه نشان داد که نوع مکان مورد بررسی نیز می تواند در زمان حضور شهروندان مؤثر باشد. به ترتیبی که در پارک ها شهری بیشترین فراوانی ۱ تا ۳ ساعت است، در حالی که برای پارک های جنگلی و رود دره ها بیشترین فراوانی ۳ تا ۶ ساعت است (جدول شماره ۱۴)

جدول شماره (۱۴): بیشترین ساعات حضور در مراکز گردشگری

به تفکیک نوع فضا

درصد	نما یا بیشترین فراوانی	فضای گردشگری
۵۳	۱ تا ۳ ساعت	پارک های شهری
۴۱/۱	۳ تا ۶ ساعت	پارک های جنگلی
۷۶/۲	۳ تا ۶ ساعت	رود دره ها

الگوی گذران اوقات فراغت در گردشگری شهری

در این بخش از مقاله سعی شده است متغیرها و ویژگی های مرتبط با الگوی گذران اوقات فراغت و استفاده از اماکن گردشگری

پایان هفته با فراوانی ۱۶۰۹ نفر و در ایام تعطیل فارغ از روزهای هفته با ۸۰۲ نفر انتخاب است.

جدول شماره (۱۱): پراکنش پاسخگویان در استفاده از مراکز

گردشگری در طول ایام هفته

گزینه ها	فراوانی اولویت			
	اول	دوم	سوم	چهارم
در اوایل هفته	۴۳	۳۴	۸۷	۱۱۵۸
در اواسط هفته	۱۸۷	۱۲۸	۱۰۴۱	۵۳
در پایان هفته	۱۶۰۹	۵۹۴	۹۲	۶
در تعطیلات	۸۰۲	۸۹۰	۸۷	۶۵

پراکنش استفاده از مکان های گردشگری در طول فصول سال:

بررسی ها در خصوص یافتن اطلاعات دقیق برای برنامه ریزی برای گردشگری فقط منحصر به بررسی ایام هفته نبوده و فصول نیز مورد بررسی و اولویت بندی قرار گرفتند که نتایج آن در جدول شماره (۱۲) نشان داده شده است.

جدول شماره (۱۲): پراکنش پاسخگویان در استفاده از

مراکز گردشگری در طول فصول سال

گزینه ها	فراوانی اولویت			
	اول	دوم	سوم	چهارم
بهار	۴۸۲	۱۴۱۲	۹۷	۳۵
تابستان	۲۰۹۵	۴۱۵	۵۲	۲۸
پاییز	۳۶	۱۳۰	۱۱۷۶	۳۸۳
زمستان	۱۹	۷۰	۳۷۳	۱۲۱۰

همان طور که از جدول فوق می توان برداشت کرد، اولویت اول گردشگری خانواده ها با ۲۰۹۵ انتخاب مربوط به فصل تابستان می شود که از نظر آب و هوا نسبتاً مطلوب است و خانواده ها مخصوصاً به آنهایی که فرزندان در حال تحصیل دارند، از اوقات فراغت بیشتر و مطلوب تری برخوردارند. از طرف دیگر به دلیل واقع شدن تعطیلات ابتدای سال در فصل بهار و همچنین پیشینه فرهنگی گردشگری در فصل بهار خصوصاً در ایام ابتدای سال که تعطیلات مدارس و دانشگاهها را نیز به همراه دارد، تعدادی از هموطنان (۴۸۲ نفر) فصل بهار را به عنوان اولویت اول گردشگری و تعداد بیشتری هم (۱۴۱۲ نفر) به عنوان اولویت دوم گردشگری انتخاب کرده اند.

ساعات توقف در مکان های مورد بررسی: از موارد مهم دیگری که می تواند سازمانها و مؤسسات گردشگری و مدیریت شهری را

همان‌طور که در جدول فوق جدول شماره (۱۶) می‌توان ملاحظه کرد زنان بیشتر از مردان متمایل به گردشگری خانوادگی بوده و از طرف دیگر تمایل آنها نسبت به گردشگری بتهنهایی، یا به همراه دوستان به صورت مجردی کمتر از مردان است. با تعیین ضریب توافق C مشخص شد که همستگی بین جنسیت و وضعیت همراهان برای گردشگری شهری با اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است (جدول شماره ۱۷).

جدول شماره (۱۷): ضریب توافق C بین جنسیت و وضعیت

همراهان در گردشگری شهری

معنی‌داری سطح	میزان همبستگی	
Contingency Coefficient N=2658	۰/۱۲۹	۰/۰۰۰

در ادامه همین بحث وضعیت همراهان را به تفکیک وضعیت تأهل مورد بررسی قرار داده و نتایج زیر به دست آمد: با وجود گردشگری خانوادگی حدود ۸۵ درصد از متاهلان جدول شماره (۱۸)، به نظر می‌رسد بالا بردن امنیت اجتماعی و فرهنگی مراکز گردشگری در گرو افزایش خانواده‌گرایی این گروه از گردشگران باشد و به احتمال قوی این کار به میزان بالایی از چالش‌های موجود میان خانواده‌ها نیز خواهد کاست که می‌تواند در جای خود از اهمیت بسزایی در توسعه پایدار گردشگری برخوردار باشد.

جدول شماره (۱۸): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس

وضعیت همراهان به تفکیک وضعیت تأهل

وضعیت همراهان	متاهلان		مجردان	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
خانوادگی	۸۵/۱	۱۱۹۸	۴۶	۵۷۱
با دوستان به صورت مجردی	۱۱/۸	۱۶۶	۴۹/۳	۶۱۲
بتهنهایی	۳/۱	۴۴	۴/۷	۵۹
جمع	۱۰۰	۱۴۰۸	۱۰۰	۱۲۴۲

رفتار گردشگری مجردان تا حدود زیادی متفاوت از متاهلان بوده به ترتیبی که اکثریت ایشان تمایل به گردشگری با گروه

مورد بررسی قرار گیرد، در این بین از متغیرهایی مانند بعد گردشگری، همراهان و وسیله نقلیه استفاده شده است.

همراهان: یکی از مواردی که در تعیین الگوی اوقات فراغت شهروندان می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد، این مطلب است که هر فرد با چه کسانی برای گردشگری مراجعه کرده است، به عبارت بهتر اولویت افراد برای گردشگری کدام دسته از افرادند؟ در این تحقیق گروه‌هایی نظیر خانواده، دوستان، خانواده همسر و غیره مورد بررسی قرار گرفتند که نتایج آن در جدول شماره (۱۵) قید شده است.

جدول شماره (۱۵): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس

وضعیت همراهان

نسبت همراهان	فراوانی	درصد	درصد معتبر
خانواده	۱۴۵۱	۵۴/۲	۵۴/۵
دوستان به صورت خانوادگی	۲۴۸	۹/۳	۹/۳
دوستان به صورت مجردی	۷۸۲	۲۹/۲	۲۹/۴
خانواده همسر	۸۰	۳/۰	۳/۰
بتهنهایی	۱۰۳	۳/۸	۳/۹
بدون پاسخ	۱۵	۰/۶	---
جمع	۲۶۷۹	۱۰۰	۱۰۰

همان‌طور که ملاحظه می‌کنید اکثر پاسخگویان (۵۴/۵ درصد) به همراه خانواده به فضاهای گردشگری مراجعه کرده‌اند و پس از آن افراد به همراه دوستان خود و به صورت مجردی در این فضاها حاضر بودند. البته اگر درصد دوستان به همراه خانواده و خانواده همسر را نیز به خانواده اضافه کنیم ملاحظه می‌شود که حدود ۶۷ درصد از پاسخگویان ترجیح داده‌اند که در کنار خانواده‌ها و دوستان خود به این مراکز مراجعه کرده و لذت و شادی خود را در لذت و شادی دیگران می‌دانند. برای بررسی دقیق‌تر این رفتار پاسخگویان بهتر آن است که همراهان هر فرد را در کنار جنسیت و وضعیت تأهل ایشان قرار داد (جدول شماره ۱۶).

جدول شماره (۱۶): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس وضعیت

همراهان به تفکیک جنسیت

وضعیت همراهان	مردان		زنان	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
خانوادگی	۶۲/۹	۹۹۰	۷۲/۵	۷۸۶
با دوستان به صورت مجردی	۳۱/۸	۵۰۱	۲۵/۷	۲۷۸
بتهنهایی	۵/۳	۸۴	۱/۸	۱۹
جمع	۱۰۰	۱۵۷۵	۱۰۰	۱۰۸۳

از طرف دیگر برای جلب گردشگران سالخورده و افزایش امید به زندگی و حفظ شادابی دوران‌های قبل زندگی می‌باید تدابیر ویژه‌ای اندیشید تا در سایه آن تعادلی میان گوشه‌گیری و حس تنهایی (میل به سکون و آرامش) و حفظ تحرک و شادابی آنها برقرار شود.

بررسی‌ها در خصوص رفتار گردشگری پاسخگویان بر اساس مناطق گردشگری نشان‌دهنده این مطلب است که:

اولاً در هر سه منطقه رفتار غالب گردشگری مربوط به گرایش به سمت گردشگری خانوادگی است که با عنایت به شخصیت و روحیه جمع‌گرایی اکثریت انسان‌ها دور از ذهن نیست؛

ثانیاً بیشترین درصد رفتار گردشگری مجردی مربوط به مناطق رود دره‌هاست، به عبارت بهتر کسانی که به‌صورت مجردی به گردشگری می‌پردازند، رود دره‌ها را نسبت به پارک‌های شهری و جنگلی محیط مناسب‌تری برای خود یافته‌اند.

آزمون کروسکال والیس ($p = 0.006$) نشان داد که با احتمال ۹۵ درصد، نوع فضای گردشگری با وضعیت همراهان ارتباط معنی‌داری دارد.

بعد گردشگری: در تعیین الگوی اوقات فراغت علاوه بر همراه گزینی، به تعداد همراهان نیز توجه شده است تا بدین ترتیب تعداد نسبی مراجعان به مراکز تفریحی و گردشگری برای برنامه‌ریزی‌های آتی معین گردد (جدول شماره ۲۱ و ۲۲).

جدول شماره (۲۱): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس

وضعیت همراهان به تفکیک مناطق گردشگری

مناطق گردشگری	وضعیت همراهان	فراوانی	درصد
پارک‌های شهری	خانوادگی	۵۰۶	۶۵.۱
	مجردی	۲۱۸	۲۸.۱
	بتنهایی	۴۶	۵.۹
پارک‌های جنگلی	بدون پاسخ	۷	۰.۹
	خانوادگی	۶۵۰	۷۲.۷
	مجردی	۲۱۴	۲۳.۹
رود دره‌ها	بتنهایی	۲۵	۲.۸
	بدون پاسخ	۵	۰.۶
	خانوادگی	۶۲۳	۶۱.۸
	مجردی	۳۵۰	۳۴.۷
	بتنهایی	۳۲	۳.۲
	بدون پاسخ	۳	۰.۳

همسالان را داشته و بدین ترتیب و به جهت مدیریت صحیح این اماکن و همچنین رشد استقلال‌طلبی نوجوانان و جوانان به نظر می‌رسد برنامه‌ریزی‌های بعدی می‌باید به‌منظور آگاه‌سازی این گروه از گردشگران در زمینه‌های فرهنگی و کنترل احساسات برای برقراری امنیت خانواده‌ها در فضاهای موجود هدایت شود.

با توجه به این‌که به نظر می‌رسد رفتار گردشگری مجردین تا حدود زیادی مرتبط با سن ایشان باشد، این مسئله را در کنار سن گردشگران مجرد نیز مورد بررسی قرار می‌دهیم.

ضریب توافق C نشان می‌دهد که همبستگی بین وضعیت تأهل افراد و وضعیت همراهان برای گردشگری شهری با اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است (جدول شماره ۱۹).

همان‌طور که پیش‌بینی می‌شود با افزایش سن گردشگران مجرد از تمایل به گردشگری با دوستان به صورت مجردی کاسته شده و در گروه ۳۰ تا ۵۰ سال (مسن) افزایش چشمگیری به خانواده دوباره پدیدار می‌شود، اما با افزایش سن رفتار گردشگران مجرد در گروه سالخورده‌گان اندکی تغییر کرده و به سمت تنهایی سوق پیدا می‌کند جدول شماره (۲۰)، بدین ترتیب ملاحظه می‌شود که اقدامات آگاهی‌دهنده که قبلاً در خصوص آن توضیح داده شد بیشتر متناسب گروه سنی جوان یعنی زیر ۳۰ سال است.

جدول شماره (۱۹): ضریب توافق C بین وضعیت تأهل و

وضعیت همراهان در اکوتوریسم

سطح معنی داری	میزان همبستگی
۰/۰۰۰	۰/۴۰۵
Contingency coefficient N = 2650	

جدول شماره (۲۰): توزیع فراوانی مجردین بر اساس

وضعیت همراهان به تفکیک دسته‌بندی سنی

وضعیت همراهان	جوان (کمتر از ۳۰ سال)		مسن (از ۳۰ تا ۵۰ سال)		سالخورده (بیش از ۵۰ سال)	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
خانوادگی	۴۳۴	۴۵/۳	۶۷	۵۲/۷	۸	۳۶/۳
دوستان	۵۵۲	۵۰/۶	۵۱	۴۰/۲	۹	۴۰/۹
به تنهایی	۴۴	۴/۱	۹	۷/۱	۵	۲۲/۷
جمع	۱۰۳۰	۱۰۰	۱۲۷	۱۰۰	۲۲	۱۰۰

جدول شماره (۲۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس**نوع وسیله نقلیه**

درصد معتبر	درصد	فراوانی	بعد گردشگری
۵۱/۰	۵۰/۹	۱۳۶۳	اتومبیل شخصی
۱۳/۵	۱۳/۵	۳۶۲	تاکسی
۲۱/۴	۲۱/۴	۵۷۳	وسایل نقلیه عمومی
۱۲/۵	۱۲/۵	۳۳۵	پیاده
۱/۵	۱/۵	۴۰	سایر
—	۰/۲	۶	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۰۰	۲۶۷۹	جمع

بررسی‌ها در خصوص وسیله نقلیه مورد استفاده حاکی از آن بود که بیشتر پاسخگویان از اتومبیل شخصی (۵۱ درصد) در مقایسه با وسایل نقلیه عمومی (۲۱/۴ درصد) و تاکسی (۱۳/۵ درصد) برای دسترسی به مراکز یادشده استفاده کرده‌اند (جدول شماره ۲۵) که خود نشانه نیاز به برنامه‌ریزی مناسب‌تر برای دسترسی بیشتر مردم به وسایل نقلیه عمومی برای کاهش مصرف سوخت و افزایش ایمنی جاده‌هاست.

البته این مورد نکاتی دیگر را نیز روشن می‌نماید اولین نکته مشکل ترافیک و عوارض روحی و روانی آن است که در شهرهای بزرگ و پر جمعیتی نظیر تهران با وجود وسایل نقلیه شخصی بیشتر به آن دامن زده می‌شود و مسئله دوم نیز مشکل توقف وسایل نقلیه در شرایط پر هزینه املاک تهران است. نکته دیگر حضور به‌نسبت مطلوب افراد پیاده در این مراکز است که به نظر برای افزایش سلامت جسمی و روانی جامعه می‌باید در این جهت فرهنگ‌سازی صورت پذیرد. در ادامه بررسی‌ها برای تحلیل دقیق‌تر استفاده از وسائط نقلیه، جدول فوق که رابطه میان زمان ماندگاری و نوع وسیله نقلیه مورد استفاده را در هر یک از مناطق گردشگری نشان می‌دهد، مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌ها حاکی از آن است که با تغییر الگوی استفاده پاسخگویان از پارک‌های شهری به پارک‌های جنگلی و در نهایت به روددره‌ها هر قدر بر میزان ماندن گردشگران در مناطق گردشگری افزوده می‌شود، تمایل گردشگران به استفاده از وسایل نقلیه عمومی اضافه شده به ترتیبی که در مناطق روددره هر ۴۰ نفر گردشگری که بیشتر از ۱۲ ساعت در منطقه توقف داشته‌اند از وسایل نقلیه عمومی استفاده کرده‌اند و در همان شرایط، این میزان برای پارک‌های شهری و پارک‌های جنگلی به ترتیب برابر ۱ نفر (۵۰٪) و ۵۴ نفر (۴۱/۹٪) محاسبه شده است.

جدول شماره (۲۲): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس**بعد گردشگری**

درصد معتبر	درصد	فراوانی	بعد گردشگری
۴/۳	۴/۲	۱۱۳	۰
۱۵/۴	۱۵/۲	۴۰۸	۱
۵۴/۸	۵۴/۰	۱۴۴۶	۲ تا ۴ نفر
۱۵/۴	۱۵/۲	۴۰۸	۵ تا ۷ نفر
۱۰/۱	۹/۹	۲۶۶	بیش از ۷ نفر
—	۱/۴	۳۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۰۰	۲۶۷۹	جمع

نتایجی که در جدول فوق منعکس شده است، مبین این مطلب است که نزدیک ۵۵ درصد از پاسخگویان به همراه ۲ تا ۴ نفر دیگر به مراکز مورد بررسی مراجعه کرده‌اند، بنابراین اگر در خصوص اسکان گردشگران نیاز به برنامه‌ریزی فضاها یا سکوهایی باشد، بهتر است بیشتر آنها برای گروه‌های ۳ تا ۵ نفری طراحی شود، همچنین این مسئله می‌تواند در طراحی، اندازه و یا چیدمان میلمان این اماکن مورد توجه قرار گیرد که فعلاً کمتر مورد توجه است.

سایر اطلاعات لازم برای چنین برنامه‌ریزی‌هایی در جدول فوق موجود است این اطلاعات به تفکیک مناطق گردشگری نیز تغییری در روند برنامه‌ریزی نداشته به ترتیبی که در هر سه گروه، بیشترین فراوانی تکرار گزینه‌ها مربوط به گروه‌های ۲ تا ۴ نفری است (جدول شماره ۲۳).

جدول شماره (۲۳): بیشترین فراوانی پاسخگویان بر اساس**بعد گردشگری به تفکیک مناطق گردشگری**

درصد	نما یا بیشترین فراوانی	فضای گردشگری
۵۵/۷	۲ تا ۴ نفر	پارک‌های شهری
۵۲/۷	۲ تا ۴ نفر	پارک‌های جنگلی
۵۵/۹	۲ تا ۴ نفر	رود دره‌ها

وسيلة نقلیه مورد استفاده: از مسائل مهم دیگر در طراحی فضاهای گردشگری و همچنین فضاهای شهری، فضای پارکینگ و خطوط ارتباطی با این مراکز است که برنامه‌ریزی دقیق در این زمینه نیازمند اطلاعاتی در خصوص نوع وسایل نقلیه و فراوانی هر یک است (جدول شماره ۲۴).

جدول شماره (۲۵): توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس نوع وسیله نقلیه به تفکیک زمان ماندن در تفرجگاه و مناطق

گردشگری

مناطق گردشگری	زمان ماندن	نوع وسایل نقلیه	فراوانی	درصد
پارک‌های شهری	کمتر از ۶ ساعت	شخصی	۳۹۲	۵۲/۰
		عمومی	۲۲۰	۲۹/۲
		سایر	۱۳۸	۱۸/۳
	۶ تا ۱۲ ساعت	شخصی	۲	۱۳/۳
		عمومی	۳	۲۰/۰
		سایر	۱۰	۶۶/۷
بیشتر از ۱۲ ساعت	عمومی	۱	۵۰/۰	
	سایر	۱	۵۰/۰	
پارک‌های جنگلی	کمتر از ۶ ساعت	شخصی	۳۸۷	۶۴/۷
		عمومی	۱۶۴	۲۷/۴
		سایر	۴۶	۷/۷
	۶ تا ۱۲ ساعت	شخصی	۷۷	۴۸/۴
		عمومی	۷۹	۴۹/۷
		سایر	۳	۱/۹
بیشتر از ۱۲ ساعت	شخصی	۷۵	۵۸/۱	
	عمومی	۵۴	۴۱/۹	
رود دره‌ها	کمتر از ۶ ساعت	شخصی	۴۱۱	۴۳/۷
		عمومی	۳۵۸	۳۸/۱
		سایر	۱۷۱	۱۸/۲
	۶ تا ۱۲ ساعت	شخصی	۲	۱۰/۵
		عمومی	۱۳	۶۸/۴
		سایر	۴	۲۱/۱
بیشتر از ۱۲ ساعت	عمومی	۴۰	۱۰۰	

بحث و نتیجه‌گیری

از نظر گروه‌بندی سنی تفاوت آشکاری میان متقاضیان استفاده از رود دره‌ها با پارک‌های شهری و جنگلی وجود دارد که لزوم برنامه‌ریزی متفاوتی را نسبت به سایر فضاهای گردشگری طلب می‌کند، شاید یکی از دلایل این تفاوت مسئله قوای جسمی مورد نیاز برای این اماکن و فضاها باشد. این مسئله زمانی که درصد گردشگران مسن را در هر یک از این فضاها بررسی می‌نمائیم بیشتر مشخص می‌شود، زیرا حدود ۷ درصد از گردشگران حاضر در رود دره‌ها در این دسته قرار داشته و لی این رقم برای پارک‌های شهری و پارک‌های جنگلی اندکی بیشتر و به‌ترتیب برابر ۹ و ۱۲ درصد است.

درصد گردشگران مرد در هر سه منطقه گردشگری مورد بررسی بیشتر از زنان است و این مطلب نشانه‌ای از انگیزه و علاقه بیشتر مردان نسبت به زنان در استفاده از فضاهای گردشگری است.

در برنامه‌های روزانه مردان سالخورده زمانی برای گردشگری لحاظ شده و نسبت به زنان نیز از اهمیت بالاتری برخوردار می‌باشد که این مسئله خود لزوم توجه جدی به مسائل سالخوردگان و در شرایطی خاص کمبود منابع سالخوردگان مرد را در مقایسه با زنان سالخورده نشان می‌دهد.

وجود حدود ۱۰/۵ درصد از پاسخگویان در زمره زنان خانه‌دار، لزوم توجه ویژه به برنامه‌ریزی برای استفاده هر چه بیشتر و مفیدتر از این امکانات را زنان خانه‌دار گوشزد می‌کنند.

اقبال بسیار پایین افراد بیسواد و اقبال قابل توجه افراد با تحصیلات دانشگاهی در هر سه گروه منجر شد که اولاً لزوم توجه هر چه بیشتر به رفع مشکلات افراد بیسواد و جلب آنها به مراکز گردشگری و ثانیاً برنامه‌ریزی برای فراهم کردن وسایل رضایت‌گروه با تحصیلات دانشگاهی را مطالبه می‌کند.

بیشتر پاسخگویان (۷۴/۸ درصد) در محدوده کمتر از ۵۰۰ هزار تومان در ماه درآمد دارند، که با توجه به درآمد پایین آنها و اطلاعات به دست آمده از ایشان در خصوص گردشگری و هزینه‌های مربوط چندان با تئوری‌های موجود دنیا همچون سلسله مراتب نیازهای مازلو همخوانی ندارد.

در همین ارتباط زمانی که طول مدت ماندن در مناطق گردشگری کوتاه و به زیر ۶ ساعت کاهش می‌یابد استفاده از وسایل نقلیه شخصی به بیشترین مقدار خود در پارک‌های جنگلی (۶۴/۷٪)، پارک‌های شهری (۵۲٪) و در رود دره‌ها (۴۳/۷٪) می‌رسد.

همین یافته‌ها در خصوص رود دره‌ها مبین این مسئله است که هر قدر میزان ماندگاری در این مناطق افزایش می‌یابد، میزان استفاده از وسایل نقلیه عمومی نیز افزایش می‌یابد به ترتیبی که ۳۸/۱ درصد از گردشگران با نرخ ماندن کمتر از ۶ ساعت، ۶۸/۴ درصد از گردشگران با نرخ ماندن ۶ تا ۱۲ ساعت و ۱۰۰ درصد گردشگران با نرخ ماندن بیشتر از ۱۲ ساعت از وسایل نقلیه عمومی برای جابه‌جایی بهره‌گرفته‌اند.

کوتاه معطوف باشد تا شهروندان در این زمان کوتاه استفاده از اماکن بتوانند بیشترین بهره را داشته باشند. سایر بررسی‌ها در این زمینه نشان داد که نوع مکان مورد بررسی نیز می‌تواند در زمان حضور شهروندان مؤثر باشد به ترتیبی که در پارک‌های شهری بیشترین فراوانی مربوط به ۱ تا ۳ ساعت است، در حالی که برای پارک‌های جنگلی و روددره‌ها بیشترین فراوانی مربوط به ۳ تا ۶ ساعت است.

بنابراین، فضاهای مربوط به رود دره‌ها مورد توجه بیشتری بوده و استفاده کنندگان زمان بیشتری را در این مکان‌ها اقامت دارند، دلیل این امر احتمالاً به طبیعی بودن فضاها، زیبایی‌های بکر موجود، دوری بیشتر از آلودگی‌های صوتی و محیطی شهرهای بزرگ، ذائقه تفریحی و فرهنگی ایرانیان و همچنین وجود ممنوعیت‌های کمتر اجتماعی و محیطی این مراکز در مقایسه با پارک‌های شهری و جنگلی دارد که می‌توان در برنامه‌ریزی برای جلب گردشگر بیشتر از پارک‌های شهری و جنگلی از این عنصر نیز بهره‌مند شد.

-در الگوی گذران اوقات فراغت در گردشگری ملاحظه شد که زنان بیشتر از مردان متمایل به گردشگری خانوادگی بوده و از طرف دیگر تمایل آنها نسبت به گردشگری تنهایی یا به همراه دوستان به صورت مجردی کمتر از مردان است. به عبارت دیگر زنان خانواده‌گراتر از مردان بوده و یا به تعبیر دیگر رفتارهای اجتماعی بیشتری نسبت به مردان در این زمینه از خود بروز می‌دهند که با توجه به سابقه فرهنگی و تاریخی ایرانیان دور از ذهن نیست، بدین ترتیب در برنامه‌ریزی برای الگوبندی اوقات فراغت به نظر می‌رسد توجه به نقش جنسیت می‌تواند راهگشا بوده و از اهمیت بالایی برخوردار باشد.

تشکر و قدردانی

این پژوهش بخشی از یافته‌های یک پروژه مطالعاتی انجام یافته با حمایت مالی شهرداری تهران است. نویسندگان مراتب سپاس و قدردانی خود را از سازمان بازیافت و تبدیل مواد و ستاد محیط زیست و توسعه پایدار شهرداری تهران اعلام می‌دارند.

یادداشت

1-Pilot Study

-پاسخگویان ابتدا تمایل به خارج شدن از فضای تهران را داشته و سپس روددره‌ها و پارک‌های شهری و جنگلی را به عنوان گزینه‌های جایگزین انتخاب می‌کنند.
-از نظر فاصله زمانی محل اقامت تا فضاهای مورد استفاده که در شرایط پر ترافیک شهر تهران و شهرهای اطراف نسبتاً مناسب است.

-یکی مسائل کلیدی برای تفریح و گردشگری داشتن اوقات فراغت و تعطیل است که در تهران معمولاً در پایان هفته و ایام تعطیل بروز می‌کند که لزوم برنامه‌ریزی صحیح و فشرده برای اوج گردشگری می‌باید از سوی مسئولان اتخاذ شود. از طرف دیگر با توجه به این که تمایل به گردشگری در روزهای ابتدای هفته با فراوانی ۱۱۵۸ نفری در اولویت چهارم قرار دارد، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تمایل چندانی برای گردشگری در روزهای ابتدای هفته وجود ندارد و این مراکز روزهای خلوتی را در اوایل هفته سپری می‌کنند که لزوم برنامه‌ریزی برای این شرایط نیز کاملاً آشکار است. برای مثال برنامه‌ریزی برای استفاده از تورهای گردشگری مدارس، کارکنان و ... در این ایام و یا برنامه‌ریزی برای هدایت گردشگران به استفاده از این ایام برای گردشگری و ...

-با توجه به نتایج به دست آمده لزوم توجه به تجهیز ناوگان فرهنگی کشور برای استفاده از مواهب گردشگری طی فصول تابستان و بهار کاملاً آشکار می‌شود. از طرف دیگر با عنایت به فرهنگ ایرانیان از قدیم تا کنون به استفاده از سبزی به عنوان تمثیلی از سرزندگی و رفع دلتنگی‌ها، به نظر می‌رسد کاملاً منطقی باشد که فصول پاییز و زمستان در اولویت‌های پایین گردشگری در ایران باشند.

البته نکته‌ای که نباید از ذهن دور داشت، تغییر ذائقه تفریحی و گردشگری ایرانیان است که مستلزم توجه بیشتر به ترویج این فرهنگ و تدوین و تصویب قوانین خاص (برای مثال تعطیلات زمستانی) است تا بهانه‌ای باشد برای استراحت در میان فصل کار و همچنین وسیله‌ای برای توزیع منطقه‌ای بهره‌مندی از مواهب طبیعی فصول در جهت کاهش تنش‌های روزمرگی مرتبط با زندگی در شهرهای بزرگ و به دور از طبیعت.

-با توجه به نتایج مربوط به ساعات توقف در مکان‌های مورد بررسی، جهت‌گیری برنامه‌ریزی‌ها می‌باید به سمت توقف‌های

منابع مورد استفاده

- Goshtasb Maygooni, H., B., Shams and B., Cheshme Khavar. 2009. A survey on ideas and recreational requirements of Sysangan forest park. *Environmental sciences*. 6(2): 43-54.
- Higham, J. and M., Lueck. 2002. Urban ecotourism: a contradiction in terms? *Journal of ecotourism*. 1: 36-51
- Holden, A., and J., Sparrowhawk. 2002. Understanding the Motivations of Ecotourists: The Case of Trekkers in Annapurna, Nepal., *International Journal of Tourism Research*, 4:435-46.
- Masoumi, M. 2006. *The Nature of Tourism*. Tehran: Peike Kousar Press. pp.1-128.
- McIntosh, A.J. 2004. Tourists' appreciation of Maori culture in New Zealand. *Tourism. Management*, 25(1): 1-15.
- Meric, H.J. and J., Hunt. 1998. Ecotourists' Motivational and Demographic Characteristics: A Case of North Carolina Travelers., *Journal of Travel Research*, 36 (4): 57-61.
- Ministry of Culture & Islamic Guidance. 2002. *Consumption of Cultural product in Tehran: Iranian Cultural Behaviors*. Tehran: Ministry of Culture & Islamic Guidance Press.
- Pettersson, R. 2002. Sami tourism in northern Sweden: Measuring tourists' opinions using stated preference methodology. *Tourism and Hospitality Research*, 3(4): 357-369.
- The International Ecotourism Society (TIES). 2008. What do we mean by ecotourism? Available at : www.ecotourism.org.
- Weaver, D.B., and L.J., Lawton. 2002. Overnight Ecotourist Market Segmentation in the Gold Coast Hinterland of Australia., *Journal of Travel Research*, 40 (3): 270-81.
- Wight, P. 1996. North American Ecotourists: Market Profile and Trip Characteristics. *Journal of Travel Research*, 34 (4): 2-11.
- Zahedi, Sh. 2006. *Sustainable tourism and Ecotourism, Environmental perspective*. Tehran: Allame Tabatabai university press.