



پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

نقش مبلمان شهری در جذب گردشگر

مطالعه موردی (پارک بابامان و بش قارداش بجنورد)

فضل الله پاک نهاد

لیسانس گرافیک/ شهرداری بجنورد

F.Paknahad@hotmail.com

چکیده:

مبلمان شهری یکی از عناصر محیطی است که نقش بسیار زیادی در زیباسازی و افزایش کارایی فضاهای شهری و گردشگری، به خصوص گردشگری شهری دارد. در این مطالعه تلاش شده تا ضمن پرداختن به نقش و تاثیر مبلمان شهری در گردشگری، برخی مفاهیم مرتبط و کلیدی آن تشریح و بررسی شود. هدف از این پایان نامه، مطالعه رابطه بین مبلمان شهری و جذب گردشگر است و همچنین به بررسی ویژگی های مبلمان شهری و انگیزه های گردشگران و ویژگی های جمعیت شناختی آن ها پرداخته می شود و رابطه هر کدام از این موارد با رضایت مندی گردشگران بررسی می شود. به همین دلیل، مجموع ۱۵۰ پرسشنامه از میان گردشگران و بازدیدکنندگان از پارک های بابامان و بش قارداش در شهرستان بجنورد جمع آوری شد. داده های به دست آمده از طریق نرم افزار SPSS و با استفاده از آزمون های همبستگی ترتیبی (گاما) و کای اسکوئر بررسی شد. نتایج حاصل از آزمون ها نشان داد که بین ویژگی های جمعیت شناختی و رضایتمندی رابطه معناداری وجود ندارد. ولی نتایج حاصل از آزمون گاما نشان داد که بین انگیزه های گردشگران و رضایت مندی رابطه معناداری وجود دارد و همچنین این آزمون نشان داد که بین ویژگی های مختلف مبلمان شهری و رضایت مندی گردشگران نیز رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین نتایج نشان داد که اگرچه مبلمان شهری با رضایت مندی گردشگر رابطه معناداری دارد اما انگیزه های گردشگران نیز در میزان رضایت مندی آنان موثر است.

واژگان کلیدی: گردشگری شهری، زیباسازی، مبلمان شهری، انگیزه های گردشگران، رضایت مندی گردشگران

پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

مقدمه:

امروزه گردشگری به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی جهان، جایگاه ویژه ای در عرصه های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به خود اختصاص داده است. گردشگری به یکی از نیروهای تغییر و تحول تبدیل شده و از شاخص های توسعه جهانی محسوب می شود. توسعه سایت های گردشگری، بازسازی شهری را تسریع کرده و فرصت مشروعیت بخشیدن به پروژه های توسعه شهری را فراهم کرده است. رقابت در میان شهرها افزایش یافته است. سود حاصل از گردشگری و تأثیرات اقتصادی، فضایی، اجتماعی و فرهنگی صنعت گردشگری، علاقه متقاضیان را جلب کرده است. گردشگری در دنیای امروز از اشکال و انواع مختلفی تشکیل شده و به گونه های مختلف و متعدد زیادی تقسیم می شود. به طور کلی عامل زمان، مکان، انگیزه، هدف و شیوه بازدید عوامل مختلفی هستند که این تنوع را در اشکال گردشگری به وجود می آورند. اما عاملی مثل مکان یکی از انواع گردشگری به عنوان گردشگری شهری را ایجاد می کند. گردشگری شهری یکی از اشکال بسیار مهم در گردشگری است که نقش شهر و فضاهای شهری در آن بر هیچ کس پوشیده نیست (یوزال، ۲۰۱۵). فضاهای شهری بخشی از فضای های باز و عمومی شهرها است، که به نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی هستند؛ یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند. لنینچ معتقد است که فضای شهری فضایی است که به همه مردم اجازه می دهد که به آن دسترسی داشته باشند و در آن فعالیت کنند. در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شود و برخوردهای از پیش تدوین نیافته به وقوع بپیوندد و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم اختلاط یابند، لذا وجود این فضاها برای پیشگیری از درماندگی، افسردگی، گوشه گیری و خشونت بسیار مؤثر و ضروری است (موحد، ۱۳۹۴). فضاهای موجود در شهر را می توان به لحاظ نحوه استفاده از آن ها به سه دسته کلی تقسیم نمود: فضاهای خصوصی، فضاهای نیمه خصوصی و فضاهای عمومی.

فضاهای عمومی آن دسته از فضاهای شهری می باشند که عموم شهروندان بدون نیاز به کنترل و ... حق ورود و حضور در آن را دارند (کلانتری و انصافیان، ۱۳۹۰) خیابان های شهری نمونه ای از این فضاهای عمومی هستند که به اعتقاد برخی پژوهشگران یکی از مهم ترین فضاهای گذران اوقات فراغت در شهرهای ایران هستند که افراد برای گردش، خرید، کسب اطلاعات و ملاقات با افراد دیگر و پرسه زدن، اوقاتی از روز را در آن می گذرانند و برخی برای دیدن ویتترین مغازه ها در خیابان مرکزی شهر پیاده روی می کنند.

¹ Uysal



پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

بنابراین طراحی فضاهای شهری و تأمین تجهیزات و تسهیلات مورد نیاز شهروندان، محیط مناسبی برای گردش و تفریح مردم در درون خیابان های شهری به وجود می آورد (سعیدی و همکاران، ۱۳۸۷). زیباسازی فضاهای شهری و شهرها از جمله مواردی است که باعث ارتباط بهتر بین محیط و انسان ها می شود و تمایل افراد را برای استفاده از این فضاها بیشتر می کند. اساساً زیبایی پدیده ای است که تمام انسان ها به آن تمایل دارند و هر کسی با امکانات و موقعیت اجتماعی که دارد، سعی می کند محیط اطراف خود را زیبا کند. زیبا سازی شهری نیز به کلیه روش ها، تجهیزات و امکاناتی اطلاق می شود که در شهر برای این منظور استفاده می شود. هدف زیبا سازی فراهم آوردن محیطی است که همه شهروندان در آن احساس لذت کنند. برای رسیدن به این اهداف از چهار روش به صورت کلی استفاده می شود: رفع نازیبایی ها، وضع قوانین، ضوابط و مقررات شهری برای ایجاد و حفظ زیبایی ها، احداث و بهبود فضاهای شهری مناسب و متنوع و در نهایت به کارگیری مبلمان شهری مناسب و استاندارد (اقبال و دیگران، ۱۳۹۳).

امروزه مدیران و برنامه ریزان دریافته اند که برای موفقیت در توسعه گردشگری باید گردشگران راضی داشته باشند، که این گردشگران راضی یک منبع تبلیغاتی قوی برای آن مقاصد باشد. بنابراین صرف وجود جاذبه های طبیعی و فرهنگی و تاریخی و طبیعی برای یک مقصد گردشگری رضایت را برای گردشگران به وجود نمی آورد و وجود بعضی امکانات و تسهیلات مانند مبلمان شهری یک نیروی ثانویه برای مقاصد گردشگری است که هم باعث رضایت بیشتر گردشگران می شود و هم می تواند خود به جاذبه گردشگری تبدیل شود. به طور کلی در چند سال اخیر بحث مبلمان شهری در گردشگری مطرح شده و پژوهش ها و تحقیقات زیادی در این زمینه انجام شده است، اما هنوز هم به بررسی مفصل نیاز دارد. اما از آن جایی که در رابطه با مبلمان شهری و گردشگری

مطالعه جدی صورت نگرفته است این تحقیق در پی آن است که به بررسی رابطه مبلمان شهری و جذب گردشگر بپردازد.

ادبیات موضوع:

گردشگری

سازمان جهانی گردشگری (WTO) در سال ۱۹۹۱ واژگان و اصطلاح گردشگری را مطرح ساخت و آن را چنین تعریف کرد: گردشگری فعالیتی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط عادی خود انجام



پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

می دهد. این مسافرت بیش از یک سال طول نمی کشد و هدف آن تجارت یا فعالیت های دیگر است (ویلیامز و شاو، ۱۹۸۸) و اما صاحب نظران و نظریه پردازان هر کدام گردشگری را از دیدگاه خود تعریف کرده اند و بر جنبه ای خاص از آن تاکید ورزیده اند. بورکارت و مدلیک گردشگری را سفری موقتی و کوتاه می دانند که در آن گردشگر برای سیر و سیاحت به منطقه ای خارج از محل سکونت و کار خود می رود (بورکارت و مدلیک، ۱۹۸۱). گردشگری به عنوان یک صنعت اقتصادی توانمند، می تواند تأثیر بسیار زیادی بر تولید ملی و اشتغال کشور در سال های آتی داشته باشد. در چند سال اخیر کشور ما با کاهش تولید ملی و همچنین با افزایش بیکاری به عنوان اصلی ترین مشکل های اقتصادی رو به رو شده است، بنابراین صنعت گردشگری باید به صورت جدی مورد توجه سیاستگذاران و برنامه ریزان کشور قرار گیرد (بهروز، ۱۳۹۳)

رضایت مندی در گردشگری

مفهوم رضایت مندی همواره پیچیده و چند جانبه قلمداد شده است هر کدام از صاحب نظران در این زمینه عوامل متعددی را در رضایت مندی گردشگر مهم دانسته اند. مثلاً بعضی جاذبه های گردشگری را مهم دانسته و بعضی بر زیرساخت های مقاصد گردشگری تاکید ورزیده اند. اما در ابتدا باید دید منظور از رضایت مندی چیست و به چه چیزی اشاره دارد. طبق تعریف سازمان جهانی گردشگری رضایت مندی یک مفهوم ذهنی، روانی و روان شناسانه است که شامل احساس مثبت و لذت های ناشی از به دست آوردن آن چیزی است که فرد امیدوار است از یک مقصد به دست آورد و یا به نوع دیگر، گردشگر انتظار برآورده شدن آن را دارد و آن را به دست خواهد آورد (چی، ۲۰۰۵). رضایت گردشگر عامل کلیدی موفقیت در گردشگری شناخته شده است. بدیهی است اگر گردشگر راضی باشد، انگیزه بازدید یا ماندن بیشتر در مقصد و یا بازگشت دوباره و نیز پیشنهاد به دیگران را خواهد داشت.

انگیزه در گردشگری

بحث انگیزه یکی از مباحث مهم در هر فعالیت و کاری است. اینکه فرد از انجام یک فعالیت یا کار چه انگیزه ای دارد. چه چیزی او را از جایش بلند می کند و به او شوق انجام کاری را می دهد. انگیزه ها یا محرک ها در

¹ Williams and Shaw

² Burkart and Medlik



پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

گردشگری نیز از عوامل مهمی هستند که در گردشگرها میل به خرید محصول یا خدمات خاصی را ایجاد می کنند. انگیزه همان وضعیت درونی فرد تعریف شده که او را به سمت برآورده کردن یک نیاز سوق می دهد و یک نیاز به صورت فقدان چیزی و یا تفاوت بین وضعیت ایده آل و واقعی فرد، تعریف می شود (دهدشتی و فیاضی، ۱۳۹۰).

مفهوم انگیزه به شیوه های مختلفی تعریف شده و دسته بندی های مختلفی از آن ارائه شده است؛ اما در کلی ترین حالت می توان انگیزه های سفر و گردشگری را به دو دسته تقسیم کرد:

۱. انگیزه های فشاری (درونی): این ها عوامل لمس ناپذیر و آرزوهای شخصی گردشگر است که به صورت هایی چون میل به فرار از زندگی تکراری و نیاز به استراحت، آسایش، سلامتی، ماجراجویی و فخر فروشی بروز می کنند. در حقیقت این عوامل بر ویژگی های درونی افراد اشاره می کند و این ویژگی های درونی را دلیل گردشگری این اشخاص می داند.

۲. انگیزه های کششی (بیرونی): آن ها عواملی هستند که با جذابیت های مقاصد گردشگری و ویژگی های قابل لمس موجود در آن ها ارتباط دارد. مشخصه هایی هم چون محل های اقامت گردشگران، امکانات تفریحی، منابع تاریخی و فرهنگی و تسهیلات و خدمات (یون و بیسال، ۲۰۰۳)

گردشگری شهری

طی چند دهه گذشته گونه های مختلفی از گردشگری شهرت بیشتری یافتند و گردشگری شهری یکی از آن موارد است، اما سوال اصلی که در اینجا مطرح می شود این است که اساسا گردشگری شهری چیست و چه تعریفی دارد؟ کمیسیون اروپا گردشگری شهری را مجموعه ای از منابع گردشگری یا فعالیت های واقع در شهرها و بازدید کنندگان از جاهای دیگر تعریف می کند. چندین محقق به "مکان" در تحلیل گردشگری شهری به عنوان گردشگری در شهرها توجه نموده اند (سلبای، ۲۰۰۰). با این وجود، جوانب مختلف پدیده گردشگری شهری نشان می دهد که گردشگری شهری به تعریفی بیش از تعریف صرفا مبتنی بر مکان نیاز دارد. گیلبرت و کلارک میگویند: شهری "را می توان به عنوان یک نوع یا فعالیت های مربوط به آن تفسیر کرد، که فقط تعطیلات را به جای تنظیمات فضایی آن مشخص می کند. در حقیقت تمرکز" گردشگری

¹ Chi

پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

شهری "مطالعه رابطه بین گردشگری، در اشکال و چهره های مختلف و محیط شهری است. به طور متناقض، فعالیت های گردشگری شهری را حتی می توان در مناطق غیر شهری هم دید. در کل می توان نتیجه گیری کرد که گردشگری شهری یک پدیده پیچیده است که در آن "شهری" نه تنها به مقصد گردشگری اشاره دارد، بلکه مجموعه ای از فعالیت ها است. این نوع خاصی از گردشگری است که بیشتر بازدیدکننده های داخلی را پوشش می دهد و از فعالیت هایی مانند بازدید از محله های با ارزش های تاریخی و معماری، شرکت در رویدادهای فرهنگی و هنری (جشنواره ها، کنسرت ها، نمایشگاه ها و کنوانسیون ها) و پیوند دادن با شیوه های مختلف زندگی که "شهری" در نظر گرفته می شود. (گیلبرت و کلارک، ۱۹۹۷).

زیباسازی شهری

زیباسازی شهری، فرآیندی مستمر و پویا و در حال رشد است که با روان شناسی، فلسفه، هنر، فرهنگ، هویت، دانش، بینش، زمان و کارکردهای مختلف ارتباط داشته و ظهور پیدا می کند. جنبش زیبایی شناسی شهری رویکرد پیشرفته ای است که نه تنها به خاطر زیبا نمودن، بلکه ترجیحاً به معنای ابزار کنترل اجتماعی از طریق راضی نگه داشتن جمعیت شهری و پاسخ گویی به نیاز آن ها مورد مطالعه قرار می گیرد. لذا زیباسازی، فرایند توسعه ویژگی های بصری است که در فضاهای شهری صورت می گیرد (آرایش و پیرایش چهره شهر) (بهزادفر، ۱۳۹۱). سه بخش اصلی فعالیت های زیباسازی شامل طراحی شهری یا طراحی محیط و نمای شهر (سیما و منظر شهر)، مبلمان شهری و هنرهای شهری (آثار هنری با ارزش) می شود (سازمان زیبا سازی شهر تهران، ۱۳۹۰)

مبلمان شهری

مبلمان شهری به مجموعه وسیعی از وسایل، اشیاء، نمادها، خرده بناها، فضاها و عناصری گفته می شود که در شهر و خیابان و در کل فضای باز شهری نصب می گردد و استفاده عمومی دارند، به همین دلیل به این اصطلاح معروف شده اند. تجهیزات و اثاثیه شهری (مبلمان شهری) اصولاً شامل عناصری است که در معرض دید عموم قرار دارند و در المان های اصلی شهر به کار گرفته می شوند (مارشال، ۲۰۰۶). این امکانات بیشتر به عنوان "مبلمان خیابانی" یا "مبلمان عمومی" و "مبلمان فضای باز" شناخته شده است. شایع ترین ترکیب از

پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

اصطلاحات ذکر شده "مبلمان شهری" است که می تواند شامل مفاهیم ضمنی هم باشد. محدوده مفهومی و کاربردی این واژه بسیار گسترده است. مبلمان شهری به مجموعه وسیعی از تجهیزات، اشیاء، ابزارها، نمادها، زیرساخت ها، فضاها و عناصر شناخته شده به عنوان مبلمان شهری اشاره دارد، چرا که آن ها در شهر، خیابان و کاملاً در فضاهای باز نصب شده اند. هدف از طراحی شهری، ارتقاء کیفی مناطق شهری است تا منطقه ای را برای شهروندان فراهم کند که در آن احساس آرامش و شادی کنند. مبلمان مناسب و تعدیل شده با سایر عناصر محوطه سازی مانند معماری و فضای شهری می تواند تأثیر قابل توجهی در بهبود مناطق عمومی داشته باشد در واقع مبلمان شهری به عنوان یکی از عوامل رفع کمبودها و مشکلات شهری نقش مهمی در رضایتمندی از کیفیت زندگی دارد (سرابندی، ۲۰۱۲).

دسته بندی مبلمان شهری با توجه به کاربری آن ها شامل این موارد است:

الف) مبلمان با کاربری تفریحی - رفاهی: این بخش از مبلمان شهری شامل عناصری از جمله نیمکت ها و سکوها، اسباب بازی و مبلمان بازی کودکان است.

ب) مبلمان با کاربری زیباسازی: شامل تندیس ها و نمادهای شهری، نورپردازی و منابع نوری، آب نماها و فواره ها، گلدان، جای گل، لانه پرندگان.

ج) مبلمان با کاربری ترددی و ارتباطی: شامل جداکننده ها، حفاظ ها، پارکینگ های دوچرخه، ایستگاه های اتوبوس، کف پوش ها و است (حسینی، ۱۳۸۵)

شهرهای بزرگ در جوامع توسعه یافته راهکارها و شیوه های جدیدی جدا از اجزاء و عناصر مبلمان شهری برای زیباسازی خود در پیش گرفته اند که به عنوان رهیافت های جدید در زیبا جلوه نمودن سیما و منظر شهری مطرح است. از جمله این رهیافت ها می توان به نورپردازی و رنگ آمیزی اشاره کرد. هر کدام از این رهیافت ها در صدد خارج نمودن شهرها از حالت یکنواختی و جذاب نمودن آن ها برای زندگی شهروندان هستند.

در این قسمت ارگان هایی که در زمینه مبلمان شهری دخیل هستند را معرفی می کنیم: (بابایی اقدم و همکاران، ۱۳۹۳)

پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

عناصر مبلمان شهری مرتبط با ارگان	نام ارگان	
تابلوهای اطلاع رسانی، آبخوری ها، روشویی و دستشویی، آب پخش کن، گلدان و گل جای، سبدهای تزئینات، میله‌های نصب پرچم، میله‌های رژی و ریس، پرچم، پارچه و آویز، چراغ‌های تزئینی، عناصر نورانی، نورافکن‌های میدانی، چراغ‌های پارکی کوتاه، سطل‌های زباله، مخازن تفکیک زباله، سطل‌های شن و ماسه، حصار و پرچین، شبکه پای درخت، صندلی، نشیمن گاه، لوازم و تجهیزات ورزشی، حصار و محافظ درخت	معاونت خدمات شهری	شهرداری
پله‌های برقی، پیاده رو متحرک، پلکان، آبریزگاه، طاق نصرت، جدول، سنگ فرش، پل ها	معاونت عمرانی	
تابلوهای نامگذاری معابر و میدین، تابلوهای جهت دهنده، علائم ترافیکی، تابلوهای هشدار دهنده، خطوط عابرین پیاده، گل میخ، میله‌های هشدار دهنده، تابلوهای مکان نما، پلاک‌ها و نشان گرها، چراغ‌های راهنمایی و رانندگی	سازمان ترافیک	
ساعت، تابلوهای تبلیغاتی، نقشه‌های راهنمای شهر، ستون تبلیغاتی، تابلوهای ال ای دی، تلویزیون شهری، داربست اطلاع رسانی، پرده آویزهای اطلاع رسانی	سازمان فرهنگی - هنری	
کیوسک‌های عرضه بلیط، ایستگاه اتوبوس	شرکت واحد اتوبوس رانی	
احجام، فواره و آب نما، یادمان ها	سازمان پارک‌ها و فضای سبز	
تابلوهای سر در مغازه ها، دستگاه‌های عرضه خوراکی	سازمان میدین و ساماندهی مشاغل شهری	
ورودی مترو و قطار شهری	سازمان قطار شهری	
ایستگاه تاکسی	سازمان تاکسیرانی	
پست‌های آتش نشانی	سازمان آتش نشانی	
دریچه فاضلاب	آب و فاضلاب شهری	
کیوسک تلفن، صندوق‌های ارتباطات، پست‌های تلفن، صندوق‌های پست	شرکت مخابرات	
ترانسفورماتور، خطوط انتقال و تیرهای هوایی، چراغ‌های خیابان	شرکت برق	
علمک‌های انشعاب گاز، ایستگاه‌های تقلیل فشار	شرکت گاز	
تابلوهای پزشکان	سازمان نظام پزشکی	

پیشینه تحقیقات

خدیجه محمدی سوادکوهی و آزاده عظیمی (۱۳۸۲)، در مطالعه ای تحت عنوان "تحلیل فضایی مبلمان شهری، نمونه موردی پارک قائم شهر ساری" اینطور بیان می کنند: ساماندهی نامناسب مبلمان شهری، آشفتگی بصری و ایجاد نارضایتی برای کاربران به همراه داشته است. براساس مطالعه آنان، نقاط ضعف فراوان و برنامه ریزی این عناصر در سطح محدوده یافت می شود، از جمله عدم جانمایی صحیح عناصر مختلف مبلمان شهری، تراکم بیش از حد انواع مبلمان و آشفتگی ناشی از پراکنش نامتعادل عناصر.

علی زنگی آبادی و نازنین تبریزی (۱۳۸۴) در پژوهشی با عنوان "تحلیل فضایی مبلمان شهری محدوده گردشگری بخش مرکزی شهر اصفهان" بیان می کنند: مبلمان شهری در محدوده های گردشگری بخش مرکزی شهر اصفهان از بسیاری لحاظ مانند مکان یابی، پراکنش فضایی، چالش های مدیریتی و ... با مشکلات عدیده ای رو به روست. با توجه به اهمیت این بخش، هویت تاریخی و جذب گردشگران آن به ارائه پیشنهادها و راه حل های اجرایی لازم جهت بهینه سازی وضع موجود و افزایش کیفیت محیطی پرداخته شده است.

سرکن ازر و نسلیهان دمیرکن (۲۰۱۰) در مقاله ای با عنوان "محل چشمه ها در فضای شهری، مطالعه موردی: شهر ارزوروم ترکیه" آب و چشمه ها را در فضای شهری به عنوان جزئی از مبلمان شهری در نظر گرفته اند و بیان می کنند: با تغییر شرایط زندگی، بهبود زیرساخت ها در شهرها چشمه ها اهمیت خود را از دست داده اند و در حال حاضر آن ها بیش از قطعه ای ساده از مبلمان شهری نیستند. به همین دلیل مسئله مهم تعیین شرایط چشمه ها در شهر ارزوروم ترکیه است. نگارندگان این چنین عنوان می کنند که این چشمه ها بخش مهمی از شهرها هستند و باید به عنوان عناصر عملکردی و زیبایی شناختی برای محیط اطرافشان در شهرها مورد توجه قرار گیرند. نتیجه مطالعه آن ها نشان می دهد که چشمه ها در شهرهای امروز ترکیه چون استفاده قبل را ندارند و امروزه به عنوان مبلمان شهری در نظر گرفته می شوند، پس باید از جنبه زیبایی شناسی و ویژگی هایشان مورد توجه قرار گیرند و به زیبایی چهره شهر بیافزایند.

پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

"ارزیابی فضائی مبلمان شهری در ساماندهی و زیباسازی فضاهای گردشگری شهری با استفاده از مدل سوات، مطالعه موردی: شهرستان سروستان" عنوان مقاله ای است که اکبر کیانی و همکاران (۱۳۹۲)، با استفاده از ماتریس سوات به بررسی مبلمان شهری پرداخته اند. نگارندگان این مقاله بیان می کنند: توسعه نامناسب و رشد سریع شهرها، بدون تمهیدات و زیرساخت های لازم، پیامدهای منفی عدیده ای را در بخش های مختلف یک شهر به همراه داشته است که در این میان ساماندهی کاربری های عمومی و محیط های شهری آن از جمله مبلمان شهری، یکی از رهیافت های سازنده شهرسازی پایدار به شمار می آید که با هدف بهبود کیفیت محیط شهری و برآوردن خواسته های مختلف انسانی شکل می گیرد. امروزه همه از شهرنشینی به عنوان پدیده ای ناخوشایند یاد می کنند، اما ارزیابی و تحلیل دقیق از ویژگی ها و ساختارهای زندگی شهری را نشان می دهد که شهرنشینی به خودی خود نامطلوب نیست. آنچه بسیاری از شهرهای امروزی را این گونه جلوه داده است توجه نداشتن به ماهیت شهر و شهرنشینی است. نتایج پژوهش آن ها نشان می دهد که برای به کارگیری انواع گونه های مناسب مبلمان شهری که شامل نیمکت ها، تابلوها، گلدان ها و گل جای ها، سنگ فرش ها و ... می باشد، بایستی به صورت انسان مدار نیازهای شهروندان و گردشگران را چه از لحاظ بصری و چه خدماتی در محدوده مورد مطالعه یعنی شهرستان سروستان برطرف ساخت.

رضا لحمیان و همکاران (۱۳۹۲) در اثر پژوهشی خود با عنوان " نقش مبلمان شهری در توسعه گردشگری، مطالعه موردی: شهرسازی " رابطه بین مبلمان شهری و توسعه گردشگری را در شهر ساری بررسی می کنند. نتایج پژوهش آن ها بیانگر آن است که شهر ساری با داشتن جاذبه های فراوان طبیعی و ویژگی های متنوع آب و هوایی و برخورداری از جاذبه های متعدد و متنوع در چهار بخش کوهستانی، جنگلی، دشت و دریا پتانسیل بسیار بالایی برای جذب گردشگران دارد و بین مبلمان شهری و توسعه گردشگری در این شهر رابطه معناداری وجود دارد. اما ضرورت سرمایه گذاری در راستای بهبود مبلمان شهری در شهر ساری به چشم می خورد. لذا جلب و جذب گردشگران و توسعه گردشگری به دنبال زیباسازی و بالا بردن کیفیت فضا و مبلمان شهری در شهر ساری امکان پذیر است که با وجود توان ها و استعداد های بالقوه شهر ساری برای جذب گردشگر، هنوز راه درازی جهت استفاده مطلوب از این توان ها وجود دارد.

افسانه جهانبخش جاوید و ندا ضیابخش (۱۳۹۲)، در مقاله خود با عنوان " بررسی ضرورت توجه به نقش مبلمان شهری در جهت توسعه پایدار گردشگری شهری " بیان می کنند که فضاهای شهری توسط مبلمان شهری ارزشمند می شوند. ایجاد سازگاری و هماهنگی بصری بین اجزای مبلمان شهری با سایر المان های

پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

شهری و مکان یابی مناسب در شهر می تواند به بهبود کیفیت فضاهای شهری بیانجامد. توجه به کارکردهای عملکردی در کنار جذابیت های بصری می تواند در آسایش و امنیت گردشگران نقش مهمی ایفا کند. در نتیجه ارتقاء کیفیت فضاهای شهری توسط مبلمان شهری، اماکن شهری به فضایی پویا و سرزنده و امن تبدیل می شوند که باعث ایجاد تعلق خاطر گردشگران نسبت به آن شهر می شود و می تواند توسعه گردشگری را به همراه داشته باشد.

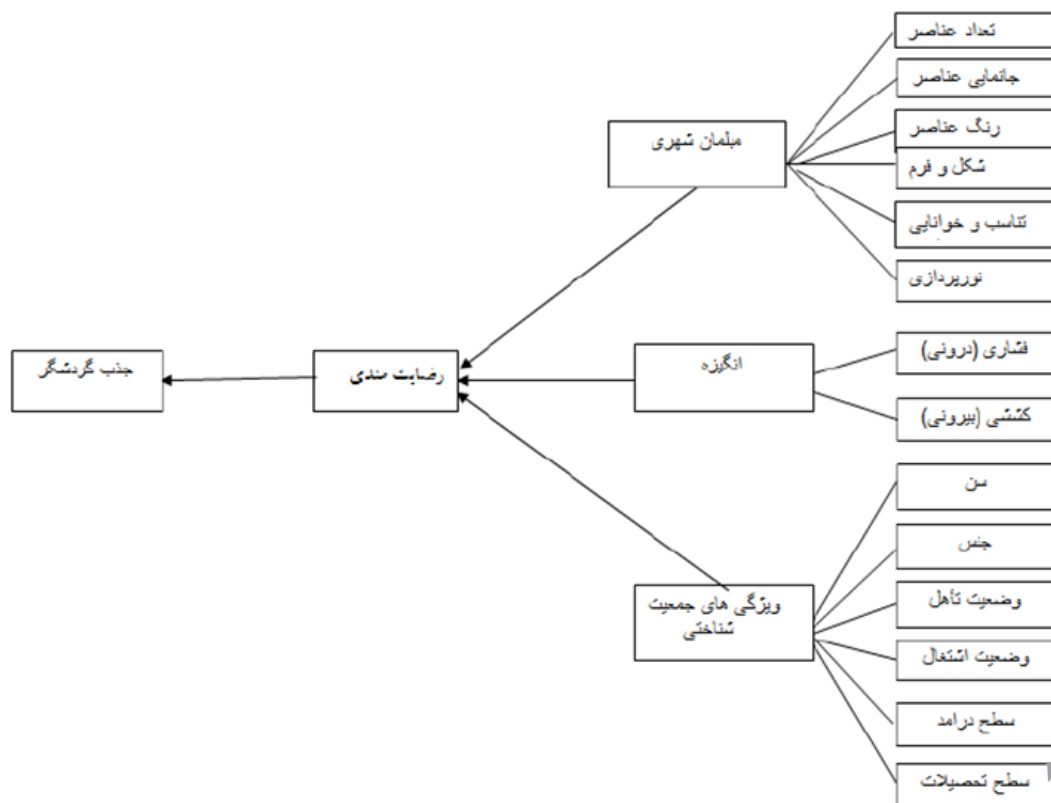
مریم فرهادی و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی که با عنوان " بررسی تأثیر مبلمان شهری مناطق گردشگری بر رضایتمندی گردشگران " انجام داده اند به بررسی مبلمان شهری سه باغ ارم، باغ عفیف آباد و باغ دلگشا در شهر شیراز پرداخته اند و چنین نتیجه می گیرند که گردشگران محدوده مورد مطالعه از استانداردهای مبلمان موجود در این فضاها رضایت چندانی ندارند.

فرضیه های تحقیق:

فرضیه اصلی: بین مبلمان شهری و جذب گردشگر رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه های فرعی:

۱. بین ویژگی های مبلمان شهری و رضایتمندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین انگیزه و رضایتمندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد.
۳. بین ویژگی های جمعیت شناختی و رضایتمندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد.





پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

مدل نظری تحقیق

نوع و روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق از نوع پیمایشی است. پژوهش پیمایشی، پژوهش توصیفی - تبیینی است که هدف در آن بررسی توزیع ویژگی های یک جامعه است و پارامترهای جامعه مورد بررسی قرار می گیرد. در اینجا پژوهشگر با انتخاب نمونه ای که معرف جامعه است و با استفاده از پرسشنامه به بررسی متغیرهای پژوهش می پردازد.

جامعه آماری

در تحقیق حاضر جامعه آماری از تمامی گردشگران داخلی و خارجی و بازدیدکنندگان روزانه تشکیل می شود که در اردیبهشت و خرداد ماه سال ۱۳۹۹ از پارک بابامان و بش قارداش واقع در بجنورد بازدید نموده اند.

ابزار جمع آوری اطلاعات

پرسشنامه به عنوان یکی از متداول ترین ابزار جمع آوری اطلاعات در تحقیقات پیمایشی مورد استفاده قرار می گیرد. در این تحقیق از یک پرسشنامه محقق ساخت استفاده شده است که شاخص ها و متغیرهای تحقیق را به همراه شاخص های جمعیت شناختی مثل جنسیت، سن، سطح تحصیلات، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال و میزان درآمد ماهیانه را می سنجد. پرسشنامه این تحقیق شامل 42 گویه در طیف لیکرت است، که عواملی چون ویژگی های مبلمان شهری، انگیزه گردشگران و میزان رضایت آن ها را مورد سنجش قرار می دهد.

آزمون فرضیات

رابطه بین ویژگی های مختلف مبلمان شهری با رضایتمندی

همانطور که در جدول زیر می بینید تعداد عناصر مبلمان شهری با رضایت گردشگران در سطح خطای کمتر از 0.05 و با درجه اطمینان 95 درصد است و تعداد عناصر مبلمان شهری توانسته میزان خطا در پیش بینی رضایت گردشگران را تا 42 درصد کاهش دهد، بنابراین رابطه بین آن ها معنادار است و فرضیه تأیید می شود.

پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

جانمایی عناصر مبلمان شهری در سطح خطای کمتر از 0.05 و با درجه اطمینان 95 درصد توانسته میزان خطا در پیش بینی رضایت را تا 43 درصد کاهش دهد و این فرضیه تأیید می شود.

شکل و فرم عناصر مبلمان شهری در سطح خطای کمتر از 0.05 و با درجه اطمینان 95 درصد است و این متغیر توان پیش بینی متغیر رضایت را داشته و میزان خطا در پیش بینی رضایت را تا 54 درصد کاهش می دهد و این فرضیه تدیید می شود.

رنگ عناصر مبلمان شهری با درجه اطمینان 95 درصد توانسته میزان خطا در پیش بینی رضایت را تا 53 درصد کاهش دهد. بنابراین می توان گفت که رنگ عناصر مبلمان شهری توان پیش بینی متغیر رضایت را داشته و رابطه بین آن ها تأیید می شود.

تناسب و خوانایی عناصر مبلمان شهری در سطح خطای کمتر از 0.05 و با درجه اطمینان 95 درصد است و این متغیر میزان خطا در پیش بینی متغیر رضایت را تا 53 درصد کاهش می دهد. بنابراین متغیر تناسب و خوانایی عناصر مبلمان شهری توان پیش بینی متغیر رضایت را داشته و رابطه بین آن ها تأیید می شود.

نورپردازی عناصر مبلمان شهری در سطح خطای کمتر از 0.05 و با درجه اطمینان 95 درصد است و این متغیر میزان خطا در پیش بینی متغیر رضایت را تا 47 درصد کاهش می دهد. بنابراین متغیر نورپردازی عناصر مبلمان شهری توان پیش بینی متغیر رضایت را داشته و رابطه بین آن ها تأیید می شود.

متغیر اصلی	ابعاد	sig	value	تایید / رد
ویژگی های مبلمان شهری	تعداد عناصر مبلمان شهری	۰,۰۰۰	۰,۴۲۳	تایید
	جانمایی عناصر مبلمان شهری	۰,۰۰۰	۰,۴۲۳	تایید
	شکل و فرم عناصر مبلمان شهری	۰,۰۰۰	۰,۵۴۳	تایید
	رنگ عناصر مبلمان شهری	۰,۰۰۰	۰,۵۳۳	تایید
	تناسب و خوانایی عناصر مبلمان شهری	۰,۰۰۰	۰,۴۵۷	تایید
	نورپردازی عناصر مبلمان شهری	۰,۰۰۰	۰,۴۷۳	تایید

رابطه بین انگیزه های مختلف گردشگران با رضایتمندی

انگیزه فشاری (درونی) در سطح خطای کمتر از 0.05 و با درجه اطمینان 95 درصد است و توان پیش بینی متغیر رضایت را داشته است و میزان خطا در پیش بینی متغیر رضایت را تا 14 درصد کاهش داده است و رابطه بین آن ها تأیید می شود.

پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

انگیزه بیرونی در سطح خطای بیشتر از 0.05 است و توان پیش بینی متغیر رضایت را نداشته است بنابراین رابطه بین آن ها رد می شود و این رابطه معنادار نیست و این شاید به این دلیل باشد که بیشتر افراد بیشتر به دلایل درونی تصمیم به بازدید از یک مکان را می گیرند و آن دلایل در نهایت باعث رضایت شان می شود.

متغیر اصلی	ابعاد	sig	value	تایید / رد
انگیزه	انگیزه فشاری (درونی)	۰,۰۰۵	۰,۱۴۹	تایید
	انگیزه کششی (بیرونی)	۰,۱۲۶	۰,۰۹۳	رد

بررسی رابطه بین متغیرهای اصلی تحقیق با رضایتمندی

در فرضیه مربوط به ویژگی های مختلف مبلمان شهری و رضایتمندی گردشگران، رضایتمندی توانسته میزان خطا در پیش بینی ویژگی های مبلمان شهری را تا 59 درصد کاهش دهد و این بدین معناست که متغیر مستقل (رضایتمندی) توان پیش بینی متغیر وابسته (ویژگی های مبلمان شهری) را داشته است و لذا رابطه بین این متغیرها معنادار است و فرضیه تأیید می شود.

فرضیه بعدی که رابطه بین انگیزه و رضایتمندی از مبلمان شهری را می سنجد، رضایتمندی از مبلمان شهری توانسته است میزان خطا در پیش بینی انگیزه های گردشگران را تا 15 درصد کاهش دهد و این به معنای آن است که متغیر مستقل (رضایتمندی) توان پیش بینی متغیر وابسته (انگیزه) را داشته است و لذا رابطه بین این متغیرها معنادار است و فرضیه تأیید می شود.

کل		بش قارداش		بابا امان		آزمون گاما
value	Sig	value	Sig	value	sig	رابطه ها
۰,۵۹۱	۰,۰۰۰	۰,۶۵۹	۰,۰۰۰	۰,۵۱۷	۰,۰۰۰	ویژگی های مختلف مبلمان شهری و رضایتمندی
۰,۱۵۳	۰,۰۰۴	۰,۲۶۰	۰,۰۰۱	۰,۰۴۲	۰,۵۷۳	انگیزه گردشگران و رضایتمندی



نتیجه گیری:

در دنیای امروز گردشگری حالتی رقابتی پیدا کرده و کشورها سعی دارند با روش های جدید و نوین گردشگران بیشتری را به خود جذب کنند. امروزه فقط داشتن جاذبه های گردشگری نیست که باعث موفقیت در آن می شود بلکه توجه به مواردی است که ایجاد ارزش می نماید و بر جذابیت ها می افزاید. توجه به نیازهای گردشگران نیز یکی از مواردی است که باعث رضایت بیشتر آن ها می شود و بازگشت دوباره آن ها را در پی خواهد داشت. در این میان مبلمان شهری یکی از مباحثی است که کشورها و شهرهای مهم دنیا با توجه به آن و پیشرفت در این زمینه گوی سبقت را در بین سایر شهرها و کشورها به دست آورند. بهره گیری از مبلمان شهری زیبا و با کیفیت یکی از مواردی است که می تواند باعث ایجاد جذابیت بیشتر برای مکان های گردشگری شود و در رفع نیاز گردشگران مؤثر باشد و جذب هر چه بیشتر گردشگر را به دنبال داشته باشد. این در حالی است که کشور ما علی رغم داشتن جاذبه های فراوان گردشگری در جذب گردشگر خیلی موفق نبوده است. بنابراین داشتن مبلمان شهری با کیفیت و مناسب می تواند راه حلی برای این مسئله باشد. در مجموع از اهمیت مبلمان شهری در جذب گردشگر و به طور کل گردشگری نمی توان چشم پوشید، زیرا مبلمان شهری جزء مواردی است که هم تا حدودی به رفع نیازهای گردشگران می پردازد که جنبه کاربردی آن را نشان می دهد و هم در خلق زیبایی و زیباتر نمودن فضاهای عمومی و گردشگری بسیار مؤثر است و این جنبه زیبایی شناسی مبلمان شهری را نشان می دهد.

پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

منابع:

- Uysal, U. E. (2015), Urban Tourism in Istanbul: Urban Regeneration, Mega-events and City Marketing and Branding. Publications of the Department of Social Research 2015: 6 Social and Public Policy.
- Burkart, A. J & Medlik, S. (1981), Tourism: Past, Present and Future, London.
- Chi, G (2005), "A study of developing destination, loyalty model", Doctoral Dissertation, Oklahoma state university.
- Selby, M. (2004), Understanding urban tourism: Image, culture and experience. IB, Tauris
- Gilbert, D. and Clark, M (1997), An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents' attitudes, in the cities of Canterbury and Guildford. Cities 14.6, 343-352.
- موحد، علی (۱۳۹۴)، مقدمه ای بر گردشگری شهری، تهران: انتشارات پرهام نقش.
- کلانتری، حسین و پیام انصافیان (۱۳۹۰)، مبلمان شهری، تهران: انتشارات سازمان شهر داری ها و دهیاری های کشور.
- سعیدی، علی اصغر و همکاران (۱۳۸۷)، دانشنامه مدیریت شهری و روستایی، تهران: انتشارات سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور و وزارت علوم و تحقیقات و فناوری.
- اقبال، محمدرضا و همکاران (۱۳۹۱)، "همکاری بین بخشی رویکردی در زیباسازی مبلمان شهری" مشهد: چهارمین کنفرانس برنامه ریزی و مدیریت شهری، ۲۰ و ۲۱ اردیبهشت ماه.
- بهروز، عارف (۱۳۹۳) "بررسی نقاط ضعف و قوت، فرصت و تهدید صنعت گردشگری ایران با تاثیرگذاری بر تولید ملی و اشتغال"، تهران: اولین همایش الکترونیکی ملی چشم انداز اقتصادی ایران.
- دهدشتی، شاهرخ و مرتضی فیاضی (۱۳۹۰)، مدیریت بازاریابی در صنعت گردشگری، تهران: انتشارات مهکامه.
- بهزادفر، مصطفی و همکاران (۱۳۹۱)، "رویکردی تحلیلی بر تبارشناسی زیباشناسی شهری در تعامل با ساختار مدیریتی شهر، بررسی و پیمایش جهانی با ارائه راهکارهای راهبردی و اجرایی"، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۳.



پانزدهمین کنفرانس ملی شهرسازی، معماری، عمران و محیط زیست

- سازمان زیباسازی شهر تهران (۱۳۹۰)، "آشنایی با مفاهیم زیباسازی شهری" برگرفته از سایت سازمان زیباسازی شهر تهران.
- حسینی، مریم السادات (۱۳۸۵)، "سازماندهی مبلمان شهری" فصلنامه سازمان نظام مهندسی ساختمان استان. قزوین، سال پنجم، شماره ۱۵.