پایداری، توسعه و محیط زیست، دوره دوم، شماره ۱، بهار ۹۴

بررسی ویژگی و دیدگاههای گردشگران در راستای بهبود خدمات گردشگری در تفرجگاههای جاده کرج- چالوس

لیلا آخوندی*[۱]

Leilaakhoondi@rocketmail.com

رضا ارجمندی[۲]

افشین دانه کار[۳]

حسین شعبانعلی فمی[۴]

چکیده

رشد و توسعه روز افزون گردشگری، مطالعات زیادی را توسط اندیشمندان حوزه های مختلف و در اقصی نقاط جهان به خود معطوف کرده است و بسیاری از برنامه‌ریزان و دست اندرکاران توسعه، از صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. این صنعت در صورتی می‌تواند پایدار بماند که با مدیریت همه سو نگر پایه‌ریزی و مدیریت شود.

یکی از جنبه‌های مهم که شاید بتوان آن را مهمترین عامل در شکل‌گیری و موفقیت یا عدم موفقیت گردشگری در هر منطقه ای دانست، توجه به خصوصیات، ویژگیها و تقاضای گردشگران و نیازهای تفریحی و تفرجی ایشان می باشد. به‌عبارتی آگاهی از تقاضا و رفتار گردشگران در هر منطقه و هم سوسازی عرضه و تقاضا ضمن در نظر گرفتن پتانسیلها و محدودیتهای مناطق، متضمن ارایه خدمات مناسب و نقطه عطفی در پایداری گردشگری به شمار می‌رود. از این رو مقاله حاضر با استفاده از روش پیمایش، مطالعات میدانی و تکمیل ۱۴۰ پرسشنامه شامل ۴۲ سؤال، به شناسایی و تحلیل رفتار و خصوصیات گردشگران و نظرسنجی نیازهای تفرجی آنان در محور کرج- چالوس پرداخته است. تجزیه و تحلیلها نشان داد که اکثر گردشگران در گروه سنی ۲۶ تا ۳۵ سال قرار دارند و ترکیب جنسی را غالباً مردان تشکیل می‌دهند و عموماً در گروههای خانوادگی برای تفرج به این منطقه سفر می‌نمایند. گردشگران از نظر سطح درآمد از قشر متوسط جامعه می‌باشند و چشم‌اندازهای طبیعی بیشترین نقش را در انتخاب محل توسط آنها ایفا می‌کند. گردشگران اغلب نسبت به فاکتور اطلاع رسانی ناراضی بودند و مشکلات جاده‌ای، عدم رسیدگی به محلهای گردشگری، هزینه‌ها، عدم امنیت کافی، آلودگی و پراکنش زباله را از موانع گردشگری در منطقه مطرح کردند. تقریباً همه گردشگران مشتاق حفظ سیمای طبیعی محیط زیست منطقه بودند.

کلمات کلیدی: رفتار گردشگران، گردشگری پایدار، تقاضای تفرجی، جاده کرج - چالوس.

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت محیط زیست، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران(مسئول مکاتبات).

۲- استادیار، دانشکده محیط زیست و انرژی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران.

۳- دانشیار، پردیس دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران، کرج، ایران.

۴- دانشیار، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران، کرج، ایران.

مقدمه

گردشگری در جهان صنعتی امروز به سرعت در حال رشد است و منبع درآمد مهمی برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود. صنعت گردشگری آنچنان در توسعه اقتصادی، اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نامیده اند(۱). بر اساس برآورد سازمان جهانی جهانگردی، ارزش وجوه حاصل از جهانگردی و مسافرت در دهه‌های آتی با سرعتی افزونتر از تجارت جهانی به سطحی بالاتر از اقلام صادراتی در دیگر بخشهای اقتصادی خواهد رسید (۲). اهمیت گردشگری در پیشرفت اقتصادی به جلب توجه بسیاری از برنامه ریزان در کشورهای مختلف منجر شده است (۳). دلایل تمایل گسترده به توسعه گردشگری، نه فقط وابسته به چرخه عظیم مالی این صنعت، بلکه برخواسته از تأثیرات مثبت آن بر روابط بین المللی، استحکام دوستی فرهنگها و گسترش صلح و امنیت جهانی است(۴). آمارها حاکی از افزایش روزافزون تعداد گردشگران در جهان و اهمیت روز افزون صنعت گردشگری به ویژه در کشورهای در حال توسعه می باشد(۵).

به موازات توسعه گردشگری و افزایش تعداد مقاصد گردشگری، ظهور انواع جدید گردشگری، تغییر سریع نیازها و انتظارات گردشگران، حساسیت نسبت به مسائل محیطی، جهانی شدن و ... فشار بسیاری بر مدیران و برنامه ریزان این صنعت مبنی بر دنبال کردن شیوه‌هایی بهتر برای رقابت در بازار گردشگری وارد می‌آید. در محیط جهانی رقابتی و به سرعت در حال تغییر امروزی، درک ویژگیها و مشخصات گردشگران، به منظور اتخاذ تصمیمهای مناسب مدیریت بازاریابی و ارایه خدمات مناسب از اهمیت ویژه ای برخوردار می‌باشد، به عبارتی گردشگران یکی از عوامل مهم در حوزه گردشگری قلمداد شده و در سامانه برنامه‌ریزی گردشگری، جذب جهانگرد یا گردشگر، ارایه خدمات به وی، ایجاد احساس رضایت و تجربه سفر خوش از هدفهای مهم محسوب می‌شود(۶ و ۷) و آگاهی از تقاضای گردشگری و هدف از سفر، گامی اساسی در جلب رضایت و جذب گردشگران بیشتر و در نهایت رونق گردشگری به شمار می‌رود. از سویی انتظارات و عادات رفتاری، یکی از متغیرهای اساسی و مؤثر بر تقاضای گردشگری است(۸).

ارایه خدمات گردشگری و پذیرایی در سطح مورد انتظار و درخواست گردشگران یکی از فاکتورهای تأثیرگذار بر رضایت و همچنین انتخاب مقصد گردشگری توسط گردشگران محسوب می‌شود. از این رو درک خصوصیات و مشخصات گردشگران و آگاهی از سلیقه ها، نیازها و تقاضای ایشان در تصمیم‌گیری و مدیریت گردشگری جایگاه خاصی دارد(۹).

مرحله اول به منظور پاسخ دادن به نیازها و انتظارات گردشگران، ارزیابی رفتار، خواسته‌ها و ویژگیهای گردشگران و سطح رضایتمندی آنها از کیفیت خدمات گردشگری است، تا در مرحله بعد با استفاده از اطلاعات حاصل از این بررسیها به ارایه راهکارها و پیشنهادهای مناسب در راستای بهبود کیفیت خدمات گردشگری پرداخته و با یک رویکرد مشتری محور و اثر بخشی بیشتر، تدوین قوانین، استانداردها و سیاست گذاری توسعه گردشگری انجام گردد(۱۰).

در راستای رفتارشناسی گردشگران مطالعات متعددی در ایران و دیگر کشورها به انجام رسیده، از جمله گروه مشاوران HLA و ARA به بررسی وضعیت جمعیت شناختی طبیعتگران آمریکای شمالی پرداختند. گردشگران مورد بررسی در این مطالعه اغلب در گروه سنی ۳۵ تا ۴۵ سال قرار داشتند که نیمی از آنان زن و نیمی دیگر مرد بودند. اگر چه این مطالعه تفاوتهایی را بر اساس نوع فعالیت نشان داده است ولی با این وجود مهمترین بخشهای سفر را دیدار از یک محیط طبیعی، تماشای حیات وحش و پیاده روی یا راهپیمایی ذکر می‌کند(۳).

اکرشتین و لمون در تحقیقی به بررسی رفتار گردشگران در برخورد با محیطهای طبیعی پرداختند. نتایج این بررسی نشان داد که اکثر گردشگران، مشتاق حفاظت محیط زیست هستند و از انجام تحقیقات زیست محیطی حتی بیش از خرید کالاهای سبز استقبال می‌کنند(۳).

عباسی و همکاران در پژوهشی به شناسایی رفتار و ویژگیهای گردشگران در جزایر خلیج فارس (مطالعه جزیره کیش) پرداختند. مطالعات ایشان نشان داد که ۶۶ درصد گردشگران با اهداف تفریحی وارد جزیره کیش شدند. موقعیت و دسترسی مناسب به تأسیسات و تسهیلات گردشگری بیشترین

نقش را در انتخاب واحدهای گردشگری میان گردشگران ورودی به این جزیره داشته است. گردشگران ورودی به این منطقه به طور متوسط از لحاظ مدت اقامت به نسبت بالایی برخوردار بودند و سطح درآمد آنها نیز بالا بوده است(۱۰).

لی‌لی و همکاران پژوهشی در یک پارک ملی تالابی در چین در خصوص رفتارهای گردشگران با اهداف مدیریتی به انجام رساندند. انتظارات، تجربیات و رضایت گردشگران سه فاکتور اصلی در موفقیت برنامه ریزی و مدیریت این پارک ملی عنوان شد(۱۱).

اسدالهی و همکاران به گونه شناسی بازدیدکنندگان تالاب چغاخور به منظور توسعه گردشگری پایدار پرداختند. نتایج نشان داد که گروههای خانوادگی (۷۳ درصد) عمده ترین بازدیدکنندگان تالاب چغاخور بودند. موقعیت برتر طبیعی و چشم انداز عمومی تالاب از دید گردشگران، بارزترین جذابیتهای این منطقه بودند. بیشترین میزان رضایت از راههای دسترسی و امنیت منطقه و کمترین میزان رضایت از فعالیتهای اطلاع رسانی عنوان شد(۱۲).

میگونی و همکاران آرا و نیازهای تفرجی بازدیدکنندگان پارک جنگلی سی سنگان را با هدف مطالعه نحوه نگرش آنها نسبت به این تفرجگاه و افکارسنجی نیازهای آنها مورد بررسی قرار دادند. نتایج مطالعه نشان داد که مردها و متأهلین بیشترین بازدیدکنندگان پارک می باشند و بیشتر آنها مایل هستند که اوقات فراغت خود را در مناطق جنگلی یا کنار دریا بگذرانند. حفظ حالت طبیعی پارک، مورد تأیید اغلب افراد بازدیدکننده بوده است(۱۳).

در این مطالعه به بررسی و تحلیل ویژگیها، رفتار و تقاضای گردشگران در تفرجگاههای جاده کرج - چالوس پرداخته می شود. تحلیلهای انجام گرفته بر پایه اطلاعات جمع آوری شده بر اساس مصاحبه حضوری و تکمیل پرسشنامه‌های گردشگری می‌باشد. ذکر این نکته ضروری است که دسترسی به آمار قابل استناد در رابطه با ویژگیها و رفتار گردشگران این منطقه وجود نداشته و امید است این مطالعه و مطالعاتی از این قبیل بتواند به مدیران گردشگری منطقه در ایجاد انطباق بین عرضه و تقاضای گردشگری در برنامه ریزی و سیاست گذاریهای گردشگری جاده کرج - چالوس کمک نماید.

مبانی نظری

داشتن رویکرد سیستمی، پایه و اساس طراحی خدمات و محصول گردشگری و برنامه ریزی توسعه این صنعت محسوب می‌شود چرا که صنعت گردشگری همانند هر سیستم دیگری از اجزایی تشکیل شده است که برای تحقق هدفی معین با یکدیگر در ارتباط و کنش متقابل اند، به عبارتی گردشگری، موضوعی چند بعدی است که با عوامل متعددی ارتباط دارد، از این رو در صورتی می‌تواند به رشد مطلوب برسد که با نگرش سیستمی توسعه یابد و به همه ابعاد این صنعت و ارتباطاتی که با دیگر عوامل محیطی دارد، توجه شود(۶). به این ترتیب می‌توان از منافع بی‌شمار گردشگری پایدار از جمله: ایجاد فرصتهای آموزشی، ارتقای دانش، توجه و احترام به منابع بیولوژیکی و اکوسیستمهای طبیعی، حفظ دانش بومی و ابتکارات و فعالیتهای مشارکتی که منجر به بهره برداری پایدار از تنوع زیستی می‌شود، بهره جست(۱۴). طرحهای توسعه گردشگری معمولاً وابسته به سه مقوله اصلی شامل ۱- ساکنان محلی، ۲- گردشگران و بازدیدکنندگان و ۳- تأثیرات گردشگران می باشد (۱۵).

بنا به نظر اریک به عنوان یکی از صاحب نظران این حوزه، توجه به نیاز و تقاضای گردشگران که از منطقه‌ای به منطقه دیگر و همچنین در طول زمان در حال تغییر است می تواند به جلب رضایت آنان بیانجامد که این خود نوعی بازاریابی مؤثر برای منطقه هدف گردشگری به شمار می رود و به بازدیدهای مجدد و اقامتهای طولانی مدت تر منجر شده و افزایش منافع اقتصادی را به دنبال خواهد داشت در نتیجه باید گردشگران، انتظارات و تقاضای آنها، به عنوان یکی از ورودیهای مهم در سیستم گردشگری مد نظر قرار بگیرند(۱۶) و توسعه و تولید کالاها، خدمات و محصولات صنعت گردشگری بر مبنای در نظر گرفتن شرایط حاکم بر محیط از یک طرف و رفتار گردشگران از طرف دیگر و تطبیق این دو با یکدیگر انجام گردد (۱۰و ۱۵). در این راستا پژوهش در رفتار گردشگران به عنوان

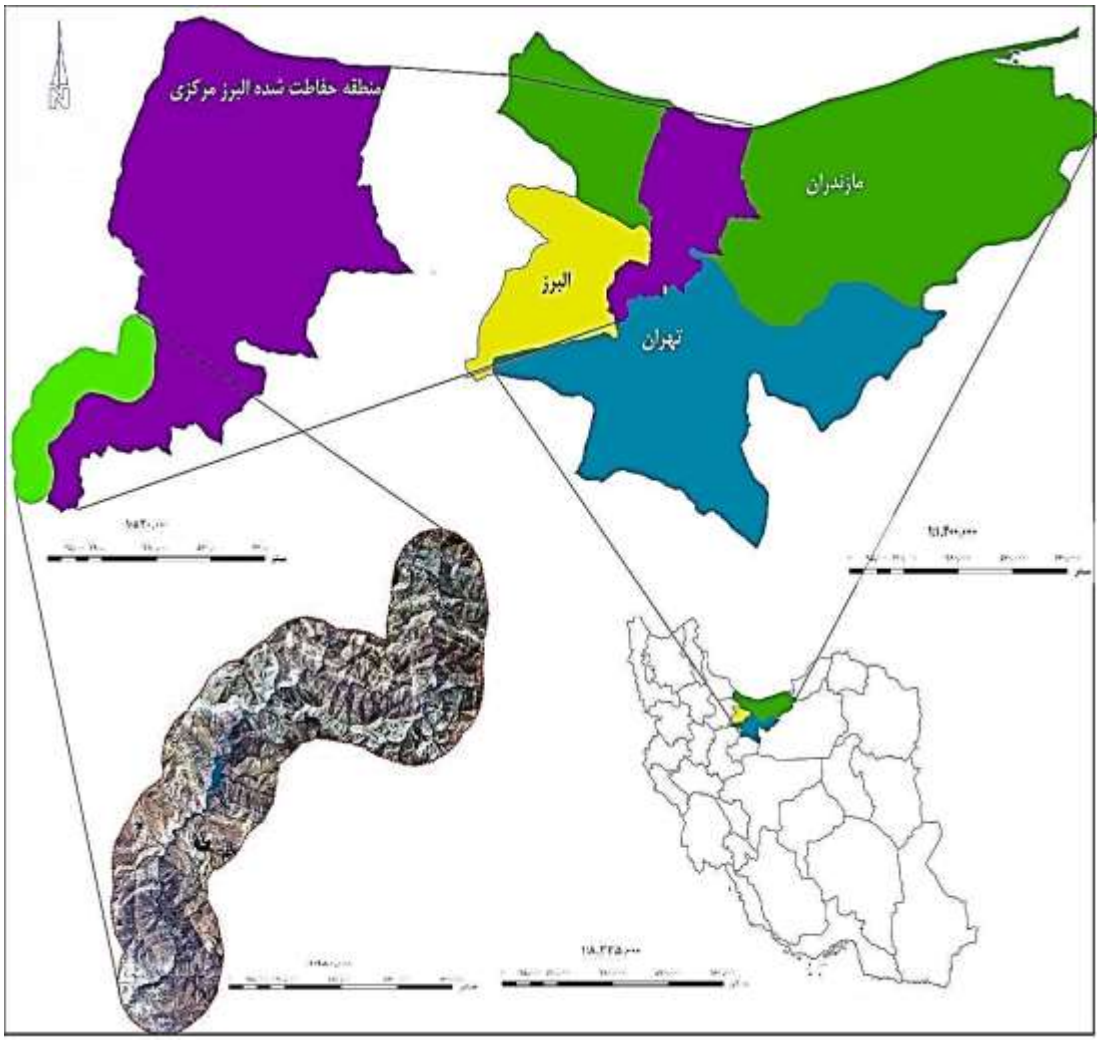
مصرف کنندگان اصلی در صنعت گردشگری، می تواند در تجزیه و تحلیل و شناخت صحیح بازار گردشگری مؤثر واقع شود و به شکل گیری برنامه نظام مند و هدفدار بازاریابی بیانجامد(۱۵). در تمایل بازدیدکنندگان برای استفاده از یک تفرجگاه و علت ترجیحی آنان عوامل زیادی مؤثر است و برای حفظ تقاضا باید این عوامل مد نظر قرار گیرد. در واقع یکی از جنبه های مدیریت گردشگری را می توان مدیریت رفتار مردم عنوان کرد (۱۳).

امروزه بر خلاف گذشته، توجه به نیاز بازار، تقاضای مشتری و تطبیق آن با قابلیتها و توانمندیهای این صنعت، بسیار مد نظر قرار گرفته است، این فرآیند مرحله نخست در تطبیق عرضه و تقاضای گردشگری می باشد تا در گام بعدی با استفاده از اطلاعات حاصل از این بررسیها، به ارایه راهکارهای مناسب جهت ارتقای وضعیت گردشگری، به ویژه در مناطق با اهمیت زیستی پرداخته شود و با رویکرد مشتری محور به تدوین استانداردها و قوانین توسعه گردشگری پایدار اقدام گردد.

توانهای عظیم تاریخی و طبیعی در ایران، این کشور را به یکی از جذابترین مناطق گردشگری دنیا بدل کرده است که بهره برداری پایدار از آنها مستلزم فراهم کردن شرایط مختلفی است که در کل بستگی به ثبات در بخش گردشگری دارد (۱۷). بنابراین از آن جا که یکی از ارکان ایجاد ثبات و پایداری در این صنعت، توجه به گردشگران، نیاز و تقاضای ایشان است، این مطالعه تلاش داشته با تکیه بر پیمایشهای میدانی به بررسی تقاضای گردشگری، تحلیل نیازمندیها و انتظارات و ویژگیهای گردشگران جاده کرج- چالوس برای برنامه ریزی مدیریت گردشگری پایدار منطقه بپردازد.

روش بررسی

محدوده مورد مطالعه: در این مطالعه شاخه اصلی رودخانه کرج، حد فاصل آبگیر بیلقان و سه راهی دیزین در محدوده‌ای به عرض ۴ کیلومتر و طول ۷۵ کیلومتر مورد بررسی قرار گرفت. مساحت این محدوده ۴۱۵۰۶ هکتار معادل ۳۸/۹ درصد حوزه آبخیز رودخانه می‌باشد. آب و هوای این منطقه از انواع خشک سرد، نیمه خنک، مدیترانه ای، مرطوب و مرطوب سرد تشکیل شده است و بارش در این منطقه بیشتر به صورت برف می‌باشد. بیشترین و کمترین بارش متوسط سالانه به ترتیب معادل ۶۹۳ و ۳۰۰ میلی‌متر در ایستگاههای گرمابدر و بیلقان است. ماههای دی و مرداد به ترتیب سردترین و گرم-ترین ماههای سال در این منطقه می‌باشند. رودخانه‌های ولایت رود، وارنگه رود، جاجرود، منابع آبی این محدوده هستند. وضعیت اکولوژیک و سیماهای منحصر به فرد محور کرج- چالوس شرایط کم نظیری را برای زندگی گونه‌های مختلف حیات وحش فراهم نموده و سبب گردیده است تا تنوع گونه‌ای بالایی در این منطقه از کشور به‌وجود آید به‌طوری که تعداد ۴۷ گونه پستاندار، حداقل ۱۵۳ گونه پرنده و گونه های کم نظیری از خزندگان و ماهیها از جمله ماهی قزل آلای رنگین کمان در این منطقه زیست می‌نمایند(۱۸). شکل ۱محدوده مورد مطالعه را نشان می‌دهد.



شکل ۱- محدوده مورد مطالعه

روش شناسی این مطالعه در چارچوب اهداف و نتایج مورد انتظار بر اساس پیمایش میدانی در گردشگاهها و نواحی تفرجی منطقه مورد مطالعه می‌باشد. به این صورت که با مطالعه و بررسی پژوهشهای مشابه داخل و خارج کشور و نظرات تیم مطالعه، پرسشنامه ای تهیه شد و دیدگاهها و تقاضای بازدیدکنندگان در خصوص گردشگری و تفرج در محور کرج-چالوس به همراه دیگر اطلاعات جمعیت شناختی مورد پرسش قرار گرفت. در مرحله بعد با استفاده از فرمول کوکران (رابطه ۱) و محاسبه حجم نمونه مورد نیاز، حجم نمونه مورد نیاز (تعداد پرسشنامه) به صورت زیر محاسبه شد:

رابطه۱

$$N=\frac{t^2 cv^2}{d^2}$$

N: حجم نمونه مورد نیاز

t : مقدارt استیودنت با درجه آزادی n-1 برابر با ۲

cv: ضریب تغییرات

$cv=\frac{s}{\bar{x}}$ (s: انحراف معیار، $\bar{x}$: میانگین)

d: اشتباه مطلق مطلوب (۰/۰۵)

به این ترتیب حجم نمونه مورد نیاز ۱۴۰ پرسشنامه به دست آمد. سپس از خرداد تا پایان تابستان پرسشنامه ها به صورت کاملاً تصادفی بین گردشگران و با روش انجام مصاحبه در گردشگاههای مسیر، حواشی رودخانه و روستاهای هدف

گردشگری تکمیل شد. به منظور تهیه یک پرسشنامه مناسب باید روایی و پایایی آن مورد بررسی قرار گیرد. اعتماد یا پایایی مسئله ای کمّی و تکنیکی بوده و بیشتر ناظر به این سؤال است که ابزار اندازه‌گیری با چه دقت و صحتی فاکتور مورد نظر را اندازه‌گیری می‌کند(۱۹). برای محاسبه این ضریب روشهای مختلفی وجود دارد که در این مطالعه از آلفای کرونباخ استفاده شد. اگر مقدار این ضریب از ۰/۷۰ (۷۰) بیشتر باشد به این معنی است که پایایی ابزار در اندازه گیری قابل قبول تلقی می شود. در واقع چنانچه در شرایط مشابه دیگری به کار گرفته شود، نتیجه ثابت خواهد بود. در این تحقیق، ضریب آلفای کرونباخ برای متغیر میزان رضایت از وضعیت خدمات رفاهی در مکانهای تفرجی که شامل ۱۳ سؤال بود محاسبه شد و میزان آن ۰/۸۹ بر آورد گردید که میزان قابل قبولی است. قابلیت اعتبار یا روایی پرسشنامه‌ها، مورد دیگری است که هنگام تهیه پرسشنامه ها مورد توجه قرار می گیرد. مفهوم اعتبار به این سؤال پاسخ می‌دهد که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد شاخص مورد نظر را می‌سنجد. برای سنجش اعتبار روایی نیز روشهای مختلفی وجود دارد که در این مطالعه از روش اعتبار محتوا استفاده شد. اعتبار محتوایی بستگی به قضاوت و نظر افراد متخصص در موضوع مورد مطالعه دارد. بنابراین جهت تعیین اعتبار و انجام اصلاحات لازم، پرسشنامه در اختیار متخصصان مربوط قرار گرفت و پس از جمع بندی نظرات ایشان پرسشنامه نهایی تنظیم شد.

در پرسشنامه تهیه شده، با طرح سؤالات مختلف سعی شد تا به بررسی ویژگیهای جامعه شناختی گردشگران، هدف آنها از سفر، ویژگیهای اقتصادی گردشگران، شناخت آنها از جاذبه‌های تفرجی منطقه، تقاضا و الویتهای تفرجی بازدیدکنندگان، میزان رضایت آنها از مکانهای تفرجی، نظرات ایشان در خصوص وضعیت تفرج در این منطقه و در نهایت پیشنهادهای آنها پرداخته شود. پس از تکمیل و جمع آوری تمام پرسشنامه ها، فرآیند تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۹ انجام شد و از نتایج به دست آمده در تحلیل و تبیین تقاضای گردشگران استفاده گردید(۲۰).

یافته ها

تجزیه و تحلیل ۱۴۰ پرسشنامه تکمیل شده در مصاحبه با گردشگران ورودی به محور گردشگری کرج- چالوس، رفتار و ویژگیهای مختلف ایشان و تنوع تقاضا و سطح انتظارات گردشگران را از خدمات گردشگری در این محل نشان می دهد. جدول ۱ ویژگیهای جامعه شناختی گردشگران را نشان می دهد. همان گونه که مشاهده می شود اکثر گردشگران (۴۹/۳ درصد) در گروه سنی ۲۶ تا ۳۵ سال قرار دارند و ترکیب جنسی غالب را (۶۵ درصد) مردان به خود اختصاص می دهند. همان طور که از این جدول بر می آید، بیشتر گردشگران تحصیل کرده و بیش از ۹۵ درصد آنان دیپلم و بالاتر می باشند و دارندگان مدرک لیسانس حدود ۳۹ درصد از پرسش شوندگان را به خود اختصاص دادند. آمار به دست آمده از پرسشنامه ها حاکی از آن است که اغلب گردشگران ورودی به این محور گردشگری دارای مشاغل آزاد می باشند (۴۹ درصد) و درصد قابل توجهی از آنان (۳۲/۵ درصد) نیز کارمند هستند. در میان پاسخهای ارایه شده به سؤالات مربوط به مشاغل دانشجو، خانه دار و بازنشسته هم دیده می شود (جدول شماره ۱).

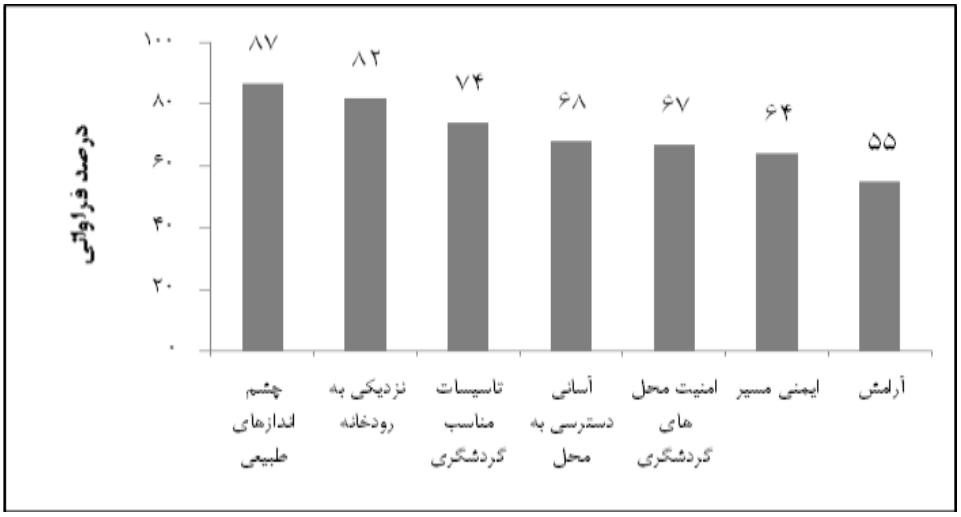
۶۱ درصد گردشگران از شهر کرج و ۲۸ درصد آنان از تهران برای تفرج به این منطقه آمده بودند. درصد قابل توجهی از بازدیدکنندگان (۸۲ درصد) به قصد تفرج در مناطق زیبای طبیعی و گردشگاههای همین مسیر به این منطقه مراجعه کرده بودند و تنها ۱۲ درصد آنان مسافر عبوری بودند. توجه به آمار به دست آمده نشان می‌دهد، گردشگران اغلب (۶۶ درصد) با خانواده به این منطقه آمده اند و بعد از آن مراجعه با دوستان بیشترین سهم را با نسبت ۲۷ درصد به خود اختصاص می دهد. تورهای تفریحی در این منطقه نقش قابل توجهی ندارند و تنها ۵ درصد مراجعات را شامل می‌شود.

نمودار ۱ عوامل مؤثر در انتخاب محل توسط گردشگران را نشان می‌دهد. همان گونه که از این نمودار بر می‌آید چشم اندازهای طبیعی و جذابیت محیط بیشترین سهم را در انتخاب محل توسط گردشگران به خود اختصاص می دهند. امکان دسترسی به رودخانه، آسانی دسترسی به محل، ایمنی مسیر و امنیت محلهای گردشگری و تأسیسات مناسب در محلهای تفرجی به

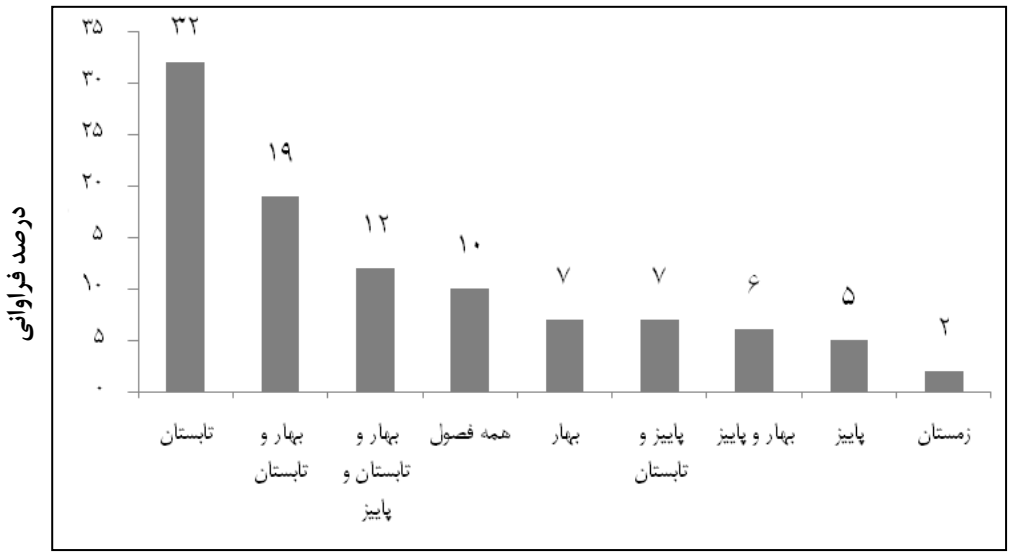
ترتیب در رده‌های بعدی اهمیت قرار می گیرند. نمودار ۲ ترجیحات گردشگران در انتخاب فصل مراجعه به این منطقه را نشان می دهد. بر طبق آن بیشتر گردشگران (۳۲ درصد)، فصل تابستان را برای تفرج در این منطقه انتخاب می کنند و درصد قابل توجهی نیز (۱۹ درصد) هر دو فصل بهار و تابستان را مناسب می‌دانند. همچنین گردشگران بیشتر در روزهای پنج شنبه و جمعه به جاده کرج- چالوس مراجعه می نمایند (۳۶ درصد).

جدول ۱- ویژگیهای جامعه شناختی گردشگران محور کرج- چالوس

جنسیت(٪)					
زن	مرد				
۳۵	۶۵				
سن(٪)					
۱۶ -۲۵	۲۶ -۳۵	۳۶ -۴۵	۴۶ -۵۵	۵۶ -۶۵	
۲۶/۴	۴۹/۳	۱۶/۴	۶	۱	
تحصیلات(٪)					
راهنمایی	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس	دکتری
۳/۶	۳۱	۱۲	۳۹	۱۳	۱/۴
شغل(٪)					
کارمند	آزاد	دانشجو	خانه دار	بازنشسته	بیکار
۳۲/۵	۴۹	۱۲	۵	۰/۷	۰/۷
شهر محل سکونت(٪)					
کرج	تهران	هشتگرد	شهریار	سایر	
۶۱	۲۸	۲	۴	۵	
همراهان سفر(٪)					
خانواده	دوستان	تورهای تفریحی	آموزشی		
۶۶	۲۷	۵	۲		
مقصد نهایی(٪)					
همین محل	مسافر عبوری	محل دیگری در مسیر			
۸۳	۱۲	۵			

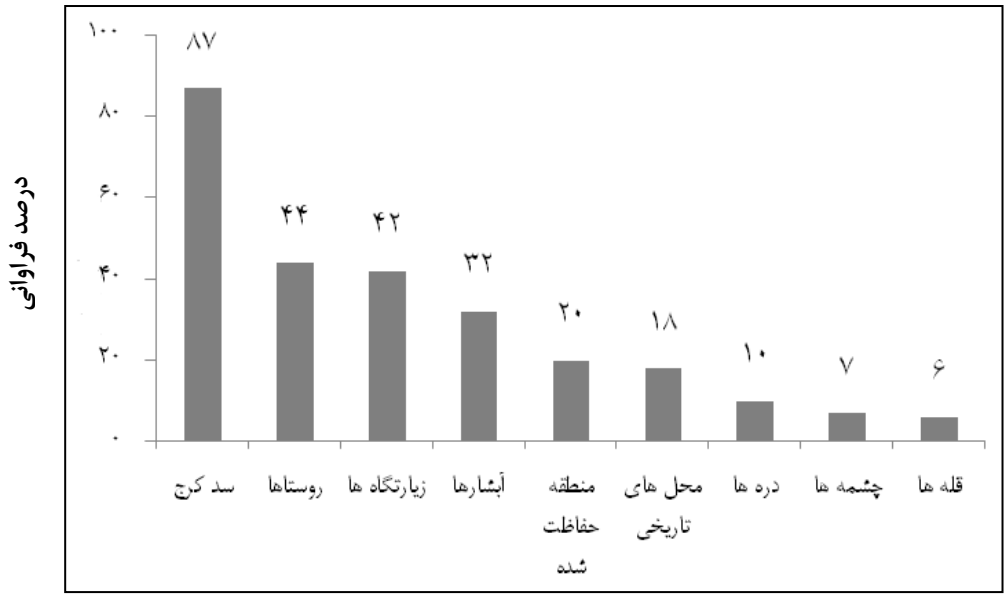


شکل ۲- عوامل مؤثر در انتخاب محل توسط گردشگران



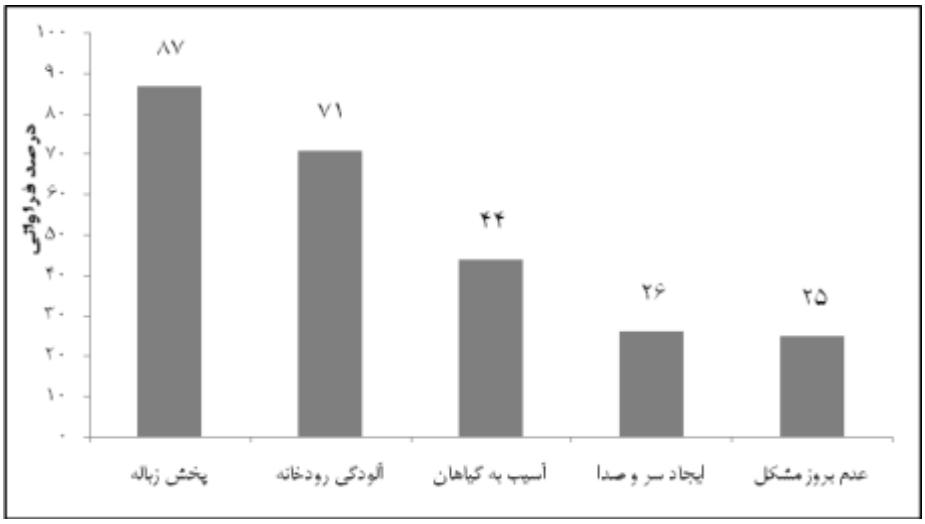
شکل ۳- ترجیحات فصلی گردشگران در انتخاب فصل مراجعه گردشگران

مصاحبه‌های انجام شده و بازدید و بررسیهای میدانی صورت گرفته از مکانهای تفرجی، حاکی از این بود که اغلب گردشگران با جاذبه‌های تفرجی جاده کرج- چالوس آشنایی ندارند، به منظور سنجش میزان آشنایی گردشگران با جاذبه های این مسیر، بخشی از پرسشنامه به پرسش در این باره اختصاص یافت که نتایج آن در نمودار ۳ آمده است. یکی از دلایل نا آشنایی مردم با جذابیتهای تفرجی جاده کرج- چالوس، عدم اطلاع رسانی مناسب می‌باشد به طوری که مردم اغلب بر اساس تجارب قبلی خود و یا به توصیه آشنایان، مناطقی را انتخاب می‌کنند و از این رو اغلب هنگام مراجعه به دلیل عدم شناخت نسبت به جاذبه‌های منطقه صرفاً به نشستن در مکانی سایه‌دار کنار رودخانه اکتفا می کنند.



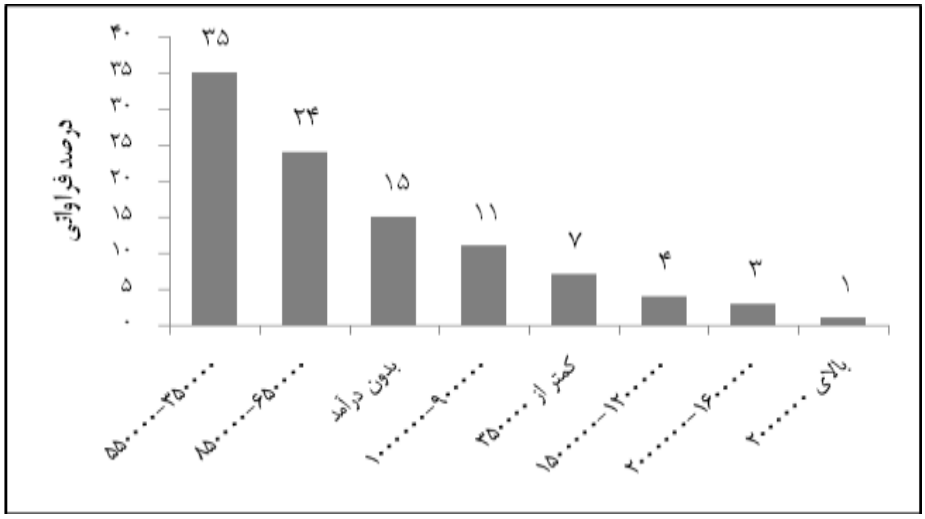
شکل ۴- میزان آشنایی گردشگران با از برخی جاذبه های جاده کرج- چالوس

گردشگران اغلب از شرایط زیست محیطی در این منطقه ابراز نارضایتی می کنند، به طوری که ۵۳ درصد پرسش شوندگان وضعیت حفاظت محیط زیست را نامناسب و بسیار نامناسب، ۳۶ درصد متوسط و ۱۸ درصد آن را مناسب ارزیابی کردند. مشکلات ناشی از حضور گردشگران در منطقه، از دید خود ایشان به شرح نمودار ۴ می باشد. پخش زباله با فراوانی ۸۷ درصد در صدر معضلات گردشگری از دیدگاه گردشگران منطقه بوده و آلودگی رودخانه، آسیب به گیاهان و سر و صدا نیز از دیگر مشکلات مطرح شده می باشند. نتایج همچنین نشان دهنده آن است که از نظر ۲۵ درصد گردشگران مشکل خاصی در منطقه مشاهده نمی‌شود.



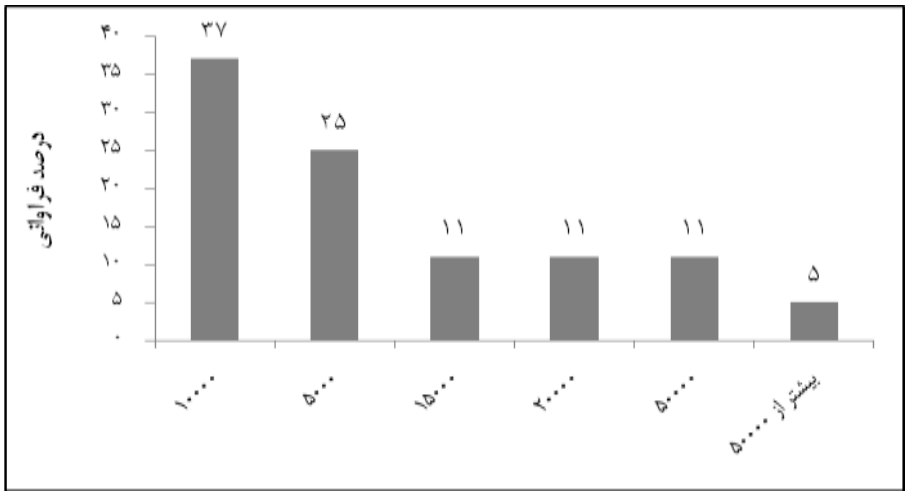
شکل ۵- مشکلات ناشی از حضور گردشگران از دید ایشان

با توجه به نمودار ۵ بیشتر گردشگران در سطوح درآمدی متوسط قرار دارند و افراد با درآمدهای بسیار بالا درصد کمتری از گردشگران حاضر در گردشگاهها را به خود اختصاص می‌دهند که این موضوع نشان دهنده قابلیت جاده کرج-چالوس در جذب گروههایی از اقشار جامعه با درآمد متوسط و پر کردن اوقات فراغت ایشان و همچنین امکان استفاده آنها از طبیعت و آب و هوای مطبوع منطقه می باشد که نکته با اهمیتی در برنامه ریزی گردشگری محل می باشد.



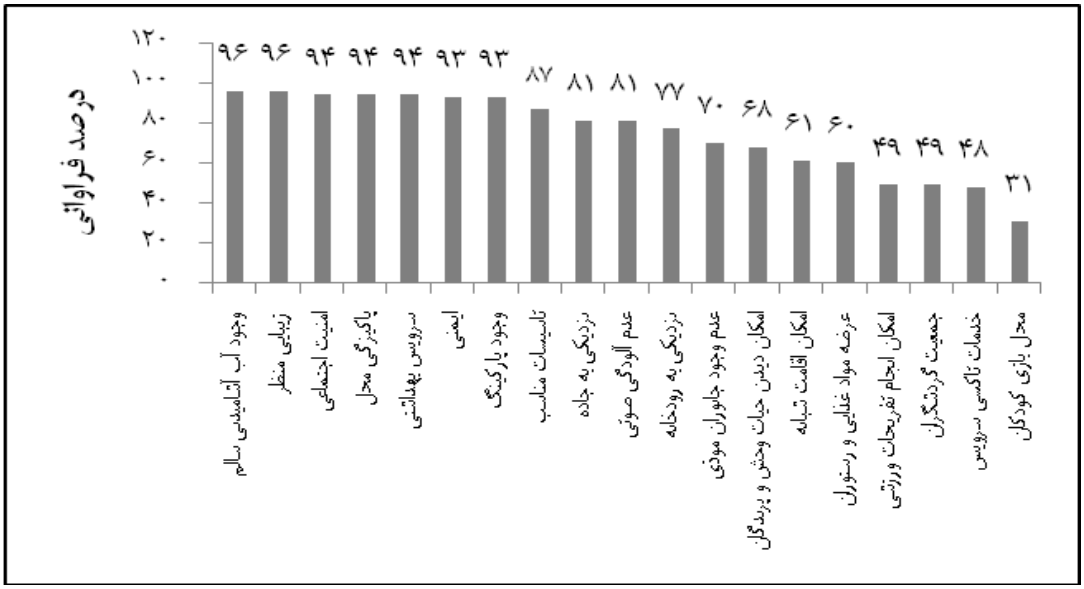
شکل ۶- میزان درآمد گردشگران (به تومان)

نمودار ۶ میزان تمایل گردشگران به پرداخت هزینه برای انجام فعالیتهای تفرجی و مبلغ قابل قبول از نظر آنها را نشان می دهد. همان گونه که از نتایج این نمودار برمی‌آید همگی پرسش شوندگان حاضر به پرداخت هزینه برای فعالیتهای تفرجی مورد علاقه خود هستند و ۳۷ درصد گردشگران، هزینه ای معادل ۱۰۰۰۰ تومان و ۲۵ درصد آنها ۵۰۰۰ تومان را برای این امر مناسب دانسته اند، ۵ درصد گردشگران حاضر به پرداخت هزینه های بالاتر از ۵۰۰۰۰ تومان می باشند. مقادیری معادل ۱۵۰۰۰، ۲۰۰۰۰ و ۵۰۰۰۰ هزار تومان نیز، هر یک با فراوانی ۱۱ درصد در پاسخهای گردشگران دیده می شود.



شکل ۷- تمایل گردشگران برای پرداخت هزینه فعالیتهای تفرجی (به تومان)

نمودار۷، نتایج مصاحبه های انجام شده و پرسشنامه های تکمیل شده را در خصوص شرایط ایجاد یک تفرجگاه مطلوب نشان می‌دهد. همان گونه که از این نمودار برمی آید گردشگران علاوه بر توجه به حفظ سیمای طبیعی محیط و احترام به اجزای طبیعی محیط زیست خواستار امکانات رفاهی و شرایط بهداشتی مناسب نیز می‌باشند. از نظر آنها مهمترین فاکتورها برای ایجاد یک تفرجگاه مطلوب وجود آب آشامیدنی سالم و زیبایی منظر می‌باشد که ۹۶ درصد گردشگران آنها را مهم دانسته اند و وجود محل بازی برای کودکان نیز با ۳۱ درصد آرا در رتبه آخر اهمیت قرار دارد.

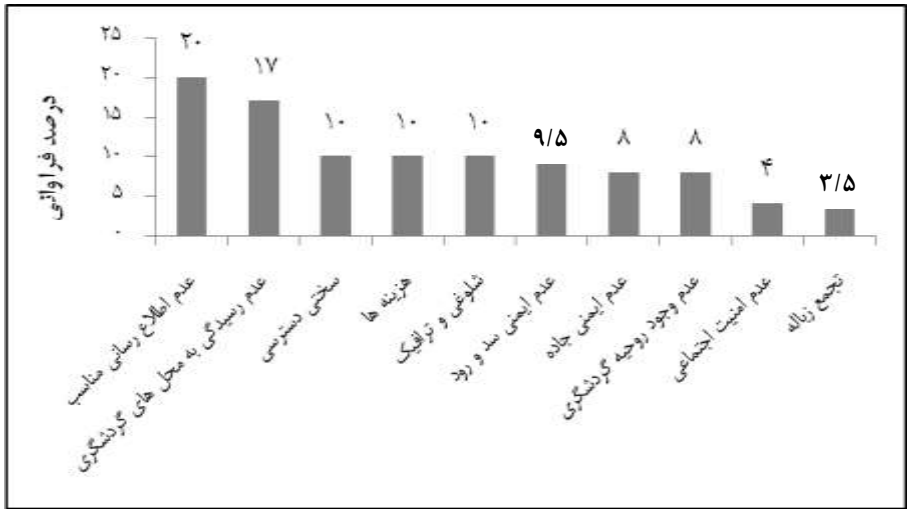


شکل۸- آرای گردشگران در مورد شرایط تفرجگاه مطلوب

موانع تفرجی در این منطقه از دید گردشگران و درصد فراوانی هر یک به شرح نمودار ۸ می باشد. همان گونه که از این نمودار برمی‌آید و پیشتر نیز به آن اشاره شد، عدم اطلاع رسانی یکی از مهمترین موانع توسعه فعالیتهای تفرجی به شمار می رود.

یکی از مهمترین بخشها در بررسی دیدگاههای گردشگران و تقاضای تفرجی ایشان، دریافت نظرات و پیشنهادهای آنها برای ارتقای وضعیت گردشگری است که در این پ ژوهش به آن پرداخته شد. برخی از مهمترین پیشنهادهای گردشگران برای بهبود وضعیت گردشگری در منطقه به شرح زیر است:

- افزایش ایمنی مسیر (جاده، سد، رودخانه)
- جمع آوری زباله (حاشیه جاده، رودخانه، سد و طبیعت منطقه)
- کمتر شدن هزینه ها
- بیشتر شدن امنیت اجتماعی، به خصوص برای بانوان
- حفظ سیمای طبیعی منطقه
- فرهنگ سازی و اطلاع رسانی مناسب از سوی سازمانهای مسئول
- خدمات دهی بهتر رستورانها و باغهای خانوادگی (به خصوص وضعیت بهداشتی این محلها)
- سرویس عمومی مناسب
- احداث پارکینگ مناسب
- ایجاد تسهیلات مناسب گردشگری: در مصاحبه های صورت گرفته پیرامون این پیشنهاد، گردشگران به مواردی از جمله: احداث پارکینگ، احیای گردشگاههای منطقه، دسترسی به آب آشامیدنی سالم، رسیدگی به وضعیت بهداشتی گردشگاهها، احداث زمین مناسب برای تفریح و بازی، احداث نماز خانه، فراهم آمدن امکانات اقامت شبانه، ایجاد تفرجگاه مدرن و ارتقای امکانات تفریحات زمستانی نیز اشاره کردند.



شکل ۹- موانع تفرجی از دید گردشگران

بحث و نتیجه گیری

شکوفایی صنعت گردشگری نیازمند توجه به دو موضوع عرضه و تقاضا در این صنعت و حسن ارتباط میان آنها است (۱۰) و افزایش استفاده از تفرجگاهها و استمرار تقاضا در صورتی جریان می یابد که سطح تفرجگاه و امکانات و تسهیلات آن نیز به موازات افزایش بازدیدکنندگان و همسو با نیازها و نظرات ایشان گسترش و بهبود یابد. به این منظور و جهت کسب آگاهی از خصوصیات و رفتار گردشگران باید عواملی از جمله تعداد افراد، الگوی بازدید، زمان بازدید، بعد مسافت و سطح بازدیدکنندگان معلوم و حداقل اطلاعات لازم در این زمینه کسب شود (۱۳). جمع آوری این گونه اطلاعات به منظور ارایه برنامه مدیریت گردشگری برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری اهمیت دارد. در این راستا نتایج این مطالعه که

حاصل جمع بندی آرا و نظرات گردشگران ورودی به جاده کرج- چالوس می باشد، نشان داد گردشگاهها و منابع تفرجی حاشیه رودخانه چالوس در محور مواصلاتی کرج- چالوس، بیشتر توسط آقایان و از گروه متأهلین و جوان با سطح تحصیلات بالا مورد استفاده قرار می‌گیرد. گردشگران این محور اغلب به صورت خانوادگی با سطح درآمد متوسط برای تفرج مراجعه می‌کنند، از این رو امکانات و تسهیلات تفرجی، باید قادر به برآورد نیازمندیهای آنها باشد و امنیت و آرامش لازم را برای این گروه فراهم آورد. اغلب بازدیدکنندگان مکرر برای تفرج به این منطقه مراجعه می کنند و در مصاحبه های صورت گرفته همگی علاقه مند به مراجعه های متعدد و به دفعات بیشتر نیز بودند، که این خود نشانه ای از پتانسیل بالای منطقه برای جذب گردشگر و پر کردن اوقات فراغت، به خصوص در میان جوانان با مبدأ شهرستان کرج است.

نتایج این بررسی نشان داد که چشم اندازهای طبیعی بالاترین جایگاه را برای انتخاب محل نزد گردشگران دارا می-باشد. در نتیجه حفظ سیمای طبیعی منطقه می‌تواند در تداوم حضور گردشگران به این محور توریستی نقش مؤثری داشته باشد. مناظر طبیعی و جاذبه‌های متنوع آن در کنار آب و هوای رود- دره ای، جاده کرج- چالوس را به یکی از نقاط مورد علاقه گردشگران تبدیل کرده و هر گونه دست اندازی و تغییر، تخریب مظاهر و منابع طبیعی و ایجاد آلودگی نه تنها سبب کاهش ارزشهای زیستی منطقه می شود، بلکه در جذب گردشگر نیز بازخورد منفی خواهد داشت. نتایج این مطالعه همچنین نشان دهنده نارضایتی گردشگران از آلودگی محیط زیست در این منطقه به خصوص تجمع زباله و آلودگی رودخانه و توجه ایشان به مقوله حفاظت از محیط زیست می باشد که اهمیت برنامه ریزی زیست محیطی به منظور حفظ سیمای طبیعی منطقه و جلوگیری از انتشار آلودگی را دو چندان می نماید.

بررسیها همچنین نشان دهنده آن است که هدف مسافران از مراجعه به این منطقه عموماً گذراندن ساعاتی با خانواده در طبیعت، صرف غذا و کسب آرامش و فعالیتهایی از قبیل پیاده روی، دیدن مناظر و حیات وحش، دامنه نوردی و کوه پیمایی است. از سوی دیگر گردشگران اغلب آشنایی کمی با جذابیتهای منطقه اعم از طبیعی و تاریخی دارند، این در حالی است که این محور با داشتن جلوه های طبیعی منحصر به فرد و متنوع اعم از اکوسیستمهای آبی، کوهستانی، روستا و باغها، بناهای تاریخی، زیارتگاهها، آداب و سنن و فرهنگ بومی می‌تواند مجموعه بسیار متنوعی از انواع فرصتهای تفرجی را به گروههای مختلف گردشگران عرضه نماید؛ که نیازمند مطالعه ای همه جانبه و شناخت و معرفی فرصتهای تفرجی به گردشگران و فراهم نمودن زیرساختهای مناسب می باشد. در حقیقت ضعف اطلاع رسانی از مهمترین موانع توسعه فعالیتهای تفرجی در این محدوده است و گردشگران به دلیل ناآشنا بودن با جذابیتها و پتانسیلهای کم نظیر منطقه، معمولاً به نشستن در مناطقی کنار رودخانه و زیر سایه درختان بسنده می نمایند و از فرصتهای کم نظیری که برای انواع فعالیتهای طبیعت گردی کوهستانی و آبی، تماشای حیات وحش، گردشگری روستایی، ورزشی و غیره در این منطقه وجود دارد محروم می گردند. بر این اساس و به منظور رشد پایدار و بلند مدت گردشگری در این منطقه باید در کنار مدیریت کیفیت مقصد گردشگری، اقدامات لازم جهت شناساندن جاذبه ها و پتانسیلهای گردشگری منطقه به گردشگران انجام و به تصمیم گیری و برنامه ریزی هر چه بهتر و استفاده بهینه آنها از طبیعت کم نظیر این منطقه کمک شود. از دیگر موانع تفرجی از نظر گردشگران، نبود تأسیسات و تسهیلات مناسب گردشگری در منطقه، امنیت کم و عدم رسیدگی به وضعیت گردشگاهها، هزینه ها، سختی دسترسی به منطقه، حادثه خیز بودن محور مواصلاتی کرج- چالوس، ایمنی کم رود خانه و سد کرج مطرح شده است که برای حل این معضلات و حفظ تقاضای گردشگری و همچنین ارتقای کیفیت گردشگری در منطقه می بایست سطح قابل قبولی از توسعه کمی و کیفی تسهیلات و خدمات گردشگری بدون آسیب رساندن به محیط زیست طبیعی محل انجام پذیرد.

مقایسه یافته های این بررسی با نتایج مطالعاتی از این دست از جمله پژوهشهای میگونی و همکاران، اسداللهی و همکاران، عباسی و همکاران که در مناطق طبیعی نقاط مختلفی از کشور (پارک جنگلی سی سنگان، تالاب چغاخور و

جزیره کیش) به انجام رسیده اند، نشان داد اغلب گردشگران در مناطق مورد اشاره مرد، متأهل، جوان و از قشر تحصیل کرده می باشند که در گروههای خانوادگی به این مناطق مراجعه و عموماً از عدم وجود تأسیسات و تسهیلات مناسب گردشگری و همچنین عدم اطلاع رسانی مناسب ابراز نارضایتی داشته اند. بررسی نتایج این گونه مطالعات به خوبی نقاط قوت و ضعف سیستم مدیریت گردشگری درکشور و همچنین ویژگیهای گردشگران را پیش روی برنامه ریزان این صنعت قرار می دهد که چنانچه در تهیه برنامه های تفرجی مناطق به آنها توجه شود، به نقطه عطفی در فرایند گردشگری پایدار تبدیل خواهد شد. نکته بسیار مهم در همه پژوهش هایی که در این گفتار مطالعه و مقایسه شد، توجه و خواست گردشگران به حفاظت از محیط زیست می باشد که خود نشان دهنده انگیزه قوی آنها جهت مشارکت در طرحهای حفاظت محیط زیست مناطق است و می توان آنها را به عنوان بازوی مهمی در توسعه گردشگری به صورت پایدار به شمار آورد.

در پایان بر اساس نتایج این بررسی در خصوص ویژگیها، تقاضا و نیاز گردشگران جاده کرج- چالوس، برخی از مهمترین اقدامات ضروری که نقش بسزایی در حفظ تقاضای گردشگری و رونق این صنعت و توسعه پویا و پایدار آن در منطقه دارد، به شرح زیر پیشنهاد می شود:

- ✓ تأمین امکانات و تسهیلات تفرجی در جهت برآورد نیاز خانواده ها با سطح درآمدی متوسط
- ✓ توجه خاص در برنامه ریزی گردشگری منطقه به نیازها و ویژگیهای گروههای سنی۳۵- ۱۶و با تحصیلات دیپلم تا لیسانس
- ✓ پایش دوره ای به منظور بررسی وضعیت گردشگری و آگاهی از نیازها و انتظارات گردشگران و تغییرات آن در طول زمان
- ✓ اطلاع رسانی مناسب و معرفی جاذبه ها و همچنین فرصتهای تفرجی منطقه از طریق پخش بروشور، ایجاد سامانه تلفنی پاسخگوی شبانه روزی، احداث مراکز اطلاعات گردشگری، برگزاری همایشها و نمایشگاههای رشته‌های مختلف طبیعت گردی و معرفی این رشته ها به مردم
- ✓ کنترل و رسیدگی به وضعیت بهداشتی گردشگاههای منطقه
- ✓ پایش زیست محیطی مستمر در منطقه و گردشگاهها، رودخانه و سد کرج به منظور جلوگیری از هر گونه دست اندازی و تخریب منابع طبیعی و انتشار آلودگی
- ✓ جمع آوری به موقع زباله ها و جلوگیری از تجمع و پخش زباله در حاشیه جاده، سد و رودخانه کرج و نظارت مستمر بر آن
- ✓ تعبیه سطلهای زباله و ایجاد امکانات جمع آوری زباله در مناطق تجمع گردشگران به منظور رعایت نظافت و جلب همکاری گردشگران
- ✓ همکاری و هماهنگی بین بخشی دستگاههای فعال در این منطقه با هدف بالا بردن ایمنی و امنیت در منطقه
- ✓ با توجه به این که طبق آمار به دست آمده فصل تابستان و روزهای تعطیل اوج حضور گردشگر در منطقه می‌باشد، لازم است این نکته در طرح ریزی و برنامه ریزی های گردشگری، ترافیکی و زیست محیطی مد نظر قرار گیرد.

منابع

۱. رضوانی، علی اصغر، «جغرافیا و صنعت توریسم»، چاپ دوم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور. ۱۳۷۴. ۲۴۰ص.

2. World Tourism Organization., 1995, «Global tourism forecasts to the year 2000 and beyond», The World. Madrid, Vol. 1.

۳. اپلروود، مگان،« اکوتوریسم: اصول، تجربیات و سیاستها»، ترجمه نگار قدیمی، چاپ اول، تهران، نشر افکار، ۱۳۸۶. ۱۱۲ص.

۴. پاپلی یزدی، محمدحسین. سقایی، مهدی، «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)». چاپ چهارم، تهران، انتشارات سمت،۱۳۹۰. ۲۷۵ص.

5. Nordstom, J., 2005,« Dynamic and Stochastic Structures in Tourism Demand Modeling», Journal of

Empirical Economics. No.30, pp. 379-392.

۶. زاهدی، شمس السادات، «مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تاکید بر محیط زیست)»، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی. ۱۳۸۵. ۲۱۵ص.

7. Jonker, JA., 2004, «The identification of management-process critical success factors that will achieve competitiveness and sustainable growth for South Africa as a tourism destination». Southern African Business Review. 8(2): pp. 1-15.

۸. محمد زاده، پرویز و همکاران، «تخمین تابع تقاضای خارجی کل گردشگران ایران (رهیافت TVP)». فصلنامه پژوهشهای رشد و توسعه اقتصادی. ۱۳۸۹، شماره ۱، ص: ۱۰۷-۱۳۱.

9. Schmidt, J., and R.Spreng., 1996. A Proposal Model of External Consumer Information Search. Journal of the Academy of Marketing Science. No.24: pp. 246-259.

۱۰. عباسی، دیاکو. بهرنگ سلاجقه و علی زارع، «تبیین پروفایل رفتاری گردشگران در جزایر خلیج فارس(مطالعه موردی: جزیره کیش)»، فصلنامه خلیج فارس. ۱۳۸۹، شماره ۲، ص: ۳۵-۵۹.

11. Lili, P.,Lijuan, CUI., Ming. WV.,2010. »Tourist behaviors in wetland park: a preliminary Study in Xixi national wetland park, Hungthov, china». Chin. Geogra. Sci. 20(1): pp. 60-73.

۱۲. اسدالهی، زهرا. افشین دانه کار و افشین علیزاده. »گونه شناسی بازدید کنندگان تالاب چغاخور به منظور توسعه گردشگری پایدار». فصلنامه میراث و گردشگری. ۱۳۸۹. سال اول، شماره چهارم، ص: ۴۳-۶۰.

۱۳. میگونی، گشتاسب و همکاران، «بررسی آرا و نیازهای تفرجی بازدید کنندگان پارک جنگلی سی سنگان». مجله علوم محیطی، ۱۳۸۷، سال ششم. شماره ۲، ص: ۴۳-۵۴.

۱۴. اکبری، علی. قرخلو، مهدی، «اکوتوریسم مفهومی نو در جغرافیای گردشگری»، چاپ اول، تهران، نشر انتخاب، ۱۳۸۹. ۲۰۶ص.

۱۵. حیدری، رحیم، «مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری». چاپ دوم، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت)، ۱۳۸۹. ۲۸۴ص.

16. Laws Eric., 2004.« Improving Tourism and Hospitality Services». London: CBAI.

۱۷. موحد، علی و نسیم زاده دباغ، «ارزیابی توان اکولوژیک محدوده رودخانه دز حد فاصل سد تنظیمی تا بند قیر برای طبیعت گردی». مجله محیط شناسی، ۱۳۸۹، شماره ۵۵، ص: ۱۳-۲۴ .

۱۸. صفر پور، الهام.. «منطقه حفاظت شده البرز جنوبی». نشر پارس. کرج، ۱۳۹۲، ۴۴ص.

۱۹. کلانتری، خلیل، «پردازش و تحلیل داده ها در تحقیقات اجتماعی- اقتصادی با استفاده از نرم افزار SPSS»، تهران، انتشارات فرهنگ صبا. ۱۳۸۷. ۳۸۸ص.

۲۰. آخوندی، لیلا. «مکان یابی پهنه های طبیعت گردی پایدار برای فعالیت های تفرجی مورد تقاضا و ارایه راهکار مدیریتی: مطالعه موردی رودخانه کرج در امتداد محور جاده چالوس». پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت محیط زیست. دانشکده محیط زیست و انرژی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران. ۱۳۹۱، ۱۲۹ص.