

سنجش کیفیت محیط روستاهای گردشگری مطالعه موردی: بخش آسارا- شهرستان کرج

سعیدرضا اکبریان رونیزی* - استادیار بخش جغرافیا، دانشگاه شیراز
رعنا شیخ‌بیگلو - استادیار بخش جغرافیا، دانشگاه شیراز

دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۹/۱۷ پذیرش نهایی: ۱۳۹۴/۳/۵

چکیده

توسعه گردشگری در نواحی روستایی از مؤلفه‌های گوناگونی تأثیر می‌پذیرد که از جمله می‌توان به کیفیت محیطی این نواحی که در رضایتمندی ساکنان محلی و گردشگران مؤثر است، اشاره کرد. ارتقای کیفیت محیطی روستاهای گردشگری مستلزم شناخت و سنجش کیفیت محیطی روستاست. در پژوهش حاضر، کیفیت محیطی روستاهای گردشگری بخش آسارا بررسی شده است. این تحقیق از نوع کاربردی و روش انجام آن توصیفی-تحلیلی است. به‌منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز از دو روش اسنادی و میدانی (ابزار پرسشنامه) استفاده شد. در روش پرسشنامه‌ای، داده‌های مورد نیاز در قالب دو نوع پرسشنامه سرپرست خانوار و گردشگران در سطح پنج روستای نمونه گردآوری و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری استفاده شد. نتایج پژوهش نشان دادند که از دیدگاه هر دو جامعه نمونه پژوهش، کیفیت محیطی روستاها بالاتر از حد متوسط است. البته از نظر گردشگران، وضعیت کیفیت محیطی روستاهای مطالعه‌شده مناسب‌تر از ارزیابی مردم بود. نتایج نشان دادند که براساس دیدگاه گردشگران، بین شاخص‌های کیفیت محیطی مطالعه‌شده، شاخص کیفیت عملکردی-ساختاری بیشترین تأثیر را بر جذب و توسعه گردشگری داشته است.

کلیدواژه‌ها: بخش آسارا، ساکنان محلی، کیفیت محیطی، گردشگران، گردشگری روستایی.

مقدمه

زیستگاه انسانی زمانی می‌تواند بیشترین مطلوبیت را برای انسان داشته باشد که انتظارات وی را برآورده سازد. این انتظارات در قالب ابعاد مختلف زیست‌محیطی، اجتماعی، کالبدی و اقتصادی معنا پیدا می‌کند. چنانچه هریک از این عوامل در محیط زندگی فرد کیفیت مطلوب را نداشته باشند، بر ادراک و احساس وی از فضا و در نتیجه بر سطح رضایتمندی او از محیط زندگی تأثیر می‌گذارند (کاکاوند و دیگران، ۱۳۹۲، ۱۰۱). نحوه ادراک محیط یکی از مباحث و مفاهیم مهم در حوزه مطالعات متقابل انسان و محیط در مقیاس‌های خرد و کلان به‌شمار می‌آید. از آنجاکه نظام عصبی و ادراکی انسان ابزار برقراری ارتباط بین انسان و محیط زیست اوست و امکانات و محدودیت‌هایی دارد، نمی‌توان بدون توجه و اشراف کافی به فرایندهای درک و فهم محیط از سوی مردم و سازوکارهای مرتبط با آنها در محیط و شناخت کیفیت محیط مداخله کرد. همین درک و فهم در نهایت تعبیر و تفسیر افراد را از محیط و جهان پیرامون‌شان شکل می‌دهد و اغلب به‌صورت رفتار در محیط بروز می‌یابد (براتی و سلیمان‌نژاد، ۱۳۹۰، ۱۹). توجه به کیفیت محیط در نواحی روستایی یکی از موضوعات مهم در توسعه است، خصوصاً اینکه بسیاری از ناهنجاری‌های رفتاری در جوامع شهری و روستایی ضمن داشتن ریشه‌های تاریخی، فرهنگی و اقتصادی در کیفیت فضاهای سکونت و کاری آنان نهفته است (رهنمایی و شاه‌حسینی، ۱۳۸۳، ۱۹). محیط دارای کیفیت بالا، حس رفاه و رضایتمندی را از طریق ویژگی‌هایی که ممکن است فیزیکی، اجتماعی یا نمادین باشند به جمعیتی که در آن ساکن‌اند منتقل می‌کند (ملکی و حبیبی، ۱۳۹۰، ۱۱۴). کیفیت محیط سکونتگاه‌های انسانی و به‌ویژه نواحی روستایی گردشگری، بستگی زیادی به کیفیت زیرساخت‌ها و مدیریت مناسب آن دارد. این وضع می‌تواند در تصویر ذهنی و رضایتمندی ساکنان محلی و گردشگران مؤثر باشد. تصویر ذهنی از مقصد گردشگری عاملی است که بسیاری از گردشگران هنگام انتخاب مقصد به آن توجه می‌کنند (کاظمی و دیگران، ۱۳۹۰، ۲۱). گردشگری یکی از بخش‌های مهم و در حال رشد سریع در جهان است که در رشد اقتصاد کشورها بسیار مؤثر است، ضمن آنکه منافع اقتصادی

آن شامل جوامع محلی نیز می‌شود (Osman & Sentosa, 2013, 26). گردشگری عرصه پیچیده و دارای اجزای بسیاری است که در محصول و تجربه گردشگری نقش دارند (Currie and Falconer, 2013, 2). گردشگری روستایی توجه دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی و فعالان اقتصادی را نیز به خود جلب کرده است، زیرا نقش مهمی در جهت‌دهی به فعالیت‌های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جوامع محلی دارد (Chin et al., 2014, 36). گردشگری روستایی شامل گستره وسیعی از جاذبه‌ها و فعالیت‌هایی است که عمدتاً در حوزه‌های کشاورزی و غیرشهری وجود دارند (Frochot, 2005, 336). برای دستیابی به گردشگری روستایی پایدار و همچنین مشارکت در اقتصاد ملی، رضایتمندی ساکنان محلی و گردشگران حیاتی است. ارزیابی کردن میزان رضایتمندی گردشگران در مقصدهای گردشگری روستایی به فعالان گردشگری روستایی کمک می‌کند تا دریافت بهتری از دیدگاه‌های گردشگران داشته باشند و تلاش‌هایشان را در جهت ایجاد تجربه‌های مثبت برای گردشگران متمرکز کنند. سطح رضایتمندی گردشگر ممکن است در تصمیمات آتی وی برای مراجعه دوباره به مکان مورد نظر یا پیشنهاد کردن آن به دیگران مؤثر باشد. در زمینه گردشگری روستایی، کیفیت خدمات عرضه‌شونده از سوی دست‌اندرکاران عامل بسیار مهمی در جذب گردشگران به‌شمار می‌آید (Rajaratnam et al., 2014, 204).

یکی از نکات مهم برای تعیین مقصد گردشگری توانایی ایجاد تصویری منحصر به فرد است که گردشگران را تحت تأثیر قرار دهد. در این صورت گردشگران با خاطره‌هایی که از محیط دارند قادر خواهند بود بر دیگران تأثیر بگذارند. در طول سال‌ها مطالعات گوناگونی اهمیت تصویر مقصد را بر رفتار گردشگر تبیین کرده‌اند. گردشگران پس از ترک مقصد صرفاً تصاویری از آنجا به همراه خواهند داشت، از این رو جلب رضایت گردشگران از طریق فراهم آوردن خدمات گردشگری و میهمان‌داری (به‌عنوان جزئی از کیفیت محیطی) اهمیت بسیار دارد (Căruntu and Dițoiu, 2014, 232). امروزه مقاصد گردشگری ناگزیرند به‌طور مستقیم با سایر مقاصد گردشگری در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای، استانی، شهری و سطوح محلی رقابت

کنند (Adeyinka-Ojo et al., 2014, 152). در این میان، کیفیت محیطی شامل حفاظت محیطی، آموزش محیطی، جاذبه‌های میراث فرهنگی، زیرساخت‌های گردشگری و منابع طبیعی برای تقویت رقابتی بودن مقصد گردشگری سهم مهمی دارد (Chin et al., 2014, 38). اگر کالاها و خدمات در سطح کیفی مورد انتظار مشتریان عرضه نشوند، آنها به سایر مراکز عرضه خدمات می‌روند (Butnaru and Miller, 2012, 377). بی‌برنامگی مستمر در خدمات گردشگری روستایی موجب دلسردی و ناامیدی گردشگران و جامعه محلی می‌شود و مانعی برای توسعه گردشگری به‌شمار می‌آید (Prabhakaran et al., 2014, 292). در بخش میهمان‌داری صنعت گردشگری در زمینه کیفیت باید به ویژگی‌های معینی از ماهیت خدمات عرضه‌شونده توجه کرد. ویژگی‌های خدمات، تأثیر مستقیمی بر روش ارزیابی و مدیریت کیفیت دارند (Butnaru and Miller, 2012, 377). روش‌های گوناگونی برای سنجش کیفیت محیط گردشگری وجود دارند و در طول سال‌ها، ابزارهای تحقیق مختلفی برای ارزیابی کیفیت و رضایتمندی گردشگران ارائه شده‌اند. اساس برخی از این روش‌ها پرسشنامه است که از طریق آن، نظر مردم در مورد ویژگی‌ها و کیفیت محیط گردشگری سنجیده می‌شود (Martin-Cejas, 2006, 875). با توجه به اهمیت کیفیت محیط و مؤلفه‌های مختلف مربوط به آن در توسعه گردشگری روستایی، پژوهش حاضر به منظور سنجش کیفیت محیط روستاهای گردشگری بخش آسارا در استان البرز و پاسخ‌گویی به این سه پرسش انجام شد: الف) کیفیت محیط روستاهای گردشگری بخش آسارا در چه سطحی است؟ ب) آیا تفاوت معناداری بین کیفیت محیطی از دیدگاه ساکنان محلی و گردشگران وجود دارد؟ ج) آیا رابطه معناداری بین کیفیت محیطی روستاها از دیدگاه گردشگران با جذب گردشگر در روستاها وجود دارد؟

کیفیت محیط و توسعه گردشگری

کیفیت محیط موضوع پیچیده‌ای است که ادراک انتزاعی، طرز تلقی و ارزش‌هایی را که بین گروه‌ها و افراد متفاوت است، دربرمی‌گیرد (رفیعیان و دیگران، ۱۳۹۰، ۲۳). تمرکز روی کیفیت

محیطی اساس پژوهش در جغرافیای اجتماعی شهری و روستایی است. در جغرافیای اجتماعی تلاش در خوری برای ارزیابی محیط‌های مختلف سکونتی شده است (علی‌زاده، ۱۳۹۲، ۶۴). کیفیت محیط از برابری کیفیت اجزای تشکیل‌دهنده ناحیه‌ای معین حاصل می‌شود، اما بیش از جمع اجزای سازنده‌اش بر ادراک کلی از مکان دلالت دارد. اجزای سازنده محیط (طبیعت، فضای باز، زیرساخت‌ها، محیط انسان‌ساخت (مصنوع)، تسهیلات محیط کالبدی، ذخایر طبیعی و روابط اجتماعی) هر یک مشخصات و کیفیات مختص خود را دارند (کاکاوند و دیگران، ۱۳۹۲، ۱۰۳). این مفهوم، سنجش وضعیت محیط در پیوند با نیازمندی‌های یک یا چند جنبه یا برای نیاز یا خواسته هر انسان است. در بررسی‌های ون کمپ در سال ۲۰۰۳، تعاریف مختلفی از کیفیت محیط ارائه شده‌اند که ابعاد گوناگون این مقوله را دربرمی‌گیرند. به‌عنوان مثال، کیفیت محیط شامل محیط باکیفیت، احساس رفاه و رضایتمندی ساکنان را از طریق مشخصه‌های فیزیکی، اجتماعی یا سمبلیک فراهم می‌کند (داداش‌پور و روشنی، ۱۳۹۲، ۷). در مطالعه‌ای در خصوص ۱۰۰۰ فضای عمومی در کشورهای مختلف جهان، رضایت از چهار معیار دسترسی‌ها و پیوندها، آسایش و ادراک بصری، کاربری‌ها و فعالیت‌ها و معاشرت‌پذیری اساس کیفیت مکان یا محیط معرفی شدند. لینگ یکی از صاحب‌نظران مشهور در زمینه مطالعات کیفیت محیطی، معیارهای اساسی سرزندگی نظیر معنی، تناسب و سازگاری، دسترسی، نظارت و اختیار، کارایی و عدالت را محورهای اصلی کیفیت محیطی بیان می‌کند (رفیعیان و دیگران، ۱۳۹۰، ۲۳). برنامه‌ریزان گردشگری با مشخص کردن سطح هر شاخص در مقصد یا محل گردشگری، می‌توانند برای تعیین و کاربرد معیارهای مطلوب، برنامه‌ریزی و اقدام کنند. یکی از مهم‌ترین روش‌های ارزیابی کیفیت گردشگری، سنجش میزان رضایتمندی محیط از سوی گردشگر است. به‌سبب نبود مقیاسی واحد برای اندازه‌گیری ادراک ساکنان و نیز انحراف موجود در رهیافت‌های به‌کاررفته در تحلیل داده‌ها، محدودیت‌های زیادی در مطالعات مربوط به ادراک گردشگری ایجاد شده است. برای مثال، ترجیحات گردشگران ضمن آنکه از ویژگی‌های فردی

آنان تأثیر می‌پذیرند، هریک از نواحی نیز به سبب ویژگی‌های منحصر به فردشان در ترجیحات گردشگران مؤثرند (شیعه و علی‌پور اشلیکی، ۱۳۸۹، ۱۵۸).

گردشگری روستایی عبارت است از فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های روستایی و پیرامون آنها که در بردارنده آثار مثبت/منفی برای محیط‌زیست روستا، انسان و طبیعت است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰، ۲۰۱). گردشگران نقاط گوناگونی را از مناطق بکر طبیعی تا سایت‌های تاریخی، فرهنگی، نمایشگاه‌ها و فستیوال‌ها به عنوان مقاصد گردشگری در نظر می‌گیرند. تمامی این مقاصد، محیط طبیعی خود را دارند و اغلب آنها جمعیتی در حوزه نفوذ عملکردی و توزیعی‌شان دارند. دو محیط مذکور - یعنی محیط طبیعی و انسانی این مقاصد - از توسعه فعالیت‌های گردشگری تأثیر می‌پذیرند (صدرموسوی و همکاران، ۱۳۹۲، ۹۶). ویژگی‌های مقصد گردشگری روی کیفیتی که گردشگران ادراک می‌کنند تأثیر می‌گذارند و کیفیت ادراک‌شده نیز با رضایتمندی و تمایلات رفتاری گردشگران ارتباط مثبت دارد. ارتباط بین رضایتمندی و تمایلات رفتاری نیز موضوعی است که باید به آن توجه کرد (کوزه‌چیان و همکاران، ۱۳۹۰، ۲۳).

مقصد گردشگری را می‌توان محصولی مرکب شامل منابع گردشگری، خدمات گردشگری، خدمات عمومی، فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی و مواردی از این قبیل در نظر گرفت (Hong et al., 2014, 1). عناصر مقصد گردشگری عبارت‌اند از: ۱. جاذبه‌های طبیعی: مناظر، چشم‌انداز دریا، سواحل، آب‌وهوا، گیاهان، حیوانات و سایر خصوصیات مقصد و منابع طبیعی آن؛ ۲. جاذبه‌های مصنوعی: بناها و تأسیسات گردشگری شامل معماری تاریخی و مدرن، بقعه‌ها و بناهای یادبود، تفرجگاه‌ها، پارک‌ها و باغ‌ها؛ ۳. جاذبه‌های فرهنگی: تاریخ و آداب و رسوم محلی، مذهب و هنر، موسیقی، موزه‌ها و سرگرمی‌ها؛ و ۴. جاذبه‌های اجتماعی: سبک زندگی و سنت‌های ساکنان و جامعه میزبان، زبان و تعاملات اجتماعی (Middleton & Clarke, 2001). در میان عناصر مذکور، میراث فرهنگی در مقصد گردشگری نقش محوری دارد و در

هر جامعه‌ای به‌ویژه جوامع روستایی به‌عنوان منبعی برجسته و ممتاز شناخته می‌شود (Endresen, 1999, 12).

شکل‌گیری فعالیت‌های گردشگری درخصوص گردشگر- میزبان- محیط از پس از جنگ جهانی دوم شروع شد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰، ۱۲۰). هویت و تصویر مقصد گردشگری هم شامل ویژگی‌های کارکردی و هم غیرکارکردی است، که پیش از همه شامل جنبه‌های فیزیکی مانند موقعیت، سهولت دسترسی، اقامت، فعالیت‌ها و خدمات، و سپس جنبه‌های احساسی و هیجانی مانند چشم‌انداز، آب‌وهوا، و صمیمیت جامعه میزبان است (رضوانی، ۱۳۸۷، ۵۹). یکی از مؤلفه‌های اصلی توسعه گردشگری، هماهنگی میان مدیریت هتل‌داری، مدیریت گردشگری، غذا و آشامیدنی و خدمات تکمیلی است. البته نباید سایر زیرسیستم‌ها مانند زیرساخت‌ها، سلامت، آموزش و محیط را از نظر دور داشت (Ciaoce et al., 2007, 252). در این میان، خدمات [و کیفیت آنها] می‌تواند تأثیر عمده‌ای بر رضایتمندی یا عدم‌رضایتمندی گردشگران داشته باشد (Căruntu and Dițoiu, 2014, 232). «خدمات» عبارت است از کارها، فرایندها و عملکردهایی که از سوی یک وجود یا شخص برای وجود یا شخص دیگری فراهم می‌شوند (Zeithaml et al., 2009, 20). خدمات گردشگری متاعی است که کیفیت آن به ویژگی‌های اصلی فعالیت‌های مختلف مربوط به این نوع از خدمات بستگی دارد؛ فعالیت‌های مذکور از ابتدای ورود گردشگران تا زمان عزیمت آنها انجام می‌شوند (Martin-Cejas, 2006, 874). بسیاری از خدمات گردشگری لمس‌شدنی نیستند و به همین دلیل بسیاری اوقات جلب رضایت همه گردشگران متقاضی خدمات برای ارائه‌کنندگان خدمات دشوار است (Căruntu and Dițoiu, 2014, 231).

فعالیت‌های متعدد مرتبط با خدمات گردشگری مانند تأسیسات و امکانات حمل‌ونقل باید به‌شیوه مناسبی فراهم شوند تا کیفیت بالای خدمات گردشگری حاصل شود (Martin-Cejas, 2006, 874).

874, 2006). «لانگلويس»¹ و «توکر»² کیفیت را تفاوت میان انتظارات مشتری از خدمات و میزان مطلوبیت ادراک آن پس از استفاده از خدمات تعریف می‌کنند (Butnaru and Miller, 2012, 377). در گردشگری، کیفیت دو جزء دارد: کیفیت فراهم‌آوری خدمات، و سطح کیفی خود خدمات. کیفیت می‌تواند از سوی مصرف‌کننده با در نظر گرفتن عواملی که مرجع نامیده می‌شوند، ارزیابی شود (Butnaru et al., 2014, 671). مطالعات گوناگون نشان دادند که کیفیت زیرساخت‌ها نقش مهمی در توسعه گردشگری هر فضا دارد. به‌عنوان مثال، در گذشته زیرساخت‌های حمل‌ونقل به‌عنوان یکی از زیرساخت‌های بنیادی گردشگری شناخته شده است، چراکه به تسریع رقابت‌پذیری مقصد گردشگری کمک شایانی می‌کند. برای مدیریت موفق مقصد گردشگری روستایی، دسترسی به وسایل حمل‌ونقل الزامی است (Chin et al., 2014, 38). امکان دسترسی به منطقه برای رشد پایدار آن مهم و ضروری است. جابه‌جایی، اثر شایان توجهی بر میزان رقابت‌پذیری و رونق مناطق دارد (Duval, 2007; Currie and Falconer, 2013). از این رو، فراهم‌سازی حمل‌ونقل از نظر تأسیسات زیربنایی و خدمات کاربردی یکی از پایه‌های اصلی توسعه گردشگری به‌شمار می‌آید (Lumsdon, 2006, 748). ارتباط میان سامانه‌های حمل‌ونقل و بازارهای گردشگری دوطرفه است، به‌گونه‌ای که بر یکدیگر اثر می‌گذارند و همدیگر را تقویت می‌کنند و کارایی و اقدامات مربوط به هریک از آنها اثر مستقیمی بر دیگری خواهند داشت (Currie and Falconer, 2013, 3). باید توجه کرد که تفاوت در ویژگی‌های مقصدهای گردشگری مانند ژئومورفولوژی، تمرکز جاذبه‌ها، زمان بازدیدها و ماهیت محیط، بر انتخاب روش‌ها و وسایل حمل‌ونقل و پویایی آنها تأثیر دارد (Lohmann, 2014, 2).

1. Langlois
2. Tocquer

برای درک ابعاد گوناگون گردشگری باید محیط را به‌عنوان محصولی گردشگری در نظر گرفت که خود ظرفی است که فعالیت‌های انسانی و تسهیلات صنعت گردشگری را دربرمی‌گیرد (سیف‌الدینی و همکاران، ۱۳۸۹، ۶۸). فعالیت مقصدهای گردشگری در فضای رقابتی مبتنی بر مزیت‌های نسبی محیطی و کالبدی تحت تأثیر واکنش‌ها و حساسیت‌های محیطی جامعه محلی و جامعه گردشگران انجام می‌شود. در این زمینه یکی از مؤلفه‌های اصلی مؤثر بر عملکرد مقصد گردشگری، کیفیت کالبدی و کارکردی فضاهای آن است (قدمی و غلامیان آقامحلی، ۱۳۹۰، ۱۲۱). اصلاح ضوابط مرتبط با نواحی گردشگری با هدف ارتقای کیفیت گردشگری؛ بهبود شبکه رفت‌وآمد؛ بهبود کیفیت طراحی شهرها، نظیر اصلاح نمای ساختمانی؛ کاهش آلودگی‌ها خصوصاً آلودگی آب و خاک؛ اصلاح ضوابط مربوط به بازدید از مکان‌های جذاب با تدوین سیاست‌ها و خط‌مشی‌های مدبرانه و هماهنگ با مقتضیات زمان، زمینه‌های بهبود گردشگری را فراهم می‌سازند. بهبود چهره ظاهری و تصویر در دید گردشگران و تقویت جاذبه‌های فرهنگی از زمینه‌هایی است که باید به آن توجه کرد (شبیعه و علی‌پور اشلیکی، ۱۳۸۹، ۱۵۸).

روش‌شناسی پژوهش

مقاله حاضر از نوع کاربردی و روش انجام آن توصیفی تحلیلی است و گردآوری اطلاعات در آن برمبنای دو روش اسنادی و میدانی انجام شد. روش میدانی مبتنی بر ابزار پرسشنامه است که در آن پرسش‌ها در مقیاس‌های اسمی، رتبه‌ای (طیف لیکرت) و فاصله‌ای هستند. جامعه آماری پژوهش، روستاهای دارای ۵۰ خانوار و بیشتر بخش آسارا است که براساس معیارهایی مانند جمعیت، فاصله و شهرت محلی در گردشگری، ۵ روستای (ولایت‌رود، نسا، شهرستانک، آدران و تکیه سپهسالار) انتخاب شدند. واحد تحلیل در پژوهش حاضر سرپرستان خانوار و گردشگران هستند که براساس روش کوکران (سطح اطمینان ۹۵ درصد و سطح معناداری ۰/۰۵) از مجموع ۱۲۹۹ خانوار ساکن محلی در ۵ روستای نمونه، ۲۹۶ سرپرست خانوار و ۳۲۲ گردشگر

به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. براساس مطالعات اسنادی و تحلیل محتوای آنها (Middleton & Clarke, 2001; Van Kamp et al., 2003; Chin et al., 2014; گلکار، ۱۳۷۹؛ پورجعفر و دیگران، ۱۳۸۸؛ شیعه و علی‌پور اشلیکی، ۱۳۸۹؛ کوزه‌چیان و دیگران، ۱۳۹۰؛ قدمی و غلامیان آقامحلی، ۱۳۹۰؛ رفیعیان و دیگران، ۱۳۹۰؛ علی‌زاده و دیگران، ۱۳۹۲؛ قادرمرزی و دیگران، ۱۳۹۲) ۴۰ نماگر در قالب ۷ شاخص عمده شامل کیفیت عملکردی- ساختاری، کیفیت جاذبه‌های گردشگری، کیفیت بصری، کیفیت زیست‌محیطی، کیفیت بافت و شبکه‌های ارتباطی، کیفیت محیط اجتماعی، و کیفیت پویایی محیط و نیز برای متغیر جذب گردشگر در روستاها شاخص‌هایی مانند جذابیت روستا، تمایل به بازدید مجدد، معرفی روستا به دیگران از سوی گردشگران، و تمایل به توسعه گردشگری در روستا انتخاب شدند. پایایی پرسشنامه گردشگران ۰/۸۶ و برای پرسشنامه مردم ۰/۸۱ در آزمون آلفای کرونباخ محاسبه شد. به‌منظور گردآوری تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش‌های آماری استفاده شد.

محدوده مورد مطالعه

بخش آسارا یکی از هشت بخش شهرستان کرج (استان البرز) است که در جاده گردشگری کرج-چالوس واقع شده، این بخش از شمال به استان مازندران (شهرستان چالوس)، از شرق به شهرستان تهران و شمیرانات، از غرب به ساوجبلاغ (منطقه طالقان) و از جنوب به شهر کرج متصل است.



شکل ۱. موقعیت محدوده مطالعه‌شده و روستاهای نمونه

جدول ۱. موقعیت و ویژگی‌های روستاهای نمونه

روستا	دهستان	ارتفاع از سطح دریا (متر)	وضعیت طبیعی	جمعیت	تعداد خانوار	جاذبه‌های مهم گردشگری
آدران	آدران	۱۶۰۰	کوهستانی	۴۴۶	۱۳۷	آب‌وهوای معتدل، آبشار هفت چشمه، دسترسی به رودخانه
تکیه سپهسالار	آسارا	۲۰۴۰	کوهستانی	۲۸۹	۱۰۴	آب‌وهوای سردسیر معتدل، وجود باغ‌ها، امامزاده، چشمه، کوهسارهای مناسب کوهنوردی
شهرستانک	آسارا	۲۱۸۰	کوهستانی	۱۱۱۴	۳۹۴	آب‌وهوای سردسیر مرطوب، کاخ ناصرالدین شاه، درخت ۲۵۰۰ساله، چشمه گل‌گیله، مسیر کوه‌پیمایی شهرستانک - توچال
ولایت‌رود	نسا	۲۴۶۰	کوهستانی	۱۴۶۴	۴۸۲	آب‌وهوای سردسیر مرطوب، رودخانه، پیست اسکی، هتل گاجره، وجود باغ‌ها و مناظر زیبا
نسا	نسا	۲۲۸۵	کوهستانی	۲۹۳	۱۸۲	آب‌وهوای سردسیر خشک، باغ‌ها و مناظر زیبا، دسترسی به رودخانه

براساس آخرین تقسیمات کشوری بخش مورد مطالعه مشتمل بر سه دهستان (آسارا، آدران و نسا) و دارای ۱۵۹۳۶ نفر جمعیت روستایی است که در ۵۷ آبادی دارای سکنه است. از مجموع آبادی‌های دارای سکنه، ۲۶ آبادی (۳۴/۶۶ درصد) جزو آبادی‌های دارای ۵۰ خانوار و

بیشتر هستند. جاذبه‌های گردشگری بخش آسارا نظیر جنگل و درختان قطور کهنسال، رودخانه کرج، بلندی‌های کوهستانی زیبا، امامزاده‌ها، آثار تاریخی از جمله کاخ و قلعه، غارها، آتشکده‌ها، گل‌های وحشی، کوچه‌باغ‌های روستایی، حیات‌وحش، دریاچه و آبشار، وجود دائمی بلورهای سپید برف در ارتفاعات، دره‌های خوش‌منظره، و پیست اسکی همگی چنان فضای دل‌انگیزی فراهم کرده‌اند که سالیانه گردشگران بسیاری را به خود جذب می‌کند. براساس گزارش‌های بخشداری این بخش، سالانه حدود ۱۳ میلیون گردشگر داخلی به‌صورت عبوری از این منطقه دیدن می‌کنند.

یافته‌های تحقیق

از مجموع سرپرستان خانوار ۷۷ درصد را مردان و بقیه را زنان تشکیل می‌دهند و متوسط سنی آنها در مجموع ۴۱/۹ سال است. بیشترین پاسخ‌گویان دارای تحصیلات فوق‌دیپلم و بالاترند و ۳۷/۸ درصد پاسخ‌گویان در بخش خدمات فعالیت دارند. بررسی ویژگی‌های فردی گردشگران نشان می‌دهد که از مجموع ۳۲۲ نمونه، ۷۰/۲ درصد را مردان و بقیه را زنان تشکیل می‌دهند. از لحاظ وضعیت تحصیلات بیشتر آنها (معادل ۶۴ درصد) دارای تحصیلات فوق‌دیپلم و بالاترند و از لحاظ وضعیت شغلی نیز ۳۷ درصد این جامعه نمونه در بخش اداری (حقوق‌بگیر) فعالیت دارند. بررسی میزان مراجعه گردشگران به روستاها نشان می‌دهد که ۳۲/۹ درصد برای گذران اوقات فراغت خود دوبار به روستاها مراجعه داشتند. از لحاظ نحوه مسافرت گردشگران، ۳۹/۸ درصد به‌صورت گروهی همراه با خانواده به روستا سفر کرده‌اند و محل استقرار اکثریت آنها داخل باغ‌ها روستاهای مطالعه‌شده بوده است. بررسی نماگرهای مربوط به شاخص جذب گردشگر در روستاهای مطالعه‌شده نشان می‌دهد که بیشترین میانگین مربوط به نماگر «تمایل به توسعه گردشگری در روستاها» و کمترین میانگین مربوط به «جذابیت روستا درمقایسه با مراجعه نخست گردشگر» است (جدول ۲).

جدول ۲. ویژگی‌های توصیفی پاسخ‌گویان (مردم و گردشگران)

محل اتراق		نحوه مسافرت		سفر به روستا	
۴۲/۹	داخل باغ‌های روستا	۲۱/۴	انفرادی	۱۸/۳	نخستین بار
۳۴/۲	حاشیه رودخانه	۳۹/۸	همراه با خانواده	۳۲/۹	دومین بار
۱۴	کنار جاده	۳۸/۸	همراه با دوستان	۲۲/۴	سومین بار
۹	اجاره ویلا			۲۶/۴	چهارمین بار و بیشتر

جدول ۳. یافته‌های نماگرهای جذب گردشگر در روستاها

میانگین	خیلی زیاد	زیاد	تاحدودی	کم	خیلی کم	نماگر
۳/۲۱	۲۱/۱	۲۷	۲۳	۹/۹	۱۸/۹	جذابیت درمقایسه با نخستین مراجعه
۳/۳۷	۲۱/۷	۳۴/۵	۱۵/۵	۱۵/۵	۱۲/۷	تمایل برای مراجعه دوباره به روستا
۳/۶۴	۳۲/۳	۳۲/۶	۱۰/۲	۱۶/۵	۸/۴	تمایل به معرفی روستا به دیگران
۳/۶۷	۳۶	۲۸/۶	۱۲/۴	۱۱/۸	۱۱/۲	تمایل به توسعه گردشگری در روستا
۳/۳	۲۰/۵	۳۴/۲	۱۶/۱	۱۳/۷	۱۵/۵	رضایتمندی از محیط روستا

منبع: برداشت میدانی نگارندگان، ۱۳۹۳

نتایج بررسی‌های مربوط به نماگرهای انتخابی به‌منظور سنجش کیفیت محیطی روستاهای مورد مطالعه نشان می‌دهند که بیشترین مقدار میانگین نماگرها، ۳/۷۷ مربوط به نماگر زیبایی چشم‌اندازهای روستا از شاخص کیفیت جاذبه‌های گردشگری و کمترین میزان، ۳/۱ مربوط به نماگر وضعیت پارکینگ از نماگرهای شاخص کیفیت عملکردی ساختاری است. در همین زمینه و از دیدگاه مردم، بیشترین مقدار میانگین، ۳/۹۸ مربوط به نماگر دسترسی به خدمات مالی (نظیر بانک و خودپرداز) از نماگرهای شاخص عملکردی ساختاری و کمترین مقدار میانگین، ۳/۰۳ مربوط به نماگر هماهنگی در ساخت‌وساز از نماگرهای شاخص کیفیت بصری

روستاهاست. از دیدگاه گردشگران، بیشترین میانگین برابر با ۴/۱ مربوط به نماگر زیبایی جاذبه‌ها از نماگرهای شاخص کیفیت جاذبه‌های گردشگری و کمترین مقدار میانگین ۳/۲۲ مربوط به نماگر همکاری راهنمایان محلی از شاخص کیفیت محیط اجتماعی روستاهاست. در مجموع، مقایسه ارزیابی دیدگاه مردم و گردشگران نشان داد که جز در ۱۱ نماگر (شامل رستوران و خدمات پذیرایی، وضعیت پارکینگ، امکانات درمانی اولیه، خدمات مالی، ازدحام و شلوغی روستا، خوانایی بافت و مسیرهای مختلف روستا، معابر و راه‌های روستایی، میهمان‌نوازی روستاییان، همکاری راهنمایان محلی، تعاملات اجتماعی فعال در روستا، و میزان حضور گردشگران در روستا) میانگین ارزیابی مردم بیشتر از میانگین ارزیابی گردشگران و در سایر نماگرهای مطالعه‌شده (شامل ۳۲ نماگر) میانگین ارزیابی گردشگران بیشتر است (جدول ۴).

جدول ۴. یافته‌های توصیفی نماگرهای سنجش کیفیت محیط روستاها

شاخص کیفیت	نماگر	میانگین		
		گردشگران	مردم	کل
عملکردی ساختاری	امکانات و تسهیلات اقامتی	۳/۵۷	۳/۴۱	۳/۴۹
	رستوران و خدمات پذیرایی	۳/۰۵	۳/۲۸	۳/۱۷
	امکانات حمل‌ونقل عمومی	۳/۵۸	۳/۴	۳/۴۹
	عرضه خدمات فروشگاه‌های مختلف	۳/۵	۳/۳۸	۳/۴۴
	وضعیت پارکینگ	۳/۰۹	۳/۱۲	۳/۱۰
	ارتباطات تلفن ثابت و همراه	۳/۴۵	۳/۳۹	۳/۴۲
	امکانات درمانی اولیه	۳/۳۱	۳/۵۸	۳/۴۵
	دسترسی به پمپ‌بنزین در فاصله مناسب	۳/۵	۳/۴۴	۳/۴۷
	خدمات مالی (بانک و خودپرداز)	۳/۳۲	۳/۹۸	۳/۶۵
	امکانات گذران اوقات فراغت (تفریحی و جز آن)	۳/۶۵	۳/۳۳	۳/۴۹
جاذبه‌های گردشگری	زیبایی جاذبه‌ها	۴/۱	۳/۴۳	۳/۷۷
	تنوع جاذبه‌ها	۳/۸۳	۳/۲۶	۳/۵۵
	تعداد جاذبه‌ها	۳/۸۹	۳/۲۹	۳/۵۹
	جلوه‌های اصیل و سنتی در روستا	۳/۵۹	۳/۳	۳/۵
	معرفی جاذبه‌ها	۳/۴۴	۳/۱۷	۳/۳

ادامه جدول ۴. یافته‌های توصیفی نماگرهای سنجش کیفیت محیط روستاها

شاخص کیفیت	نماگر	میانگین			سطح معناداری تفاوت (آزمون من‌ویتنی)
		کل	مردم	گردشگران	
بصری	زیبایی محیط و بافت روستا	۳/۷۲	۳/۶۲	۳/۸۲	۰/۲۸۱
	جذابیت چشم‌اندازهای طبیعی	۳/۴۹	۳/۴۲	۳/۵۵	۰/۲۸۸
	هماهنگی ساخت‌وسازها	۳/۲	۳/۰۳	۳/۳۷	۰/۶۵۰
	روشنایی محیط روستا	۳/۳۷	۳/۳۴	۳/۴۱	۰/۵۴۸
	دل‌پذیری مکان	۳/۶۹	۳/۵۹	۳/۸	۰/۰۱۹
	زیبایی فضای سبز روستا	۳/۴۸	۳/۲۲	۳/۷۴	۰/۰۰۱
	ازدحام و شلوغی روستا	۳/۴۵	۳/۵	۳/۴۰	۰/۴۰۲
زیست محیطی	آب آشامیدنی	۳/۷۱	۳/۵۴	۳/۸۸	۰/۰۱۸
	هوای مناسب	۳/۶۷	۳/۵۶	۳/۷۸	۰/۰۲۰
	تمیزی و بهداشت محیط	۳/۳۹	۳/۳	۳/۴۹	۰/۲۱۹
	کیفیت فضای سبز	۳/۵	۳/۴۵	۳/۵۴	۰/۵۸۳
	دفع زباله روستا و جاذبه‌های گردشگری	۳/۴	۳/۲۷	۳/۵۳	۰/۰۱۲
بافت و شبکه‌های ارتباطی	تنوع زیستی روستا	۳/۶۵	۳/۵۶	۳/۷۴	۰/۱۸۸
	وجود مسیرهای دسترسی مناسب به جاذبه‌های گردشگری	۳/۵۳	۳/۴۳	۳/۶۲	۰/۱
	خوانایی بافت و مسیرهای مختلف روستا	۳/۳۳	۳/۳۶	۳/۳۱	۰/۵۳۸
	معابر و راه‌های روستایی	۳/۴۳	۳/۴۸	۳/۳۸	۰/۳۲۰
	علائم راهنمای مسیرهای گردشگری	۳/۲۴	۳/۱۱	۳/۳۷	۰/۰۹۲
	ایمنی معابر روستا	۳/۲۸	۳/۱۶	۳/۴	۰/۰۲۷
محیط اجتماعی	ایمنی محدوده‌های مورد بازدید	۳/۴۹	۳/۴	۳/۵۹	۰/۰۹۲
	میهمان‌نوازی روستاییان	۳/۶۷	۳/۶۹	۳/۶۵	۰/۵۴۳
	جلوه‌های آداب و رسوم سنتی در روستا	۳/۳۹	۳/۲۳	۳/۵۶	۰/۰۰۸
	همکاری راهنمایان محلی	۳/۳۳	۳/۴۴	۳/۲۲	۰/۰۱۷
	حس اعتماد متقابل بین روستاییان و گردشگران	۳/۴۶	۳/۴۱	۳/۵۲	۰/۷۷۶
پویایی محیط	جذابیت فرهنگ و رسوم روستا	۳/۵۳	۳/۳۹	۳/۶۸	۰/۰۱۸
	وجود آرامش در روستا	۳/۴۱	۳/۲۴	۳/۵۷	۰/۰۰۴
	رونق کسب‌وکار و فعالیت در روستا	۳/۲	۳/۰۷	۳/۳۳	۰/۱۰۶
	تعاملات اجتماعی فعال در روستا	۳/۴۸	۳/۵۱	۳/۴۴	۰/۷۰۹
	میزان حضور گردشگران در روستا	۳/۴	۳/۴۷	۳/۳۳	۰/۱۱۴

نتایج آزمون T تک‌نمونه‌ای به‌منظور سنجش کیفیت محیط روستاهای گردشگری مطالعه‌شده با توجه به حد متوسط، میانگین و سطح معناداری (کمتر از ۰/۰۵) در هریک از شاخص‌ها نشان می‌دهند که کیفیت محیطی روستاها از دیدگاه هر دو جامعه نمونه پژوهش بالاتر از حد متوسط ارزیابی شده است. با توجه به مقدار آماره T که میزان انحراف از حد متوسط را نشان می‌دهد، از دیدگاه مردم شاخص کیفیت زیست‌محیطی روستا و شاخص جاذبه‌های گردشگری به ترتیب رتبه اول و آخر را دارند. از دیدگاه گردشگران، شاخص کیفیت جاذبه‌های گردشگری و شاخص کیفیت پویایی محیط به ترتیب رتبه اول و آخر را به خود اختصاص دادند. در مجموع براساس میانگین و مقدار آماره T مشاهده می‌شود که ارزیابی گردشگران از وضعیت کیفیت محیطی روستاهای مورد مطالعه (میانگین کل ۱۵۲/۲۱ و مقدار تی ۴۱/۳۶۳) در مقایسه با ارزیابی مردم (میانگین ۱۴۴/۶۳ و مقدار تی ۳۲/۳۴۴) وضعیت مناسب‌تری دارد (جدول ۵).

جدول ۵. تحلیل آماری سنجش کیفیت محیط روستاهای مطالعه‌شده از دیدگاه مردم و گردشگران

گردشگران		مردم (سرپرستان خانوار)			حد متوسط	شاخص کیفیت	
سطح معناداری	میانگین	آماره T	سطح معناداری	میانگین			آماره T
۰/۰۰۱	۳۴/۲۶	۷/۹۹۱	۰/۰۰۱	۳۳/۱	۵/۳۰۲	۳۰	عملکردی ساختاری
۰/۰۰۱	۱۸/۸۵	۱۴/۲۷۰	۰/۰۰۱	۱۶/۴۴	۴/۴۳۲	۱۵	جاذبه‌های گردشگری
۰/۰۰۱	۲۵/۱۴	۱۰/۳۳۸	۰/۰۰۱	۲۴	۶/۷۲۶	۲۱	بصری
۰/۰۰۱	۲۱/۹۸	۱۲/۴۶۲	۰/۰۰۱	۲۰/۶۹	۶/۷۸۷	۱۸	زیست‌محیطی
۰/۰۰۱	۲۰/۶۷	۶/۸۸۹	۰/۰۰۱	۱۹/۹۳	۴/۴۵۹	۱۸	بافت و شبکه‌های ارتباطی
۰/۰۰۱	۱۷/۶۴	۸/۵۲۹	۰/۰۰۱	۱۷/۱۶	۵/۶۸۴	۱۵	محیط اجتماعی
۰/۰۰۱	۱۳/۶۶	۶/۴۹۱	۰/۰۰۱	۱۳/۲۹	۴/۹۰۹	۱۲	پویایی محیط
۰/۰۰۱	۱۵۲/۲۱	۴۱/۳۶۳	۰/۰۰۱	۱۴۴/۶۳	۳۲/۳۴۴	۶۴/۵	کل

بررسی تفاوت بین دیدگاه دو جامعه نمونه پژوهش در خصوص کیفیت محیطی روستاهای گردشگری مطالعه شده به تفکیک نماگرهای پژوهش براساس نتایج آزمون من ویتنی (به دلیل رتبه‌ای بودن مقیاس نماگرها) نشان می‌دهد که در این نماگرها بین دیدگاه مردم و گردشگران تفاوت معناداری وجود دارد: نماگرهای رستوران و خدمات پذیرایی، امکانات درمانی اولیه، خدمات مالی (نظیر بانک و خودپرداز)، امکانات گذران اوقات فراغت (تفریحی و جز آن) از شاخص کیفیت عملکردی ساختاری، نماگرهای دلپذیری مکان و زیبایی فضای سبز روستا از شاخص کیفیت بصری، نماگرهای آب آشامیدنی و هوای مناسب از شاخص کیفیت زیست محیطی، نماگر ایمنی معابر روستا از شاخص کیفیت بافت و شبکه‌های ارتباطی، نماگرهای جلوه‌های آداب و رسوم سنتی در روستا، همکاری راهنمایان محلی و جذابیت فرهنگ و رسوم روستا از شاخص کیفیت محیط اجتماعی و در تمامی نماگرهای شاخص کیفیت جاذبه‌های گردشگری (جدول ۴). بررسی تفاوت معناداری بین دو گروه نمونه آماری این پژوهش در سطح شاخص‌های تحقیق و براساس آزمون T مستقل (جدول ۶) نشان می‌دهد که فقط در شاخص کیفیت جاذبه‌های گردشگری (سطح معناداری ۰/۰۰۱) و شاخص کیفیت زیست محیطی (سطح معناداری ۰/۰۱۱) تفاوت معناداری بین دیدگاه مردم و گردشگران وجود دارد.

جدول ۶. تحلیل تفاوت بین دیدگاه گردشگران و مردم به تفکیک شاخص‌های عمده براساس آزمون T مستقل

شاخص کیفیت	مقدار F	مقدار T	df	سطح معناداری
عملکردی ساختاری	۱/۸۶۸	۱/۴۶۵	۶۱۶	۰/۱۴۴
جاذبه‌های گردشگری	۸/۳۵۲	۵/۶۷۵	۶۱۶	۰/۰۰۱
بصری	۵/۴۷۳	۱/۹۱۱	۶۱۶	۰/۰۵۷
زیست محیطی	۱۴/۳۸۲	۲/۵۴۴	۶۱۶	۰/۰۱۱
بافت و شبکه‌های ارتباطی	۰/۶۶۱	۱/۲۶۴	۶۱۶	۰/۲۰۷
محیط اجتماعی	۱۶/۲۱۲	۰/۹۸۸	۶۱۶	۰/۳۲۷
پویایی محیط	۰/۱۲۵	۱/۰۰۷	۶۱۶	۰/۳۱۴

یکی از اهداف پژوهش حاضر پاسخ‌گویی به این سؤال بود که «آیا رابطه معناداری بین کیفیت محیطی روستاها از دیدگاه گردشگران با جذب گردشگر در روستاها وجود دارد؟». برای پاسخ‌گویی به این پرسش با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون به تحلیل آماری این موضوع پرداخته شد (جدول ۷). سطح معناداری محاسبه‌شده (کمتر از ۰/۰۵) نشان می‌دهد که بین شاخص جذب گردشگر و ارزیابی وضعیت کیفیت محیطی گردشگران در هر هفت شاخص عمده پژوهش، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. هرچه ارزیابی از کیفیت محیطی از دیدگاه گردشگران بالاتر باشد، آنها تمایل بیشتری به جذب و توسعه گردشگری در روستاها دارند.

جدول ۷. تحلیل آماری رابطه کیفیت محیط و جذب گردشگر از دیدگاه گردشگران

شاخص کیفیت	جذب گردشگر در روستا	
	میزان همبستگی	سطح معناداری
عملکردی- ساختاری	۰/۷۵۴**	۰/۰۰۱
جاذبه‌های گردشگری	۰/۶۶۲**	۰/۰۰۱
بصری	۰/۶۸۴**	۰/۰۰۱
زیست‌محیطی	۰/۶۱۴**	۰/۰۰۱
بافت و شبکه‌های ارتباطی	۰/۷۰۷**	۰/۰۰۱
محیط اجتماعی	۰/۷۳۷**	۰/۰۰۱
پویایی محیط	۰/۷۱۷**	۰/۰۰۱
کل	۰/۸۱۹**	۰/۰۰۱

بررسی و تحلیل تأثیر هر یک از شاخص‌های کیفیت محیط بر شاخص جذابیت برای گردشگر با استفاده از روش رگرسیون چندگانه انجام شد که نتایج محاسباتی آن نشان می‌دهند بین شاخص‌های مطالعه‌شده جز شاخص‌های کیفیت بصری، کیفیت زیست‌محیطی و شاخص کیفیت بافت و شبکه‌های ارتباطی که تأثیر معناداری بر جذابیت ندارند، تأثیر دیگر شاخص‌های پژوهش معنادار بوده که در آن میان شاخص کیفیت عملکردی- ساختاری بیشترین تأثیر را داشته است. ضریب تعیین‌شده در مدل (۰/۶۹۹) نشان می‌دهد که ۶۹ درصد از مجموع تغییرات متغیر وابسته به وسیله این مدل تبیین می‌شود.

جدول ۸. تأثیر شاخص‌های کیفیت محیط بر جذب گردشگر

شاخص جذابیت و توسعه گردشگری		شاخص کیفیت
سطح معناداری	ضریب بتا	
۰/۰۰۱	۰/۳۲۲	عملکردی- ساختاری
۰/۰۰۱	۰/۱۶۸	جاذبه‌های گردشگری
۰/۰۶۱	۰/۱۰۳	بصری
۰/۱۰۶	۰/۰۸۴	زیست‌محیطی
۰/۰۸۴	۰/۱	بافت و شبکه‌های ارتباطی
۰/۰۲۳	۰/۱۴۲	محیط اجتماعی
۰/۰۰۱	۰/۲۱۲	پویایی محیط

نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر به توسعه گردشگری روستایی به‌عنوان راهبردی برای توسعه پایدار این نواحی پرداخته شده است. با توجه به مزایا و فرصت‌های بالقوه‌ای که گردشگری در ابعاد اقتصادی و اجتماعی برای مکان‌های مستعد دربر دارد، این فعالیت تقریباً در تمامی جوامع در حال توسعه است. از آنجاکه مقصدهای مختلف گردشگری در جذب گردشگران در فضایی رقابتی قرار دارند، بهبود شاخص‌های مؤثر در جلب نظر گردشگران اهمیت بسزایی دارد. بخش عمده شاخص‌ها و معیارهای مربوط به جلب نظر و ایجاد رضایتمندی گردشگران معطوف به کیفیت محیط و ویژگی‌های مقصد گردشگری است. در مسیر دستیابی به توسعه پایدار گردشگری در نواحی روستایی، شناخت، سنجش و به تبع آن ارتقای کیفیت محیط روستاهای گردشگرپذیر ضروری است. به همین دلیل در پژوهش حاضر بررسی و سنجش کیفیت محیط روستاهای گردشگری بخش آسارا واقع در استان البرز انجام شد. بدین منظور نماگرهای متنوعی در قالب هفت گروه شاخص عمده شامل کیفیت عملکردی- ساختاری، کیفیت جاذبه‌های گردشگری، کیفیت بصری، کیفیت زیست‌محیطی، کیفیت بافت و شبکه‌های ارتباطی، کیفیت محیط اجتماعی، و کیفیت پویایی محیط بررسی شد. وضعیت هر یک از این شاخص‌های کلی با استفاده از تعدادی

نماگر و از طریق تکمیل پرسشنامه از گردشگران و سرپرستان خانوارهای ساکن در روستاها مطالعه شد.

نتایج به دست آمده نشان دادند که در نماگرهای مطالعه شده، بیشترین و کمترین مقدار میانگین کلی به ترتیب مربوط به نماگرهای «زیبایی چشم‌اندازهای روستا» از گروه شاخص کیفیت جاذبه‌های گردشگری و «وضعیت پارکینگ» از گروه شاخص کیفیت عملکردی ساختاری است. در حالی که از دیدگاه مردم، بیشترین و کمترین مقادیر میانگین به ترتیب به نماگرهای «دسترسی به خدمات مالی» و «هماهنگی در ساخت‌وساز» تعلق گرفت. نتیجه سنجش دیدگاه گردشگران نیز حاکی از اختصاص بیشترین و کمترین مقدار میانگین به ترتیب برای نماگرهای «زیبایی جاذبه‌ها» و «همکاری راهنمایان محلی» بود.

نتایج آزمون T تک‌نمونه‌ای نشان می‌دهند که کیفیت محیطی روستاهای مطالعه شده از دیدگاه هر دو جامعه نمونه پژوهش بالاتر از حد متوسط است، با این حال ارزیابی گردشگران از وضعیت کیفیت محیطی روستاهای مطالعه شده در مقایسه با ارزیابی مردم، وضعیت مناسب‌تری را نشان می‌دهد. در خصوص دیدگاه ساکنان محلی و گردشگران، نتایج آزمون T مستقل حاکی از آن بودند که در سطح شاخص‌های کلی بین دیدگاه مردم و گردشگران فقط در شاخص‌های «کیفیت جاذبه‌های گردشگری» و «کیفیت زیست‌محیطی» تفاوت معناداری وجود دارد. در سطح نماگرها، نتایج آزمون من ویتنی نشان می‌دهند که بین دیدگاه مردم و گردشگران در برخی نماگرها مانند «خدمات پذیرایی»، «امکانات درمانی اولیه»، «امکانات گذران اوقات فراغت»، و «دل‌پذیری مکان» تفاوت معناداری وجود دارد. در نهایت، نتیجه به‌کارگیری روش رگرسیون چندگانه برای تعیین میزان تأثیر هر یک از شاخص‌های کیفیت محیط بر شاخص جذابیت برای گردشگر نشان داد که در میان شاخص‌های کلی هفت‌گانه، بیشترین تأثیر مربوط به شاخص «کیفیت عملکردی ساختاری» بود.

در مجموع با توجه به مبانی نظری مطرح شده و نیز یافته‌های پژوهش، پیشنهادهایی که در پی می‌آیند می‌توانند مسئولان و برنامه‌ریزان و نیز تمامی ذی‌نفعان گردشگری را در ایجاد

روستاهای گردشگری با کیفیت محیطی پویاتر و پایدارتر یاری رسانند: برنامه‌ریزی برای رعایت اصول زیبایی بصری در ساخت‌وسازهای روستاها و جلوگیری از ساخت‌وسازهایی نامناسب و ناسازگار با بافت و کارکرد این دسته از روستاها؛ تهیه و اجرای طرح‌های کاربردی به‌منظور ارتقای کیفیت محیط با بهره‌گیری از دیدگاه ساکنان محلی و گردشگران؛ ایجاد توسعه کمیت و کیفیت امکانات و خدمات در روستاها با توجه به گردشگرپذیر بودن آنها؛ تدوین قوانین و مقررات متناسب با حفاظت و بهبود کیفیت محیط روستاها از جنبه‌های مختلف؛ ایجاد حس مسئولیت در برابر کیفیت محیط روستاها بین ساکنان و گردشگران و نهایتاً احداث و توسعه امکانات و تسهیلات تفریحی مناسب لازم برای گردشگران روزانه با توجه به اینکه بخش عمده‌ای از گردشگران در روستاها گردشگران روزانه هستند.

منابع

- براتی، ناصر، سلیمان‌نژاد، محمدعلی، ۱۳۹۰، ادراک محرک‌ها در محیط کنترل‌شده و تأثیر جنسیت بر آن؛ نمونه مورد مطالعه: دانشجویان دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، مجله باغ نظر، شماره ۱۷، صص. ۱۹-۰.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی، ۱۳۹۰، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ پنجم، انتشارات سمت، تهران.
- پورجعفر، محمدرضا، تقوایی، علی‌اکبر، صادقی، علی‌رضا، ۱۳۸۸، خوانش تأثیر ساماندهی محورهای بصری بر ارتقای کیفیت محیط فضاهای عمومی شهری؛ نمونه موردی: خیابان آزادی تهران، دوفصلنامه مدیریت شهری، شماره ۲۴، صص. ۶۵-۸۰.
- داداش‌پور، هاشم، روشنی، صالح، ۱۳۹۲، ارزیابی تعامل میان فرد و محیط زندگی در محلات جدید با استفاده از سنجش کیفیت عینی و ذهنی، فصلنامه مطالعات شهری، شماره ۶، صص. ۱۵-۳.
- رفیعیان، مجتبی، مولودی، جمشید، پورطاهری، مهدی، ۱۳۹۰، سنجش کیفیت محیط شهری در شهرهای جدید مطالعه موردی: شهر جدید هشتگرد، فصلنامه برنامه‌ریزی و آمایش، شماره ۳، صص. ۱۹-۳۸.
- رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۷، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران.

رهنمایی، محمدتقی و شاه‌حسینی، پروانه، ۱۳۸۳، فرایند برنامه‌ریزی شهری ایران، چاپ اول، انتشارات سمت. سیفال‌دینی، فرانک؛ شعبانی‌فرد، محمد؛ حسینی، علی و رشیدی، مصطفی، ۱۳۸۹، سنجش کیفیت و ظرفیت گردشگری شهری براساس الگوی رفتاری گردشگران و جامعه میزبان؛ نمونه موردی: شهر اصفهان، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۱، صص. ۶۷-۸۷.

شیعه، اسماعیل و علی‌پور اشلیکی، سجاد، ۱۳۸۹، تحلیل عوامل کیفیت بخش محیط گردشگری ساحلی با توجه به معیارهای گردشگری پایدار؛ مطالعه موردی سواحل شهر رامسر، آرمانشهر، شماره ۵، صص. ۱۵۵-۱۶۷.

صدرموسوی، میرستار؛ پورمحمدی، محمدرضا و حاتمی، افشار، ۱۳۹۲، بررسی ظرفیت پذیرش گردشگری با تأکید بر توسعه پایدار مطالعه موردی: سرعین، فصلنامه فضای گردشگری، شماره ۹، صص. ۹۵-۱۱۴.

علی‌زاده، توحید، علی، علی‌زاده، جابر، ۱۳۹۲، ارزیابی کیفیت محیط زندگی در نواحی روستایی از دیدگاه ساکنین؛ مطالعه موردی: روستاهای دهستان اصلاندوز واقع در استان اردبیل، فصلنامه مسکن و محیط روستا، شماره ۱۴۴، صص. ۵۹-۷۴.

قادرمربی، حامد، زارع ممقانی، بیتا، زیاری، کرامت‌الله، ۱۳۹۲، ارزیابی کیفیت محیط مسکونی روستاهای ادغام‌شده در شهر سنندج؛ مورد: روستاهای حسن‌آباد و نایسر، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، شماره ۳، صص. ۳۹-۵۶.

قدمی، مصطفی و غلامیان آقامحلی، طاهره، ۱۳۹۰، بررسی کیفیت مبادی ورودی شهرهای گردشگری با تأکید بر جامعه گردشگران؛ نمونه موردی: شهر بابلسر، نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال سوم، شماره ۳، صص. ۱۳۳-۱۲۱.

کاظمی، مصطفی‌پور، سمیرا، سعادت‌یار، فاطمه‌السادات، بیطرف، فاطمه، ۱۳۹۰، تأثیر تصویر ذهنی گردشگران بر ارزش ادراک‌شده از شهرهای ساحلی دریای خزر با تأکید بر نقش واسط کیفیت عوامل درک‌شده، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، شماره ششم، صص. ۱۹-۳۴.

کاکاوند، الهام، براتی، ناصر، امین‌زاده گوهرریزی، بهرام، ۱۳۹۲، سنجش تطبیقی تصویر ذهنی شهروند و شهرساز به مفهوم کیفیت محیط شهری؛ مطالعه موردی: بافت فرسوده شهر قزوین، باغ نظر، شماره ۲۵، صص. ۱۰۱-۱۱۲.

کوزه‌چیان، هاشم؛ خطیب‌زاده، مهدی و هنرور، افشار، ۱۳۹۰، نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایتمندی گردشگران ورزشی، پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، شماره ۲، صص ۱۹-۳۲. گلکار، کوروش، ۱۳۷۹، مؤلفه‌های سازنده کیفیت در طراحی شهری، نشریه صفا، شماره ۳۲، صص. ۳۸-۶۵.

ملکی، لادن، حبیبی، میترا، ۱۳۹۰، ارزیابی کیفیت محیط در محله‌های شهری؛ نمونه موردی: محله چیدر، نامه معماری و شهرسازی، شماره ۷، صص. ۱۱۳-۱۲۷.

Adeyinka-Ojo, S.F., Khoo-Lattimore, C. & Nair, V., 2014, **A Framework for Rural Tourism Destination Management and Marketing Organizations**, Procedia - Social and Behavioral Sciences, No. 144, PP. 151 – 163.

Butnaru, Gina Ionela and Miller, Amanda, 2012, **Conceptual Approaches on Quality and Theory of Tourism Services**, Procedia Economics and Finance, No. 3, PP. 375 – 380.

Butnaru, Gina Ionela; Stefanica, Mirela and Maxim, George Marius, 2014, **Alternative Method of Quality Evaluation in Tourism; Case study applied in tourist accommodation units**, Procedia Economics and Finance, No. 15, PP. 671 – 678.

Căruntu, Andreea Laura and Dițoiu, Mihail Cristian, 2014, **The Perceptions of Hospitality Services of a Tourism Destination**, Procedia - Social and Behavioral Sciences, No. 109, PP. 231-235.

Chin, Chee-Hua; Lo, May-Chiun; Songan, Peter and Nair, Vikneswaran, 2014, **Rural Tourism Destination Competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak**, Procedia - Social and Behavioral Sciences, No. 144, PP. 35 – 44.

Ciaoco, C.A., Bona, M. and Ribeiro, F., 2007, **Community Tourism: Montanha Beijaflor Dourado Pilot Project (Microbasin of Sagrado River, Morretes, Parana)**, Turismo-Visao e Acao, Vol. 9, No. 2, PP. 249-266.

Currie, Christine and Falconer, Peter, 2013, **Maintaining Sustainable Island Destinations in Scotland: The role of the transport-tourism relationship**, Journal of Destination Marketing & Management; <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.10.005>.

Duval, D., 2007, **Tourism and Transport: Modes, Networks and Flows**, Clevedon: Channel View Publications.

Endresen, K., 1999, **Sustainable Tourism and Cultural Heritage: A review of development assistance and its potential to promote sustainability**, NWHO.

- Frochot, I., 2005, **A Benefit Segmentation of Tourists in Rural Areas: A Scottish perspective**, *Tourism Management*, 26(3), PP. 335–346.
- Hong, Tao; Ma, Tao and Huan, Tzung-Cheng, 2014, **Network Behavior as Driving Forces for Tourism Flows**, *Journal of Business Research*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.04.006>.
- Lohmann, Gui, 2014, **Destination Morphology: A new framework to understand tourism–transport issues?**, *Journal of Destination Marketing & Management*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2014.07.002>.
- Lumsdon, Les M., 2006, **Factors Affecting the Design of Tourism Bus Services**, *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 3, PP. 748–766.
- Martin-Cejas, Roberto Rendeiro, 2006, **Tourism Service Quality Begins at the Airport**, *Tourism Management*, No. 27, PP. 874–877.
- Middleton, V.T.C. & Clarke, J., 2001, **Marketing in Travel and Tourism**, 3rd Edition, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Osman, Z. and Sentosa, I., 2013, **Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism**, *International Journal of Economics and Management Studies*, 2(1), PP. 25-37.
- Prabhakaran, Sudesh; Nair, Vikneswaran and Ramachandran, Sridar, 2014, **Community participation in rural tourism: Towards a conceptual framework**, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 144, PP. 290 – 295.
- Rajaratnam, Sushila Devi; Munikrishnan, Uma Thevi; Sharif, Saeed Pahlevan and Nair, Vikneswaran, 2014, **Service Quality and Previous Experience as a Moderator in Determining Tourists' Satisfaction with Rural Tourism Destinations in Malaysia: A partial least squares approach**, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 144, PP. 203 – 211.
- Van Kamp, I., Leidelmeijer, K., Marsman, G. & De Hollander, A., 2003, **Urban Environmental Quality and Human Well being towards a Conceptual Framework and Demarcation of Concepts, a literature study**, *Journal of landscape and urban planning*, 65, PP. 5-18.
- Zeithaml, V., Bitner, J. B., & Gremler, 2009, **Services Marketing**, Integrating customer focus across the firm, Singapore: Mc Graw-Hill.