

مجله آمایش جغرافیایی فضا
فصلنامه علمی - پژوهشی دانشگاه گلستان
سال سوم / شماره مسلسل دهم / زمستان ۱۳۹۲

نقش مبلمان شهری در توسعه گردشگری. مطالعه موردی: شهر ساری

رضا لحمیان^۱، مهدی عبوری^۲، معصومه براری^{۳*}

^۱استادیار دانشگاه پیام نور، مرکز بابل
^۲کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری
^۳دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران
تاریخ دریافت: ۹۲/۱۱/۲؛ تاریخ پذیرش: ۹۳/۴/۲

چکیده

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت پیشرو در جهان توسعه فراوان یافته است و بسیاری از کشورها با بهره گیری از فاکتورهای جذب توریسم همچون سیستم مبلمان شهری زیبا و با کیفیت به تقویت حرکت های توریستی خود پرداخته و وضعیت خود را به ویژه از بعد اقتصادی بهبود می بخشند. بر این باور در تحقیق فراروی، نقش مبلمان شهری در توسعه گردشگری شهر ساری بررسی و راهکارهایی برای توسعه پایدار گردشگری ارائه می گردد. این پژوهش از نوع پژوهش توصیفی - تحلیلی بوده و جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شهروندان شهر ساری در سال ۱۳۹۱ که بر طبق فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه به طور تصادفی مورد پرسش قرار گرفتند. پس از جمع آوری اطلاعات میدانی از طریق ابزار پرسشنامه، روابط بین متغیرهای پژوهش از طریق آماره های توصیفی (جداول فراوانی، نمودارها و...) و آماره های استنباطی (آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن) در قالب نرم افزار Spss مورد بررسی قرار گرفته است. آنالیز انجام شده از طریق آزمون نشان داده که بین متغیرهای مبلمان شهری و توسعه گردشگری و نیز بین متغیرهای زیباسازی مبلمان شهری و جذب گردشگر در شهر ساری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به طوری که ۸۷/۵ درصد شهروندان تاثیرگذاری کیفیت فضا و مبلمان شهری در توسعه گردشگری شهر ساری و نیز ۸۹/۱ درصد از شهروندان تاثیرگذاری وضعیت زیباسازی مبلمان شهری به لحاظ بصری در جذب گردشگر را متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نموده اند. بنابراین با زیباسازی و بالابردن کیفیت فضا و مبلمان شهری در شهر می توان شاهد جلب و جذب هرچه بیشتر گردشگر و نیز توسعه گردشگری بود.

واژه های کلیدی: گردشگری، گردشگری شهری، مبلمان شهری، شهر ساری

مقدمه

صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از مهمترین و پردرآمدترین فعالیت‌ها در بسیاری از کشورهای دنیا به شمار می‌رود. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را بعنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه همه‌جانبه می‌دانند. در سراسر کره زمین به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، یعنی در آنجا که شکل‌های دیگر توسعه اقتصادی از قبیل تولید یا استخراج منابع طبیعی، از نظر اقتصادی به صرفه نیست یا نقش چندان مهمی در صحنه تجارت و بازرگانی ندارد، به توسعه صنعت گردشگری توجه فراوانی معطوف است. از طرف دیگر این صنعت علاوه بر آنکه سود اقتصادی ایجاد می‌کند، تعاملات فرهنگی جوامع مختلف را تسهیل نموده و از طریق ارتباطات میان فرهنگی، الگوهای فرهنگی مورد نیاز توسعه و شیوه‌های برقراری تعاملات رفتاری بر اساس گفتمان صلح آمیز برقرار می‌نماید. رشد فزاینده صنعت گردشگری و منافع حاصل از آن در دوره‌ای نسبتاً کوتاه باعث شده است عواملی که در زمینه دلایل و انگیزه‌های سفر تعیین‌کننده هستند و نقش اصلی را ایفا می‌کنند به‌طور جدی مورد توجه قرار گیرند. بنابراین امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان یک صنعت پیشرو در جهان توسعه فراوان یافته است و بسیاری از کشورها با بهره‌گیری از فاکتورهای جذب توریسم همچون سیستم مبلمان شهری زیبا و با کیفیت به تقویت حرکت‌های توریستی خود پرداخته و وضعیت خود را به‌ویژه از بعد اقتصادی بهبود می‌بخشند. در این میان مبلمان شهری به مجموعه وسیعی از وسایل، اشیاء، دستگاهها، نمادها و عناصری گفته می‌شود که چون در شهر و خیابان و در کل در فضای باز نصب شده‌اند و استفاده عمومی دارند، به این اصطلاح معروف شده‌اند. از چند دهه پیش تاکنون آگاهی‌های تازه‌ای درباره فضاهای گردشگری پدید آمده است و بار دیگر فضاهای گردشگری به‌عنوان فضایی برای گذراندن اوقات فراغت مطرح گردید. اهمیت طراحی مناسب عناصر زیباسازی شهری از جمله مبلمان امری است که دوباره کشف شده است. مبلمان شهری بخش زیادی از فضاهای شهری را سامان می‌دهد و باعث بالا رفتن کیفیت استفاده گردشگران از مراکز و فضاهای گردشگری می‌شود. در ذیل به نمونه‌هایی از تحقیقات که در زمینه مبلمان شهری انجام شده اشاره می‌شود:

اسلامی‌راد، قربان، قاسمی، یاسر در مقاله ای تحت عنوان نقش و مبلمان شهری در ساماندهی و زیبا سازی فضاهای گردشگری شهری، ۱۳۹۰ این گونه بیان می‌نمایند: طی چند سال اخیر برای نخستین بار در ایران در مورد اجزای مبلمان شهری ضوابطی تدوین گردید که هدف آن نظم بخشی به مدیریت و نصب برخی از موارد مبلمان شهری و زیبا سازی بوده است. نتایج پژوهش مبین آن است که با وجود قوانین و ضوابط مبلمان شهری، متأسفانه این معیارها و ضوابط در ساماندهی و زیباسازی فضاهای گردشگری شهری کمتر مورد توجه و اجرای مسئولین شهرهای توریستی و تفریحی قرار گرفته است.

قاسمی خوارزمی، محمد در مطالعه سال ۱۳۸۹ تحت عنوان «جایگاه نقش مبلمان شهری و منظر شهری در توسعه گردشگری شهری» این گونه بیان می‌دارد: از عواملی که موجب جذب گردشگران می‌باشد المان‌ها و مبلمان شهری می‌باشد. شهر طبقه می‌تواند در سایه قابلیت‌های بالا، منابع و جاذبه‌ها و چشم اندازهای طبیعی و انسانی خود با بازنگری در ساماندهی مبلمان شهری بر جذابیت‌ها خود افزوده و در جهت ایجاد محیطی جذاب جایگاه گردشگری خود را در سطح منطقه ارتقا بخشد.

محمدی سوادکوهی، خدیجه، عظیمی، آزاده، ۱۳۸۹، در مطالعه‌ای تحت عنوان «تحلیل فضایی مبلمان شهری، نمونه موردی پارک قائم شهرسازی اینگونه بیان می‌دارند: ساماندهی نامناسب مبلمان شهری، آشفتگی بصری و ایجاد نارضایتی برای کاربران به همراه داشته است. بر اساس مطالعات نقاط ضعف فراوان و برنامه‌ریزی این عناصر در سطح محدوده یافت می‌شود، از جمله عدم جانمایی صحیح عناصر مختلف مبلمان شهری، تراکم بیش از حد انواع مبلمان، آشفتگی ناشی از پراکنش نامتعادل عناصر و....

علی زنگی‌آبادی و نازنین تبریزی (۱۳۸۴) پژوهشی تحت عنوان «تحلیل فضایی مبلمان شهری محدوده گردشگری بخش مرکزی شهر اصفهان» این گونه بیان می‌دارند: مبلمان شهری در محدوده‌های گردشگری بخش مرکزی شهر اصفهان از بسیاری از لحاظ مانند مکان‌یابی، پراکنش فضایی، چالش‌های مدیریتی و... مشکلات عدیده‌ای رو بروست. با توجه به اهمیت این بخش، هویت تاریخی و جذب گردشگران آن به ارائه پیشنهادها و راه‌حل‌های اجرایی لازم جهت بهینه‌سازی وضع موجود، افزایش کیفیت محیطی پرداخته شده است.

علی زنگی‌آبادی و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای تحت عنوان «تحلیل پراکنش فضایی مبلمان ورزشی در پارک‌های شهری و تاثیر آن بر رضایت و استقبال شهروندان در شهر اصفهان» بیان می‌دارند که مبلمان شهری یکی از امکاناتی است که شهرداری اصفهان به منظور تسهیل در امر پرداختن ورزش، تفریح، آسایش و رفاه شهروندان در پارک‌ها و فضای سبز شهری نصب نموده است. نتایج بدست آمده حاکی از آن است وضعیت تاهل و وجود ورزش صبحگاهی، سن و میزان فاصله از پارک در انگیزه فعالیت‌های ورزش افراد موثر بوده است.

بیان مسئله

شهر برای همه سنین جاذب است. مردم علاقمنداند برخی از تعطیلات خود را در شهر به سر برند. به طوریکه گردشگری شهری به صورت مساله و فعالیتی مهم است که سبب تغییرات فضایی گسترده در شهرهای بزرگ شده است (Law, 1996:168). امروزه فضاهای گردشگری به خصوص گردشگری شهری مورد توجه فراوان مردم جهت گذران اوقات فراغت می‌باشند. مبلمان شهری از جمله عناصری می‌باشند که بسیار به خصوصیات فرهنگی کشورها یا شهرها وابسته هستند.

این عناصر نقش بسیار مهمی در نگاه مفهومی به هویت شهری دارند. در عصر حاضر سیمایی از شهر مورد توجه است که با طرح‌های مدرن، رنگ‌های گرم و تند و تابلوهای رنگارنگ به همراه نورپردازی‌های شبانه، جذابیت خود را حفظ کند، بی توجه به این که این مبلمان چه تاثیری در ذهن مخاطب شهری خواهد گذارد (Kubotauk & ahoari, 2002:82). بر اساس نظر بایراک عناصر تجهیزاتی، شاخص‌هایی هستند که ارتباط بین مردم را برقرار می‌کنند و به یک فضا مفهوم زیبایی شناختی و مشخصی می‌دهند، به همین دلیل عناصر تجهیزاتی شهری از اهمیت بسیاری برخوردارند که فقط برای اهداف بخصوصی استفاده نمی‌شوند بلکه می‌توانند به‌عنوان تازه کننده چشم‌انداز فضاهای شهری استفاده شوند (Bulut & Atabeyoglu, 2007: 1-2). فضاهای گردشگری شهری تنها فضاهای است که مورد توجه میلیون‌ها بازدید کننده است آنچه مسلم است انسان دوستدار فضایی است با ارزش‌های صحیح کاربردی و زیبا که در عین حال باید جوابگوی نیازهایش نیز باشد. به قشر استفاده کننده از فضا و درک نیازهای آنان توجه نماید تا موفقیت در دسترسی به نتیجه مطلوب را امکان‌پذیر سازد. علاوه بر این فضا باید به گونه‌ای طراحی شود که با ترکیب‌بندی و بافت محیط پیرامونش هماهنگی کامل داشته و با آن متناسب باشد. ایجاد هماهنگی نه تنها از شلوغی محیط جلوگیری کرده و به ایجاد حس آرامش در بیننده کمک می‌کند، بلکه زیبایی و جلوه خاصی نیز به محیط می‌بخشد (ژان پیر موره و همکاران، ۱۳۷۳: ۱۳). تجهیزات موجود در یک شهر شاید اولین وسیله مورد نیاز یک گردشگر باشد چرا که در بدو ورود گردشگر به یک شهر در پی اولین چیزی که به وسیله آن ارتباط برقرار می‌کند مبلمان شهری است. مدرن بودن، به روز بودن، زیبایی، تنوع و... مواردی است که بسیار در ذهن گردشگر نفوذ می‌کند و وی را در مرحله اول دوستدار شهر یا بی‌رغبت به شهر می‌گرداند. در این میان، انتخاب و استقرار عناصر و تجهیزات عمومی و رفاهی در فضاهای گردشگری، اغلب اوقات به شیوه خاصی انجام می‌گیرد و در نتیجه هیچگونه انسجام طراحی و ویژه‌ای در آنها به چشم نمی‌خورد و توجهی مباحث زیبایی شناختی آنها نمی‌شود.

ایران به لحاظ منابع گردشگری در رده ۱۰ و از لحاظ تنوع جاذبه‌های طبیعی رتبه پنجم در جهان را داراست بیشتر این منابع طبیعی و تاریخی در فضاهای شهری واقع شده و جز بافت تاریخی شهرها محسوب می‌شود امروزه این فضاها به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری عمل می‌کنند و دارای بازدیدکنندگان فراوانی هستند که باید جهت ساماندهی فضایی مراکز گردشگری به طراحی، توزیع، پراکنش و جانمایی عناصر تجهیزات عمومی و رفاهی جهت تامین آسایش و آرامش گردشگران توجه وافر نمود تا علاوه بر حفظ و نگهداری منابع گردشگری، منجر به هویت بخشی و زیباسازی محیط‌های گردشگری شود. طی چند سال اخیر برای نخستین بار در ایران در مورد اجزاء مبلمان شهری ضوابطی تدوین گردید که هدف آن نظم بخشی به مکان‌یابی و نصب برخی از موارد مبلمان شهری و زیباسازی بوده است. البته معیارهای تدوین شده در طراحی و شکل آنها تأثیری نسبی داشته و هدف اصلی ساماندهی و هماهنگی مبلمان

شهری بوده است. استان مازندران به ویژه شهر ساری، در تاریخ توسعه گردشگری منطقه ایران به لحاظ داشتن جاذبه‌های فراوان طبیعی، تاریخ و تمدن کهن، آثار باستانی و مذهبی، معماری، فرهنگی و جغرافیایی و فاصله نسبتاً نزدیک با محور ارتباطی شرق مازندران به تهران و همچنین قراردادن در مسیر راه زیارتی مشهد مقدس، این توانایی را دارد که بتواند در اولویت برنامه‌های توسعه گردشگری قرار گرفته و از آثار مثبت آن جهت بالابردن توان و شکوفایی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی استفاده کند. اما متأسفانه در شهر ساری توجه و سرمایه‌گذاری کمتری برای اعتلای کیفیت‌های محیطی در فضای گردشگری شهری نظیر اهمیت طراحی مناسب عناصر زیباسازی شهری از جمله مبلمان صورت پذیرفته، و مطالعات میدانی صورت گرفته حاکی از تعارض وضعیت مبلمان شهری ساری با قوانین و ضوابط آن بوده است. لذا در بیان مسأله تحقیق، این سؤالات که، آیا بین کیفیت مبلمان شهری و توسعه گردشگری در شهر ساری رابطه وجود دارد؟، آیا بین زیباسازی مبلمان شهری و جذب گردشگر رابطه وجود دارد؟، در ذهن محقق انگیزه‌ای گردید تا محقق به پژوهش پرداخته و نقش جایگاه مبلمان شهری را در توسعه گردشگری شهر ساری مورد مطالعه قرار داده و راهکارهای منطقی و اصولی را در این زمینه ارائه دهد. فرضیات مربوط به این تحقیق عبارتند از: به نظر می‌رسد بین مبلمان شهری و توسعه گردشگری در شهر ساری رابطه معنادار وجود دارد و به نظر می‌رسد بین زیباسازی مبلمان شهری و جذب گردشگر رابطه معنادار وجود دارد.

مفاهیم دیدگاه و مبانی نظری

محیط‌های شهری و گردشگری: شهرها به هر اندازه‌ای که باشند از نظر گذران اوقات فراغت از کار، جمعیت را از خود می‌رانند. به استثنای شهرهایی که بر حسب مکان جغرافیایی یا دریا، جنگل و مناظر طبیعی دیگر پیوند خورده‌اند و می‌توانند برای تفریح و استراحت افراد، فضای باز آزاد را عرضه کنند (رضوانی، ۱۳۸۶: ۸۷).

محیط‌های شهری از ۲ نقطه نظر در صنعت توریسم اهمیت دارند. از یک سو، کانون‌های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آنها فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و تلاش و فعالیت به‌عنوان مبدا فرصت‌های توریستی محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، به علت وجود امکانات معیشتی و رفاهی، فعالیت‌های اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، فرهنگی، سیاسی، بهداشتی، ارتباطی، فراغتی و داشتن جاذبه‌های تاریخی و توریستی، به‌عنوان مقصد مسافرت‌های جهانگردی نیز به شمار می‌آیند.

توسعه پایدار و گردشگری شهری: توسعه پایدار فرایندی است که طی آن مردم یک کشور نیازهای خود را برآورده می‌کنند و سطح زندگی خود را ارتقا می‌بخشند، بدون آنکه از منابعی که به نسل‌های آینده تعلق دارد مصرف کنند. بنابراین، توسعه، زمانی پایدار است که مخرب نباشد و امکان حفظ منابع،

اعم از آب، خاک، منابع ژنتیکی، گیاهی و جانوری را برای آیندگان فراهم آورد (زاهدی، ۱۳۷۶: ۲). توسعه پایدار از منظر مفهومی دارای ابعاد و سطوح چندگانه است: بعد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و زیست‌محیطی که در سطوح محلی، ملی و جهانی قابلیت اعمال می‌یابد. برای عینیت یافتن هدف‌های توسعه پایدار باید به کلیه ابعاد در هر سه سطح توجه کافی مبذول شود. در این راستا سازمان جهانی گردشگری، گردشگری پایدار را گردشگری می‌داند که مدیریت همه منابع از طریق نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیباگونه را می‌تواند به انجام برساند و حافظ و نگهدار بی‌عیب فرهنگی، فرآیندهای ضروری اکولوژیکی، تفاوت‌های بیولوژیکی و سامانه حمایتی زندگی باشد. از سوی دیگر آنها توسعه گردشگری پایدار را به‌عنوان یک فرآیند نیازهای کنونی گردشگران و جامعه میزبان، بررسی می‌کنند؛ در حالی که حفظ منابع و نیازهای آینده دیده می‌شود و نیز مهم‌ترین اهداف گردشگری پایدار را در موارد زیر می‌داند که شامل (موحد، ۱۳۸۶: ۱۷۰).

- افزایش آگاهی‌های بیشتری که گردشگری می‌تواند برای اقتصاد و محیط فراهم آورد.

- ترویج تساوی در توسعه.

- پیشرفت کیفی زندگی در جامعه میزبان.

- فراهم آوردن کیفیت بالای تجربه برای بازدیدکننده و...

- نگهداری کردن با کیفیت از محیط که مقدم بر سایر موضوعات وابسته است.

بنابراین با توجه به اهداف توسعه و گردشگری پایدار، گردشگری شهری نیز به‌عنوان یکی از شاخه‌های مهم گردشگری، هنگامی می‌تواند مفید واقع شود که در ارتباط با دیگر کارکردهای شهری باشد. مفهوم پایداری شهری خود در برگیرنده تعامل سه عامل: (۱) محیطی، (۲) اجتماعی-اقتصادی-فرهنگی، (۳) کالبدی است. برنامه‌ریزی در رابطه با گردشگری شهری پایدار نیز در برگیرنده سه سطح بازار، رشد شهری و اجتماعات محلی است. هر یک از این سطوح با در نظر گرفتن ظرفیت مدنظر، در چهارچوب پایداری گردشگری می‌بایست به گونه‌ای برنامه‌ریزی شده که کارکرد بهینه سیستم عرضه و تقاضای گردشگری را فراهم آورند.

معمولاً گردشگری را به مثابه معجزه‌ای برای مداوای بیماری شهرهایی تلقی می‌کنند که خواهان بهره‌مندی از رشد اقتصادی مثبت و با ثبات‌اند. اصول توسعه پایدار شهری، اهداف بنیانی فعالیت‌های هر جامعه، از جمله جامعه شهری، ارتقای شرایط کمی و کیفی زندگی انسان است (پاپلی و رجبی، ۱۳۸۲: ۳۴۳).

مبلمان شهری: مبلمان شهری یا مجموعه ائانه یک محل، که به جای آن می‌توان از کلمات شهرافزار، تجهیزات، ائانه، مبلمان خیابانی و مبلمان فضای باز استفاده کرد؛ به این تسهیلات و امکانات در انگلستان،

مبلمان خیابانی و در آمریکا، مبلمان فضای باز یا مبلمان همگانی گفته می‌شود؛ اما رایجترین اصطلاح همان مبلمان شهری می‌باشد که دامنه مفهومی و کاربردی این واژه بسیار گسترده است.

مبلمان شهری به مجموعه وسیعی از وسائل، اشیاء، دستگاه‌ها، نمادها و عناصری گفته می‌شود که چون در شهر و خیابان و در کل، در فضای باز نصب شده‌اند و استفاده عمومی دارند، به این اصطلاح معروف شده‌اند (مرتضایی، ۲۰: ۱۳۸۱). به عبارتی دیگر عناصری مانند نیمکت‌ها، ایستگاه‌های اتوبوس، علائم، منابع نوری، صندوق‌های پستی، سطل‌های زباله، گل جاییها و... که برای راحتی، آسایش و زیبایی بیشتر، آرایه اطلاعات، کنترل حرکت، ایجاد امنیت و رفاه کاربران در فضاهای شهری قرار داده شده‌اند، مبلمان شهری نام دارد (زنگی‌آبادی و تبریزی، ۱۳۸۳: ۵ و ۶). با مروری به گذشته می‌بینیم که اقدامات خاص و ویژه‌ای در جهت مبلمان شهری نشده است؛ اما طراحی‌های بسیار ظریفی انجام شده است که می‌توان آن‌ها را با زمینه مبلمان شهری تطبیق داد؛ نظیر سنگ نوشته‌هایی که در چند هزار سال قبل در دوران دولت مادها در میدان مرکزی شهر هگمتانه نصب می‌شد که همانند تابلوهای تبلیغاتی و اطلاع رسانی امروزی می‌باشد؛ نیز وجود تندیس‌های سنگی از پادشاهان زمان حکومت هخامنشی در ایران؛ در دوران بعد از اسلام نیز در زمان حکومت صفویه در کنار خانه‌ها سکوهایی جهت مکث افراد رهگذر و تجمع مردم محلی در نظر می‌گرفتند که یک فضای نیمه عمومی به حساب می‌آمد که کمک به زنده نگاه داشتن معابر می‌کرده است؛ همچنین وجود سقاخانه‌هایی که به دلیل باورهای مذهبی مردم در سطح شهر نصب می‌شده است که معادل آبخوری‌های امروزی است؛ بنابراین اقداماتی چند در طول سده‌های گذشته در کشور ما و دیگر کشورها انجام شده است که بیشتر جنبه کارکردی داشته‌اند و هیچ گونه برنامه‌ریزی مشخص و معینی برای هماهنگ کردن آن‌ها انجام نگرفته است.

انواع مبلمان شهری: از انواع مبلمان شهری می‌توان به نیمکت‌ها و سکوها، اسباب بازی‌ها و مبلمان بازی کودکان، منابع نوری، آبنماها، آبفشان‌ها و فواره‌ها، گل جای‌ها، محل استقرار پرندگان، سایبان‌ها، باجه‌ها، سطل‌های زباله، ادوات آتشنشانی، صندوق‌های پستی، آبخوری‌ها، برج‌های ساعت، پارکومترها، جداکننده‌ها، حفاظ‌ها، پارکینگ‌های دوچرخه، ایستگاه‌های اتوبوس و کف پوش‌ها اشاره کرد.

نوع دیگری از دسته‌بندی در مبلمان و عناصر شهری وجود دارد که می‌توان به دو دسته عناصر ثابت و متحرک تقسیم کرد؛ در بعضی مواقع تمییز و تفکیک کردن این دو از یکدیگر کار ساده‌ای نمی‌باشد. عناصر فوق اعم از ثابت و متحرک به صورت کلی از ضروریات هر فضای شهری فعال به حساب آمده و هر یک عملکردهای خاص و با ارزشی دارند، در صورتی که هر یک از این عناصر در محل و مکان درست خود قرار نگرفته باشد، ایجاد مشکل خواهد کرد و مانع محسوب می‌شود و نه تنها قادر نیست عملکرد معمول و مشخص خود را به درستی انجام دهد، بلکه از انجام درست و صحیح عملکردهای اطراف خود نیز جلوگیری می‌کند (بحرینی، ۱۳۸۴: ۲۳-۴۴).

عناصر موجود در مبلمان شهری

عناصر ثابت: با دسته‌بندی فضاهای شهری به پیاده رو، سواره رو، فضاهای پارکینگ، فضای سبز و غیره می‌توان ساده‌تر عناصر ثابت مربوط به این فضاها را دسته‌بندی کرد، به همین جهت بررسی الگوهای رفتاری استفاده‌کنندگان از فضا تا حدودی نحوه استفاده واقعی از این فضاها را مشخص می‌کند؛ عناصر ثابت عبارتند از: آب‌خوری، ایستگاه، باجه تلفن، باغچه، باغچه با درخت، برج بی‌سیم، بلوک، بلیط فروشی، پایه پل، پرچم، پله، پروژکتور، پمپ آتشنشانی، تابلو، تیر سیمانی، جدول خیابان، جعبه برق، جعبه کنترل چراغ، جعبه پست، جوی، چراغ راهنمایی، چراغ شهر، چراغ کوتاه، حفره، دریچه آب، دریچه تلفن، دریچه زیرزمین، سایبان ایستگاه، سایبان با نیمکت، سطل زباله، سکو، شیر آب، شیر فشاری، کنترل پلیس، کنترل اتوبوسرانی، مانع، نرده و نیمکت (بحرینی، ۱۳۸۴: ۱۰۳-۱۳۷).

عناصر متحرک: عناصر متحرک در حقیقت مبین فعالیت‌هایی هستند که فضاهای شهری برای فراهم آوردن امکان فعالیت آنها به وجود آورده‌اند. (بحرینی، ۱۳۸۴: ۱۰۳-۱۳۷) در فضاهای متراکم شهری عناصر متحرک چه از نظر تعداد و چه از نظر تنوع اهمیت به مراتب بیشتری نسبت به عناصر ثابت پیدا می‌کنند؛ همچنین از نظر میزان اشغال فضا و یا تاثیر در استفاده از فضا توسط فعالیت‌های دیگر این عناصر اهمیت بیشتری دارند؛ به عبارت دیگر عناصر متحرک، طریقه رفتار استفاده‌کنندگان از عناصر ثابت می‌باشد، در انعکاس مکان یابی و جای‌گیری عناصر ثابت بر روی رفتار استفاده‌کنندگان از آنها؛ عناصر متحرک عبارتند از: منتظران اتوبوس، خرید کردن، روزنامه خواندن، سرگردان، منتظران سینما، کندن خیابان، گدایی کردن، ایستادن، نشستن، خوابیدن، قدم زدن، خوردن، نماز خواندن، کودکان، سالخوردگان، معلولین، دستفروشی، منتظران تاکسی، دوچرخه، تاکسی، کالسکه بچه، گاری دستی، چرخ معلولین، مینی‌بوس، اتوبوس و وانت (بحرینی، ۱۳۸۴: ۱۰۳-۱۳۷).

مبلمان با کاربری تفریحی - رفاهی

مبلمان با کاربری نشستن (نیمکت‌ها، خمیدگی‌ها، لبه‌ها، سکوها و....): همواره در مکان‌یابی محل‌های نشستن می‌بایست دقت نمود تا علاوه بر فراهم کردن آسایش کاربر، از ایجاد مزاحمت برای سایر افراد نیز جلوگیری شود؛ به این ترتیب می‌بایست:

تا حد امکان از باد و سایر عوامل جوی در امان باشد؛ از مناظر محیطی بهره‌مند گردد؛ نزدیک سایر مبلمان ضروری دیگر باشد؛ به افراد گزینه‌های متنوعی برای انتخاب ارائه دهد مانند: آفتاب، سایه، آرامش، فعالیت و.... (هادوی، ۱۳۸۹: ۲۱).

همچنین می‌بایست دارای ویژگی‌های راحتی، سادگی در شکل و اجزاء، سهولت نگهداری، دوام و پایداری، تنوع، هماهنگی با محیط و سایر مبلمان باشد.

نیمکت‌ها و صندلی‌های خیابانی که در گذرگاه و محل تردد پیادگان قرار می‌گیرند، نباید مزاحمتی در رفت و آمد مردم ایجاد کنند و بیش از اینکه استفاده کننده، مردم و ترددشان را نظاره کند، نیمکت باید طوری موقعیت‌دهی شده باشد که فرد، طبیعت و منظر اطراف را مشاهده کند (شهرداری‌ها: ۱۳۷۹).

همچنین در خصوص اسباب بازی‌ها و مبلمان بازی کودکان از مهمترین نکات در این زمینه، رعایت ایمنی است؛ از دیگر مسائل مهم مکان‌یابی این وسایل می‌باشد که می‌بایست در معرض دید کامل والدین باشد و همچنین در سایه قرار گرفته باشد.

نقش مبلمان در زیباسازی و هویت بخش فضاهای گردشگری شهری: مبلمان شهری در تعریف شخصیت عملکردی فضاهای گردشگری نقش مهمی ایفا می‌کند و در چگونگی روحیه شهر و مردم بسیار موثر است. طراحی، اجراء و مکانیابی صحیح مبلمان شهری که همواره بر طبق نیاز مردم و چگونگی کارکرد فضای گردشگری انجام می‌شود می‌تواند در صورت اجرای صحیح تمامی مراحل، فضای گردشگری نسبتاً مطلوبی را پدید آورد. در غیر اینصورت، مبلمان شهری به‌عنوان اجزاء زائد و ناکارآمد عمل نموده که نه تنها مردم نمی‌توانند از آن استفاده نمایند بلکه به علت بلا استفاده بودن امکان تخریب آن از سوی برخی از اشخاص وجود دارد و به جای زیباسازی محیط‌های گردشگری باعث ایجاد منظر نامناسبی از این نوع فضاها می‌گردد. از این رو در ساماندهی مراکز گردشگری، کارآئی و زیبایی مبلمان شهری در زیبایی و عملکرد فضاهای گردشگری بسیار موثر است. امروزه فضاهای گردشگری به خصوص گردشگری شهری مورد توجه فراوان مردم جهت گذران دادن اوقات فراغت می‌باشد، در برنامه‌ریزی‌ها باید جهت ایجاد جذابیت بیشتر این مراکز جهت جذب جمعیت و تامین آسایش استفاده‌کنندگان از فضاهای گردشگری و همچنین تامین درآمد مناسب و ایجاد اشتغال در صنعت گردشگری به ساماندهی اینگونه فضاها با ایجاد انواع و رنگ‌بندی تجهیزات مورد نیاز و شاخص‌های زیبایی‌شناسی محیط‌های شهری برای آسایش گردشگران پرداخت.

معرفی محدوده مورد مطالعه و جاذبه‌های گردشگر: مازندران نگین سبز ایرانویچ در شمال نقشه گربه سفید ایرانی، در میان دریای خزر و کویر ایران با تنوع کم نظیر آب و هوایی و زیست محیطی واقع شده است (ماهفروزی، ۱۳۹۱: ۱۱). شهرسازی مرکز استان مازندران و شهرستان ساری است. این شهر در ۳۵ درجه و ۵۸ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۵۰ دقیقه عرض شمالی و ۵۲ درجه و ۵۶ دقیقه تا ۵۳ درجه و ۵۹ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ واقع شده است. که برسرراه ارتباطی (تجاری، گردشگری و زیارتی) مرکز ایران، با بخش‌های شرقی استان مازندران و استان خراسان به‌ویژه مشهد قرار دارد (شکل ۱). شهر ساحلی ساری به‌دلیل موقعیت سیاسی-اداری آن از اهمیت و اعتبار ویژه‌ای برخوردار است. و از طریق راه‌آهن سراسری و راه آسفالت‌ه با مرکز و سایر استان‌ها ارتباط می‌یابد. ساری از نظر موقعیت طبیعی در منطقه جلگه‌ای (دشت) شهرستان واقع شده و قسمت‌های جنوبی و جنوب غربی آن را کوه‌ها و تپه

ماهورهای کم ارتفاع فرا گرفته است که بخش‌های کوهستانی آن پوشیده از جنگل و در قسمت‌های تپه ماهورهای کم ارتفاع، اراضی کشاورزی و باغات مرکبات گسترش یافته است و نیز در قسمت شمال آن سواحل زیبای دریای خزر واقع شده است (سالنامه آماری مازندران، ۱۳۸۵). موقعیت جلگه‌ای و ارتباط مستقیم با پهنه آبی دریای خزر باعث حاکمیت شرایط اقلیم بحری (تیپ مدیترانه‌ای) در این شهر شده است. بنابراین موقعیت ممتاز شهر ساری به دلیل موقعیت طبیعی، دارا بودن آب و هوای معتدل و قرارگیری در کنار ساحل شنی دریای خزر و بهره‌مندی از مناظر زیبای طبیعی و تاریخی از جایگاه برجسته‌ای در صنعت گردشگری برخوردار می‌باشد.



شکل ۱- موقعیت عمومی شهر ساری (منبع: شهرداری ساری)

مسجد جامع، میدان ساعت، برج رسکت، مجموعه تاریخی فرح‌آباد، آب انبار میرزامهدی، آب انبارنو، حمام وزیری، پل تجن، امامزاده عباس، امامزاده یحیی، بقعه زین‌العابدین، سد سلیمان تنگه (شهیدرجایی)، ساحل دریای مازندران، پارک جنگلی شهیدزارع، پناهگاه حیات وحش دشت نازوسمسکنده و... مهم‌ترین جاذبه‌های تفریحی-توریستی شهر و شهرستان ساری به شمار می‌آیند (احمدی، ۱۳۹۰: ۲۲).

روش تحقیق

این تحقیق بنا به ماهیت، موضوع و اهدافی که برای آن پیش‌بینی شده است از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه شهروندان شهرسازی بوده که در ۱۳۹۱ که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نمونه تعیین گردیده و به روش تصادفی ساده مورد پرسشگری مستقیم قرار گرفته‌اند. در این تحقیق از پرسشنامه به‌عنوان ابزار جمع‌آوری اطلاعات بهره گرفته شده است که حاوی ۴۵ سؤال در مورد موضوع تحقیق است. این سؤالات به دو صورت باز و بسته می‌باشد. در سؤالات باز، سؤالاتی از قبیل جنس، سن، محل سکونت، میزان تحصیلات و... مطرح گردیده است و در سؤالات بسته از طیف لیکرت جهت اندازه‌گیری نظرات گردشگران در مورد ابعاد مختلف پژوهش استفاده شده است. همچنین ابزار پژوهش برای چند نفر از اساتید صاحب‌نظر و اهل فن ارسال گردید که ایشان «روایی» صوری و محتوایی پرسشنامه را تأیید نمودند. برای تعیین پایایی نیز از روش «ضریب آلفای کرانباخ» استفاده شد، که ضریب ۰/۸۷۶ حاصل گردید و نشان‌دهنده پایایی بالای ابزار بود. همچنین روابط بین متغیرهای پژوهش از طریق آماره‌های توصیفی (جدول فراوانی، نمودار و...) و استنباطی (آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن) در قالب نرم‌افزار Spss مورد بررسی قرار گرفته است.

یافته‌های تحقیق

نتایج توصیفی

وضعیت جنسی و سنی شهروندان: بررسی وضعیت شهروندان به لحاظ جنسی نشان می‌دهد ۶۳ درصد را مردان و ۳۷ درصد را زنان تشکیل می‌دهند و نیز به لحاظ سنی ۶۳/۴ درصد شهروندان در سنین ۲۰ تا ۴۰ سال بوده‌اند. این افراد شامل حال کسانی است که در سنین دانشجویی، کار و ازدواج قرار دارند.

وضعیت تاهل و شغلی پاسخگویان: از کل شهروندان ۳۰۵ نفر، ۷۹/۴ درصد متأهل و ۷۹ نفر، یعنی ۲۰/۶ درصد مجرد بودند.

بررسی وضعیت شغلی شهروندان نشان می‌دهد، ۳۸/۸ درصد دارای شغل اداری بوده و ۲۵/۳ درصد شهروندان نیز دارای شغل آزاد می‌باشند. خانه‌دارها با ۱۱/۲ درصد، محصلین و دانشجویان با ۱۳/۵ درصد رده‌های بعدی شغل را به خود اختصاص داده‌اند. ۲ درصد گردشگران نیز کشاورز و کارگر بوده‌اند. ۹/۱ درصد شهروندان نیز شاغل در مشاغل دیگری از قبیل مغازه دار، خیاطی، پزشک، استاد دانشگاه و... مشغول به کار بوده‌اند.

وضعیت تحصیلات پاسخگویان: بررسی میزان تحصیلات شهروندان نشان می‌دهد که بیشترین تعداد شهروندان یعنی ۵۲/۶ درصد آنها دارای تحصیلات عالی می‌باشد. ۲۹/۴ درصد شهروندان دیپلم و زیردیپلم

بودند. بعد از این گروه ۹/۴ درصد دارای تحصیلات تکمیلی، ۴/۹ درصد دارای مدرک راهنمایی و تنها ۳ درصد شهروندان بیسواد بوده‌اند.

ارزیابی شهروندان از میزان تاثیرگذاری کیفیت فضا و مبلمان شهری در توسعه گردشگری شهر ساری: ۷۷/۹ درصد شهروندان کیفیت فضا و مبلمان شهری را نسبتاً مناسب تا خیلی نامناسب و ۵۰/۳ درصد کیفیت فضا و مبلمان شهری را نسبتاً مناسب تا خیلی مناسب ارزیابی نموده‌اند (شکل ۲).



شکل ۲- درصد فراوانی پاسخ شهروندان از کیفیت فضا و مبلمان شهری شهر ساری

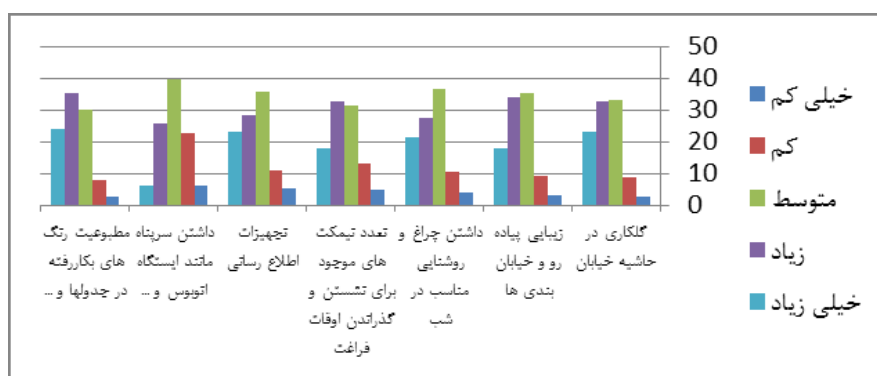
۸۷/۵ درصد شهروندان این پارامتر را در جذب گردشگر در شهر ساری متوسط تا خیلی زیاد و ۳۷/۵ درصد آن را متوسط تا خیلی کم بیان نموده‌اند (شکل ۳).



شکل ۳- درصد فراوانی پاسخ شهروندان از میزان تأثیر گذاری کیفیت فضا و مبلمان شهری در توسعه گردشگری شهر ساری

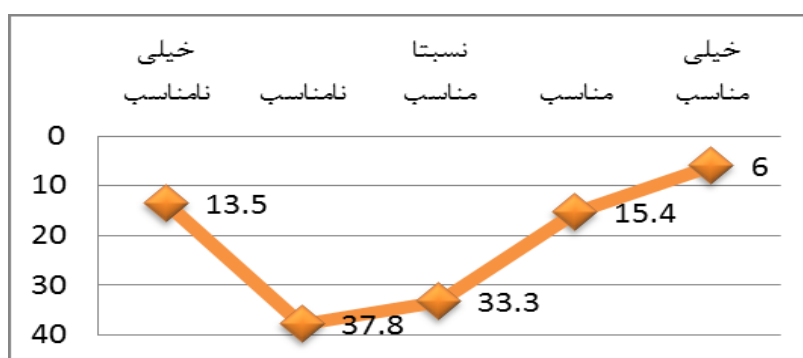
همچنین بررسی ارزیابی شهروندان از میزان تأثیر گذاری مؤلفه‌های کیفیت فضا و مبلمان شهری در توسعه گردشگری شهر ساری نشان می‌دهد مؤلفه‌های (گلکاری در حاشیه خیابان)، (زیبایی پیاده رو و

خیابان بندی‌ها) و (داشتن چراغ و روشنایی مناسب در شب) با ۸۸/۷، ۸۷/۵ و ۸۵/۳ درصد، آن را متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نموده‌اند. همچنین شهروندان تأثیر مولفه‌های (تعدد نیمکت‌های موجود برای نشستن و گذراندن اوقات فراغت) با ۸۲/۱ درصد، (تجهیزات اطلاع رسانی) با ۸۶/۸ درصد، (داشتن سرپناه مانند ایستگاه اتوبوس و...) با ۷۱/۳ درصد و (مطبوعیت رنگ‌های بکاررفته در جدول‌ها و...) با ۸۹/۴ درصد، در توسعه گردشگری را متوسط تا خیلی زیاد اعلام نموده‌اند (شکل ۴).



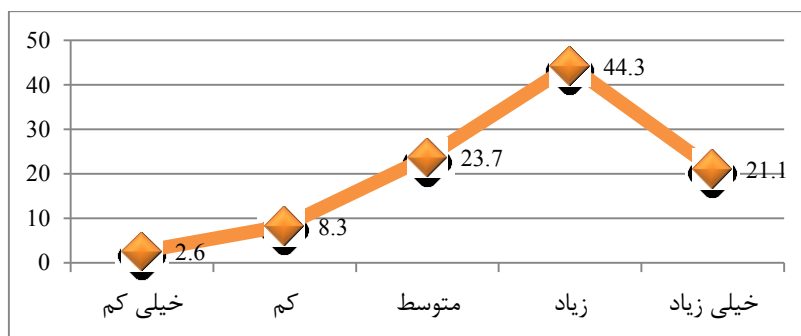
شکل ۴- درصد فراوانی پاسخ شهروندان از میزان تأثیر گذاری مؤلفه‌های کیفیت فضا و مبلمان شهری در توسعه گردشگری شهر سازی

ارزیابی شهروندان از میزان تأثیرگذاری زیبایی مبلمان شهری به لحاظ بصری در جذب گردشگر به شهر سازی: ۸۳/۶ درصد شهروندان وضعیت زیبایی مبلمان شهری به لحاظ بصری را متوسط تا خیلی کم و ۵۴/۷ درصد این میزان را متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نمودند (شکل ۵).



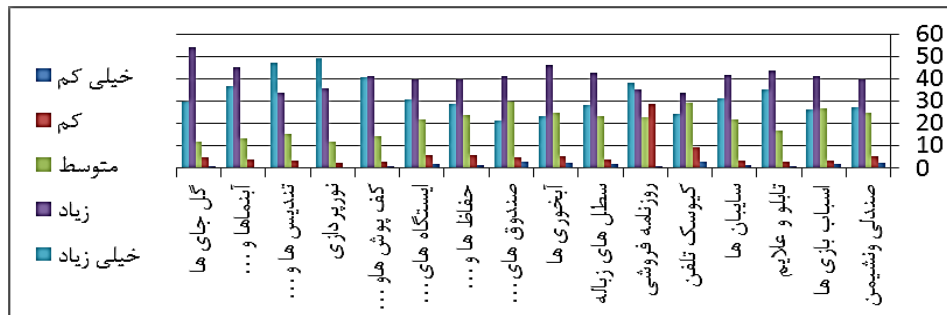
شکل ۵- درصد فراوانی پاسخ شهروندان از وضعیت زیبایی مبلمان شهری به لحاظ بصری.

۸۹/۱ درصد شهروندان این پارامتر را در جذب گردشگر در شهر ساری متوسط تا خیلی زیاد و ۳۴/۶ درصد آن را متوسط تا خیلی کم بیان نموده‌اند (شکل ۶).



شکل ۶- درصد فراوانی پاسخ شهروندان از میزان تأثیرگذاری زیبایی مبلمان شهری به لحاظ بصری در جذب گردشگر به شهر ساری.

همچنین نتایج ارزیابی از شهروندان در زمینه زیباسازی هر یک از مؤلفه‌های ارائه شده در جذب گردشگر به شهر ساری نشان می‌دهد که بیشترین میزان تأثیرگذاری مربوط به مؤلفه‌های (نور پردازی) و (روزنامه فروشی) و (کف پوش‌ها و پیاده روها) است. به طوری که به ترتیب ۹۶/۹، ۹۶/۲ و ۹۶/۱ درصد شهروندان این میزان تأثیر را متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نموده‌اند. شهروندان ساری، مؤلفه‌های (تابلوه‌ها و علائم)، (تندیس‌ها و نمادها) و (آب نماها و فواره‌ها) به طور مشترک با ۹۵/۸ درصد این میزان تأثیر را متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند. همچنین ۹۴/۷، ۹۴/۴، ۹۴/۳، ۹۴/۳ و ۹۴/۲ درصد شهروندان مؤلفه‌های (آبخوری‌ها)، (سایبان‌ها)، (اسباب بازی‌ها)، (سطل‌های زباله) و (گل جای‌ها) را متوسط تا خیلی زیاد اعلام نموده‌اند. (حفاظ‌ها و جداکننده‌ها)، (ایستگاه‌های تاکسی)، (صندوق‌های صدقه)، (صندلی و نشیمن) و (کیوسک‌های تلفن) هر یک به ترتیب با ۹۲/۷، ۹۲/۲، ۹۲/۲، ۹۱/۸ و ۸۷/۴ درصد پاسخگویی شهروندان در رتبه‌های بعدی قرار دارند که میزان تأثیر این عوامل را متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نمودند (شکل ۷).



شکل ۷- درصد فراوانی پاسخ شهروندان از تاثیر گذاری مؤلفه‌های زیبایی مبلمان شهری به لحاظ بصری در جذب گردشگر به شهر سازی

نتایج مربوط به آزمون فرضیه‌ها

آزمون فرضیه اول: (به نظر می‌رسد بین مبلمان شهری و توسعه گردشگری در شهر سازی رابطه معناداری وجود دارد): برای سنجش متغیرها و آزمون فرضیه فوق از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. آنالیز انجام گرفته از طریق آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن وجود رابطه مثبت و معنادار را به ترتیب با ضریب همبستگی به میزان $0/356$ ، $0/373$ ، $0/392$ ، $0/396$ ، $0/361$ ، $0/421$ و $0/335$ و سطح معناداری $P=0/000$ برای متغیرهای فوق نشان داده است. بنابراین از نظر آماری با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین متغیرهای فوق، رابطه مثبت و معناداری وجود داشته است. به طوری که ۷ مؤلفه (گلکاری در حاشیه خیابان)، (زیبایی پیاده رو و خیابان‌بندی‌ها)، (داشتن چراغ و روشنایی مناسب در شب)، (تعدد نیمکت‌های موجود برای نشستن و گذراندن اوقات فراغت)، (تجهیزات اطلاع رسانی)، (داشتن سرپناه مانند ایستگاه اتوبوس و...) و (مطبوعیت رنگ‌های بکار رفته در جدول‌ها و...) با $87/5$ ، $82/1$ ، $86/8$ و $71/3$ و $89/4$ درصد، آن را متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نموده‌اند. در واقع هر چه پارامترهای مربوط به کیفیت فضا و مبلمان شهری مناسب‌تر باشد، سبب افزایش توسعه گردشگری در شهر سازی می‌شود. در نتیجه فرضیه در این خصوص در ناحیه H_1 به اثبات رسیده است (جدول ۱).

جدول ۱- آنالیز ضریب همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای تحقیق

ضریب همبستگی اسپیرمن بین مؤلفه‌های مبلمان شهری و توسعه گردشگری در شهر ساری			
سطح معنادار بین متغیرها	P	R	متغیرهای مستقل
۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۳۵۶	گلکاری در حاشیه خیابان
۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۳۷۳	زیبایی پیاده رو و خیابان بندی‌ها
۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۳۹۲	داشتن چراغ و روشنایی مناسب در شب
۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۳۹۶	تعدد نیمکت‌های موجود برای نشستن و گذراندن اوقات فراغت
۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۳۶۱	تجهیزات اطلاع رسانی
۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۴۲۱	داشتن سرپناه مانند ایستگاه اتوبوس و...
۰/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۳۳۵	مطبوعیت رنگ‌های بکاررفته در جدولها و...

منبع: یافته‌های پژوهش

آزمون فرضیه دوم (به نظر می‌رسد بین زیباسازی مبلمان شهری و جذب گردشگر رابطه معناداری وجود دارد)

آنالیز انجام شده از طریق آزمون ضریب همبستگی بیانگر این است که رابطه مثبت و معنی‌داری با ضریب همبستگی ۰/۲۹۹، ۰/۳۳۴، ۰/۳۷۴، ۰/۳۴۱، ۰/۲۹۲، ۰/۳۸۴، ۰/۳۳۲ و ۰/۳۵۳ و سطح معنی‌داری $P=0/000$ بین زیباسازی صندلی و نشیمن، اسباب بازی‌ها، تابلو و علائم، سایبان‌ها، کیوسک تلفن، روزنامه فروشی، سطل‌های زباله و آبخوری‌ها با جذب گردشگر به شهرساری وجود داشته است. بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت بین متغیرهای فوق رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در نظرسنجی به عمل آمده از شهروندان نیز به ترتیب ۹۱/۸، ۹۴/۳، ۹۵/۸، ۹۴/۳ و ۹۴/۷ درصد از پاسخگویان میزان تأثیر زیباسازی این مؤلفه‌ها در جذب گردشگر به شهر ساری را متوسط تا خیلی زیاد اعلام نموده‌اند. همچنین آنالیز انجام شده از طریق آزمون ضریب همبستگی بیانگر این است که رابطه مثبت و معنی‌داری با ضریب همبستگی ۰/۳۱۴، ۰/۳۲۵، ۰/۳۱۱، ۰/۳۷۹، ۰/۳۹۵، ۰/۳۶۲ و ۰/۳۶۴ و ۰/۳۳۷ و سطح معنی‌داری $P=0/000$ بین زیباسازی صندوق‌های صدقه، حفاظها و جدا کننده‌ها، ایستگاه‌های تاکسی، کف پوش‌ها و پیاده‌روها، نورپردازی، تندیس‌ها و نمادها و گل جای‌ها با جذب گردشگر به شهر ساری وجود داشته است. بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت بین متغیرهای فوق رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در نظرسنجی به عمل آمده از شهروندان نیز به ترتیب ۹۲/۲، ۹۲/۷، ۹۶/۱، ۹۶/۹، ۹۵/۸، ۹۵/۸ و ۹۴/۲ درصد از پاسخگویان میزان تأثیر زیبا سازی این مؤلفه‌ها

در جذب گردشگر را متوسط تا خیلی زیاد دانسته‌اند. در نتیجه فرضیات اولیه در این خصوص در ناحیه H_1 به اثبات رسیده است (جدول ۲).

جدول ۲- آنالیز ضریب همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای پژوهش

متغیرهای مستقل	R	P	میزان تاثیر عناصر زیبا سازی مبلمان شهری در جذب گردشگر
صندلی و نشیمن	۰/۲۹۹	۰/۰۰۰	سطح معنادار بین متغیرها
اسباب بازی‌ها	۰/۳۳۴	۰/۰۰۰	۰/۰۱
تابلو و علائم	۰/۳۷۴	۰/۰۰۰	۰/۰۱
سایبان‌ها	۰/۳۴۱	۰/۰۰۰	۰/۰۱
کیوسک تلفن	۰/۲۹۲	۰/۰۰۰	۰/۰۱
روزنامه فروشی	۰/۳۸۴	۰/۰۰۰	۰/۰۱
سطل‌های زباله	۰/۳۳۲	۰/۰۰۰	۰/۰۱
آبخوری‌ها	۰/۳۵۳	۰/۰۰۰	۰/۰۱
صندوق‌های صدقه	۰/۳۱۴	۰/۰۰۰	۰/۰۱
حفاظ‌ها و جدا کننده‌ها	۰/۳۲۵	۰/۰۰۰	۰/۰۱
ایستگاه‌های تاکسی	۰/۳۱۱	۰/۰۰۰	۰/۰۱
کف پوش‌ها و پیاده روها	۰/۳۷۹	۰/۰۰۰	۰/۰۱
نورپردازی	۰/۳۹۵	۰/۰۰۰	۰/۰۱
تندیس‌ها و نمادها	۰/۳۶۲	۰/۰۰۰	۰/۰۱
آبنماها و فواره‌ها	۰/۳۶۴	۰/۰۰۰	۰/۰۱
گل جای‌ها	۰/۳۳۷	۰/۰۰۰	۰/۰۱

منبع: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

از مجموع آن چه که بیان شد می‌توان عنوان کرد شهر سازی با داشتن جاذبه‌های فراوان طبیعی و ویژگی‌های متنوع آب و هوایی و برخورداری از جاذبه‌های متعدد و متنوع در چهار بخش کوهستانی، جنگلی، دشت و دریا و همچنین همجواری با شهر دامغان به‌عنوان گردشگری کویری و آثار و بناهای تاریخی و فرهنگی، پتانسیل بسیار بالایی برای جذب گردشگران دارد. از آنجا که تجزیه و تحلیل داده‌ها در فرضیه اول این پژوهش نشان داد که (بین مبلمان شهری و توسعه گردشگری در شهر سازی رابطه معنا داری وجود دارد) لذا ضرورت سرمایه‌گذاری در راستای بهبود مبلمان شهری در شهر سازی اعم از خیابان‌ها، کوچه‌ها، اماکن تفریحی و فضاهای گردشگری به چشم می‌خورد. در این مورد می‌بایست

شهرداری ساری با همکاری شورای شهر ساری اقدامات لازم نظیر استفاده از بخش خصوصی جهت ایجاد پارکینگ‌های چند طبقه و مناسب در مرکز شهر جهت جلوگیری از ترافیک شدید، ایجاد زیرساخت‌ها و تأسیسات مورد نیاز و طراحی عناصر مبلمان شهری متناسب با ویژگی‌های محیطی، تدوین ضوابط و مقرراتی برای حفظ، بهسازی مجموعه‌های تاریخی - فرهنگی، بکارگیری مبلمان شهری چند منظوره جهت بهبود منظر و سیما فضاها و انجام مقدمات تهیه طرح شناخت و بهسازی مراکز گردشگری را جهت بهبود کیفیت فضا و مبلمان شهری مبذول دارند. همچنین با توجه به تجزیه و تحلیل در فرضیه دوم که (بین زیباسازی مبلمان شهری و جذب گردشگر رابطه معناداری وجود دارد) از آنجایی که رابطه مستقیمی میان زیباسازی مبلمان شهری و جذب گردشگر برقرار است، لذا شهر ساری با داشتن مرکزیت استان مازندران، علی‌رغم این موضوع شاهد ناهمگونی در زیبایی مبلمان شهری است. بنابراین باید برنامه‌های لازم و تخصصی در ساری جهت بالا بردن سطح کمی و کیفی در زیباسازی مبلمان شهری جهت جذب گردشگر، از طریق همگام شدن با تکنولوژی روز دنیا تهیه گردد. در زمینه کیفی نیز نظارت بیشتر شهرداری به امور مبلمان شهری و زیباسازی آن و شرکت‌های متولی آن ضروری می‌باشد. لذا جلب و جذب گردشگران و توسعه گردشگری به دنبال زیباسازی و بالا بردن کیفیت فضا و مبلمان شهری در شهر ساری امکان‌پذیر است که با وجود توان‌ها و استعدادها بالقوه شهر ساری برای جذب گردشگر، هنوز راه درازی جهت استفاده مطلوب از این توان‌ها وجود دارد. مطالعات در مورد مبلمان شهری نشان داد که دست اندرکاران طراحی مبلمان شهری باید از بسیاری جهات تمامی توان خود را برای جلب رضایت شهروندان و گردشگران و افزایش توسعه گردشگری در شهر ساری به کار گیرند. در پایان شهروندان در پاسخ به این پرسش که (هر یک از مؤلفه‌های پیشنهادی ارائه شده را تا چه میزان جهت توسعه گردشگری شهر ساری به لحاظ مبلمان شهری موثر می‌دانید؟) به ترتیب مؤلفه‌های رنگ آمیزی مبلمان شهری جهت بهسازی محیط و شادابی فضا (۹۸/۵ درصد)، احداث سرویس‌های بهداشتی مناسب در نقاط مختلف شهر (۹۸ درصد)، ساماندهی و ارتقاء سیمای مراکز تفریحی و توریستی از طریق مناسب سازی مبلمان شهری (۹۶/۶ درصد)، افزایش زباله دان‌های مکانیزه در تمامی سطح شهر و چند شیفته کردن امور دفع زباله و پاکیزگی معابر توسط سازمان ذیربط (۹۵/۳ درصد)، گماردن مسئولیتی در شهرداری برای شناسایی کلیه محل‌های فاقد مبلمان شهری مطلوب جهت اصلاح و بروز رسانی آنها (۹۴/۵ درصد)، کمک و حمایت مالی از دانشجویان رشته‌های مربوط (به مبلمان) به منظور انتخاب موضوعات مختلف مبلمان شهری (۹۴/۲ درصد)، تدوین ضوابط و مقرراتی برای حفظ، بهسازی مجموعه‌های تاریخی-فرهنگی (۹۳/۴ درصد)، تدوین ضوابط و مقرراتی برای حفظ و بهسازی مجموعه‌های تاریخی و فرهنگی (۹۲/۲ درصد)، آگاهی تولیدکنندگان از ضوابط و معیارهای انتخاب مبلمان شهری (۹۱/۹ درصد)، ایجاد زیرساخت‌ها و تأسیسات مورد نیاز و طراحی عناصر مبلمان شهری متناسب با

ویژگی‌های محیطی (۹۱/۱ درصد)، و جلب مشارکت مالکان و بخش خصوصی برای بهسازی مبلمان شهری (۹۰/۴ درصد)، را جهت توسعه گردشگری متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نموده‌اند.

منابع

- ۱- احمدی، مهدی. ۱۳۹۰. تاریخ محلات شهر ساری، پژوهشکده ساری‌شناسی، انتشارات آوای مسیح.
- ۲- اسلامی‌راد، قربان، قاسمی. ۱۳۹۰. نقش و اهمیت مبلمان شهری در ساماندهی و زیبا سازی فضاهای گردشگری شهری، مجموعه مقالات همایش گردشگری و توسعه پایدار، ۲۲ و ۲۳ تیرماه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.
- ۳- بحرینی، حسین. ۱۳۸۴. تحلیل فضاهای شهری در رابطه با الگوی رفتاری استفاده کنندگان و ضوابطی برای طراحی، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۴- پاپلی یزدی، محمدحسین، رجبی سناجردی، حسین. ۱۳۸۲. نظریه‌های شهر و پیرامون، انتشارات سمت.
- ۵- ضوانی، علی‌اصغر. ۱۳۷۴. جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۶- زاهدی، شمس‌السادات. ۱۳۷۶. توسعه پایدار و اصل آهنین منافع شخصی، مجله مدیریت دولتی، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران.
- ۷- زنگی‌آبادی، علی و تبریزی، نازنین. ۱۳۸۳. طراحی و برنامه ریزی مبلمان شهری، انتشارات شریعه توس.
- ۸- دیناری، احمد. ۱۳۸۴. توریسم شهری در ایران و جهان، انتشارات واژگان خرد، چاپ اول، تهران.
- ۹- زنگی‌آبادی، علی و تبریزی، نازنین. ۱۳۸۳. تحلیل فضایی مبلمان شهری محدوده گردشگری بخش مرکزی شهر اصفهان، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان.
- ۱۰- زنگی‌آبادی، علی و تبریزی نازنین. ۱۳۸۴. تحلیل فضایی مبلمان شهری در میدان امام (نقش جهان) اصفهان، ماهنامه پیام سبز.
- ۱۱- زنگی‌آبادی، علی و همکاران. ۱۳۸۸. تحلیل پراکنس فضایی مبلمان ورزش در پارک‌های شهری و تاثیر بر رضایت و استقبال شهروندان مطالعه موردی شهر اصفهان، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی جغرافیا سال اول -بیش شمار دو زمستان ۱۳۸۸.
- ۱۲- سالنامه آماری مازندران. ۱۳۸۵. معاونت امور اقتصادی و برنامه‌ریزی استان مازندران.
- ۱۳- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران، ۱۳۹۱. معاونت گردشگری.
- ۱۴- بیر موره، ژان و دیگران. ۱۳۷۳. ترجمه، رضایی، حسین، و دیگران فضاهای شهری. تهران: اداره کل روابط عمومی و بین‌الملل شهرداری تهران.
- ۱۵- ماهفروزی، علی و زلیکانی، رقیه. ۱۳۹۱. ساری نگین فیروزفام گردشگری ایران، انتشارات شلفین
- ۱۶- موحد، علی. ۱۳۸۶. گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز.
- ۱۷- محمدی سوادکوهی، خدیجه، عظیمی‌آزاد. ۱۳۸۹. تحلیل فضایی مبلمان شهری، نمونه موردی پارک قائم شهر ساری. دومین همایش علمی سراسری دانشجویی جغرافیا دانشگاه تهران
- ۱۸- مرتضایی، رضا. ۱۳۷۹. "شبکه پای درخت"، ماهنامه شهرداری‌ها، شماره ۲۴.

- ۱۹-هادوی، سارا. ۱۳۸۹. مجله پیام سبز، شماره ۸ و ۹.
20. Bulut, Y., and Atabeyoglu, O. 2007. Fountains as Urban furniture in Historical Urban Structure and usage culture: Ezrrum City Case.
21. Fukahori, K. and Kubota, Y. 2002. The role of Design Elements on the Cost-Effectiveness of Streetscape Improvement, *Landscape & Urban Planning*, No. 63.
22. Law Christopher, M. 1996. *Urban Tourism Attraction Visitors to large cities*, Mansell. Publishing Limited, London.