

بررسی نقش پیاده راه‌های شهری در توسعه گردشگری پایدار مطالعه موردی؛ خیابان ۱۵ خرداد شهر تهران

عیسی ابراهیم‌زاده^۱ - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران
حمیده اسفندیاری مهنی - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۷/۲۸

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۲/۳۰

چکیده

خیابان مخصوص عابر پیاده یک‌شکل از برنامه‌ریزی حمل‌ونقل است که به‌طور گسترده‌ای بافرهنگ شهری مرتبط است. امروزه در ایران، با سلطه تدریجی حرکت سواره بر فضاها و معابر شهری، از ارزش‌ها و جاذبه‌های اجتماعی فرهنگی فضاهای شهری رو به نزول رفته است، از این‌رو موضوع گسترش فضاهای پیاده و ساماندهی آن‌ها به‌ویژه در شهرهای بزرگ، مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. از سال ۱۳۸۸ خیابان ۱۵ خرداد در شهر تهران، با ارائه طرح مسدود شدن عبور وسایل نقلیه از چهارراه گلوبندک تا خیابان ناصرخسرو، به پیاده راه تبدیل شد. مقاله حاضر با عنوان بررسی نقش پیاده راه‌سازی در توسعه گردشگری پایدار در پی ارزیابی این پیاده راه در توسعه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و کالبدی منطقه ۱۲ تهران است. پژوهش حاضر از نوع توصیفی- تحلیلی بوده و داده‌های آماری آن به روش پیمایشی جمع‌آوری شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و روش‌های آماری همچون آزمون t تک نمونه‌ای، آزمون ANOVA، رگرسیون چند متغیره و ضریب همبستگی پیرسون انجام شده است. یافته‌های به‌دست‌آمده از توزیع پرسشنامه میان گردشگران مؤید تأثیر غیرقابل‌انکار پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه اجتماعی، اقتصادی و کالبدی منطقه ۱۲ تهران است. میانگین‌های هر یک از مؤلفه‌ها بیانگر اثرگذاری بالاتر از حد متوسط پیاده راه‌ها در امنیت منطقه، جذب گردشگران و افزایش آگاهی مردم نسبت به جاذبه‌های گردشگری و بیانگر توسعه اجتماعی- فرهنگی این محور از دید گردشگران است. از دید کارشناسان نیز نقش پیاده‌سازی در توسعه اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی بالاتر از حد متوسط است همچنین بین پیاده راه‌سازی و توسعه کالبدی، اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی در منطقه ۱۲ تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در نتیجه پیاده راه ۱۵ خرداد جز تأثیر در افزایش امکانات و خدمات موجود در منطقه توانسته است هم از نظر اقتصادی (وجود بازار) و هم از نظر اجتماعی و فرهنگی موجبات گسترش و تسهیل گردشگری شهری و توسعه منطقه ۱۲ تهران را فراهم آورد.

واژه‌های کلیدی: پیاده راه، توسعه گردشگری، گردشگری پایدار، خیابان ۱۵ خرداد.

مقدمه

طی نیم قرن گذشته، گردشگری به یکی از قدرتمندترین و بحث‌برانگیزترین نیروهای اجتماعی-اقتصادی تبدیل شده است (Sharply & Jtefle; 2008:1). به طوری که سازمانی جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۳ اعلام کرد سهم گردشگری از تولید ناخالص داخلی ۱۵۵/۴ میلیارد دلار آمریکا (۲,۹٪ از کل تولید ناخالص داخلی) بوده است و پیش‌بینی می‌شود به رقم ۳/۳۷۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴ برسد (wttc1, 2014:1). در این میان نواحی شهری به علت آن که جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند (سلطانی و شاهنوشی، ۱۳۹۱:۶). از آنجایی که کشورهای در حال توسعه به سوی شهرنشینی پیش می‌روند، گردشگری شهری به خصوص در نوع پایدار آن، یکی از مهم‌ترین اجزای گردشگری به شمار رفته و با تمرکز بر مقاصد شهری، یکی از روبه رشدترین اشکال گردشگری محسوب می‌شود (aksoz & bac, 2012:8). چراکه گردشگری شهری با ایجاد فرصت‌هایی برای اشتغال و کسب درآمد برای ساکنین محلی و توسعه ساختارهای زیربنایی امکان توسعه پایدار و یکپارچه شهری را فراهم می‌آورد (مبهور و قدمگاهی، ۱۳۹۲:۲). امروزه در بسیاری از کشورهای پیشرفته در جهان، مراکز شهری، رابطه تنگاتنگی با کارکردهای فرهنگی و هنری، گذران اوقات فراغت و گردشگری دارند و به عنوان یک مجموعه غنی شهری تلقی می‌گردند (رهنمایی و همکاران، ۱۳۹۰:۸۶). با سلطه تدریجی حرکت سواره بر فضاها و معابر شهری، روزبه‌روز از مقیاس و نیاز انسان پیاده‌رو و در نتیجه از ارزش‌ها و جاذبه‌های اجتماعی فرهنگی فضاهای شهری کاسته شده است (کوکبی و خرامه، ۱۳۹۱:۹۸). به همین دلیل در سال‌های اخیر، موضوع گسترش فضاهای پیاده و ساماندهی آن‌ها در ایران نیز، به‌ویژه در شهرهای بزرگ، مورد توجه بیشتری قرار گرفته است که گام مثبت در راستای کاهش آلودگی، تنش و ناامنی و اعتلای کیفیت محیط و تسهیل گذران اوقات فراغت و تفریح محسوب می‌شود (سیدنی و مهدیزاده، ۱۳۹۱:۱۵۹). مطالعه حاضر با بررسی نقش پیاده‌راه‌سازی در توسعه گردشگری پایدار در پیاده‌راه ۱۵ خرداد تهران در پی پاسخگویی به سؤالات ذیل است:

- تأثیر پیاده‌راه ۱۵ خرداد در توسعه اجتماعی- فرهنگی منطقه ۱۲ تهران به چه صورت بوده است؟

- آیا پیاده‌راه ۱۵ خرداد در توسعه کالبدی منطقه ۱۲ تهران نقش داشته است؟

- آیا پیاده‌راه ۱۵ خرداد در توسعه اقتصادی منطقه ۱۲ تهران نقش داشته است؟

مطالعات پیرامون پیشینه گردشگری نشان می‌دهد این بحث از دهه ۱۹۹۰ به عنوان زمینه مطالعاتی مهمی مطرح شده است و حجم زیادی از پژوهش‌های مربوط به این حوزه در سراسر جهان در زمینه گردشگری شهری صورت می‌گیرد (pearce, 2001:927). نخستین اثر کتاب برنامه‌ریزی و طراحی پیاده‌راه^۲ است که در سال ۱۹۷۱ در ایالات متحده منتشر گردید (fruin, 1971). در سال ۱۹۷۵ انتشار کتاب فضاهای شهری برای پیاده‌راه‌ها در گسترش و اشاعه مباحث مربوط به بهسازی فضاهای شهری نقش مؤثری ایفا نمود. دو سال بعد هم کتاب فقط برای پیاده‌راه‌ها توسط برامبیل و لانگو منتشر شد. به مرور نویسندگان زیادی پیرامون پیاده‌راه‌ها به مطالعه پرداختند.

نتو^۳ (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان شاخص قابلیت پیاده‌روی، ارزیابی کیفیت محیط ساخته‌شده و طراحی شهری در سطح خیابان با استفاده از تصاویر چندوجهی و ماهواره‌ای ضمن اشاره به اهمیت محیط‌های شهری قابل پیاده‌روی در شهرهای خودرو محور کنونی، برنامه‌ریزی برای پیاده‌مداری را از اولویت‌های مهم برنامه‌ریزی شهری نوین به شمار می‌آورد. نگارنده در این پژوهش با استفاده از پیمایش و نظرسنجی از شهروندان به مقایسه شاخص‌های پیاده‌محوری (در قالب ۴۸ نماگر) با خواسته‌ها و ادراکات آن‌ها پرداخته است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین شاخص‌های پیاده‌مداری و ادراک شهروندان همبستگی معناداری وجود دارد.

لیتمان^۴ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان ارزش اقتصادی قابلیت پیاده‌مداری به تحلیل مزایای اقتصادی پیاده‌مداری به توصیف تکنیک‌های تحلیلی جامع برای افزایش حمایت عمومی از پیاده‌مداری و شیوه‌های آموشد غیر موتوری پرداخته

است.

نیومن و والدرون^۱ (۲۰۱۲) در پژوهشی تحت عنوان به‌سوی واحدهای همسایگی شهری پیاده مدار، این واحدهای همسایگی را دارای جاپای اکولوژیکی کوچک‌تر، تن درستی بهتر و دارای سطوح بالاتری از سرمایه اجتماعی می‌دانند. آن‌ها واحدهای همسایگی پیاده مدار را نمونه‌ای از روستا شهر می‌دانند که زندگی در یک مقیاس انسانی را فراهم کرده و در عین حال انرژی و هیجان و جنب‌وجوش یک شهر جهانی را نیز در خود دارند.

نتایج حاصل از تحقیق روترکوس و میلر^۲ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان ارزش زمین‌های مسکونی و قابلیت پیاده‌روی با بررسی ۵۶۰۳ معامله ملکی در شهرستان جفرسون ایالت آلاباما نشان می‌دهد که با ثابت فرض کردن جمعیت و اندازه پلاک‌های مسکونی، ارزش زمین به‌طور کلی با افزایش قابلیت پیاده‌روی، زیاد شده است. آن‌ها بر این باورند که این رابطه در مورد شهرهای خودرو محور معکوس است.

دنيس سودر هولم^۳ (۲۰۰۸) در مقاله‌ای با عنوان ساختار تجاری خیابان‌های عابر پیاده و سه منطقه خرید فنلاند اشاره کرد که به بررسی ساختار تجاری پیاده راه می‌پردازد و نتایج تحقیقات او نشان می‌دهد که تفاوت روشنی بین ساختار تجاری پیاده راه‌ها و مراکز خرید وجود دارد.

در مقاله‌ای دیگر ارینا پوپسکو^۴ (۲۰۱۰) با عنوان (نقش گردشگری شهری در توسعه استراتژیک منطقه براسو) به بررسی جنبه‌های تئوریک گردشگری شهری می‌پردازد، در بخش دوم مقاله فرم‌های گردشگری عملی استفاده‌شده در منطقه را بررسی می‌کند و نهایتاً به ارائه راهکارهای برای توسعه می‌پردازد.

اکسوز^۵ (۲۰۱۲) در مقاله به بررسی گردشگری شهری می‌پردازد و عنوان می‌کند که دلیل اثراتی که گردشگری شهری بر شهرها دارد، هم بخش خصوصی و هم جامعه محلی باید جهت ارتقا شهرها و تبدیل آن‌ها به مقصد گردشگری تلاش کنند. کی باتس^۶ (۲۰۱۳)، در مقاله‌ای با عنوان راه‌اندازی پیاده راه‌های تجاری بررسی عناصری می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان دادند که چهار عامل کلیدی دسترسی، چیدمان، کاربرد و راحتی باعث کارایی بهتر (مال) ها می‌شود.

پور زرنندی و همکار (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی قابلیت‌های بازآفرینی پیاده راه‌های گردشگری از منظر توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: خیابان ۱۵ خرداد تهران)، ضمن بررسی تجارب موفق بین‌المللی و مقایسه مسیرهای پیاده راه‌های شهری و شناسایی این قابلیت‌ها از طریق بازآفرینی انجام‌شده در فضای کالبدی پیاده راه خیابان ۱۵ خرداد تهران به شناسایی نقاط ضعف و قوت مسیر فوق از منظر گردشگری شناسایی نموده و راهکارهای استراتژیک و راهبردهای علمی و عملی در راستای توسعه گردشگری، ارائه داده است.

نتایج پژوهش خانلو و همکار (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای با عنوان بررسی پیاده راه شهری پایدار با رویکرد تقویت تعاملات اجتماع‌محور (نمونه موردی پیاده راه خیابان سپه‌سالار) نشان می‌دهد اجرای طرح پیاده راه سپه‌سالار به دلیل قرارگیری بورس کیف و کفش در این خیابان جاذبه بسیاری برای تقویت تعاملات اجتماعی و فرهنگی ایجاد نموده است. جوری و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان بررسی امکان ایجاد پیاده راه‌های گردشگری در مراکز شهری زنجان ضمن بررسی امکان احیاء پیاده راه‌های مرکزی برای استفاده گردشگران و شهروندان و دستیابی به استراتژی‌ها و راهکارهای موردنیاز و توصیف بخش مرکزی زنجان، از نظر توزیع جاذبه‌ها و کیفیت معابر و تعریف مسیرهای پیاده گردشگری، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای آن ارزیابی کردند.

ساسان پور و همکار (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان نقش پیاده گسترده در توسعه گردشگری شهری منطقه ۱۲ تهران (مطالعه موردی: خیابان ۱۵ خرداد و کوچه مروی) به بررسی تأثیر پیاده راه‌های مذکور از بعد زیست‌محیطی پرداخته است. نتایج پژوهش آنان نشان داد پیاده راه‌ها عملکرد قابل توجهی توسعه در بعد زیست‌محیطی این منطقه داشته‌اند. در تهران

1. Newman & Waldron
2. Rauterkus & Miller
3. Dennis Söderholm
4. irina popescu
5. aksoz
6. Kai bates

و در محدوده منطقه ۱۲ شهر تهران با پیاده راه‌سازی خیابان‌های چون ۱۵ خرداد فرصت خوبی برای گسترش و تسهیل گردشگری شهری فراهم شده است. نکته قابل توجه این است در پژوهش‌های مربوط به پیاده‌روها، تابه‌حال به‌طور مشخص در خصوص تأثیر پیاده راه‌ها بر گردشگری شهری کاری انجام نشده است؛ بنابراین انجام چنین پژوهش‌هایی در بررسی میزان اثرگذاری آن‌ها برای ارتقا سطح گردشگری ضروری می‌نماید.

مبانی نظری

گردشگری شهری

گردشگری شهری شامل سفر و بازدید با تمرکز بر مقاصد شهری است و یکی از رو به رشدترین اشکال گردشگری محسوب می‌شود و از عوامل جاذب آن خرید در شهر، جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی و همچنین جاذبه‌های رویدادی است (bac, 2012:8 & aksoz). نواحی شهری به علت آن که جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل، موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهرسازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که باعث جذب گردشگر می‌شود (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۱۸۸).

نظریه‌های مرتبط با گردشگری

بحث پایداری در قالب توسعه پایدار در سال ۱۹۸۷ از طریق گزارش موسوم به برانت لند^۱ تحت عنوان (آینده مشترک ما) توسط کمیسیون جهانی محیط‌زیست و توسعه به‌طور رسمی در دستور کار سیاسی قرار گرفت. از این پس پایداری در قالب ترکیباتی هم چون توسعه پایدار، شهرهای پایدار و غیره بارها، از سوی شخصیت‌ها و محافل علمی و نیز سازمان‌های رسمی تعریف شد (حبیبی و تحصیلدار، ۱۳۹۰: ۴). مفهوم گردشگری پایدار در اوایل دهه ۱۹۹۰ و با مرتبط کردن مفاهیم و اصول توسعه پایدار با گردشگری ظهور پیدا کرد و آن زمان به‌سرعت توسط سازمان‌های بین‌المللی و ملی پذیرفته شد و ترویج پیدا کرد. به‌عنوان مثال، اتحادیه بین‌المللی برای حفاظت از محیط‌زیست، فدراسیون جهانی حفاظت از طبیعت و فدراسیون اروپایی پارک‌های ملی و طبیعی توریسم پایدار را به‌عنوان توسعه، بازاریابی و مدیریت تمام اشکال گردشگری با در نظر گرفتن محیط طبیعی، اجتماعی و اقتصادی و حفظ منابع طبیعی و فرهنگی برای آینده تعریف کرد (zamfir & corbos, 2015:3). توسعه پایدار گردشگری، نوعی از توسعه است که در آن، تعادل، حفظ ارزش‌ها، کیفیت اخلاق، اصول اقتصادی و مزایای اقتصادی، برابر دیده می‌شوند و میل به توسعه نه‌تنها در بعد اقتصادی، بلکه در همه ابعاد را دارد. در این دیدگاه، گردشگری از منابع موجود به نحوی استفاده می‌کند که می‌تواند وحدت و یکپارچگی، هویت فرهنگی، سلامت محیط‌زیست، تعادل اقتصادی و ثروت را برای جوامع فراهم کند (najafi et all, 2016:8). در تعریف گردشگری پایدار شهری مطابق با تعریف سازمان جهانی جهانگردی، می‌توان گفت توسعه پایدار گردشگری نوعی گردشگری است که در یک مکان شهری انجام می‌شود و موجب توسعه آن می‌گردد و همچنین این فعالیت‌ها برای زمان نامحدود جاری باشد بدون اینکه به محیط‌زیست خسارتی وارد شود (butler, 1994: 336). امروزه پایداری به نحو گسترده‌ای به‌عنوان رویکردی بنیادین، برای هر نوع توسعه از جمله توسعه گردشگری پذیرفته و در مباحث سیاسی و محیطی، گردشگری پایدار به‌عنوان مفهومی نو، برای مقابله با آثار مخرب توسعه گردشگری به کار می‌رود (Kousis, 2000:48).

- پیاده راه‌سازی

اصطلاح پیاده گستری^۲ ابتدا توسط مانهیم^۳ در سال ۱۹۷۵ مطرح شد. به عقیده مانهیم پیاده راه خیابانی است مخصوص عابر پیاده که رفت‌وآمد وسایل نقلیه در آن تنها در ساعاتی خاص می‌تواند انجام بگیرد. برامبیل^۴ و لانگو پیاده راه‌ها را

1. Brundtland
2. Pedestrianisation
3. Monheim
4. Brambilla

محدوده شهری می‌دانند که وسایل حمل‌ونقل موتوری از آن‌ها حذف‌شده‌اند و اولویت به عابران پیاده اختصاص داده‌شده است (Yuen-han, 2009:7). نیاز به فضای پیاده را می‌توان در رم قدیم نیز مشاهده کرد. پیاده راه‌سازی و محدودسازی ترافیک از دهه ۱۹۶۰ به‌طور گسترده‌ای در اروپا، به‌عنوان ابزاری برای کاهش ترافیک در مرکز شهر و به‌منظور بالا بردن کیفیت محیط‌زیست شهری، تشویق به سمت توریسم پایدارتر و همچنین برای کمک به کسب‌وکار خرده‌فروشی مورد استفاده قرار گرفت (melia & shergold, 2016:1). عابر پیاده به‌طور انحصاری بر روی وسایل حمل‌ونقل بسته‌شده‌اند و در درجهٔ نخست برای استفاده عابران پیاده در نظر گرفته‌شده‌اند. تنها وسایل نقلیه که مجاز به ورود به این مناطق هستند، برای تحویل کالا به فروشگاه‌ها، جمع‌آوری زباله و اورژانس است (bates, 2013:9). پیاده راه‌سازی می‌تواند در انواع مختلف انجام شود. پیاده راه تمام‌وقت که هیچ‌گونه وسیله نقلیه مجاز به عبور و مرور در این محدوده نیست و تنها مختص عابر پیاده است. پیاده راه ترانزیتی که عبور و مرور وسایل نقلیه عمومی در آن مجاز است، اما وسایل عبور و مرور شخصی مجاز به ورود به این خیابان‌ها نیستند. نهایتاً شبه مال‌ها که در آن ورود وسایل حمل‌ونقل مجاز است اما محدودیت سرعت در آن وجود دارد و اولویت با عابر پیاده است (demir & cakiroglu, 2016:83). پیاده راه‌سازی عموماً به دلایل زیر مورد استفاده مسئولین محلی قرار می‌گیرد:

-بالا بردن امنیت اجتماعی،

-بالا بردن سرزندگی خیابان‌ها،

-کاهش انزوای ناشی از زندگی در حومه شهرها،

-برای نمایش دادن زندگی اجتماعی

پیاده راه‌سازی عموماً در بافت قدیمی شهر، هم در کشورهای توسعه‌یافته و هم در کشورهای در حال توسعه به‌منظور بالا بردن کیفیت شهری استفاده می‌شود (hass-klau, 2015: 227).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و داده‌های آماری آن به روش پیمایشی جمع‌آوری شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و روش‌های آماری همچون آزمون t تک نمونه‌ای، آزمون واریانس ANOVA، رگرسیون چند متغیره و آزمون همبستگی پیرسون انجام شد. اطلاعات موردنیاز از منابع متعدد کتابخانه‌ای و نیز مطالعات میدانی با استفاده از سه نمونه پرسشنامه برای سه گروه گردشگران، کسبه و مسئولین به‌دست آمده است. پرسشنامه‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج گزینه‌ای طراحی شده است. در این تحقیق، به دلیل شناور بودن حجم جامعه و نبود آمار دقیق از گردشگران محل، برای محاسبه حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه شد. با استفاده از این فرمول حجم جامعه نمونه ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شد. دلیل اهمیت گردشگران در تحقیق حاضر تعداد پرسشنامه گردشگران ۲۰۰ نفر در نظر گرفته شد و برای کسبه ۹۰ پرسشنامه و برای مسئولین ۱۰ پرسشنامه اختصاص یافت. پس از تهیه سؤالات پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی پرسشنامه استفاده شد. آلفای کرونباخ در این پرسشنامه برابر با $(\alpha=0/95)$ به‌دست آمده است. جهت سنجش روایی گویه‌ها نیز از اعتبار صوری استفاده شده است. شاخص‌ها و متغیرها به شرح جدول زیر عملیاتی شدند (جدول شماره ۱).

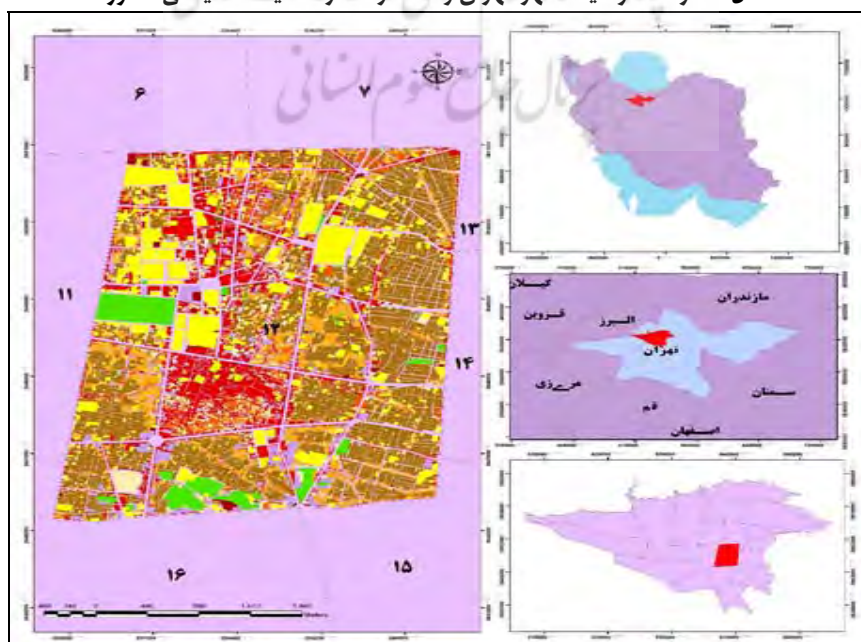
جدول شماره ۱. شاخص‌ها و گویه‌های عملیاتی شده پژوهش

ابعاد	پرسشنامه کسبه	مسئولان	گردشگران
اقتصادی	میزان تأثیر پیاده راه‌سازی در: افزایش درآمد / تنوع شغلی / افزایش قیمت زمین و واحدهای تجاری گسترش مشاغل خدماتی (گردشگری)	تأثیر پیاده راه‌سازی بر برنامه‌ریزی جهت: افزایش درآمد / تنوع شغلی / گسترش مشاغل خدماتی / توسعه اقتصادی	تأثیر احداث پیاده راه‌سازی بر: قیمت اجناس / توسعه اقتصادی در این منطقه / ایجاد فرصت‌های شغلی تازه / افزایش تنوع شغلی
اجتماعی-فرهنگی	میزان تأثیر پیاده راه‌سازی در: تعداد گردشگران (خرید کنندگان) // افزایش سطح کیفیت زندگی ساکنین منطقه / ازدحام و شلوغی / افزایش امنیت / افزایش آگاهی ساکنان از جاذبه‌های گردشگری منطقه	میزان تأثیر پیاده راه‌سازی بر برنامه‌ریزی جهت: افزایش سطح کیفیت زندگی ساکنین منطقه / افزایش امنیت / افزایش آگاهی ساکنان از جاذبه‌های گردشگری منطقه	تأثیر احداث پیاده راه‌سازی بر: جذب گردشگران / افزایش امنیت منطقه / افزایش آگاهی مردم نسبت به جاذبه‌های گردشگری / افزایش تمایل گردشگران برای بازدید از این منطقه
کابردی	میزان تأثیر پیاده راه‌سازی در: جذب امکانات بیشتر و بهتری برای منطقه / بهبود وضعیت مبلمان شهری موجود در پیاده راه / جذب امکانات پذیرایی و رستوران‌ها و غذاخوری / بهبود دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی	میزان تأثیر پیاده راه‌سازی بر برنامه‌ریزی جهت: جذب امکانات بیشتر و بهتری برای منطقه / بهبود وضعیت مبلمان شهری / جذب امکانات پذیرایی و رستوران‌ها و غذاخوری / بهبود دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی	تأثیر احداث پیاده راه‌سازی بر: بر امکانات و خدمات موجود در منطقه / بهبود کیفیت سرویس‌ها و خدمات بهداشتی / دسترسی به پارکینگ عمومی دسترسی مناسب / میزان وجود امکاناتی چون مبلمان خیابان در این پیاده راه

محدوده مورد مطالعه

کلان‌شهر تهران در پهنه‌ای بین کوه و کویر و از نظر مختصات جغرافیایی در محدوده ۵۱ درجه و ۱۷ تا ۵۱ درجه و ۳۳ طول جغرافیایی شرقی و ۳۵ درجه و ۳۶ تا ۳۵ درجه و ۴۹ عرض جغرافیایی شمالی قرار گرفته است. (ساسان پور، ۱۳۹۰: ۱۶۸). منطقه ۱۲ تهران با ۱۶۰۰ هکتار وسعت (۲/۳ درصد محدوده تهران) و ۲۷۰/۰۰۰ نفر جمعیت (۳/۷ درصد جمعیت کلان‌شهر)، بیش از سه‌چهارم تهران ناصری (مرکز تاریخی تهران) را پوشش می‌دهد و در مرکز ثقل ارتباطات درون‌شهری و در برگرفتن قلب تجارت شهر یعنی بازار قدیم تهران قرار گرفته است. از این نظرگاه این منطقه به لحاظ سابقه تاریخی دارای عناصر، بناهای مسکونی و فضاهای عمومی بالارزش‌های معماری و تاریخی خاصی است (مهندسین مشاور باوند، ۱۳۸۲: ۸).

شکل شماره ۱. موقعیت شهر تهران و ۱۵ خرداد در تقسیمات سیاسی کشور



تأثیر میزان تحصیلات و درآمد بر میزان رضایتمندی

جهت تعیین تأثیر متغیرهای زمین‌های (میزان تحصیلات و درآمد) پژوهش بر میزان رضایتمندی از آزمون رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. همان‌گونه که در جدول زیر (جدول شماره ۴) مشاهده می‌کنید بین میانگین رضایت از پیاده راه‌سازی ۱۵ خرداد و وضعیت اجتماعی و اقتصادی پاسخگویان (سواد، درآمد)، تفاوت وجود دارد. هرچقدر سواد و درآمد پاسخگویان افزایش می‌یابد از میزان رضایتمندی کاسته می‌شود.

جدول شماره ۴. آزمون رگرسیون چند متغیره برای سنجش رابطه بین وضعیت اجتماعی - اقتصادی و میزان رضایتمندی

متغیر	B	Stcl.B	Beta	t	Sig
عرض از مبدأ	۲۵/۹۶	۱۱/۷۵	-	۲/۲۰	۰/۰۷۴
میزان تحصیلات	-۰/۹۹۳	۳/۶۳۸	۰/۱۶۹	-۰/۲۷۳	۰/۷۱۱
درآمد	-۰/۹۸۶	۳/۲۷۹	۰/۱۶۱	-۰/۲۶۰	۰/۷۲۱

سنجش تأثیر پیاده راه‌ها در توسعه شهر از دیدگاه گردشگران

تأثیر پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه اجتماعی - فرهنگی منطقه ۱۲ تهران

میزان اثرگذاری پیاده راه‌ها در توسعه اجتماعی فرهنگی با ۴ سؤال به شرحی که در جدول شماره ۵ آمده، سنجش شده است. در مجموع یافته‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که اکثر پاسخگویان میزان تأثیر پیاده راه‌ها را در افزایش تمایل گردشگران برای بازدید از این منطقه در حد بالاتر از متوسط برآورد کرده‌اند. هم‌چنین میانگین به‌دست‌آمده نشان می‌دهد، میزان اثرگذاری پیاده راه‌ها در امنیت منطقه، جذب گردشگران و افزایش آگاهی مردم نسبت به جاذبه‌های گردشگری بیشتر از حد متوسط ($5 < 1$ با میانه ۳) است که خود بیانگر تأثیر پیاده راه در توسعه اجتماعی - فرهنگی محور ۱۵ خرداد از دید گردشگران است.

جدول شماره ۵. تأثیر پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه اجتماعی - فرهنگی منطقه ۱۲ تهران

حد متوسط تأثیر پیاده راه‌سازی در توسعه اجتماعی - فرهنگی = ۳						گویه‌های موردسنجش	
فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	(sig)	درجه آزادی	مقدار t		میانگین
پایین‌ترین	بالاترین						
۰/۵۳	۰/۲۷	۰/۴۰۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	۶/۱۲۰	۳/۴۰	افزایش امنیت منطقه
۰/۷۲	۰/۴۳	۰/۵۷۵	۰/۰۰۰	۱۹۹	۸/۰۵۴	۳/۵۸	افزایش جذب گردشگران
۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۵۹۵	۰/۰۰۰	۱۹۹	۹/۰۹۹	۳/۶۰	افزایش آگاهی مردم نسبت به جاذبه‌های گردشگری
۰/۹۱	۰/۶۴	۰/۷۷۵	۰/۰۰۰	۱۹۹	۱۱/۳۱۰	۳/۷۸	افزایش تمایل گردشگران برای بازدید از این منطقه

تأثیر پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه کالبدی منطقه ۱۲ تهران

همان‌گونه که در جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود پیاده راه ۱۵ خرداد جز تأثیر در افزایش امکانات و خدمات موجود در منطقه نتوانسته است در سایر مؤلفه‌ها (بهبود کیفیت سرویس‌ها و خدمات بهداشتی دسترسی به پارکینگ عمومی دسترسی مناسب بهبود امکاناتی چون مبلمان شهری در این پیاده راه) با توجه به میانگین پایین‌تر از ۳ و کران بالا و پایین منفی تأثیری بگذارد.

جدول شماره ۶. تأثیر پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه کالبدی منطقه ۱۲ تهران

حد متوسط تأثیر پیاده راه‌سازی در توسعه کالبدی = ۳						گویه‌های موردسنجش	
فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	(sig)	درجه آزادی	مقدار t		میانگین
پایین‌ترین	بالاترین						
۰/۴۰	۰/۱۴	۰/۲۴۰	۰/۰۲۰	۱۹۹	۴/۲۴۰	۳/۲۷	افزایش امکانات و خدمات در منطقه
-۰/۳۳	-۰/۶۰	-۰/۴۶۵	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۶/۸۰۷	۲/۵۴	بهبود کیفیت سرویس‌ها و خدمات بهداشتی
-۰/۵۵	-۰/۸۲	-۰/۶۸۵	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۹/۹۳۶	۲/۳۲	دسترسی به پارکینگ عمومی دسترسی مناسب
-۰/۰۳	-۰/۳۲	-۰/۱۷۵	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۲/۳۳۹	۲/۸۳	بهبود مبلمان شهری منطقه

تأثیر پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه اقتصادی منطقه ۱۲ تهران

نتایج به‌دست‌آمده از مقایسه میانگین و کران بالا و پایین هر یک از مؤلفه‌ها بیانگر تأثیر پیاده راه‌سازی در افزایش تنوع شغلی، تعدیل قیمت اجناس، ایجاد فرصت‌های شغلی تازه و توسعه اقتصادی منطقه بیش از حد متوسط است؛ بنابراین از نظر گردشگران پیاده راه‌ها ۱۵ خرداد توانسته است در توسعه اقتصادی محدوده ۱۵ خرداد نقش مهمی ایفا نماید (جدول شماره ۷).

جدول شماره ۷. تأثیر پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه اقتصادی منطقه ۱۲ تهران

حد متوسط تأثیر پیاده راه‌سازی در توسعه اقتصادی = ۳							گویه های موردسنجش
فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	(sig)	درجه آزادی	مقدار t	میانگین	
پایین ترین	بالا ترین						
۰/۵۷	۰/۳۰	۰/۴۳۵	۰/۰۰۰	۱۹۹	۶/۳۱۰	۳/۴۴	افزایش تنوع شغلی
۰/۵۲	۰/۲۴	۰/۳۸۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	۵/۱۶۹	۳/۳۸	تعدیل قیمت اجناس
۰/۶۵	۰/۳۸	۰/۵۱۵	۰/۰۰۰	۱۹۹	۷/۷۹۰	۳/۵۲	ایجاد فرصت‌های شغلی تازه
۰/۷۰	۰/۴۲	۰/۵۶۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	۸/۱۶۴	۳/۵۶	توسعه اقتصادی منطقه

- آماره‌های توصیفی نقش پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه منطقه ۱۲ تهران از دیدگاه مسئولان:

توزیع فراوانی نظر مسئولین در مورد تأثیر پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه کالبدی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی در جدول شماره ۸ به شرح زیر است:

۴۰ درصد از کارشناسان نقش پیاده راه‌سازی در بهبود برنامه‌ریزی جهت توسعه کالبدی را در حد خیلی زیاد، ۳۰ درصد در حد زیاد و ۲۰ درصد در حد متوسط و ۱۰ درصد نیز در حد کم ارزیابی نموده‌اند. میانگین بعد از توسعه (۳/۷۵)، نشان‌دهنده تأثیر زیاد پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه کالبدی این محدوده بوده است. ۹۰ درصد از مسئولین تأثیر پیاده راه‌سازی در برنامه‌ریزی جهت توسعه اقتصادی را در حد زیاد و خیلی زیاد و ۱۰ درصد نیز در حد متوسط ارزیابی نموده‌اند. میانگین این مؤلفه (برابر با ۴) نشان‌دهنده تأثیر پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه اقتصادی بوده است. میزان پیاده راه‌سازی در توسعه اجتماعی - فرهنگی محور ۱۵ خرداد مطابق با میانگین جدول برابر با ۳/۵۰ (<۵) با میانه (۳) است که با توجه به مقدار میانه بالاتر از حد متوسط است.

جدول شماره ۸. نقش پیاده راه ۱۵ خرداد در توسعه منطقه ۱۲ تهران از دیدگاه مسئولان

انحراف معیار	میانگین	میزان و درصد					پاسخ	شاخص
		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		
۰/۹۸۹	۳/۷۵	۴	۳	۲	۱	-	فراوانی	توسعه کالبدی
		۴۰	۳۰	۲۰	۱۰	-	درصد	
۰/۶۷۵	۴	۴	۵	۱	-	-	فراوانی	توسعه اقتصادی
		۴۰	۵۰	۱۰	-	-	درصد	
۰/۶۹۹	۳/۵۰	۱	۴	۵	-	-	فراوانی	توسعه اجتماعی- فرهنگی
		۱۰	۴۰	۵۰	-	-	درصد	

- رابطه بین پیاده راه‌سازی و توسعه از دیدگاه کسبه:

با توجه به جدول شماره ۹ مقدار آزمون پیرسون برابر ۰/۶۶۴ است که در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است؛ و از آنجایی که میزان آن از ۰/۰۵ کوچک‌تر است بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ فرض H_1 آماری مبنی بر اینکه «بین پیاده راه‌سازی و توسعه اقتصادی رابطه معنادار وجود دارد»، تأیید می‌گردد. مقدار آزمون پیرسون برابر ۰/۷۴۸ است که در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است؛ که از ۰/۰۵ کوچک‌تر است بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ فرض H_1 آماری مبنی بر اینکه «بین پیاده راه‌سازی و توسعه

اجتماعی - فرهنگی منطقه ۱۵ خرداد رابطه معنادار وجود دارد»، تأیید می‌گردد. ضریب همبستگی پیرسون مابین دو متغیر پیاده‌راه‌سازی و توسعه کالبدی برابر با ۰/۵۱۱ است؛ که در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است؛ بنابراین وجود رابطه بین پیاده‌راه‌سازی و توسعه کالبدی تأیید می‌گردد.

جدول شماره ۹. رابطه بین پیاده‌راه‌سازی و توسعه از دیدگاه کسبه با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون

سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	بعد توسعه	رابطه بین پیاده‌راه‌سازی ۱۵ خرداد و توسعه منطقه ۱۲ تهران
۰/۰۰۰	۰/۶۶۴	اقتصادی	
۰/۰۰۰	۰/۷۴۸	اجتماعی - فرهنگی	
۰/۰۰۰	۰/۵۱۱	کالبدی	

نتیجه‌گیری

امروزه گردشگری شهری به‌عنوان صنعتی بزرگ از جایگاه قابل توجهی در میان حوزه‌های مختلف گردشگری برخوردار است. از آنجایی که مراکز شهری اغلب رابطه تنگاتنگی با کارکردهای تاریخی، فرهنگی و هنری، گذران اوقات فراغت و گردشگری دارند؛ نقاط قوت مناسبی جهت جذب گردشگر دارا می‌باشند. از جمله راهکارهای توسعه گردشگری شهری استفاده از پتانسیل‌های متعدد پیاده‌راه‌ها است؛ زیرا گردشگران جهت درک چشم‌انداز و عناصر زیباشناختی و ادراک غنای تاریخی و فرهنگی هنری و اجتماعی یک شهر در سطح شهرها عموماً پیاده حرکت می‌کنند. خیابان مخصوص عابر پیاده یک‌شکل از برنامه‌ریزی حمل‌ونقل است که به‌طور گسترده‌ای با فرهنگ شهری مرتبط است. در ایران، با سلطه تدریجی حرکت سواره بر فضاها و معابر شهری، از ارزش‌ها و جاذبه‌های اجتماعی فرهنگی فضاها شهری رو به نزول رفته است. از این‌رو موضوع گسترش فضاها پیاده و ساماندهی آن‌ها به‌ویژه در شهرهای بزرگ، مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. از سال ۱۳۸۸ خیابان ۱۵ خرداد، با ارائه طرح مسدود شدن عبور وسایل نقلیه از چهارراه گلوبندک تا خیابان ناصرخسرو، به پیاده‌راه تبدیل شد. از سویی منطقه ۱۲ به‌عنوان هویت تاریخی شهر تهران است زیرا توسعه گردشگری شهری خیابان ۱۵ خرداد که در محدوده این منطقه قرار دارد هم از نظر اقتصادی (وجود بازار) و هم از نظر اجتماعی و فرهنگی توانسته است موجبات گسترش و تسهیل گردشگری شهری و توسعه منطقه ۱۲ تهران را فراهم آورد. نتایج حاصل از بررسی تأثیر متغیرهای زمین‌های در میزان رضایت از پیاده‌راه‌سازی ۱۵ خرداد نشان می‌دهد با افزایش سن بر میزان رضایتمندی از پیاده‌راه‌سازی ۱۵ خرداد افزوده می‌شود. جنسیت پاسخگویان تأثیری بر رضایتمندی آنان نداشته است. همچنین با افزایش سواد و درآمد پاسخگویان از میزان رضایتمندی کاسته می‌شود. یافته‌های به‌دست‌آمده از توزیع پرسشنامه میان گردشگران مؤید تأثیر غیرقابل‌انکار پیاده‌راه ۱۵ خرداد در توسعه اجتماعی، اقتصادی و کالبدی منطقه ۱۲ بوده است. در مجموع یافته‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که اکثر پاسخگویان میزان تأثیر پیاده‌راه‌ها را در افزایش تمایل گردشگران برای بازدید از این منطقه در حد بالاتر از متوسط برآورد کرده‌اند. همچنین میانگین به‌دست‌آمده نشان می‌دهد، میزان اثرگذاری پیاده‌راه‌ها در امنیت منطقه، جذب گردشگران و افزایش آگاهی مردم نسبت به جاذبه‌های گردشگری بیشتر از حد متوسط و بیانگر توسعه اجتماعی - فرهنگی محور ۱۵ خرداد از دید گردشگران است. با این‌وجود از نظر گردشگران پیاده‌راه ۱۵ خرداد جز تأثیر در افزایش امکانات و خدمات موجود در منطقه نتوانسته است در سایر مؤلفه‌های مربوط به توسعه کالبدی اثری بگذارد. همچنین تأثیر پیاده‌راه‌سازی در افزایش تنوع شغلی، تعدیل قیمت اجناس، ایجاد فرصت‌های شغلی تازه و توسعه اقتصادی منطقه بیش‌ازحد متوسط است؛ بنابراین از نظر گردشگران پیاده‌راه‌ها ۱۵ خرداد نتوانسته است در توسعه اقتصادی محدوده ۱۵ خرداد نقش مهمی ایفا نماید. همچنین از دید کارشناسان نقش پیاده‌راه‌سازی در توسعه کالبدی، توسعه اقتصادی و اجتماعی فرهنگی بالاتر از حد متوسط است. در عین حال یافته‌های ضریب همبستگی پیرسون پژوهش نشان می‌دهد از دیدگاه کسبه، وجود رابطه بین پیاده‌راه‌سازی و توسعه کالبدی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی حتمی است. با مطالعه و بررسی محدوده مورد مطالعه و تحقیقات میدانی و تحلیل نتایج به‌دست‌آمده،

می‌توان راهکارهایی برای بهبود عملکرد پیاده راه‌ها خیابان ۱۵ خرداد تهران که قابل تعمیم به سایر پیاده راه‌هاست بدین شرح پیشنهاد نمود:

۱. استفاده از عناصر تفکر برانگیز و بومی (تندیس، آب‌نما و ...) جهت تقویت هویت اجتماعی و فرهنگی پیاده راه؛
۲. ایجاد فضاهای بهداشتی متناسب با حجم و تعداد انبوه گردشگران به منطقه مرکزی بازار؛
۳. ساماندهی مشاغل دوره‌گردی، خرده‌فروشان و جلوگیری از مشاغل نامتناسب و ناهمگون؛
۴. بهسازی معابر ورودی پیاده راه باهدف جذب بیشتر گردشگران در تمامی ساعات شبانه‌روز؛
۵. ساماندهی و بهبود وضعیت کالبدی پیاده راه‌ها به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در رونق مراکز خرده‌فروشی سنتی؛
۶. ارتقا سطح آگاهی استفاده‌کنندگان از فضای پیاده راه نظیر کسبه و عموم مردم در زمینه اهمیت پیاده راه‌سازی؛
۷. ایجاد و بهبود خدمات شهری چون پارکینگ طبقاتی در محدوده بازار و بهبود امکاناتی چون مبلمان شهری در محدوده پیاده راه؛
۸. توجه هر چه بیشتر مسئولان و مدیران شهری جهت الگوبرداری صحیح از تجارب ارزنده در این خصوص به‌منظور کاهش نقاط ضعف پیاده راه‌ها.

منابع

- (۱) پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۹۰) گردشگری ماهیت و مفاهیم، تهران: انتشارات سمت.
- (۲) پور زندی، محمد و امینیان، ناصر (۱۳۹۴) ارزیابی قابلیت‌های بازآفرینی پیاده راه‌های گردشگری از منظر توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: خیابان ۱۵ خرداد تهران)، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، تابستان ۱۳۹۴، سال ۳، شماره ۱۱، صص. ۲۱-۱.
- (۳) جوری، آمنه؛ سرور، رحیم؛ منیری، جاوید (۱۳۹۴) بررسی امکان ایجاد پیاده راه‌های گردشگری در مراکز شهری (مورد شناسی: مرکز شهر زنجان)، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری- منطقه‌ای، سال ۵، شماره ۱۵، صص. ۱۴-۵.
- (۴) حبیبی، محسن و نوید پور، محمدرضا (۱۳۹۲) فضاهای عمومی و زندگی جمعی در شهر تاریخی ورامین، مجله هویت شهر، پاییز دوره ۷، شماره ۱۵، صص. ۱۴-۵.
- (۵) خانلو، نسیم و تاجیک، علی (۱۳۹۴) بررسی پیاده راه شهری پایدار با رویکرد تقویت تعاملات اجتماع‌محور (نمونه موردی: پیاده راه خیابان سپهسالار)، کنفرانس بین‌المللی انسان، معماری، عمران و شهر، ۲۵ خرداد ۱۳۹۴ تبریز، مرکز مطالعات راهبردی معماری و شهرسازی، صص. ۱۰-۱.
- (۶) رهنمایی، محمدتقی؛ ملک نیا، محبوبه؛ جهانیان، منوچهر (۱۳۹۰) نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری شهر تهران، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، پاییز ۱۳۹۰، دوره ۳، شماره ۴، صص. ۱۰۱-۸۳.
- (۷) ساسان پور، فرزانه (۱۳۸۹) مبانی پایداری توسعه کلان‌شهرها با تأکید بر کلان‌شهر تهران، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
- (۸) ساسان پور، فرزانه و حمیدی، روناک (۱۳۹۴) نقش پیاده گستره بر توسعه گردشگری شهری منطقه ۱۲ تهران (مطالعه موردی خیابان ۱۵ خرداد و کوچه مروی)، دومین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی، ۲۵ مهرماه ۱۳۹۴ تهران، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار، صص. ۹-۱.
- (۹) سعیدنیا، احمد و مهدی زاده، جواد (۱۳۹۱) گردشگری شهری، کتاب سبز شهرداری، جلد ۳، تهران: انتشارات سازمان شهرداری و دهیاری کشور.
- (۱۰) سلطانی، سحر و شهنوشی، ناصر (۱۳۹۱) اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری عمده شهرستان مشهد از منظر گردشگران داخلی، فصلنامه مطالعات گردشگری، بهار و تابستان دوره ۱، شماره ۱، صص. ۱۷-۵.
- (۱۱) کوبکی، لیلیا؛ ایزدی خرامه، حسن؛ عبدالمهدی، رحمت‌الله؛ سلیمانی، رقیه (۱۳۹۱) حیات جمعی در فضای عمومی سبز راه، نگرشی بر تنوع فرهنگی اجتماعی استفاده از فضا (مطالعه موردی: پارک خطی باغ بلند شیراز)، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، زمستان ۱۳۹۱، سال ۳، شماره ۱۱، صص. ۹۷-۱۱۴.
- (۱۲) میهوت، محمدرضا و قدمگاهی، نرگس (۱۳۹۲)، ارائه راهکارهایی جهت توسعه پایدار گردشگری شهری چنان‌را با استفاده از

- مدل SWOT، همایش ملی معماری، شهرسازی و توسعه پایدار با محوریت از معماری بومی تا شهر پایدار، ۲۵ دی ماه ۱۳۹۲ مشهد، موسسه آموزش عالی خاوران، صص. ۱۳-۱.
- ۱۳) مهندسان مشاور باوند، ۱۳۸۵، طرح تفصیلی منطقه ۱۲ تهران، شهرداری تهران.
- 14) Aksoz, O. & BÂCdorin, P. (2012) the importance of urban tourism for hotel marketing policies; the case of Eskisehir, geo journal of tourism and geo sites, Vol.9, No.1, pp.1- 11.
- 15) Bates, K. (2013) making pedestrian malls work; key elements of successful pedestrian malls in the US and Europe, TERMINAL PROJECT Presented to the Department of Planning, Public Policy, & Management of the University of Oregon in partial fulfillment of the requirements.
- 16) Butler, R.W. (2000) Seasonality in tourism: issues and impilication s. In A.V. Seaton(ed.) Tourism A State of the Art Chichester: Wiley, pp. 339-332.
- 17) Acer Handan, Demir. & Isa, Cakiroglu. & Ummugulsum, Alyuz. & Goksel, Demir. (2016) Evaluation Environmental and Social Impacts of Pedestrianization in Urban Historical Areas: Istanbul Historical Peninsula Case Study, Journal of Traffic and Logistics Engineering, Vol.4, No.1, pp.83-87
- 18) Fruin, J. (1971) pedestrian planning and design, Metropolitan Association of Urban Designers and Environmental Planners.
- 19) Hass-Klau, C. (2015) The pedestrian and city” Belhaven Press, 1990 - City planning , New York, NY 10017.
- 20) Kousis, M. (1994) tourism and environment: A social movements perspective, Annals of tourism research, Vol.27, No.2, pp.267-552.
- 21) Litman, T.A. (2014) Economic Value of Walkability. Paper, Victoria Transport Policy Institute, presented at the Transportation Research Board. In 82nd Annual Meeting.
- 22) Melia, S. & shergold, B. (2016) Pedestrianisation and politics, evidence gaps and a case study of Brighton old town, The University of west England.
- 23) Nabi, Najafi. & Gh, Rashidi. & Hesari, E. & Jeddi, A. & Fatallahzadeh, F. (2016) Strategic Planning of Regional Tourism with Sustainable Development Approach; Case Study: Khaf Region, Journal of Civil Engineering and Urbanism, Vol.6, No.1, pp.7-15.
- 24) Neto, L. (2015) The Walkability Index Assessing the built environment and urban design qualities at the street level using open-access omnidirectional and satellite imagery, Thesis, Manchester university.
- 25) Newman, L. & Waldron, L. (2012) Towards Walkable Urban Neighborhoods, Publisher: University of Toronto Press.
- 26) Pearce, D. (2001) An integrative framework for urban tourism research, Annals of Tourism Research, Vol.28, No.4, pp.926-946.
- 27) Popescu, R. I. & Corbos, R.A. (2010) the role of the urban tourism in strategical development of brasov area, Theoretical and Empirical Researches in Urban Management Number, Vol.7, No.16, pp.69-85.
- 28) Rauterkus, S.Y. & Miller, N. (2011) Residential land values and walkability, Journal of Sustainable Real Estate, Vol.3, No.1, pp.23-43.
- 29) Rauterkus, S.Y. & Miller, N. (2011) Residential land values and walkability, Journal of Sustainable Real Estate, Vol.3, No.1, pp.23-43.
- 30) Sharpley, R. & Telfer, Dj. (2012) tourism and development, Second edition, Routledge, Taylor & Francis Group, LONDEN & NEW YORK.
- 31) Söderholm, D. (2008) the commercial structure of pedestrian streets and shopping districts_three cases from finland, Master’s thesis Planning geography, Supervisor: Harry Schulman, University OF Helsinki Department OF Geography.
- 32) Yuen-han, L. (2009) An empirical study of the impact of a pede strianisation scheme on retail rental values in the neigh bourhood, Includes bibliographical references, Thesis (B.Sc)-University of Hong Kong, pp. 115-109.
- 33) Zamfir, A. & Corbos, R. (2015) Towards Sustainable Tourism Development in Urban Areas: Case Study on Bucharest as Tourist Destination, Journal Sustainability, Vol.7, No.9, pp.12709-12722.