

بررسی عوامل مؤثر بر مطلوبیت پیاده راه‌ها با رویکرد گردشگری شهری (مطالعه موردی: پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت)^۱

زینب یزدان پناه^۱، مریم جعفری مهرآبادی^{۲*}، اصغر شکرگزار^۳

۱ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه گیلان،

۲ استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه گیلان

۳ استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه گیلان،

چکیده

پیاده راه‌های شهری یکی از فضاهای مهم شهری اند که علاوه بر این که محل تعاملات اجتماعی و نیز گذران اوقات فراغت شهروندان می‌باشند، مورد توجه خاص گردشگران امروزی هم هستند. از این رو، این فضاها باید از لحاظ دسترسی، آسایش و راحتی، امنیت، زیبایی شناسی، هویت بصری و کاربری‌های مرتبط با نیازهای گردشگران، از کیفیت و تناسب لازم برخوردار باشند. از آنجا که بخشی از محدوده مرکزی شهر رشت، تبدیل به پیاده راه شده است و بسیاری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی و مراکز خرید سنتی و جدید را در خود جای داده است، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فضاهای گردشگری این شهر مطرح است. هدف پژوهش حاضر ابتدا بررسی وضعیت موجود این پیاده‌راه براساس چهار معیار: (دسترسی، آسایش و راحتی، تصویرپذیری و کاربری و فعالیت‌ها) و سپس ارزیابی تأثیر هر یک از این معیارها بر مطلوبیت این پیاده راه برای گردشگران بوده است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی، و شیوه گردآوری اطلاعات، اسنادی و پیمایشی است. جامعه آماری، گردشگرانی هستند که به صورت پیاده از محدوده مرکزی شهر رشت بازدید کرده‌اند. حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۳۲۲ نفر بوده است. از آزمون تی تک نمونه‌ای و رگرسیون چندگانه برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داده است: درمجموع از بین چهار شاخص مهم و اثرگذار بر مطلوبیت پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت بر اساس نظر گردشگران، شاخص‌های تصویرپذیری، آسایش و راحتی و شاخص وجود کاربری‌ها و فعالیت‌های خاص گردشگری وضع مناسبی دارند؛ (بالتر از میانگین متوسط). همچنین، نتایج مدل رگرسیونی حاکی از تأثیرگذاری مثبت شاخص‌های چهارگانه تحقیق بر مطلوبیت پیاده راه مورد مطالعه است که از این میان، شاخص تصویرپذیری، بیشترین تأثیر را بر مطلوبیت پیاده راه برای گردشگران داشته است و بعد از آن، به ترتیب شاخص‌های دسترسی، وجود کاربری‌های خاص گردشگری و سپس شاخص آسایش و راحتی قرار دارند.

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۶/۲۹

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۲/۰۵

کلید واژه‌ها:

پیاده راه، گردشگری

شهری، رشت

مقدمه

حرکت پیاده، قدیمی‌ترین و ضروری‌ترین شکل جابه‌جایی انسان در محیط است؛ و پیاده‌روی هنوز مهم‌ترین امکان برای مشاهده مکان‌ها و فعالیت‌ها، احساس شور و تحرک زندگی و کشف ارزش‌ها و جاذبه‌های نهفته در محیط می‌باشد. پیاده‌روی دارای اهمیت اساسی در ادراک هویت فضایی، احساس تعلق به محیط و دریافت کیفیت‌های محیطی است؛ بنابراین، چهره‌ی شهر بیشتر از طریق گام زدن در فضای شهری احساس می‌شود (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۱۳). پیاده راه‌های گردشگری، به‌عنوان مکانی برای فعالیت‌های تفریحی رایج و پرطرفدار، امکان ارتباط متقابل شهر را برای بازدیدکنندگان مناطق شهری فراهم می‌کند.

^۱ مقاله حاضر برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد در دانشگاه گیلان با عنوان بررسی مطلوبیت پیاده راه‌های شهری با رویکرد فراغتی-گردشگری (نمونه موردی: پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت) می‌باشد. این پایان‌نامه مورد حمایت شهرداری رشت بوده است.

* نویسنده مسئول (jafarimehrabadi@gmail.com)

پیاده‌روی، این امکان را به مردم می‌دهد تا درک و آگاهی آن‌ها نسبت به محیط شهری و ارزش‌های فرهنگی این نواحی افزایش یابد (محمدپور زرندی و امینیان، ۱۳۹۴: ۶). مشاهده مکان‌ها موجب کسب اطلاعات جدید می‌شود و از بین نیازهای مختلف گردشگران (نظیر: آرامش، آسایش، هیجان، تنوع و کشف) بیشتر به نیاز کشف پاسخ می‌دهد و از این نظر جذابیت زیادی دارد (مرادپور و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۰). بنابراین، اهمیت تجهیز و بسترسازی پیاده راه‌ها برای گردشگران شهری به آنان امکان می‌دهد که از نزدیک با فضای شهری و شهروندان در تماس باشند. هرچه مدت زمان توقف گردشگران در شهری بیشتر باشد، به همان نسبت فرصت تأثیرپذیری و تأثیرگذاری جامعه میزبان و مهمان بر یکدیگر بیشتر می‌شود و بهتر انجام می‌گیرد. این همان فرصت و زمانی است که شهروندان، برای ابراز پذیرش خویش به مهمانان نیاز دارند (رهنمایی، ۱۳۹۰: ۷۵). اکثر شهرها، محدوده‌های کوچکی دارند که در ارتباط با حضور گردشگران و ساکنین، جاذبه‌های شهری را به نمایش می‌گذارند؛ مانند: محدوده تجاری-تفریحی، محدوده تجاری-توریستی و محدوده توریستی-مرکزی. تجمع منابع توریسم و غیر توریسم، این مکان‌ها را برای ساکنین محلی و گردشگران جذاب و خوشایند می‌کند (اسلامی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۹). البته، پیاده راه‌ها یک امتیاز مهم برای جذب گردشگران به حساب می‌آیند؛ زیرا، تجربه پیاده روی لذت بخش و جذاب می‌تواند بر درک هرچه بهتر گردشگران تأثیر بگذارد و یک تصویر خوب و مثبت از مکان ایجاد کند. بنابراین، علی‌رغم تلاش برای بهبود کیفیت فیزیکی خیابان‌ها و فضاهای باز در داخل شهر، باید مسایل مربوط به قابلیت پیاده روی در راستای تأمین نیازها و اهداف گردشگران را مورد توجه قرار داد (ویانگ و مزلم، ۲۰۱۵: ۵۷-۵۸). ساماندهی و احیای مراکز شهری با استفاده از پیاده راه‌ها، علاوه بر تحقق هدف حفاظتی این بافت‌ها به دلیل ارتقای کیفی فضاهای مربوطه و تجهیز مناسب آن‌ها، نه تنها نیازهای ساکنان به فضاهای مطلوب شهری برای زندگی جاری را تأمین می‌کند بلکه چرخ‌های توسعه گردشگری در این بافت را فعال می‌کند و این امر نه تنها موجب افزایش هویت اجتماعی و فرهنگی مجموعه بافت می‌شود بلکه راهکارهایی مؤثر و تجربه‌شده برای ایجاد و بازتولید عرصه‌های عمومی و هویت از دست‌رفته و خاطرات زوده شده از بافت‌های تاریخی شهرهای ایران است (رهنمایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۰). از این رو، توجه به نیازهای ویژه گردشگران شهری هنگام حضور در پیاده راه‌های موجود در مراکز تاریخی و مهم شهرها، از ضروریات برنامه ریزی شهری در عصر حاضر است.

طی سال‌های اخیر، در شهر رشت که یکی از مهم‌ترین شهرهای توریستی کشور محسوب می‌شود سیاست پیاده‌مداری اعمال شده است و محدوده مرکزی این شهر تبدیل به پیاده راه شده است. با توجه به این که یکی از راهبردهای بازآفرینی شهری در سطح جهانی، تبدیل شدن شهر به محیطی جذاب برای زندگی و نیز تبدیل شدن به قطب گردشگری در مقیاس منطقه‌ای و جهانی (طالبی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۰) است، سیاست پیاده‌مداری شهر رشت نیز در همین راستا اعمال شده است. محدوده مرکزی این شهر که بسیاری از جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی و مراکز خرید سنتی و جدید را در خود جای داده است، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فضاهای گردشگری این شهر مطرح است و اکثر گردشگرانی که به شهر رشت سفر می‌کنند، حداقل یک بار از پیاده راه این محدوده مرکزی بازدید کرده‌اند. چرا که، فارغ از جذابیت پیاده روی، به عنوان یک فعالیت مورد علاقه گردشگران امروزی، بسیاری از عناصر تاریخی-فرهنگی و فراغتی نیز در این مسیر پیاده و در نزدیکی آن متمرکز شده است. این پیاده راه با دارا بودن جاذبه‌های گردشگری همچون: بنای کتابخانه ملی، ساختمان قدیمی شهرداری و پست، المان‌های بومی، نزدیکی به بازار قدیمی و سنتی شهر، نزدیکی به کلیسا و خانه میرزا کوچک خان و ... چنان چه با شاخص‌های مطلوب گردشگری منطبق باشد، می‌تواند تجربه مطلوبی را برای گردشگران فراهم آورد. بنابراین، سنجش کیفیت این پیاده راه با شاخص‌های ویژه مسیرهای پیاده گردشگری با هدف رضایت گردشگران شهری، از ضروریاتی است که این پژوهش به دنبال آن بوده است.

سؤالاتی که پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به آنها بوده است عبارتند از:

- ۱) میزان مطلوبیت پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت برای گردشگران شهری در چه سطحی است؟
- ۲) مهم‌ترین شاخص‌های پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت- که در مطلوبیت پیاده راه برای گردشگران تأثیر دارند- به ترتیب کدامند؟

پیشینه تحقیق

ابراهیم‌زاده و اسفندیاری مهنی در سال ۱۳۹۷ در مقاله‌ای با عنوان «بررسی نقش پیاده راه‌های شهری در توسعه گردشگری پایدار مطالعه موردی؛ خیابان ۱۵ خرداد شهر تهران» به ارزیابی این پیاده راه در توسعه اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و کالبدی منطقه ۱۲ تهران پرداخته‌اند. یافته‌های به دست آمده از توزیع پرسش نامه میان گردشگران مؤید تأثیر غیرقابل انکار 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.

رحیمی نژاد در سال ۱۳۹۵ در مقاله‌ای با عنوان «تبدیل خیابان‌های شاخص شهری به پیاده راه با رویکرد گردشگری» با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و همچنین، تحلیل اطلاعات با روش سوات، راهبردهایی را در جهت تبدیل خیابان شهدای خرم‌آباد به پیاده راه ارائه گردیده است. نتیجه این پژوهش نشان داده است که: با تبدیل کردن خیابان‌ها به پیاده راه‌ها با رویکرد گردشگری، باعث رشد اقتصاد شهر، مقیاس انسانی در فضای شهری، امکان ایجاد تسهیلات گذران اوقات فراغت در مسیر پیاده راه، بازنده سازی خاطرات تاریخی در پیاده راه و غیره می‌شود. همچنین، به ارتقای تعاملات اجتماعی و نهایتاً توسعه پایدار شهری دست خواهیم یافت (رحیمی نژاد، ۱۳۹۵).

منیری فر و اسعدی در سال ۱۳۹۵ مقاله‌ای با عنوان «اهمیت و نقش پیاده راه در توسعه گردشگری» منتشر کرده‌اند. این پژوهش تحلیلی-کاربردی و مبتنی بر روشی کمی در تحلیل داده‌ها است. برای تحلیل نظرات ساکنان از فن پرسش نامه استفاده شده است. نتایج تحلیل نشان می‌دهد: محور پیاده تربیت شهر تبریز اثرات مثبت انکارناپذیری بر جذب گردشگری داشته و از عوامل مهم جذب گردشگری داخلی و خارجی می‌باشند و نیز، مکانی برای تبلور فرهنگ بومی و ملی می‌باشند که به دنبال خود ارتباط انسان با زمان، تداوم تاریخی، فرهنگ، سنت، هویت و خاطره را در پی دارد (منیری فر و اسعدی، ۱۳۹۵).
حجتی در سال ۱۳۹۴ مقاله‌ای با عنوان «ارتقای گردشگری شهری با رویکرد پیاده راه‌سازی» را مورد بررسی قرار داده است. هدف از این پژوهش، ارتقای گردشگری شهری در راستای ساماندهی و توجه به بافت کهن خیابان حافظ شیراز با رویکرد پیاده راه‌سازی می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی-تحلیلی می‌باشد؛ به این صورت که با استفاده از فن سوات، به بررسی محور از لحاظ ایجاد پیاده راه پرداخته و سپس بر مبنای مطالعات، گزینه‌های پیشنهادی جهت ایجاد انواع پیاده راه عنوان گردید. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که: از میان گزینه‌های ارائه شده، یک طرفه نمودن این محور و عریض کردن پیاده‌روی آن (عرض پیاده‌رو از عرض سواره‌رو بیشتر باشد) در بین دو گروه با اختلاف کمی پذیرفته شده است (حجتی، ۱۳۹۴).

اسمعیلی و همکاران در سال ۱۳۹۴ مقاله‌ای با عنوان «بررسی میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت پیاده راه‌های گردشگری (ناهارخوران-گرگان)» را مورد بررسی قرار داده‌اند. هدف از این پژوهش بررسی میزان رضایت مندی گردشگران از کیفیت پیاده راه‌های گردشگری است. روش پژوهش حاضر «توصیفی-تحلیلی» بوده و پرسش نامه به‌عنوان ابزار تحقیق در آن مورد استفاده قرار گرفته است. در نهایت، نتایج این تجزیه و تحلیل به دست‌اندرکاران و مسئولان شهری کمک خواهد کرد تا با طراحی استراتژی‌های مؤثر، رضایت گردشگران را تقویت نمایند (اسمعیلی و همکاران، ۱۳۹۴).

وورال ارزلان^۱ و همکاران در سال ۲۰۱۸ پژوهشی تحت عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر پیاده مداری در خیابان‌های خرید شهرهای توریستی مطالعه موردی: شهر بورسا، ترکیه» ارائه کرده‌اند. هدف این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر پیاده مداری از دیدگاه ساکنان منطقه بورسا است و این که آیا این عوامل با عوامل شناسایی شده توسط مؤلفان مطابقت دارد یا خیر. به همین منظور، از دو روش تحلیل متفاوت استفاده شده است: رویکرد کیفی: روش مشاهده و رویکرد کمی: پرسش نامه. شاخص‌های مؤثر بر پیاده مداری در این پژوهش عبارتند از: دسترسی، راحتی و آسایش، زیبایی بصری، ایمنی و امنیت، دلبستگی. با این حال، در نتیجه بررسی انجام شده برای عابران پیاده در بورسا، مشخص شده است که: مهم‌ترین عوامل

¹ Vural Arslan

دسترسی، راحتی و آسایش، ایمنی و امنیت و دلبستگی است و عامل زیبایی شناسی بصری به عنوان پتانسیل گردشگری بورسا اظهار شده است.

هندرسون^۱ در سال ۲۰۱۸ پژوهشی با عنوان «ساخت شهرهای پیاده مدارتر برای گردشگران: مطالعه ای از خیابان‌های سنگاپور» انجام داده است. هدف این پژوهش بررسی معانی و ارتباط دو مفهوم پیاده مداری و گردشگری در شهرهای مدرن آسیا و موانع اجرایی آن است. همچنین، اشاره ویژه‌ای به شرایط موجود در شهر سنگاپور و نحوه تأثیرگذاری سیاست‌های برنامه‌ریزی و حمل و نقل شهری بر پیاده روی گردشگران شده است. براساس یافته‌های به دست آمده به نظر می‌رسد که دولت به طور مؤثر سیاست‌هایی دنبال می‌کند تا هم پیاده‌روی و هم دوچرخه‌سواری توسط ساکنان به عنوان مؤلفه‌های راهبردی به منظور بهبود وضعیت زندگی تشویق شوند. همچنین، ابتکارات متعددی که بر راحتی و لذت بردن گردشگران در زمان پیاده روی در شهر تأثیر می‌گذارد، شناسایی شده است؛ اما، با این حال، کاستی‌هایی نیز در شهر سنگاپور به عنوان مقصدی برای پیاده‌روی وجود دارد.

رام و هال^۲ در سال ۲۰۱۸ در پژوهشی با عنوان «گردشگری پیاده در شهرها: معرفی موضوعی ویژه» به ارزیابی در خصوص پیاده روی و ارتباط آن با گردشگری پرداخته‌اند. و پیاده روی را به عنوان یکی از رایج‌ترین فعالیت‌های گردشگران هنگام مسافرت تعریف نموده‌اند.

اویانگ و مزلم^۳ در سال ۲۰۱۵ مقاله‌ای با عنوان «قابلیت پیاده‌روی و دلبستگی به مکان‌های گردشگری در شهر کوالالامپور، مالزی» تدوین کرده‌اند. در این مقاله مسایل مربوط به پیاده‌روی و تجربه بازدیدکنندگان از اماکن گردشگری در شهر کوالالامپور نشان داده شده است. یافته‌ها بیانگر این بوده که: لذت بردن در هنگام پیاده‌روی، به میزان دسترسی بازدیدکنندگان به فعالیت‌ها و همچنین وابستگی کارکردی به مکان‌ها بستگی دارد.

بلگا^۴ در سال ۲۰۱۳ در مقاله‌ای با عنوان «مناطق پیاده به عنوان مهم‌ترین راهبردهای شهری در توسعه مجدد شهرها (مطالعه موردی: شهر آلبا ایولیا)» بر ویژگی‌های اصلی و مزایای پیاده راه‌ها تمرکز می‌کند و تلاش می‌کند تا انواع تأثیرات این منطقه را بر جامعه، اقتصاد و گردشگری مشخص کند.

با مروری بر پژوهش‌های مطرح‌شده به نظر می‌رسد: بیشتر این مطالعات باهدف نقش پیاده راه در توسعه گردشگری صورت گرفته است. در تحقیق حاضر عناصر پیاده راه در راستای جذب گردشگر مورد بررسی قرار گرفته است و سنجش مطلوبیت پیاده راه به طور مشخص با توجه به هدف گردشگری انجام شده است.

مبانی نظری

گردشگری شهری

طبق نظر لیتزوسکی^۵ (۱۹۹۵)، فضای گردشگری به لحاظ عملکردی بخشی (زیرمجموعه) فضای جغرافیایی عمومی است؛ یعنی: فضایی که شامل عناصر طبیعی سطح زمین (محیط طبیعی)، اثرات پایدار فعالیت انسانی (محیط اقتصادی) و نیز محیط انسانی در معنای اجتماعی است (لیتزوسکی، ۲۰۰۹: ۵۸). در این میان نواحی شهری به علت آن‌که جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند (ابراهیم‌زاده و اسفندیاری مهنی، ۱۳۹۷: ۱۳۲). از آن‌جایی که کشورهای درحال توسعه به سوی شهرنشینی پیش می‌روند، گردشگری شهری به عنوان یکی از مهم‌ترین اجزای گردشگری به شمار رفته و با تمرکز بر مقاصد شهری، یکی از روبه رشدترین اشکال گردشگری محسوب می‌شود (آکسوز و باک^۶، ۲۰۱۲: ۸). درواقع، گردشگری شهری نوعی گردشگری است که شهروندان علاقه‌مند به جاذبه‌های مختلف همانند فرهنگی، تاریخی، مذهبی و طبیعی ضمن گردش مسئولانه، بخشی از اوقات فراغت خود را در این اماکن می‌گذرانند (هایم و

¹ Henderson

² Ram & Hall

³ Ujang and Muslim

⁴ Blaga

⁵ Liszewski

⁶ Aksoz & Bac

لوک^۱، ۲۰۰۲: ۳۷). از این رو، وقتی شهرها به عنوان شهری گردشگرپذیر عمل کرده و توسعه می‌یابند، چهار ویژگی قابل قبول و متداول شهرها شامل: تراکم زیاد فیزیکی، ساختار مردم، گوناگونی فرهنگی-اجتماعی و چند نقش‌گرایی اقتصادی و مرکزیت عینی در شبکه داخل شهری و منطقه‌ای با فشردگی بیشتری در ساختار و ماهیت گردشگری حل می‌شوند. گردشگری شهری به‌عنوان یکی از انواع نوین گردشگری در راستای توسعه شهرها و علاقه‌مندی گردشگران به جاذبه‌های شهری با شتابی فزاینده در حال تقویت و گسترش است. این نوع گردشگری از دهه ۱۹۹۰ به‌عنوان زمینه مطالعاتی مهمی مطرح شده است و حجم زیادی از پژوهش‌های مربوط به این حوزه در سراسر جهان در زمینه گردشگری شهری صورت می‌گیرد (پیرس^۲، ۲۰۰۱: ۹۲۶).

پیاده راه

اصطلاح پیاده‌راه در چند دهه اخیر در مقابل خیابان که مخصوص حرکت سواره است بیشتر متداول گشته است (معینی، ۱۳۹۱: ۲۱). واژگانی همچون پیاده‌راه خرید^۳، محدوده‌ی بدون اتومبیل یا حوزه‌ی دارای محدودیت اتومبیل^۴، پیاده‌راه، ناحیه‌ی پیاده^۵، پیاده‌راه تفرجی^۶ و قلمرو بدون تردد اتومبیل^۷ در کشورهای مختلف به کار برده می‌شوند. از طرفی، پیاده‌راه‌ها قسمتی از فضاهای شهری شناخته شده‌اند که به دلایل ویژه، عمدتاً به خاطر دارا بودن برخی پتانسیل‌های خاص در تمام یا بخشی از ساعات شبانه روز کاملاً بر روی حرکت سواره بسته شده و به‌طور کامل به حرکت عابران پیاده اختصاص می‌یابند (کوان^۸، ۲۰۰۸: ۲۸۵). همچنین، پیاده راه فضایی سرزنده، امن و راحت برای حضور گروه‌های مختلف اجتماعی، برقراری تعاملات اجتماعی و انجام فعالیت‌های اختیاری ایجاد می‌نماید که در آن کاربری‌های متنوع قرار دارند (کاشانی جو، ۱۳۹۵: ۵۴). عموماً، خیابان‌های پیاده شاخصه‌هایی مانند: خدمات و امکانات برای استراحت، تفریح و فراغت یا دامنه‌ای از فعالیت‌های گوناگون را در خود دارند. سیمای زمین و محوطه‌سازی آن‌ها معمولاً با گیاهان و گل‌ها و آب‌نماها صورت گرفته است؛ این خیابان‌ها با فعالیت‌های مختص آسایش کودکان را دارا می‌باشد و آسایش و راحتی بزرگسالان را نیز دربر می‌گیرد. روشنایی خیابان با توجه به مقیاس انسانی و به‌خصوص تأمین کیفیتی چون ایمنی در نظر گرفته می‌شود و در نهایت خیابان مانند یک فضای شهری عمل می‌کند و وجود مبلمان شهری مانند نیمکت و میزها نیز فضایی برای تعاملات اجتماعی به وجود می‌آورند. حوزه‌های پیاده شامل: مناطق مخصوص پیاده، همچون بازارها، اموال و پیاده راه‌ها می‌باشد (رسولی و رحیم دخت خرم، ۱۳۸۸: ۱۰۵).

بنابراین، آن‌چنان‌که از تعاریف ذکر شده مشخص است، پیاده راه‌سازی می‌تواند در انواع مختلف انجام شود. پیاده راه تمام-وقت: که هیچ‌گونه وسیله نقلیه ای 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 و نهایتاً، شبه مال‌ها: که در آن ورود وسایل حمل و نقل مجاز است اما محدودیت سرعت در آن وجود دارد و اولویت با عابر پیاده است (دمیر^۹ و همکاران، ۲۰۱۶: ۸۳). همچنین، بر اساس آنچه ارائه شد، تقریباً تمامی صاحب نظران و حرفه‌مندان به‌طور مشترک بر این نکته اتفاق نظر دارند که: جنبه اجتماعی ایجاد و توسعه پیاده راه‌ها، بسیار مهم بوده آن‌چنان‌که، می‌توان اصل فلسفه وجودی این فضاهای شهری پیاده مدار را صرفاً عملکردهای فیزیکی و ارتباطی، تثبیت و تقویت برخی کاربری‌ها و مسائل اقتصادی بلکه گسترش ارتباطات و تعاملات اجتماعی-فرهنگی و ایجاد مقیاس انسانی در عرصه عمومی دانست (کاشانی جو، ۱۳۹۵: ۵۶).

¹ Higham & Lueck

² Pearce

³ Pedestrian Mall

⁴ Car Free Zone or Auto Restricted Zone

⁵ Pedestrian Only, Pedestrian Zone

⁶ Pedestrian Promenade

⁷ Traffic Free Zone

⁸ Cowan

⁹ Demir

پیاده راه گردشگری

پیاده روی یکی از رایج ترین فعالیت هایی است که گردشگران هنگام مسافرت انجام می دهند. با این حال در تحقیقات گردشگری نادیده گرفته می شود (رام و هال، ۲۰۱۸: ۲۸۱)؛ در واقع، پیاده روی نوعی حمل و نقل فعال است که به دو صورت تصور می شود: در مرحله اول پیاده روی یک شیوه حمل و نقل در رسیدن به جاذبه ها می باشد که آن را حمل و نقل هدفمند یا سودمند توصیف کرده اند؛ شکل دوم پیاده روی برای تفریح یا اوقات فراغت است که پیاده روی به خودی خود هدف است و وسیله ای برای رسیدن به جایی نیست (کاروپیا و بلو بادا^۱، ۲۰۱۸: ۱۹۹). در واقع، مسیرهای پیاده گردشگری به عنوان یک گونه از انواع فضاهای شهری مکان هایی می باشند که فعالیت انتخابی گردشگری شهری را در خود جای می دهند (محمدی و چنگلویی، ۱۳۹۲: ۱۶). از این رو، پیاده راه گردشگری، به فضای طراحی شده شهری که با مقوله پیاده روی و گردشگری، در ارتباط مستقیم می باشد، اشاره دارد. پیاده راه گردشگری، مکانی است که ساکنین و بازدیدکنندگان آن، با هر سن و درجه ای از توانایی (حرکتی) می توانند جذابیت و دلپذیری، آسایش و راحتی و امنیت را در هنگام پیاده روی، نه فقط در هنگام فراغت بلکه در زمان استفاده از امکانات و تسهیلات (نما و فضا) و در حین تردد، احساس کنند (محمدپور زرندی و امینیان، ۱۳۹۴: ۶).

روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر توصیفی-تحلیلی است. برای گردآوری اطلاعات از روش اسنادی و پیمایشی (با بهره گیری از ابزار پرسش نامه)، استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر، گردشگرانی است که به صورت پیاده از محدوده مرکزی شهر رشت بازدید کرده اند. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه شده که برابر با ۳۲۲ نفر می باشد که با توجه به آمار تعداد گردشگران ورودی به شهر (مصاحبه با کارشناسان گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهر رشت در سال ۱۳۹۶) که ۳۰۲۱۴۸۸ نفر بوده، برآورد شده است. پرسش نامه شامل ۵۰ گویه بوده که پس از مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق و تأیید روایی صوری آن طبق نظر کارشناسان، در بین نمونه آماری توزیع گردید. برای سنجش پایایی، ۳۰ پرسش نامه در بین گردشگران توزیع شده و مقدار آلفای کرونباخ برای گویه های پرسش نامه ۰/۹۱۳ بوده است. داده های گردآوری شده با بهره گیری از نرم افزار SPSS23 و با استفاده از آزمون های آماری T تک نمونه ای و رگرسیون چندگانه تجزیه و تحلیل شده است. با توجه به مبانی نظری در تطابق با اهداف گردشگری مسیرهای پیاده گردشگری و نیز شناخت از محدوده مورد مطالعه، مولفه های سنجش میزان مطلوبیت پیاده راه برای گردشگران انتخاب شده است که در جدول زیر نشان داده شده است. لازم به ذکر است: هر مولفه با ارایه تعدادی شاخص و گویه به منظور ارزیابی از منظر کاربران فضا (گردشگران شهری) تعریف می گردد.

مؤلفه	شاخص	گویه در پرسشنامه
دسترسی (جنگلوز، ۱۹۶۱، کوبن لینگ، ۱۹۸۱، میلتون و کلارک، ۲۰۰۱، کرونا، ۲۰۰۳، معینی، ۱۳۸۵، زنجیر و رئیس اسماعیلی، ۱۳۸۹، هرنزی و فرخی، ۱۳۹۲، محمدپور زرندی و امینیان، ۱۳۹۴)	دسترسی به پارکینگ	تعداد پارکینگ موجود در محدوده ظرفیت پارکینگ های عمومی در محدوده
	دسترسی به حمل و نقل عمومی	میزان دسترسی به محدوده پیاده راه با وسایل حمل و نقل عمومی مانند: اتوبوس و تاکسی تعداد خودروهای برقی در محدوده پیاده راه میزان دسترسی به کاربری های خدماتی مانند: اداره پست، مرکز مخابرات، آتش نشانی و ... میزان دسترسی به خدمات بانکی (بانک و دستگاه خودپرداز)
دسترسی به سرویس بهداشتی	میزان دسترسی به خدمات سرویس بهداشتی میزان دسترسی به آب آشامیدنی و قابل شستشو	

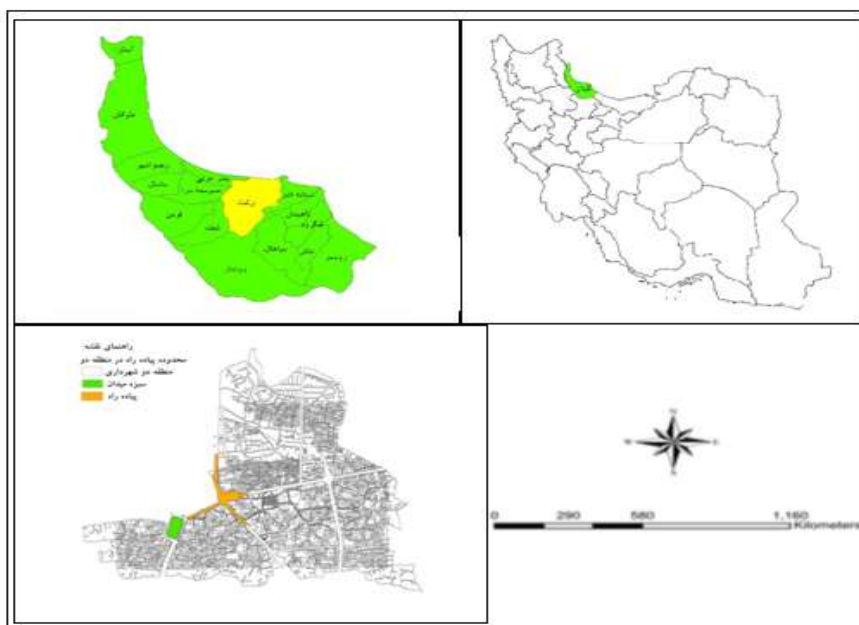
¹ Karupiah and Bello Bada

<p>ایمنی و امنیت</p> <p>احساس امنیت در محدوده پیاده راه میزان روشنایی محدوده در ساعات تاریک شدن هوا احساس امنیت به هنگام پیاده‌روی در شب نقش پلیس در ایجاد امنیت مناسب بودن پوشش معابر (کف سازی، نوع موزاییک‌ها، سنگفرش و ...) برای پیاده‌روی وجود مسیر ویژه عبور نابینایان و سایر معلولان</p>	<p>طراحی مناسب مبلمان شهری</p> <p>وضعیت مبلمان شهری مانند چراغ‌های روشنایی، نیمکت، سطل زباله و ... وجود نیمکت یا سکو برای نشستن افراد وضعیت زیبایی مبلمان شهری مثل رنگ، طراحی، خلاقانه بودن و ...</p>	<p>آسایش و راحتی (بان بتلی و همکاران ۱۳۹۰، کرمانا ۲۰۰۳، پاکراد ۱۳۹۵، حبیبی ۱۳۸۰، رنجبر و رئیس اسماعیلی ۱۳۸۹، محمدپور زرنی و امینیان ۱۳۹۴)</p>
<p>کاهش آلودگی صوتی</p> <p>میزان سلامت محیط از نظر صداهای آزاردهنده (آلودگی صوتی)</p>	<p>همسازی با اقلیم</p> <p>وضعیت درختان محدوده در ایجاد سایه و حفظ افراد از گرما و باران به هنگام پیاده‌روی وجود سرپناه‌های مناسب جهت محافظت عابرین در آب‌وهوای نامساعد در طول پیاده راه</p>	<p>وجود نشانه‌های شهری و بناهای خاص</p> <p>جذابیت نشانه‌های شهری و بناهای خاص مانند: عمارت تاریخی شهرداری رشت، برج ساعت، عمارت تاریخی اداره پست، سبزه‌میدان و ... جذابیت بازار بزرگ رشت موجود در محدوده</p>
<p>نظافت و جمع‌آوری زباله‌ها</p> <p>وضعیت نظافت خیابان‌ها و معابر وضعیت نظم و نحوه جمع‌آوری زباله‌ها وضعیت زیرساخت‌ها برای دفع آب‌های سطحی مانند: آب باران و جوی‌ها</p>	<p>وجود بناهای ارزشمند تاریخی</p> <p>میزان علاقه‌مندی به ساختمان‌های تاریخی و قدیمی محدوده پیاده راه حس آرامش و دعوت‌کنندگی بناهای ارزشمند محدوده پیاده راه</p>	<p>نظافت و جمع‌آوری زباله‌ها</p> <p>وضعیت نظافت خیابان‌ها و معابر وضعیت نظم و نحوه جمع‌آوری زباله‌ها وضعیت زیرساخت‌ها برای دفع آب‌های سطحی مانند: آب باران و جوی‌ها</p>
<p>خاطره ذهنی</p> <p>ایجاد حس خوب در افراد وجود جاذبه‌های خاص برای عکاسی وضعیت گفتگو کردن و مراوده با مردم مناسب بودن محدوده برای قدم زدن و کسب آرامش میزان خاطره‌انگیز بودن برای افراد احساس دل‌بستگی نسبت به حال و هوا و فضای پیاده راه مناسب بودن نحوه رفتار مردم شهر رشت با گردشگران</p>	<p>وجود فعالیت سرگرم‌کننده</p> <p>برگزاری جشنواره‌های خیابانی (جشنواره غذا و ...)</p>	<p>وجود نشانه‌های شهری و بناهای خاص</p> <p>جذابیت نشانه‌های شهری و بناهای خاص مانند: عمارت تاریخی شهرداری رشت، برج ساعت، عمارت تاریخی اداره پست، سبزه‌میدان و ... جذابیت بازار بزرگ رشت موجود در محدوده</p>
<p>وجود نشانه‌های شهری و بناهای خاص</p> <p>جذابیت نشانه‌های شهری و بناهای خاص مانند: عمارت تاریخی شهرداری رشت، برج ساعت، عمارت تاریخی اداره پست، سبزه‌میدان و ... جذابیت بازار بزرگ رشت موجود در محدوده</p>	<p>وجود بناهای ارزشمند تاریخی</p> <p>میزان علاقه‌مندی به ساختمان‌های تاریخی و قدیمی محدوده پیاده راه حس آرامش و دعوت‌کنندگی بناهای ارزشمند محدوده پیاده راه</p>	<p>آسایش و راحتی (بان بتلی و همکاران ۱۳۹۰، کرمانا ۲۰۰۳، پاکراد ۱۳۹۵، حبیبی ۱۳۸۰، رنجبر و رئیس اسماعیلی ۱۳۸۹، محمدپور زرنی و امینیان ۱۳۹۴)</p>
<p>خاطره ذهنی</p> <p>ایجاد حس خوب در افراد وجود جاذبه‌های خاص برای عکاسی وضعیت گفتگو کردن و مراوده با مردم مناسب بودن محدوده برای قدم زدن و کسب آرامش میزان خاطره‌انگیز بودن برای افراد احساس دل‌بستگی نسبت به حال و هوا و فضای پیاده راه مناسب بودن نحوه رفتار مردم شهر رشت با گردشگران</p>	<p>وجود فعالیت سرگرم‌کننده</p> <p>برگزاری جشنواره‌های خیابانی (جشنواره غذا و ...)</p>	<p>تصور پندیری (میدلتون و کلارک ۲۰۰۱، معینی ۱۳۸۵، رنجبر و رئیس اسماعیلی ۱۳۸۹، محمدپور زرنی و امینیان ۱۳۹۴)</p>
<p>خاطره ذهنی</p> <p>ایجاد حس خوب در افراد وجود جاذبه‌های خاص برای عکاسی وضعیت گفتگو کردن و مراوده با مردم مناسب بودن محدوده برای قدم زدن و کسب آرامش میزان خاطره‌انگیز بودن برای افراد احساس دل‌بستگی نسبت به حال و هوا و فضای پیاده راه مناسب بودن نحوه رفتار مردم شهر رشت با گردشگران</p>	<p>وجود فعالیت سرگرم‌کننده</p> <p>برگزاری جشنواره‌های خیابانی (جشنواره غذا و ...)</p>	<p>تصور پندیری (میدلتون و کلارک ۲۰۰۱، معینی ۱۳۸۵، رنجبر و رئیس اسماعیلی ۱۳۸۹، محمدپور زرنی و امینیان ۱۳۹۴)</p>
<p>خاطره ذهنی</p> <p>ایجاد حس خوب در افراد وجود جاذبه‌های خاص برای عکاسی وضعیت گفتگو کردن و مراوده با مردم مناسب بودن محدوده برای قدم زدن و کسب آرامش میزان خاطره‌انگیز بودن برای افراد احساس دل‌بستگی نسبت به حال و هوا و فضای پیاده راه مناسب بودن نحوه رفتار مردم شهر رشت با گردشگران</p>	<p>وجود فعالیت سرگرم‌کننده</p> <p>برگزاری جشنواره‌های خیابانی (جشنواره غذا و ...)</p>	<p>تصور پندیری (میدلتون و کلارک ۲۰۰۱، معینی ۱۳۸۵، رنجبر و رئیس اسماعیلی ۱۳۸۹، محمدپور زرنی و امینیان ۱۳۹۴)</p>
<p>خاطره ذهنی</p> <p>ایجاد حس خوب در افراد وجود جاذبه‌های خاص برای عکاسی وضعیت گفتگو کردن و مراوده با مردم مناسب بودن محدوده برای قدم زدن و کسب آرامش میزان خاطره‌انگیز بودن برای افراد احساس دل‌بستگی نسبت به حال و هوا و فضای پیاده راه مناسب بودن نحوه رفتار مردم شهر رشت با گردشگران</p>	<p>وجود فعالیت سرگرم‌کننده</p> <p>برگزاری جشنواره‌های خیابانی (جشنواره غذا و ...)</p>	<p>تصور پندیری (میدلتون و کلارک ۲۰۰۱، معینی ۱۳۸۵، رنجبر و رئیس اسماعیلی ۱۳۸۹، محمدپور زرنی و امینیان ۱۳۹۴)</p>

برگزاری تئاتر خیابانی وجود فعالیت‌های سرگرم‌کننده (اجرای موسیقی و رقص محلی و ...)		
وجود مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری کیفیت اطلاع‌رسانی مراکز گردشگری وضعیت تابلوهای راهنما و خوانایی مسیر کافی بودن تابلوهای مسیریابی	وجود علائم راهنما	
امکان خرید محصولات متنوع خاص شهر رشت (میوه‌های محلی، ترش‌بجات، ماهی و ... در بازار بزرگ رشت جذابیت فروشگاه‌های متنوع در محدوده پیاده راه جذابیت دست‌فروشی‌های متنوع در محدوده پیاده راه	وجود فروشگاه‌ها و مراکز خرید متنوع	
مکان وجود فعالیت‌های ۲۴ ساعته در محدوده پیاده راه	وجود فعالیت ۲۴ ساعته	
کیفیت خدمات رستوران‌ها و کافه‌تراها ارائه غذاهای محلی گیلان توسط رستوران‌ها میزان بهره‌مندی از کاربری‌های فراغتی (سینماها، پارک سبزه‌میدان، مجتمع فرهنگی خاتم الانبیاء (ص)) وضعیت قیمت مواد غذایی و غذاهای مراکز پذیرایی تعداد رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌های موجود در محدوده پیاده راه کافی بودن فضای سبز موجود در محدوده پیاده راه (پارک‌ها، تعداد و نوع درختان) وجود فضای بازی برای کودکان	وجود کاربری‌های فراغتی و پذیرایی	
مناسب بودن پیاده راه برای قرار ملاقات کاری و یا دیدوبازدید باکسی مناسب بودن پیاده راه برای گشت‌وگذار با خانواده و دوستان	وجود فضای ایجاد تعامل	

محدوده مورد مطالعه

بخش مرکزی شهر رشت مساحتی حدود ۶۰۰ هکتار داشته و شامل هشت محله قدیمی به نام‌های بازار، استادسرا، کیاب، زاهدان، خمیران زاهدان، خمیران کیاب، صیقلان و چمارسرا است. محدوده پیاده راه در منطقه دو شهرداری رشت و در بخش مرکزی واقع شده که شامل: میدان شهرداری و محورهای منتهی به آن، خیابان سعدی، خیابان امام خمینی، خیابان شریعتی، اعلم الهدی و سبزه میدان است که با توجه به پیشینه فرهنگی - تجاری و همچنین، دارا بودن بناهای با ارزش و با قدمت تاریخی نظیر میدان شهرداری، ساختمان استانداری قدیم و اداره پست، ساختمان شهرداری و موزه و همچنین، تمرکز شدید فعالیت‌های فرهنگی نظیر سینما، کتابخانه و نگارخانه و مجتمع‌های فرهنگی و وجود مراکز تجاری متعدد از قبیل مراکز خرید و بوتیک‌ها و مغازه‌ها و در کنار آن بازار سنتی با کاروانسراهای قدیمی، دارای قابلیت‌های بالایی برای جذب گردشگر می‌باشند (شیعه و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۳).



نقشه (۱): موقعیت محدوده مورد مطالعه، ترسیم: نگارندگان

تجزیه و تحلیل

طبق بررسی‌های صورت گرفته از وضعیت جنسیت، ۵۲ درصد از افراد مورد مطالعه مرد و ۴۸ درصد را زنان تشکیل می‌دهند و ۴۰ درصد از افراد مورد مطالعه متأهل و ۶۰ درصد مجرد می‌باشند. همچنین، در وضعیت سنی، بیشترین تعداد پاسخ‌گوینان مربوط به گروه سنی ۲۵-۳۴ ساله (۱۸۲ نفر- ۵۶ درصد) و کم‌ترین تعداد مربوط به گروه سنی بالای ۵۵ سال (۲ نفر- ۱ درصد) می‌باشد. در وضعیت تحصیلی ۳۷ درصد لیسانس، ۳۶ درصد فوق لیسانس و ۱۲ درصد دکتری و بالاتر بوده‌اند. همچنین، ۱۱ درصد دیپلم و تنها ۴ درصد زیر دیپلم بوده‌اند.

جدول (۲): شاخص‌های توصیفی متغیرهای جنسیت، تأهل، سن و تحصیلات گردشگران

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
جنسیت	مرد	۱۶۸	۵۲	۵۲
	زن	۱۵۴	۴۸	۱۰۰
	جمع	۳۲۲	۱۰۰	
تأهل	متأهل	۱۳۰	۴۰	۴۰
	مجرد	۱۹۲	۶۰	۱۰۰
	جمع	۳۲۲	۱۰۰	
سن	۱۵-۲۴	۴۲	۱۳	۱۳
	۲۵-۳۴	۱۸۲	۵۶	۶۹
	۳۵-۴۴	۶۵	۲۰	۸۹
	۴۵-۵۴	۳۱	۱۰	۹۹
	۵۵ به بالا	۲	۱	۱۰۰
	جمع	۳۲۲	۱۰۰	
	کمتر از دیپلم	۱۷	۵	۵

۲۰	۱۵	۴۹	دیپلم	تحصیلات
۲۹	۹	۲۹	فوق دیپلم	
۷۴	۴۵	۱۴۲	لیسانس	
۱۰۰	۲۶	۸۵	فوق لیسانس	
	۱۰۰	۳۲۲	جمع	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

۲۳ درصد از گردشگران، بومی استان گیلان و ۷۷ درصد نیز سایر شهرستان‌ها را بیان داشته‌اند که از این ۷۷ درصد ۲۲ درصد که بیشترین فراوانی را داراست، متعلق به استان تهران می‌باشند. از نظر محل اقامت، ۱۱ درصد (۳۵ نفر) از گردشگران در هتل، ۲۵ درصد (۸۱ نفر) در مهمانسرا، ۳۶ درصد (۱۱۵ نفر) در منزل دوستان و آشنایان و ۲۸ درصد (۹۱ نفر) در خانه یا ویلای اجاره‌ای اقامت گزیدند. گردشگران بر اساس نحوه سفر به چهار دسته تقسیم شدند که بیشترین درصد گردشگران (۳۹ درصد) به همراه خانواده و بعد از آن به صورت انفرادی (۳۴ درصد) و به همراه دوستان (۲۵ درصد) و کمترین تعداد به همراه تور (۲ درصد) مسافرت کرده‌اند. بیشترین زمان استفاده از پیاده راه محدوده مرکزی رشت توسط گردشگران، عصرها و سپس عصر و شب (توام) می‌باشد و کمترین زمان استفاده مربوط به صبح و ظهر می‌باشد. همچنین، یافته‌ها حاکی از این است که: عمارت تاریخی شهرداری و برج ساعت برای گردشگران جذابیت و خاطره‌انگیزی بیشتری نسبت به سایر موارد داشته است. همچنین، از میان مجسمه‌های نصب شده در مسیر پیاده راه، مجسمه میرزا کوچک خان جنگلی نسبت به سایر مجسمه‌ها جذابیت بیشتری داشته است.

برای پاسخ به سؤال اول تحقیق، جهت بررسی میزان مطلوبیت پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت برای گردشگران شهری با استفاده از شاخص‌های دسترسی، آسایش و راحتی، تصویرپذیری و شاخص کاربری‌ها و فعالیت‌های خاص گردشگری از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شده است. به این صورت که متوسط شاخص‌ها جهت محاسبه سطح مطلوبیت پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت شناسایی می‌شوند. حد متوسط مطلوبیت پیاده راه عدد ۳ هست؛ در این صورت، از مقادیر حد بالا و حد پایین استفاده شده که اگر هر دو حد بالا و پایین منفی باشد، در سطح اطمینان ۹۵٪ میانگین از مقدار مشاهده شده کم‌تر خواهد بود؛ اگر هر دو حد بالا و پایین مثبت باشد، در سطح اطمینان ۹۵٪ میانگین از مقدار مشاهده شده بزرگ‌تر است و اگر حد پایین منفی و حد بالا مثبت باشد، در سطح اطمینان ۹۵٪ میانگین با مقدار مشاهده شده تفاوت معناداری ندارد.

جدول شماره (۳): آمار توصیفی شاخص‌های مطلوبیت پیاده راه

خطای معیار	انحراف معیار	میانگین	تعداد
۰/۰۲۸۲۱	۰/۵۰۶۲۴	۳/۰۱۵۵	۳۲۲
۰/۰۳۰۲۹	۰/۵۴۳۵۸	۳/۲۰۰۶	۳۲۲
۰/۰۳۳۹۹	۰/۶۰۹۹۴	۳/۴۰۴۶	۳۲۲
۰/۰۳۴۴۶۲	۰/۶۲۱۱۹	۳/۱۱۳۲	۳۲۲

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول شماره (۴): خروجی آزمون تی تک نمونه‌ای: شاخص‌های مطلوبیت پیاده راه

۳ = مقدار مورد آزمون					
فاصله اطمینان ۹۵٪ برای اختلاف میانگین	اختلاف میانگین	sig	درجه آزادی	t	کران بالا
					کران پایین

دسترسی	۰/۵۵	۳۲۱	۰/۵۸۲	۰/۰۱۵۵۳	۰/۰۴	۰/۰۷۱
آسایش	۶/۶۲۳	۳۲۱	۰/۰۰۰	۰/۲۰۰۶۲	۰/۱۴۱	۰/۲۶۰۲
تصویرپذیری	۱۱/۹۰۳	۳۲۱	۰/۰۰۰	۰/۴۰۴۵۷	۰/۳۳۷۷	۰/۴۷۱۴
کاربری‌ها	۳/۲۶۹	۳۲۱	۰/۰۰۱	۰/۱۱۳۱۶	۰/۰۴۵۱	۰/۱۸۱۳

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

شاخص دسترسی: با توجه به این که سطح معناداری آزمون برای این شاخص برابر ۰/۵۸۲ شده است که بزرگ تر از خطای ۵٪ می‌باشد؛ بنابراین، معنی داری آن مورد پذیرش نیست.

شاخص آسایش و راحتی: سطح معناداری آزمون برای این شاخص برابر صفر است؛ بنابراین، بین دو میانگین (میانگین مفروض و میانگین واقعی شاخص) تفاوت آماری معناداری وجود دارد. میزان میانگین واقعی برابر ۳/۲۰۰۶ و اختلاف دو میانگین برابر ۰/۲۰۰۶۲ است؛ باتوجه به مثبت بودن کران بالا و پایین و سطح معنی داری، بنابراین، وضعیت این شاخص مطلوب است.

شاخص تصویرپذیری: با توجه به سطح معناداری آزمون، بین دو میانگین برای این شاخص تفاوت معناداری وجود دارد (P<۰/۰۱). میانگین واقعی شاخص تصویرپذیری برابر ۳/۴۰۴۶ و اختلاف میانگین‌ها، برابر ۰/۴۰۴۵۷ است؛ باتوجه به مثبت بودن کران بالا و پایین و میزان معنی داری (کمتر از ۵٪) نتیجه می‌گیریم که گردشگران وضعیت این شاخص و اثرگذاری آن را بر مطلوبیت پیاده راه مورد مطالعه تأیید کرده‌اند.

شاخص وجود کاربری‌ها و فعالیت‌های خاص گردشگری: میزان سطح معناداری آزمون تی تک نمونه‌ای برای این شاخص برابر ۰/۰۰۱ است که از سطح خطای موردقبول، کم تر است و این امر نشان می‌دهد که بین میانگین‌های واقعی و مفروض تفاوت آماری معناداری وجود دارد و این میانگین‌ها برابر نیستند؛ باتوجه به مثبت بودن کران بالا و پایین و میزان معنی داری (کمتر از ۵٪) نتیجه می‌گیریم که این شاخص در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

بنابراین، با استناد به یافته‌های پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که در مجموع از بین چهار شاخص مهم و اثرگذار بر مطلوبیت پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت بر اساس نظر گردشگران، شاخص‌های تصویرپذیری ($\text{sig}=۰/۰۰۰$ و $X=۳/۴۰۴۶$) و آسایش و راحتی ($\text{sig}=۰/۰۰۰$ و $X=۳/۲۰۰۶$) و شاخص وجود کاربری‌ها و فعالیت‌های خاص گردشگری ($X=۳/۱۱۳۲$) و ($\text{sig}=۰/۰۰۱$) وضع مناسبی دارند (بالتر از میانگین متوسط) و وضع شاخص دسترسی ($\text{sig}=۰/۵۸۲$ و $X=۳/۰۱۵۵$) در این آزمون معنی دار نیست.

برای پاسخ به سؤال دوم تحقیق «مهم‌ترین شاخص‌های پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت که در جذب گردشگر تأثیر دارد کدام است؟»، از مدل رگرسیون سلسله مراتبی چندگانه استفاده شده است: که در آن مهم‌ترین شاخص‌های مؤثر بر مطلوبیت پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت به ترتیب اولویت مشخص شده است. متغیرهای مستقل تحقیق شامل دسترسی، آسایش و راحتی، تصویرپذیری و وجود کاربری و فعالیت‌های خاص گردشگری است و متغیر وابسته مطلوبیت پیاده راه است.

جدول (۵) خلاصه آماره‌های مربوط به پردازش مدل را نشان می‌دهد. تعداد مدل تشکیل‌دهنده در این فرضیه برابر یک هست. ضریب همبستگی چندگانه برابر ۰/۸۶۳ می‌باشد که مقدار همبستگی بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته را نشان می‌دهد. ضریب تعیین با مقدار ۰/۷۴۵ میزان تبیین واریانس و تغییرات متغیر وابسته توسط مجموعه متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد. اشکال ضریب تعیین این است که میزان موفقیت مدل را بیش از اندازه برآورد می‌کند و کم‌تر تعداد متغیرهای مستقل و همین‌طور حجم نمونه را در نظر می‌گیرد. همچنین، ضریب تعیین تعداد درجات آزادی را به حساب نمی‌آورد. از این‌رو، برخی آماردانان ترجیح می‌دهند تا از شاخص دیگری به نام ضریب تعیین تعدیل شده استفاده کنند. البته، برخی نیز معتقدند: ضریب تعیین تعدیل شده میزان ضریب تعیین را که برای نمونه محاسبه شده است، اصلاح و تعدیل می‌کند و به کل جامعه

تعمیم می‌دهد. در جدول شماره (۵) مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر ۰/۷۴۲ می‌باشد که نشان می‌دهد: مجموعه متغیرهای مستقل توانسته‌اند، ۷۴/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته مطلوبیت پیاده راه را تبیین نمایند؛ بنابراین، بقیه این تغییرات (۲۵/۸ درصد)، که به مجذور کمیت خطا معروف است، تحت تأثیر متغیرهای خارج از مدل می‌باشد.

جدول شماره (۵): خلاصه مدل رگرسیون.

مدل	همبستگی چندگانه (R)	R^2 مجذور رگرسیون (ضریب تعیین)	Adjusted R^2 (ضریب تعیین تصحیح شده)	خطای معیار
۱	۰/۸۶۳	۰/۷۴۵	۰/۷۴۲	۰/۲۲۰۸۶

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول شماره (۶) نتایج تحلیل واریانس را نشان می‌دهد. در این جدول منبع تغییرات متغیر وابسته در دو منبع رگرسیون و باقیمانده نشان داده شده و برای هر یک از این منابع، مجموع مجذورات، درجه آزادی و میانگین مجذورات آمده است:

(۱) منبع رگرسیون: اطلاعات مربوط به میزان تغییرات متغیر وابسته را که در نتیجه مدل تحقیق ماست، نشان می‌دهد.

(۲) منبع باقیمانده: اطلاعات مربوط به میزان تغییرات متغیر وابسته را که خارج از مدل تحقیق ماست، نشان می‌دهد.

بنابراین، هرچه مقدار مجموع مجذورات باقی مانده کوچک تر از مجموع مجذورات رگرسیون باشد، نشان‌دهنده قدرت تبیین‌گری بالای مدل در توضیح تغییرات متغیر وابسته است. برعکس، هرچه مقدار باقی مانده به میزان بیشتری از رگرسیون بزرگ تر باشد، نشان می‌دهد که نقش مدل در تبیین تغییرات متغیر وابسته ضعیف است. البته، در این پژوهش، مقدار مجذورات رگرسیون از مقدار باقی مانده بیشتر است و این امر نشان‌دهنده قدرت تبیین‌گری بالای مدل در توضیح تغییرات متغیر وابسته مطلوبیت پیاده راه است و مقدار زیاد F نیز مؤید این امر است که در سطح خطای کم‌تر از ۰/۰۱ معنی‌دار است.

جدول شماره (۶): تحلیل واریانس.

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
۱ رگرسیون	۴۵/۲۰۷	۴	۱۱/۳۰۲	۲۳۱/۶۹۵	۰/۰۰۰
باقیمانده	۱۵/۴۶۳	۳۱۷	۰/۰۴۹	-	-
کل	۶۰/۶۶۹	۳۲۱	-	-	-

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول شماره (۷) نشان‌دهنده ضرایب تأثیر رگرسیونی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته می‌باشد. اولین آماره‌ای که در این جدول به چشم می‌خورد، عدد ثابت است که همان عرض از مبدأ است و میزان متغیر وابسته را بدون دخالت متغیرهای مستقل نشان می‌دهد.

ضرایب تأثیر رگرسیون دودسته‌اند: (۱) ضرایب تأثیر رگرسیونی استاندارد نشده (B) و (۲) ضرایب رگرسیونی استاندارد شده یا بتا. ضرایب رگرسیونی استاندارد شده (Beta) به ما کمک می‌کند تا سهم نسبی هر کدام از متغیرهای مستقل را در تبیین تغییرات متغیر وابسته نشان دهیم. با توجه به یافته‌های تحقیق شاخص تصویرپذیری از دید گردشگران با ضریب بتای ۰/۳۱۱ بیشترین

تأثیر را بر متغیر وابسته دارد. بعدازآن شاخص‌های دسترسی ($Beta=0/29$)، وجود کاربری و فعالیت‌های خاص گردشگری ($Beta=0/267$) و شاخص آسایش و راحتی ($Beta=0/26$) قرار دارند.

جدول شماره (۷): ضریب رگرسیون.

مدل	شاخص	B	انحراف معیار	Beta	T	معنی‌داری
۱	عرض از مبدأ	۰/۵۸۹	۰/۰۸۶	-	۶/۸۶۸	۰/۰۰۰
	دسترسی	۰/۲۰۳	۰/۰۲۲	۰/۲۹۰	۹/۳۹۶	۰/۰۰۰
	آسایش	۰/۲۱۱	۰/۰۳۰	۰/۲۶۰	۶/۹۴۵	۰/۰۰۰
	تصویرپذیری	۰/۲	۰/۰۲۵	۰/۳۱۱	۸/۱۰۸	۰/۰۰۰
	وجود کاربری	۰/۲۰۲	۰/۰۲۹	۰/۲۶۷	۶/۹	۰/۰۰۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

برنامه‌ریزی و طراحی مسیرهای پیاده برای گردشگران، از جمله اقدامات ضروری و بااهمیتی است که می‌تواند در احیای مراکز شهری مؤثر واقع شود و از طرفی، تجربه ماندگار و خوشایندی از شهر مقصد در ذهن گردشگر به جاگذارد. از این نظر، رشت یکی از شهرهایی است که با احداث پیاده راه در بخش مرکزی شهر، در زمینه تفکیک حرکت سواره از پیاده گام برداشته است و از آنجا که عناصر تاریخی، فرهنگی و فراغتی شهر در این بخش متمرکز است، بسیاری از گردشگران که به این شهر سفر می‌کنند، حداقل یک بار در این پیاده راه حضور پیدا می‌کنند. نتایج پژوهش حاضر با ادبیات ذکر شده همخوانی کلی دارد. به طوری که در پژوهش‌های ابراهیم زاده و اسفندیاری (۱۳۹۷)، منیری فر و اسعدی (۱۳۹۵) بر اثر مثبت پیاده راه بر جذب گردشگر و نیز تجربه خوشایندتر گردشگران - از بازدید از شهر - تأکید شده است. در پژوهش حاضر، مطلوبیت پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت برای گردشگران، با استفاده از شاخص‌های دسترسی، آسایش و راحتی، تصویرپذیری و وجود کاربری‌ها و فعالیت‌های خاص گردشگری سنجیده شده است. یافته‌های تحقیق به‌طور کلی نشان می‌دهد که: تأثیرگذاری این شاخص‌ها بر روی مطلوبیت پیاده‌راه شهری برای گردشگران مثبت بوده است و این پیاده راه تا حد زیادی توانسته رضایت گردشگران را به همراه داشته باشد. البته، در برخی عوامل هنوز اشکالاتی وجود دارد که با توجه به سابقه کوتاه مدت احداث این پیاده راه، می‌تواند در آینده مورد توجه متولیان مدیریت شهری قرار گرفته و بهبود پیدا کند.

در این پژوهش، در ارتباط با مولفه دسترسی، شاخص‌هایی همچون دسترسی به پارکینگ، دسترسی به حمل‌ونقل عمومی و دسترسی به سرویس بهداشتی مطرح شده است. با در نظر گرفتن گویه‌های این بخش از پرسش‌نامه و پاسخ گردشگران به سؤالات می‌توان گفت که بیشتر گردشگران از میزان دسترسی به سرویس بهداشتی و آب آشامیدنی و همچنین تعداد محدود خودروی برقی در محدوده پیاده راه احساس نارضایتی داشته‌اند. چه‌بسا یکی از مهم‌ترین مشکلات مطرح شده از سوی گردشگران در بخش سؤالات باز پرسش‌نامه نیز، نبود سرویس بهداشتی و کمبود آب آشامیدنی عنوان شده است. در پژوهش رحیمی نژاد (۱۳۹۵) نیز بر راهبرد ایجاد تسهیلات گذران اوقات فراغت در مسیر پیاده راه تأکید شده است.

در ارتباط با مولفه آسایش و راحتی، از شاخص‌های ایمنی و امنیت، طراحی مناسب مبلمان شهری، کاهش آلودگی صوتی، همسازي با اقلیم، نظافت و جمع‌آوری زباله‌ها استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده به این صورت است که: در ارتباط با نبود سرپناه و سایه‌بان مناسب به هنگام شرایط آب و هوایی نامساعد نارضایتی بیشتری از سوی گردشگران بیان شده است (میانگین ۱/۵۷ کمتر از میانگین متوسط). قابل توجه است که مهم‌ترین و اولین عامل مثبتی که باعث حضور گردشگران در فضای

شهری می‌شود، وجود امنیت است که گردشگران امنیت محدوده پیاده راه را در سطح بالایی ارزیابی کرده‌اند (میانگین ۳/۸۸ بالاتر از میانگین متوسط).

در تحقیق حاضر، مولفه تصویرپذیری با شاخص های وجود نشانه‌ها و بناهای ارزشمند شهری و شکل‌گیری خاطرات ذهنی سنجش شده است. از نظر گردشگران وجود بازار بزرگ رشت در محدوده مرکزی عامل بسیار مهمی در جذبشان بوده است. حال و هوای بومی فروشندگان میوه و سبزیجات، ماهی و تولیدات محلی همچون زیتون، ترشیجات و ... که همراه با آواز فروشندگان است، از جاذبه‌های توریستی این بازار است. همچنین، بیان کرده‌اند که: علاقه‌مند به بازدید از ساختمان‌های تاریخی و ارزشمند محدوده پیاده راه مانند: عمارت تاریخی شهرداری، برج ساعت، عمارت تاریخی اداره پست و ... بوده‌اند که با نمایی سفید و بام قرمز از زیبایی منحصر به فردی برخوردارند.

برای سنجش میزان مطلوبیت پیاده راه محدوده مرکزی شهر رشت - برای گردشگران از نظر مولفه کاربری و فعالیت خاص گردشگری - از شاخص های: وجود فعالیت‌های سرگرم‌کننده، وجود علائم راهنما، وجود فروشگاه‌ها و مراکز خرید متنوع، وجود فعالیت ۲۴ ساعته، وجود کاربری‌های فراغتی و پذیرایی و نیز وجود فضای ایجاد تعامل استفاده شده است. طبق یافته های به‌دست‌آمده، پیاده راه محدوده مرکزی نسبت به فراهم کردن فعالیت‌های سرگرم‌کننده مانند برگزاری تئاتر خیابانی، اجرای موسیقی و جشنواره‌های خیابانی برای گردشگران در سطح پایینی (میانگین ۲/۲۳) عمل کرده است؛ به نظر می‌رسد: با این که شهر رشت نسبت به بسیاری از شهرهای دیگر کشور به لحاظ برگزاری تئاتر خیابانی و اجرای موسیقی وضعیت سرزنده تری دارد اما نتوانسته سلیقه گردشگران را تامین کند؛ این نشانه‌دهنده توجه خاص گردشگران امروزی به این هنرهای خیابانی است. در زمینه ایجاد مراکز اطلاع‌رسانی و نیز کیفیت اطلاع‌رسانی به گردشگران، در سطح متوسط به بالایی (میانگین ۳/۶۵) قرار دارد. همچنین، وجود انواع مختلف مراکز خرید و فروشگاه‌ها و حضور دست‌فروشان در این محدوده، برای گردشگران جذابیت ایجاد کرده است (میانگین ۳/۵۴). موضوع حضور دست‌فروشان نیز از این نظر قابل توجه است که برخی بر این باورند: برای این که فضای پیاده راه شلوغ نباشد، نیاز به تغییر محل فعالیت دستفروشان و انتقال آنان به مکان های تعیین شده است اما نتایج نشان دهنده رضایت گردشگران از حضور دستفروشان در فضای پیاده راه است و این خود جای تأمل دارد. مشاهدات میدانی انجام‌شده در محدوده در ساعات تاریکی هوا نشان‌دهنده وجود فعالیت شبانه بوده است. این محدوده، دارای فعالیت‌هایی نظیر: فست فود و گاری‌های سیار کباب‌فروشی و ... است که فعالیت‌های درازمدت در شب دارند. همچنین، از نظر وجود کاربری‌های فراغتی همچون: سینما، رستوران و کافی‌شاپ‌های مختلف در مسیر پیاده راه و پارک سبزه‌میدان در محدوده مرکزی و ... - برای گردشگران - در سطح متوسط به بالا قرار دارد (میانگین ۳/۱۴)؛ اما از نظر گردشگران، میزان فضای سبز و تعداد درختان در محدوده پیاده راه کافی نیست و فضایی برای بازی کودکان مشاهده نشده است. از سوی دیگر، گردشگران این محدوده را برای دیدن باغچه‌ها و گشت‌وگذار با خانواده، مناسب می‌دانند. همان طور که در اکثر پژوهش‌های مرتبط با پیاده راه (از جمله کاشانی جو، ۱۳۹۵) بر جنبه اجتماعی پیاده راه و امکان برقراری گفتگو بین مردم و ایجاد تعامل در فضای عمومی پیاده راه تأکید شده است. در مجموع، نتایج، حاکی از تأثیرگذاری مثبت شاخص‌های چهارگانه تحقیق بر مطلوبیت پیاده راه مورد مطالعه است که از این میان، شاخص تصویرپذیری بیشترین تأثیر را بر مطلوبیت پیاده راه برای گردشگران داشته است و بعد از این، به ترتیب شاخص های دسترسی، وجود کاربری‌های خاص گردشگری و سپس شاخص آسایش و راحتی قرار داشته است.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش، پیشنهادهایی جهت بهتر شدن وضعیت پیاده راه برای حضور و رضایت بیشتر گردشگران ارائه شده است:

- با توجه به میزان بارش بالای شهر رشت و شهره بودن آن به شهر باران، تعبیه سرپناه امکان تردد راحت تر پیادگان در فصول بارانی سال را فراهم می‌کند. وجود سایه بان بیشتر نیز باعث می‌شود در گرمای تابستان، تمایل بیشتری به قدم زدن در این پیاده راه در گردشگران ایجاد شود.
- توجه جدی به تأمین تسهیلات ضروری گردشگران همچون: سرویس‌های بهداشتی، افزایش تعداد سطل‌های زباله و آبخوری‌ها در محدوده
- افزایش میزان فضای سبز محدوده و تنوع بخشی به آن

- افزایش فضاهای تفریحی در پیرامون محدوده
- جلوگیری از ورود وسایل نقلیه به پیاده راه

منابع:

- (۱) ابراهیم‌زاده، عیسی و اسفندیاری مهنی، حمیده (۱۳۹۷). بررسی نقش پیاده راه‌های شهری در توسعه گردشگری پایدار مطالعه موردی: خیابان ۱۵ خرداد تهران. گردشگری شهری، دوره ۵، شماره ۳، ۱۴۲-۱۳۱.
- (۲) اسلامی، عارفه، شهبازی، طاهره و ابراهیمی دهکردی، امین (۱۳۹۶). ارزیابی قابلیت پیاده راه در چارچوب رضایتمندی گردشگران نمونه موردی: پیاده راه علم الهدی رشت. فصلنامه فضای گردشگری، سال هفتم، شماره ۲۵، ۸۳-۱۰۰.
- (۳) اسمعیلی، فضل‌الله، نخعی، مهدیه و خداداد، مهدی (۱۳۹۴). بررسی میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت پیاده راه‌های گردشگری (ناهارخوران-گرگان). اولین کنفرانس بین‌المللی هنر، صنایع‌دستی و گردشگری، ۲۴ دی‌ماه ۱۳۹۴، موسسه عالی علوم و فناوری خوارزمی، شیراز، ایران.
- (۴) پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۵). مبانی نظری و فرایند طراحی شهری. انتشارات شهیدی، تهران ۱۳۸۵.
- (۵) جوری، آمنه، سرور، رحیم و منیری، جاوید (۱۳۹۴). بررسی امکان ایجاد پیاده راه‌های گردشگری در مراکز شهری (موردشناسی: مرکز شهر زنجان). جغرافیا آمایش شهری-منطقه ای، شماره ۱۵، ۱۷۶-۱۵۵.
- (۶) حجتی، الهه (۱۳۹۴). ارتقای گردشگری شهری با رویکرد پیاده راه‌سازی (نمونه موردی: محور خیابان حافظ شیراز). سومین کنگره بین‌المللی عمران، معماری و توسعه شهری، ۳۱-۲۹ دسامبر، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
- (۷) رحیمی نژاد، فرزاد (۱۳۹۵). تبدیل خیابان‌های شاخص شهری به پیاده راه با رویکرد گردشگری نمونه موردی خیابان شهدا شهر خرم‌آباد. کنفرانس بین‌المللی مهندسی شهرسازی، عمران و معماری، تیر ۱۳۹۵، ۱۱-۱.
- (۸) رسولی، سارا و رحیم دخت خرم، سمیرا (۱۳۸۸). ایجاد منظر شهری مطلوب در مسیرهای پیاده. نشریه معماری و شهرسازی آرمان‌شهر، دوره ۲، شماره ۳، ۱۰۳-۱۱۲.
- (۹) رهنمایی، محمدتقی (۱۳۹۰). گردشگری شهری، تهران: سازمان شهرداری‌ها.
- (۱۰) رهنمایی، محمدتقی، ملک نیا، محبوبه و جهانیان، منوچهر (۱۳۹۰). نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری شهر تهران. فصلنامه علمی-پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۳، شماره ۴، ۱۰۱-۸۳.
- (۱۱) شهرداری رشت (۱۳۹۳). طرح پیاده راه‌سازی و ارتقای کالبدی محدوده مرکزی شهر رشت.
- (۱۲) طالبی، مانی، ویسی، رضا و گنجی افسوران، مسلم (۱۳۹۵). برندسازی شهری در بستر بازآفرینی شهر رشت؛ جلد اول: دیدگاه‌ها، نظریه‌ها و مصادیق. رشت، انتشارات رمه.
- (۱۳) کاشانی جو، خشایار (۱۳۹۵). پیاده‌راه‌ها؛ از مبانی طراحی تا ویژگی‌های کارکردی. چاپ دوم. تهران: آذرخش.
- (۱۴) محمدپور زرنندی، حسین و امینیان، ناصر (۱۳۹۴). ارزیابی قابلیت‌های بازآفرینی پیاده راه‌های گردشگری از منظر توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: خیابان ۱۵ خرداد تهران). فصلنامه علمی-پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، سال ۳، شماره ۱۱، ۲۱-۱.
- (۱۵) محمدی، محمود و چنگلوايي، یونس (۱۳۹۲). ارزیابی مؤلفه‌های کیفیت فضای شهری بر میزان مطلوبیت مسیرهای پیاده گردشگری (مورد پژوهی اولویت‌بندی مسیرهای گردشگری پیاده در شهر اصفهان). نشریه علمی-پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، شماره ۵، بهار و تابستان ۱۳۹۲. ۳۲-۱۵.

- ۱۶) مرادپور، نبی، تقوی زیروانی، اسماعیل و قربانی، حمید (۱۳۹۶). بررسی تأثیر شاخص‌های پیاده‌مداری بر توسعه گردشگری پیاده شهری (نمونه موردی: شهر خرم آباد). مجله گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۶، ۹۹-۱۱۲.
- ۱۷) معینی، سید مهدی (۱۳۹۱). شهرهای پیاده مدار. سازمان زیباسازی شهر تهران، انتشارات آذرخش، چاپ سوم ۱۳۹۱.
- ۱۸) منیری فر، حسین و اسعدی، نازلی (۱۳۹۵). اهمیت و نقش پیاده راه در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: پیاده راه تربیت). کنفرانس بین‌المللی مهندسی معماری و شهرسازی، ۷ خرداد ۱۳۹۵، تهران، ایران.
- 19) 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.
- 20) Blaga, Oana-E. (2013). Pedestrian zones as important urban strategies in redeveloping the community-case study: Alba Iulia Borough Park. Transylvanian Review of Administrative Sciences, No. 38 E/2013, pp. 5-22.
- 21) Cowan, Robert (2008). The Dictionary of Urbanism. Streetwise Press.
- 22) Demir, A. & Cakiroglu, I. & Alyuz, U. and Demir, G. (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.
- 23) Henderson, J. (2018). "Making cities more workable for tourists: a view from Singapore's streets", International Journal of Tourism Cities.
- 24) Higham, J., Lueck, M., (2002). Urban ecotourism: a contradiction in terms. Journal of ecotourism. Pedestrian. 36- 51.
- 25) Karupiah, P. and Bello Bada, A. (2018), "A qualitative study on walking in the Penang Botanical Gardens, Malaysia", Annals of Leisure Research, Vol. 21 No. 2, pp. 199-214.
- 26) Liszewski, S. (2009). Urban Tourism Exploration Space: The Example of Lodz. Institute of Urban Geography and Tourism. Tourism 2009, 19/1-2.
- 27) Pearce, Douglas G. (2001). An International Framework for Urban Tourism Research. Annals of Tourism Research, Vol.28, No. 4, pp. 926- 946.
- 28) Ram, Y., Hall, C. Michael. (2018). "Walking tourism in cities: introducing the special issue", International Journal of Tourism Cities, Vol. 4 Issue: 3, pp.281-284.
- 29) Ujang, N; Muslim, Z (2015). Walkability and Attachment to Tourism Places in the City of Kuala Lumpur, Malaysia. Athens Journal of Tourism - Volume 2, Issue 1 – Pages 55-68.
- 30) Vural Arslan, T., Durak, S., Dizdar Gebesce, F., and Balcik, B. (2018). "Assessment of factors influencing walkability in shopping streets of tourism cities: case of Bursa, Turkey", International Journal of Tourism Cities, Vol. 4 Issue: 3, pp.330-341.