

Research Paper

Role of Green Indicators of Urban Smart Growth on Tourism Development in Isfahan City

Leila Eghdamian¹, Nazanin Tabrizi^{*2}, Sedigheh Lotfi³

¹ Master student of Tourism Development Planning, Mazandaran University, Babolsar, Iran

² Associate Professor, Department of Tourism, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

³ Professor, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran



10.22080/JTPD.2021.21395.3532

Received:

April 17, 2021

Accepted:

October 27, 2021

Available online:

December 16, 2021

Keywords:

Tourism development, green indicators, urban smart growth, Isfahan.

Abstract

Urban areas are often considered very important tourist destinations due to their many historical and cultural attractions. For this reason, urban facilities and equipment are among the most important factors that can attract international and domestic tourists in a city. Therefore, this study examines the development of tourism and green indicators of smart urban growth in the city of Isfahan and evaluates the role and impact of three green indicators, urban furniture and arrays, sidewalks and green spaces. The method of the present research is descriptive-analytical and survey method and is applied in terms of applicability. Using a questionnaire to collect basic information and using SPSS and PLS software, it was found that the three green indicators of furniture and urban arrays, sidewalks and green spaces based on the proposed research model have a positive impact and role in development. Isfahan tourism and the results performed on a sample of people in Isfahan, showed that the index of urban green spaces has a greater impact on the development of tourism in the region than the other two indicators and the index of furniture and urban arrays and sidewalks are in the next categories.

*Corresponding Author: Nazanin Tabrizi

Address: Associate Professor, Department of Tourism, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Email: N.tabrizi@umz.ac.ir



Extended abstract

1. Introduction

The tourism industry as a driving force can have a significant impact on the dynamism of a city. The development of tourism in cities as one of the most valuable sectors of this industry and with the many benefits of those in charge of tourism and urban affairs has forced its promotion and development and has been considered by academic assemblies. Because the tourism market in cities is expanding rapidly, many urban planners view tourism development as an important part of urban policy (Ziyari et al, 1396:56).

Meanwhile, green indicators of smart urban growth allow tourism destinations to pave the way for tourism development. Due to the inadequate development of urban spaces, urban planners have proposed a strategy called "smart urban growth" (Lalicic and onder, 2018). The theory of smart urban growth is a planned development that revitalizes urban spaces. The basis of this theory is environmentally sensitive development with the aim of reducing dependence on road transport, reducing air pollution and making more efficient investment in infrastructure and friendly to walking, cycling, urban green spaces, urban furniture and arrays, urban development and sustainability ... (Martin, Evans, Karyonen and et al, 2019). Thus, the strategy of smart urban growth is dynamic and flexible management of urban growth and considers the two goals of efficiency and environmental quality of urban space using different tools in a coordinated manner, which is in line with the development of tourism industry in cities (Hopkin and Knaap, 2001:314).

Isfahan province is the center of the beautiful city of Isfahan and is one of the most important and touristic cities in Iran. Since the tourism industry has an active role in the economy of this city and due to the high capacity of the city of Isfahan in attracting tourists, the need to plan and identify potential places for tourism development in cities is felt for the welfare of tourists; Therefore, determining the pattern of tourism space in the city and organizing tourism spaces to provide urban facilities and services such as hotels and accommodations, means of transportation, increasing the cultural and artistic attractions of the city and providing tourism services, is important for tourism development. Also, the development and proper location of the municipal services network and how they are located, in addition to meeting the basic and basic needs of tourists, are also important in terms of traffic, urban planning, safety, environment, etc. Isfahan's urban areas are of special importance with their unique tourist attractions (Daneshmandi, 1395). Meanwhile, the location of historical, religious and commercial contexts in Region 3, such as Naghsh Jahan Square and its four valuable elements, Chaharbagh Street, the city's historical axes, famous stairs and the magnificent Madar Shah School have made this region paint the image of old Isfahan in front of tourists. Slow and different from other urban areas. Considering the physical changes and developments in recent years in the three-city region, especially in terms of urban green spaces, urban furniture and arrays and sidewalks, etc. For this purpose, this study tries to investigate the quantitative and qualitative development of green indicators of smart growth theory. Urban

and its impact and role on tourism development.

2. Methods

In the present study, the research method is based on research objectives, theoretical-applied and based on the type of descriptive-analytical method. To complete the theoretical foundations and background of the subject and collect information about the existing attitudes towards the theory of smart urban growth and measuring tourism development, by referring to the databases of scientific articles as well as books, articles and dissertations; The library method has been used and a researcher-made questionnaire prepared online has been used to collect field information in the study area.

Statistical population: The statistical population studied in this study is citizens who live in the three urban areas of Isfahan or are somehow related to the third district; During the process of distributing the questionnaires, the necessary information to complete the questionnaire was provided to this group. Due to the fact that it is not possible to collect information from all people in Isfahan, random sampling method has been used to select people who answer the questionnaire questions. The sample size was estimated using Cochran's formula with an error level of 5%, 384 questionnaires. Also, the return rate of the questionnaires is 353 healthy questionnaires that have been completed electronically.

Research variables: According to the research literature and research background, the dependent variable of this research is tourism development and the independent variable is green indicators of

smart urban growth (furniture and urban arrays, green space and sidewalks).

Data analysis: In this study, data analysis is descriptive and inferential statistical methods and since the researcher is trying to examine the relationship and performance between variables, therefore, correlation tests and structural equation modeling has been used. After collecting the data, first by drawing the frequency table, the status of tourists in terms of age, sex, marital status, level of education, occupation, etc. from the study area, and then to analyze the data obtained from the question. The letter also uses SPSS and PLS statistical software. The research model is also fitted using Smart PLS.

Questionnaire validity: To assess the validity of the initial questionnaires, the questionnaires designed in this study were reviewed by professors and used after the validity of the questionnaires was confirmed by respected professors.

Level of reliability or trust of the questionnaire: In the present study, Cronbach's alpha was used to measure the reliability of the questionnaire using SPSS software and the results show a significant reliability coefficient at the appropriate level for the questionnaires.

3. Results

Based on the demographic analysis of the samples, out of 353 statistical samples of the people of Isfahan, 213 people equal to 60.3% women and also 140 people equal to 39.7% men participated. To facilitate the age of the respondents, they in five Age groups are categorized. 83 people, ie 23.5% of people are between 18 and 25 years old. 123 people, ie 34.8% of people are between 25 and 35 years old. 90 people, ie 25.5% of people are between 35 and 45 years old. 35 people, ie 9.9% of



people are between 45 and 55 years old and 22 people, ie 6.2% of people are over 55 years old. Among the statistical sample, 56.4% of the respondents had a bachelor's degree, which has the highest frequency, as well as a master's degree and a doctorate with 21%, a diploma with 15.9%, a master's degree with 5.4% and below. Diplomas with 1.4 percent, respectively, have the highest frequency among respondents. Among the statistical sample, 201 people (56.9%) are single and also 152 people (43.1%) are married. 108 employees equal to 30.6% of employees with the highest frequency, 87 people equivalent to 24.6% freelance, 75 people equal to 21.2% students, 49 people equal to 13.9% unemployed, 17 people equivalent 4.8% of housewives, 16 people (4.5%) are retired and 1 person (0.3%) is a worker. Among the statistical sample, 178 people equal to 50.4% of monthly income less than 3 million Tomans, 77 people equal to 21.8% between 3 to 6 million Tomans, 26 people equal to 7.4% more than 15 million Tomans, 26 people equal to 7.4% between 12 to 15 million Tomans, 24 people equal to 6.8% between 6 to 9 million Tomans and 22 people equal to 6.2% between 9 to 12 million Tomans, monthly income of the respondents of this research is.

To study the model, first the measurement model is used to measure the relationships of hidden variables with their measurement items. The measurement model examines the relationship between the items or the questions of the questionnaire and the structures. Based on the results of the model, the observed load factor has a greater value of 0.5 in all cases, which indicates that there is a good correlation between the observable variables and their hidden variables. All cases are greater than the critical value of 1.96, which indicates

that the correlation between observable variables and hidden variables is significant; In the case of the variables explained by the question, the amount of factor load is equal to one obtained, and the probability that the variable is constructed by the same question is one hundred percent; Therefore, it can be concluded that each latent variable has been properly measured by its explicit variables.

4. Conclusion

Finally, the development of tourism in cities is a challenging and complex process due to the large number of stakeholders with different interests and views on the urban future. As marketers, managers and urban and tourism planners try to develop tourism in cities, but despite the many economic, cultural, social and political benefits, in most cases, sometimes irreparable damage to the environment, cultural and social. It even affects economic and political tourism destinations, including environmental degradation, the loss of cultural heritage identity and authenticity, and changes in local community culture and destinations. As a result, the existence of an integrated and powerful management can solve this problem to a large extent. Meanwhile, attention and focus on the theory of smart urban growth in the process of urban management is very important. Intelligent urban growth, despite features such as environmentally sensitive, aims to reduce dependence on road transport, reduce air pollution and make investment in infrastructure more pedestrian-friendly, cycling, urban green spaces, urban furniture and arrays, urban development and sustainability, etc. It can protect resources for the next generation. On the



other hand, according to the process of tourism development in cities and the subsequent desire of tourists to have a unique experience of the destination they travel to compared to various other destinations, the theory of smart urban growth by introducing a unique urban structure, a good context for tourism activists. It paves the way for cities and can be a good tool in this regard; so it is in this way that a city becomes a unique destination.

Funding

"There is no funding support"

Conflict of interest

"No conflict of interest Authors declared"

Acknowledgments

Thank you very much, dear Professor, Dr. Nazanin Tabrizi.

And I am very grateful to dear professor, Dr. Sedigheh Lotfi.

Dear Professor of the Department of Tourism, University of Mazandaran, Dr. Ramadan Zadeh, Dr. Zal and Dr. Mirzaei, who are undergraduate and Master, I have benefited from their ethical and scientific guidance. Thank you.



علمی

نقش شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری در توسعه‌ی گردشگری شهر اصفهان

لیلا اقدامیان^۱، نازنین تبریزی^{*۲} صدیقه لطفی^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی توسعه گردشگری، دانشگاه مازندران
^۲ دانشیار گروه جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
^۳ استاد گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران



10.22080/JTPD.2021.21395.3532

چکیده

امروزه توسعه‌ی گردشگری در مقاصد مختلف از اهداف راهبردی و مهم تلقی می‌شود و دارای اثرات مثبت بسیاری است. از این رو، کشورهایی که از توانایی‌های بالقوه‌ای در این زمینه بهره‌مند هستند، تلاش مستمری دارند تا سهم مناسبی از بازارهای گردشگری را به خود اختصاص دهند. جذابیت و ساماندهی کاربری‌های عمومی در محیط‌های شهری، باهدف بهبود کیفیت محیط شهری و برآورده کردن نیازهای مختلف انسانی می‌تواند زمینه را جهت توسعه‌ی گردشگری، بیش‌ازپیش فراهم آورد. نواحی شهری به علت آن‌که جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند، غالباً مقاصد گردشگری بسیار مهمی محسوب می‌شوند. به همین دلیل تأسیسات و تجهیزات شهری از جمله مهم‌ترین عواملی هستند که می‌توانند موجب جذب گردشگران بین‌المللی و داخلی در یک شهر شوند. بنابراین، این پژوهش به بررسی توسعه‌ی گردشگری و شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری در شهر اصفهان می‌پردازد و نقش و تأثیر سه شاخص سبز، مبلمان و آرایه‌های شهری، پیاده‌راه‌ها و فضاهای سبز را موردسنجش قرار می‌دهد. روش پژوهش حاضر، روش توصیفی تحلیلی و از نوع پیمایشی است و از نظر قابلیت اجرایی، کاربردی می‌باشد. با به‌کارگیری ابزار پرسش‌نامه جهت گردآوری اطلاعات اولیه و بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS و PLS مشخص شد که سه شاخص سبز، مبلمان و آرایه‌های شهری، پیاده‌راه‌ها و فضاهای سبز بر اساس مدل پیشنهادی پژوهش تأثیر و نقش مثبتی در توسعه‌ی گردشگری اصفهان داشته و نتایج به‌عمل‌آمده بر نمونه‌ای از مردم شهر اصفهان، نشان داد که شاخص فضاهای سبز شهری بر توسعه‌ی گردشگری منطقه تأثیر بیشتری نسبت به دو شاخص دیگر دارد و شاخص مبلمان و آرایه‌های شهری و پیاده‌راه‌ها در رده‌های بعدی قرار می‌گیرند.

تاریخ دریافت:

۲۸ فروردین ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش:

۵ آبان ۱۴۰۰

تاریخ انتشار:

۲۵ آذر ۱۴۰۰

کلیدواژه‌ها:

توسعه‌ی گردشگری، شاخص‌های سبز، رشد هوشمند شهری، اصفهان.

۱ مقدمه

* نویسنده مسئول: نازنین تبریزی

آدرس: دانشیار گروه جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

ایمیل: N.tabrizi@umz.ac.ir

کاهش آلودگی هوا و کارآمدتر کردن سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و دوستدار پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری، فضاهای سبز شهری، مبلمان و آرایه‌های شهری، توسعه و پایداری شهر و... است (مارتین^۷، ایوانز^۸، کاروونن^۹ و همکاران، ۲۰۱۹). بدین ترتیب استراتژی رشد هوشمند شهری، مدیریت پویا و انعطاف‌پذیر رشد شهرهاست و دو هدف کارایی و کیفیت محیطی فضای شهری با استفاده از ابزارهای مختلف را به صورت هماهنگ مدنظر دارد که هم‌راستا با توسعه‌ی صنعت گردشگری در شهرها است (هاپکین^{۱۰} و ناپ^{۱۱}، ۲۰۰۱؛ ۳۱۴)؛ بنابراین فضاهای شهری، مهم‌ترین فضاهای فعالیت گردشگران در شهرها محسوب می‌گردند؛ جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، تئاترها، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور و... از جمله عواملی هستند که منجر به توسعه‌ی گردشگری در فضای شهرهای تاریخی می‌شوند (وال^{۱۲} و تیموتی^{۱۳}، ۱۹۹۵؛ ۶۳). پارک‌های شهری با تم‌های تفریحی گوناگون، فضاهای سبز در نقاط مختلف شهری، کمربندهای سبز، محورهای پیاده راه، مبلمان و آرایه‌های شهری، فضاهای باز شهری، محورهای دوچرخه‌سواری، استادیوم‌های ورزشی، شهربازی، مراکز خرید و... نیز از جمله عوامل مهم در شهرهایی با شهرسازی جدیدتر هستند که به توسعه‌ی گردشگری منجر می‌شوند (ادواردز^{۱۴}، گریفین^{۱۵} و هیلار^{۱۶}، ۲۰۰۸).

استان اصفهان به مرکزیت شهر زیبای اصفهان یکی از مهم‌ترین و توریستی‌ترین شهرهای ایران است. از آنجاکه صنعت گردشگری در اقتصاد این شهر نقش فعال دارد و با توجه به ظرفیت بالای

امروزه گردشگری به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی دارای اثرات مثبت بسیاری است. از این رو، کشورهایی که از توانایی‌های بالقوه‌ای در این زمینه بهره‌مند هستند، تلاش مستمری دارند تا سهم مناسبی از بازارهای گردشگری را به خود اختصاص دهند (نئوی^۱، کورتیت^۲، رومئو^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). کمال مطلوب این است که گردشگری به‌عنوان عنصری از برنامه‌ای فراگیر برای توسعه‌ی منطقه‌ای، برنامه‌ریزی شود و همچنین به شیوه‌ای یکپارچه و پایدار توسعه داده و مدیریت گردد (تبریزی و شیخ بیگلو، ۱۳۹۵؛ ۴۹). امروزه شهرها تنها مقاصد برای انجام فعالیت‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و... نیستند، بلکه نواحی شهری به علت آن‌که جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند، نقش مهمی در فعالیت‌های گردشگری نیز دارند (تبریزی، ۱۳۹۱). همزمان با توسعه‌ی شهرنشینی و افزایش پدیده‌ی شهر گرایی، نیاز و تقاضا به بخش فراغت و گردشگری در شهرها افزایش می‌یابد. از آنجاکه بازار گردشگری در شهرها به سرعت در حال گسترش است، بسیاری از برنامه ریزان شهری به توسعه‌ی گردشگری به‌عنوان بخش مهمی از سیاست شهری، نگاه می‌کنند (زیاری و همکاران، ۱۳۹۶؛ ۵۶).

با این حال و با توجه به توسعه‌ی نامناسب فضاهای شهری، برنامه ریزان شهری استراتژی با عنوان «رشد هوشمند شهری ۴» مطرح کرده‌اند (لالیک^۵ و اوند^۶، ۲۰۱۸). تئوری رشد هوشمند شهری یک توسعه‌ی برنامه‌ریزی‌شده است که فضاهای شهری را احیاء می‌سازد، اساس این نظریه توسعه‌ی حساس نسبت به محیط‌زیست باهدف کاهش وابستگی به حمل‌ونقل ماشینی،

^۹ Karvonen

^{۱۰} Hopkin

^{۱۱} Knaap

^{۱۲} Wall

^{۱۳} Timothy

^{۱۴} Edwards

^{۱۵} Griffin

^{۱۶} Hayllar

^۱ Neuts

^۲ Kourtit

^۳ Romão

^۴ Urban Smart Growth

^۵ Lalicic

^۶ Önder

^۷ Martin

^۸ Evans



فرم شهری" در این پژوهش به بررسی نقش صنعت خلاق در توسعه گردشگری شهری، باهدف غنی‌سازی بحث گردشگری شهری، خوشه خلاق و فرم شهری می‌پردازد. توجه خاصی به نقش تولید خلاق در تجربه گردشگری و ویژگی‌های بازدیدکنندگان به مناطق خلاق دارد و به ارتباط بین فرم شهری و گردشگری می‌پردازد. در این پژوهش چهار منطقه از لندن به‌عنوان مطالعه موردی انتخاب شدند. در نهایت توصیه‌هایی برای سیاست‌های توسعه گردشگری در مناطق شهری خلاق برای یک رویکرد نرم به برنامه‌ریزی که موجب تنوع فرهنگی و اجتناب از ایجاد حباب گردشگری حفظ کسب‌وکار مستقل و فعالیت‌های روزمره دارد. در سال ۲۰۱۵ سارویو^۲ و تاتیک^۳ در مقاله ای با عنوان "تحلیل چشم‌انداز جذابیت‌های گردشگری مبتنی بر ویژگی‌های مکانی" در این پژوهش ارتباط ویژگی‌های مکانی مانند جاذبه‌های طبیعی، پاکیزگی، مهمان‌نوازی، ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری، امکانات پشتیبانی و ضریب امنیت در برابر جذابیت ساحل را با استفاده از روش رگرسیون غیرخطی تحلیل می‌کند. در نتیجه این مقاله جذابیت نسبی ساحل گوا با روش زنجیره مارکوف بررسی شد و ۹۶/۹٪ از جذابیت گردشگری در مناطق ساحلی تحت تأثیر ویژگی‌های مکانی بوده‌اند و ۶۸/۹٪ از آن مختص به جذابیت‌های طبیعی بوده است. در سال ۲۰۱۵ پژوهش کتوس^۴ و همکاران با عنوان "گردشگران در ساختار فضایی یک شهر بزرگ" در این پژوهش با عنوان "گردشگران در ساختار فضایی یک شهر بزرگ" در کشور لهستان، محدوده‌های شهری که توسط گردشگران نادیده گرفته می‌شوند و محدوده‌هایی که توسط آنها انتخاب می‌شوند را شناسایی کرده و اینکه چگونه ساختار فضایی یک شهر، گردشگری شهری را توسعه می‌دهد را مشخص نموده و یک مدل نقش‌های برای آن برحسب فعالیت‌های گردشگران و سناریوهای

شهر اصفهان در جذب گردشگران، ضرورت برنامه‌ریزی و شناسایی مکان‌های مستعد توسعه گردشگری در شهرها، جهت رفاه حال گردشگران احساس می‌شود؛ بنابراین تعیین الگوی فضای گردشگری در شهر و ساماندهی فضاهای گردشگری برای تأمین امکانات و خدمات شهری مانند هتل‌ها و اقامتگاه‌ها، وسایل دسترسی حمل‌ونقل، افزایش جذابیت‌های فرهنگی و هنری شهر و عرضه خدمات گردشگری، برای توسعه گردشگری پراهمیت می‌باشد. همچنین توسعه و مکان‌یابی صحیح شبکه خدمات شهری و نحوه قرارگیری آنها علاوه بر این‌که تأمین‌کننده نیازهای اولیه و اساسی گردشگران به حساب می‌آیند و از لحاظ ملاحظات ترافیکی، شهرسازی، ایمنی، محیط‌زیست و... نیز دارای اهمیت هستند. مناطق شهری اصفهان با دارا بودن جاذبه‌های کم‌نظیر گردشگری دارای اهمیت ویژه هستند (دانشمندی، ۱۳۹۵). در این میان، قرارگیری بافت‌های تاریخی، مذهبی و تجاری در منطقه سه، مانند میدان نقش‌جهان و عناصر چهارگانه ارزشمند آن، خیابان چهارباغ، محورهای تاریخی شهر، پل‌های معروف و مدرسه باشکوه مادر شاه باعث شده این منطقه تصویر اصفهان قدیم را پیش چشم گردشگران ترسیم کند و از سایر مناطق شهری متمایز باشد. با توجه به تغییر و تحولات کالبدی در سال‌های اخیر در منطقه سه شهری، به خصوص از لحاظ فضاهای سبز شهری، مبلمان و آرایه‌های شهری و پیاده‌راه‌ها و... به همین منظور این پژوهش سعی دارد به بررسی توسعه کمی و کیفی شاخص‌های سبز نظریه‌ی رشد هوشمند شهری و نقش آن بر توسعه گردشگری بپردازد.

۲ پیشینه پژوهش

در سال ۲۰۱۰ پاپالپور^۱ در مقاله ای با عنوان "نقش صنعت خلاق در توسعه گردشگری شهری، باهدف غنی‌سازی بحث گردشگری شهری، خوشه خلاق و

^۳ Tatik

^۴ Kotus

^۱ Pappalepore

^۲ Saroyo

اولویت هستند را پذیرفته‌اند. در حال حاضر، چارچوب شهرهایی با رشد هوشمندانه با محوریت گذارهای شهری به سمت پایداری وارد بحث over tourism شده‌اند، اگرچه در مطالعات شهری ثابت شده است که دستورالعمل‌های شهرهایی با رشد هوشمندانه در ارتباط با توسعه و مدیریت گردشگری ناشناخته و مبحث جدیدی است.

در سال ۱۳۹۰ ضرابی و همکاران در مقاله ای با عنوان "تحلیل فضایی شاخص‌های رشد هوشمند شهری (مطالعه موردی: مناطق شهر اصفهان)" به بررسی و تحلیل شاخص‌های رشد هوشمند شهری و عوامل مؤثر بر آن از طریق ۷۵ شاخص مختلف (اجتماعی-اقتصادی، کالبدی و کاربری اراضی، زیست‌محیطی و دسترسی و ارتباطات) پرداخته است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که از بین مناطق ۱۴ گانه شهرداری اصفهان، منطقه ۸ در شاخص زیست‌محیطی و منطقه ۳ در شاخص دسترسی و ارتباطات، رتبه‌ی اول را به خود اختصاص داده است. در سال ۱۳۹۳ سرور و همکاران در مقاله ای با عنوان "بررسی تاثیر نمادها و نشانه‌های شهری در توسعه‌ی گردشگری (مورد مطالعه شهر تبریز)" به بررسی یکی از مهم‌ترین فضاهایی که مورد توجه و بازدید گردشگران قرار گرفته و فرصت‌های بسیاری برای گردشگران به وجود آورده اند، فضاهای شهری می‌باشد. آنچه که فضای یک شهر را پویا و جذاب ساخته و سبب ایجاد رضایت در بین شهروندان و جذب گردشگران می‌شود، تاریخ، فرهنگ غنی، زیبایی بصری و منظر شهری است که نمود ویژه آن‌ها در المان‌ها و نمادهای شهری به وضوح قابل رویت است. در این پژوهش تلاش شده با توجه به اهمیت گردشگری در توسعه‌ی پایدار شهری، نقش نمادها و المان‌های شهری در جذب گردشگر و توسعه‌ی گردشگری مورد بررسی قرار گیرد. همچنین در سال ۱۳۹۲ زنگی‌آبادی و نوری در مقاله ای با عنوان "تحلیل و ارزیابی تطبیقی وضعیت مبلمان شهری در پارک‌های درون‌شهری کلان‌شهرها از

توسعه‌دهنده ممکن برای گردشگری شهری را تولید می‌کنند. تحقیق انجام‌شده تمرکز جاذبه‌های گردشگری، رفتار گردشگران و انگیزه‌های آن‌ها در شهر مورد مطالعه را نشان می‌دهد. مکان‌ها و فضاهایی که این ساختار گردشگری را شکل داده‌اند طبق عملکرد و چینش فضایی به نقاط شروع، دروازه‌های ورودی، نقاط لنگرگاهی، پل‌ها و مکان‌های کشف نشده طبقه‌بندی شده‌اند. همچنین هان و هاوکن^۱ در سال ۲۰۱۸ در مقاله ای با عنوان "نوآوری و هویت در شهرهای هوشمند نسل بعدی، تفاوت فرهنگی و رفتار انسانی و هویت اجتماعی" در مقاله‌ای با عنوان "نوآوری و هویت در شهرهای هوشمند نسل بعدی، تفاوت فرهنگی و رفتار انسانی و هویت اجتماعی" را نیازمند توجه بیشتری در شهرهای نوین می‌دانند و هویت و فرهنگ شهری را به‌عنوان مرکز اصلی چالش شهر هوشمند مورد توجه قرار می‌دهند، به طوری که گفتمان کنونی در شهرهای هوشمند با توانایی و توسعه‌ی تکنولوژی روبروست و رتبه‌بندی جهانی شهرها به یک مدل کسب‌وکار تک‌بعدی و به مجموعه‌ای از معیارها کاهش یافته است، بنابراین می‌بایست فناوری را برای توسعه‌ی هویت فرهنگی و کیفیت زندگی شهری برای آینده مورد استفاده قرار داد. در آخر به بررسی پژوهش پاسکوینلی و ترونفیو^۲ در سال ۲۰۲۰ در مقاله ای با عنوان "توسعه‌ی گردشگری شهری فرامرزی از طریق فاکتورهای شهر هوشمند" این مقاله به این نکته می‌پردازد که توسعه‌ی گردشگری بر منظرهای شهری و اجتماعی تأثیر می‌گذارد و در کنار مدیریت شهرها و توجه به توسعه‌ی پایدار شهری باعث افزایش ارزش تجربه‌ی گردشگران و بهبود کیفیت زندگی روزانه شهری شهروندان می‌شود. محققان و برنامه ریزان شهری در حال بررسی چگونگی تغییر ساختار شهری در چارچوب مفهوم گسترده‌تر توسعه‌ی شهری و بازاندیشی در الگوی گردشگری هستند؛ و برخی از پارادایم‌هایی مانند منطبق رشد بازار گردشگری در منطقه که در

^۲ Pasquinelli and Trunfio

^۱ Han and Hawken



محدوده‌ی منطقه ۱۲ شهر تهران با پیاده راه‌سازی خیابان‌های چون ۱۵ خرداد فرصت خوبی برای گسترش و تسهیل گردشگری شهری فراهم شده است. نکته قابل‌توجه این است در پژوهش‌های مربوط به پیاده‌روها، تا به حال 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 می‌باشد. شریعت پناهی و همکاران در سال ۱۳۹۷ در مقاله‌ای با عنوان "تحلیل فضایی توزیع شاخص‌های رشد هوشمند شهری در سطح محلات (مورد مطالعه: شهر ملایر)" نتایج حاصل از این پژوهش نشان دهنده‌ی این است که در دو دهه‌ی گذشته راهبرد رشد هوشمند در چارچوب نظریه‌ی توسعه‌ی پایدار شهری و حمایت از الگوی شهر فشرده بنا شده است. در حقیقت، توجه به شهر فشرده و رشد هوشمند به‌عنوان یکی از راه‌های رسیدن به این فرم شهری، به دلیل آثار نامطلوب الگوهای توسعه پراکنده در زمینه‌های سیاسی و زیست‌محیطی به‌صورت وسیعی افزایش یافته است. در این راستا هدف از این پژوهش، تحلیل فضایی توزیع شاخص‌های رشد هوشمند در محلات شهر ملایر می‌باشد. می‌توان نتیجه‌گیری کرد که در شهر ملایر امکانات و زیرساخت‌های رشد هوشمند شهری به سمت محلاتی سوق دارد که از جمعیت بیشتری برخوردارند. کلانتری خلیل‌آباد و همکاران در سال ۱۳۹۸ در مقاله‌ای با عنوان "تحلیل فضایی - کالبدی نواحی شهری بر اساس شاخص‌های رشد هوشمند شهری (نمونه موردی: شهر یاسوج)" به بررسی افزایش جمعیت در سال‌های اخیر و به دنبال آن پدیده اسپرال شهری، موجب گردیده تا توسعه‌ی شهری و الگوهای مناسب در جهت رشد و توسعه‌ی فضایی-کالبدی شهر، اهمیت ویژه‌ای یافته است. در این زمینه جهت ساماندهی و انتظام فضایی-کالبدی سطوح پراکنده شهری، از نظریات و الگوهای نوین برنامه‌ریزی شهری از جمله، مدل رشد هوشمند شهری استفاده می‌کند. در حقیقت راهبرد رشد

دیدگاه شهروندان (مورد مطالعه: کلان‌شهر اصفهان)" به بررسی وضعیت مبلمان پارک‌های شهری کلان‌شهر اصفهان از دیدگاه شهروندان این شهر مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفته است. بر این اساس، هدف این مطالعه ((تحلیل و ارزیابی تطبیقی مبلمان پارک‌های درون‌شهری بر اساس معیارهایی چون عوامل زیبایی‌شناختی، امنیت و آرامش، استاندارد مبلمان، توزیع فضایی و ... است)). رویکرد حاکم بر این مطالعه با توجه به موضوع و مؤلفه‌های مورد بررسی ترکیبی از روش‌های توصیفی - تحلیلی و پیمایشی است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که از میان شاخص‌های مورد مطالعه، معیار امنیت بیشترین امتیاز را به خود اختصاص داده و در ارزیابی مبلمان پارک‌ها در اولویت اول قرار دارد و معیار رعایت فاصله کمترین امتیاز را به خود اختصاص داد. از میان پارک‌های بررسی شده نیز پارک غدیر با معیارهای بررسی شده بیشترین امتیاز توجه را کسب کرده و در بین پارک‌های مورد بررسی رتبه‌ی اول را از نظر برخورداری از مبلمان مناسب به خود اختصاص داده است. در سال ۱۳۹۴ پور زرنی و امینیان در مقاله‌ای با عنوان "ارزیابی قابلیت‌های بازآفرینی پیاده راه‌های گردشگری از منظر توسعه‌ی پایدار شهری (مطالعه موردی: خیابان ۱۵ خرداد تهران)" در این پژوهش ضمن بررسی تجارب موفق بین‌المللی و مقایسه مسیرهای پیاده راه‌های شهری و شناسایی این قابلیت‌ها از طریق بازآفرینی انجام شده 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 توسعه‌ی گردشگری، ارائه داده است. در سال ۱۳۹۵ ساسان پور و حمیدی در مقاله‌ای با عنوان "نقش پیاده گسترده در توسعه‌ی 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 قابل‌توجهی در بعد زیست‌محیطی این منطقه داشته‌اند. در تهران و در

و توسعه‌ی شهرها و مدیریت رشد هوشمند شهری روش‌های اعمال این‌گونه کنترل‌هاست (مارتین، اوانز، کارون و همکاران^۷، ۲۰۱۹). رشد هوشمند به دنبال محدود کردن رشد شهرها نیست، بلکه سعی در وفق دادن این رشد با مسائل محیطی و اقتصادی و اجتماعی دارد. از اهداف این تئوری این است که مردم را آگاهی دهد که توسعه‌ی شهر چگونه می‌تواند کیفیت زندگی را ارتقا بخشد، در واقع رشد هوشمند با تمرکز بر تجدید حیات شهری به دنبال ساخت مکان‌هایی است که مردم به زندگی در آن‌ها میل و رغبت نشان دهند (میلر و هول^۸، ۲۰۰۲).

راهبرد رشد هوشمند اصول اساسی زیر را مورد توجه قرار می‌دهد که جوامع مختلف با توجه به شرایط جغرافیایی و اقتصادی-اجتماعی خاص خود می‌تواند با برخی از این اصول انطباق یابد. این اصول عبارت‌اند از:

- کاربری‌های مختلط.
- استفاده از ساختمان‌های فشرده.
- ایجاد محلات قابل پیاده‌روی.
- ایجاد جوامع متمایز و جذاب با تأکید شدید بر مفهوم مکان.
- حفاظت از فضاهای باز، زمین‌های زراعی، زیبایی‌های طبیعی و زیست‌محیطی آسیب‌پذیر.
- هدایت و توانمند ساختن توسعه در جوامع کنونی.
- توجه و تمرکز بر ایجاد و گسترش صحیح مبلان و آرایه‌های شهری.
- ایجاد فرصت‌های متنوعی از حمل‌ونقل.
- تشویق شهروندان به مشارکت پایدار در تصمیمات مربوط به توسعه.

هوشمند، سعی در شکل‌دهی مجدد شهرها و هدایت آن‌ها به سوی اجتماع توانمند با دسترسی به محیط‌زیست مطلوب، سیستم حمل‌ونقل یکپارچه شهری، تراکم و فشردگی شهرها و اختلاط کاربری‌ها را دارد. پژوهش حاضر باهدف فراهم کردن اطلاعات تحلیلی در زمینه‌ی ارزیابی نواحی به لحاظ میزان تناسب با شاخص‌های رشد هوشمند، توجه ویژه به نواحی با اولویت پایین، ترویج بلندمرتبه‌سازی و استفاده از اراضی بایر و ترویج کاربری‌های مختلط شهری در راستای تحقق اهداف توسعه‌ی پایدار و با روش توصیفی-تحلیلی و همبستگی، گام‌های مهمی در دستیابی به رشد هوشمند شهری برداشت.

۳ مبانی نظری

۳/۱ تئوری رشد هوشمند شهری

تئوری رشد هوشمند، طی دو دهه‌ی ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰، توسط پاریس انگلندرنینگ^۱ شهردار ماری لند^۲ از سال ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۲ بر مبنای اصول پایداری در واکنش به رشد پراکنده شهرها، به تدریج در کشورهای آمریکا و کانادا باب شد. نظریه‌ی رشد هوشمند شهری یک تئوری برنامه‌ریزی شهری است (لالیک^۳ و اوندرا^۴، ۲۰۱۸)، حساس نسبت به محیط‌زیست باهدف و کارآمدتر کردن سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، رشد در داخل شهرها و در مقابل پراکندگی، روی فشرده‌سازی شهر، کاهش وابستگی به حمل‌ونقل ماشینی و کاهش آلودگی هوا و دوستدار پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری است (نئوی، کورتیت، رومئو و همکاران^۵، ۲۰۱۹).

دکتر ساموئل استالی^۶ پژوهشگر در زمینه‌ی رشد هوشمند شهری، این تئوری را این‌گونه تعریف می‌کند: رشد هوشمند شهری یک سعی جدید است، مانند یک افسار کنترل برای منطقی کردن گسترش

^۵ Neuts, Kourtit, Romão et al

^۶ Samuel Staley

^۷ Martin, Evans, Karvonen et al

^۸ Miller and Hoel

^۱ Paris Englandendering

^۲ Marie Land

^۳ Lalicic

^۴ Önder



تاکید بر منطقه بندی مختلط، حفاظت از فضاهای باز شهری، تاکید بر کاهش مسافرت ها با وسایط شخصی و تاکید بر بازسازی و تجدید حیات مناطق قدیمی شهری اشاره کرد(لالیک و اوندرا،^۱ ۲۰۱۸).

از طرفی اجرای مناسب راهکارهای راهبرد رشد هوشمند می‌تواند مزایای متنوع اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را در برداشته باشد که برخی از آن‌ها در جدول زیر خلاصه شده است.

با قبول این حقیقت که انطباق یک جامعه با تمامی این اصول ممکن نیست، ولی باید در نظر داشت این اصول در هر جامعه‌ای که پیاده شوند، لازم است در ارتباط و هماهنگی با یکدیگر باشند؛ در غیر این صورت نتیجه‌ی مطلوبی حاصل نمی‌شود(مارتین، اوانز، کارونن و همکاران، ۲۰۱۹).

از جمله ویژگی‌های راهبرد رشد هوشمند می‌توان به، محدود سازی توسعه‌ی پیرامونی، تشویق به تراکم بالا در زمین‌هایی با کاربری‌های گوناگون،

جدول ۱ مزایای اقتصادی-اجتماعی و زیست‌محیطی راهبرد رشد هوشمند شهری

مزایا	توضیحات
اقتصادی	<ul style="list-style-type: none"> -کاهش هزینه خدمات و هزینه‌های توسعه -محدودسازی گسترش‌های شهری و حفاظت از اراضی کشاورزی و باغات -کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل -صرفه‌جویی‌های ناشی از تجمع -حمل‌ونقل کارآمد -حمایت از صنایعی که به محیط‌هایی باکیفیت بالا نیاز دارند، مانند گردشگری، کشاورزی و...
اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> -بهبود فرصت‌های حمل‌ونقل، بخصوص برای کسانی که توانایی رانندگی ندارند. -تمرکز فعالیت‌های محلی در محلات و ارتقای کیفیت زندگی، امنیت بیشتر و محیط فعال‌تر -بالا بردن فعالیت‌های فیزیکی و بهبود شرایط بهداشت -حفاظت از منابع منحصربه‌فرد فرهنگی(تاریخی، سنتی و...)
زیست‌محیطی	<ul style="list-style-type: none"> -حفاظت از فضاهای سبز و حیات‌وحش -افزایش استفاده از حمل‌ونقل عمومی و کاهش ضایعات زیست‌محیطی -کاهش آلاینده‌ها و گازهای گلخانه‌ای -کاهش آلودگی آب

(لیتمان^۲، ۲۰۱۳: ۱۵).

^۲ Litman

^۱ Lalicic and Önder

۳،۲ شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری (مبلمان و آرایه های شهری، فضاهای سبز و محورهای پیاده راه)

در فضای خشن میان ساختمان‌ها و بناها، وسایل و ضمائم مکملی نیاز است تا زندگی شهری را سامان بخشد، تجهیزاتی که مانند اثاث یک‌خانه، امکان زندگی را در فضای محصور میان سنگ و بتون و شیشه فراهم آورد. این عناصر جریان حرکت، سکون، تفریح، بهداشت و... را در شهر تنظیم می‌کنند و به آن روح می‌بخشند (زنگی‌آبادی و تبریزی، ۱۳۸۴: ۴۷). از طرفی فضاهای باز شهری به‌عنوان فضاهای دارای ارزش اکولوژیک و فضای جریان هوا و شبکه جریان تهویه آلودگی‌های شهری از لحاظ تنوع زیستی فضاهای لازم برای آرامش بصری و روانی انسان و فضاهای گردشگری و فضاهای ارائه‌دهنده خدمات و ارزش‌های محیط‌زیستی مانند؛ تعادل اکولوژیک و تضمین زنجیره غذایی زیستگاه شهری، شبکه‌ی فضای باز دربرگیرنده‌ی لکه‌ها و نواحی وسیع و مرکزی و دالان‌های ارتباط‌دهنده است. بخش زنده فعالیت‌های حیاتی در محیط‌زیست شهری همانند هر اکوسیستم دیگری بخش مهمی از اکولوژی و تعیین‌کننده روند تحولات و پایداری زیست‌بوم شهری است (سعیدی مفرد و مفیدی شمیرانی، ۱۳۹۴). همچنین محورهای پیاده راه که گذرگاهی است که در کنار مسیرهای سواره مثل جاده، خیابان و میدان، منحصراً برای حرکت عابران پیاده ساخته می‌شود. پیاده راه‌ها قسمتی از فضاهای شهری شناخته‌شده‌اند که به دلایل ویژه، عمدتاً به خاطر دارا بودن برخی پتانسیل‌های خاص در تمام یا بخشی از ساعات شبانه‌روز کاملاً بر روی حرکت سواره بسته‌شده و به‌طور کامل به حرکت عابران پیاده اختصاص می‌یابند (Cowan, 2008). اصطلاح پیاده راه در چند دهه‌ی اخیر در مقابل خیابان که مخصوص حرکت سواره است بیشتر متداول گشته است. واژگان مختلفی نظیر محدوده

پیاده (مال)، محدوده بدون اتومبیل، پیاده راه، پهنه (زون) پیاده، گردشگاه پیاده و پهنه بدون ترافیک در کشورهای مختلف به‌کاربرده می‌شوند (یزدان پناه، ۱۳۹۶: ۳۲).

۳،۳ توسعه‌ی گردشگری و شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری

مبلمان و آرایه‌های شهری از جمله عناصری هستند که در سیمای شهر تأثیرگذارند به همین دلیل طراحی و برنامه‌ریزی‌های مناسب آن‌ها در مدیریت و توسعه‌ی شهرها تأثیر شگرفی دارند. مبلمان و آرایه‌های شهری انواع مختلفی دارد که هرکدام در حیطه‌ی طراحی شهری، در راستای هویت شهر و سیمای آن مهم هستند (خسروی و باقرپیری، ۱۳۹۷). همچنین عدم توجه به طراحی مناسب این شهر افزاینده باعث ایجاد نابه سامانی در سیمای شهر خواهد شد. مبلمان شهری بخش زیادی از فضاهای شهری را سامان می‌دهد و باعث بالا رفتن کیفیت استفاده کاربران از مراکز و فضاهای شهری می‌شود (محمودی و علیمردانی، ۱۳۹۴). از آنجاکه محیط‌های گردشگری، فضاهایی هستند که در آن‌ها افراد آزادانه و به‌دلخواه رفتار می‌کنند مانند قدم زدن، صحبت کردن، تجربه‌های مشترک و هم‌حسی فضایی، تجمعات و سخنرانی‌ها و ... در نهایت به ایجاد همبستگی و علائق مشترک می‌شود. در نتیجه بین مردم یک جامعه تنوع در سبک زندگی، فرهنگ و ارزش‌ها وجود دارد. ترجیحات هر یک از این گروه‌ها در تجهیز فضاهای گردشگری که افراد به تعداد زیاد و با خصوصیات متنوع از آن استفاده می‌کنند، به انواع مبلمان و آرایه‌های شهری، اهمیت خاصی می‌دهد (کنتور و اونگر، ۲۰۱۰: ۴۰). همچنین پیاده راه‌ها باعث جذب گردشگران و کاهش استرس روزمره می‌شوند. امروزه زندگی در شهر با مصائب و مشکلات فراوانی روبروست. انسان شهری در مقابله و رویارویی با محیط پیرامونی خود در جامعه با مشکلات عدیده‌ای دست‌وپنجه نرم می‌کند، از

^۱ Kántor & Unger

گردشگری در شهر منجر می‌شود، هماهنگی اجزاء منظر شهری با یکدیگر است (کاشانی جو، ۱۳۹۵). و به‌طورکلی بالا بودن کیفیت منظر شهری است. وجود منابع طبیعی منحصربه‌فرد در شهرها، پارک‌های شهری ملی، فضاهای شهری تاریخی و اختلاف درجه حرارت و بارندگی و ... شرایطی بسیار مناسب را برای توسعه‌ی صنعت گردشگری در کشور مهیا نموده است. امری مهم که تحقق و گسترش آن بر اساس موازین علمی و استانداردهای جهانی بر توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی و بومی بسیار تأثیرگذار خواهد بود (اینسکیپ^۱، ۱۹۹۱).

۴ روش پژوهش

روش: در پژوهش حاضر روش تحقیق بر اساس اهداف پژوهش، نظری-کاربردی و بر اساس نوع روش توصیفی-تحلیلی است. برای تکمیل مبانی نظری و پیشینه‌ی موضوع و جمع‌آوری اطلاعات درباره نگرش‌های موجود به مقوله‌ی نظریه‌ی رشد هوشمند شهری و سنجش توسعه‌ی گردشگری، با مراجعه به پایگاه‌های اطلاعاتی مقالات علمی و همچنین مراجعه به کتب، مقالات و پایان‌نامه‌ها؛ از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است و برای برداشت اطلاعات میدانی در منطقه‌ی موردتحقیق از پرسشنامه محقق ساخت که به صورت آنلاین تهیه شده، مورد استفاده قرار گرفته است.

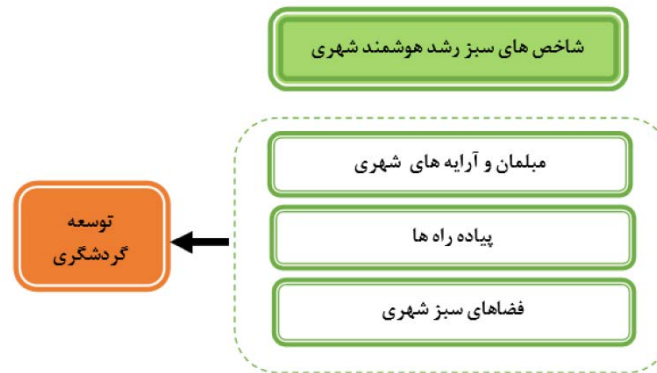
جامعه‌ی آماری: جامعه‌ی آماری مورد مطالعه در این پژوهش، شهروندانی که در منطقه‌ی سه شهری اصفهان زندگی می‌کنند یا به نحوی با منطقه‌ی سه در ارتباطند؛ که در طی فرآیند توزیع پرسشنامه‌ها، اطلاعات لازم جهت تکمیل پرسشنامه، در اختیار این گروه قرار گرفت. با توجه به اینکه جمع‌آوری اطلاعات از تمامی مردم شهر اصفهان امکان‌پذیر نیست، از روش نمونه‌گیری تصادفی برای انتخاب افراد پاسخگو به سؤالات پرسشنامه استفاده شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران با سطح خطای ۵ درصد، ۳۸۴ پرسشنامه برآورد شد.

ترافیک و جولان خودروها در خیابان‌ها گرفته تا نوع برخورد و فرهنگ شهروندان در مقابل یکدیگر که به گونه‌های متفاوتی بروز می‌کند (یزدان پناه، ۱۳۹۶: ۳۳). عموماً خیابان‌های پیاده‌شاخصه‌هایی مانند خدمات و امکانات برای استراحت، تفریح و فراغت یا دامنه‌ای از فعالیت‌های گوناگون را در خوددارند. سیمای زمین و محوطه‌سازی آن‌ها معمولاً با گیاهان و گل‌ها و آب‌نماها صورت گرفته است؛ روشنایی خیابان با توجه به مقیاس انسانی و به‌خصوص تأمین کیفیتی چون ایمنی در نظر گرفته می‌شود و درنهایت خیابان مانند یک فضای شهری عمل می‌کند و وجود مبلمان شهری چون نیمکت و میزها نیز فضایی برای تعاملات اجتماعی به وجود می‌آورند. حوزه‌های پیاده شامل مناطق مخصوص پیاده، هم چون بازارها و پیاده‌راه‌ها می‌باشد (زنگی‌آبادی و تبریزی، ۱۳۸۶). از طرفی فضاهای سبز عمومی فضاهای سبزی هستند که بازدهی اجتماعی دارند و عموم مردم از آن‌ها در گذراندن فراغت، تفریح و مصاحبت با دوستان و گردهمایی‌های اجتماعی و فرهنگی و نظایر این‌ها استفاده می‌کنند. فضاهای یادشده اساساً برای این منظور طراحی یا تجهیز شده‌اند. فضاهای سبز علاوه بر اینکه موجب بهبود وضعیت زیست‌محیطی شهرها می‌شود، شرایط مناسبی را برای توسعه‌ی گردشگری فراهم می‌سازد. مهم‌ترین اثرات فضای سبز در شهرها کاهش آلودگی هوا، کاهش آلودگی صوتی، تعدیل دما، افزایش رطوبت نسبی و ... و توسعه گردشگری در شهرها است (پور امرایی، اکبری و صابری، ۱۳۹۴: ۷۸). همان‌طور که پیش‌ازاین رفت، فضاهای شهری و منابع طبیعی مهم‌ترین دلیل جذب گردشگران محسوب می‌شوند. فضاهای شهری در شهرهای ایران فقط به مسیر عبور و مرور تبدیل شده‌اند و کمتر در ابعاد اجتماعی پاسخگوی نیازهای انسان امروزی‌اند و در این میان فضاهایی حذف شده‌اند که باعث آرامش خاطر انسان شوند. عاملی که یک شهر را جذاب و به‌یادماندنی می‌کند و به توسعه‌ی

^۱ Inskip

همچنین نرخ برگشت‌پذیری پرسشنامه‌ها ۳۵۳ پرسشنامه سالم می‌باشد که به‌صورت الکترونیکی تکمیل‌شده است.

۵ مدل مفهومی تحقیق



مدل مفهومی تحقیق

مأخذ: برگرفته از مدل لالیک^۱ و اوند^۲، ۲۰۱۸

استفاده‌شده است. همچنین مدل پژوهش با استفاده از Smart PLS برازش می‌شود.

روایی پرسشنامه. برای سنجش روایی، پرسشنامه‌هایی که در این پژوهش طراحی شدند، توسط استادان مورد بازبینی قرار گرفته و پس‌ازاینکه روایی پرسشنامه‌ها توسط استادان محترم تأیید گردید مورد استفاده قرار گرفت. (روایی محتوایی)

سطح پایایی یا اعتماد پرسشنامه. در پژوهش حاضر برای سنجش پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده شده و نتایج نشان‌دهنده ضریب پایایی معنادار و در سطح مناسب برای پرسشنامه‌ها می‌باشد.

۶ منطقه‌ی مورد مطالعه

منطقه‌ی سه شهرداری اصفهان دارای مساحت ۱۱۴۸ هکتار می‌باشد. منطقه‌ی سه یکی از مناطق اصلی و مرکزی شهر اصفهان است که در دل خود تاریخ شهر

متغیرهای تحقیق. با توجه به ادبیات تحقیق و پیشینه‌ی پژوهش، متغیر وابسته این پژوهش توسعه‌ی گردشگری و متغیر مستقل شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری (مبلمان و آرایه‌های شهری، فضای سبز و پیاده راه‌ها) می‌باشد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها. در این پژوهش تجزیه و تحلیل داده‌ها به شیوه‌ی آماری توصیفی و استنباطی بوده و از آنجاکه محقق در تلاش است ارتباط و عملکرد بین متغیرها را مورد بررسی قرار دهد، بنابراین، آزمون‌های همبستگی و مدل‌سازی معادلات ساختاری^۳ استفاده گردیده است. پس از جمع‌آوری داده‌ها ابتدا با ترسیم جدول فراوانی، وضعیت گردشگران از لحاظ سن، جنس، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات، شغل و ... از منطقه‌ی مورد مطالعه، تعیین و سپس برای تحلیل داده‌های حاصل از پرسش‌نامه نیز از نرم‌افزارهای آماری SPSS و PLS

^۳ SEM

^۱ Lalicic

^۲ Önder

تمرکز مراکز اداری، بازارهای تاریخی و مراکز تجاری، مراکز گردشگری و ابنیه‌ی تاریخی، مقبره‌ها و امامزاده‌ها، حوزه‌های علمیه و دفاتر علمای مذهبی و مراکز علمی این منطقه را به منطقه‌ای خاص با ویژگی‌های خاص تبدیل کرده است. در واقع منطقه ۳ دربرگیرنده‌ی بخش وسیعی از بافت تاریخی شهر است (پرتال شهرداری منطقه ۳ اصفهان، ۱۳۹۹).

اصفهان را از زمان‌های دور، و سه دوره پایتختی این شهر را به همراه داشته است. آثار تاریخی (سه دوره حکومت دیلیمان، سلجوقیان و صفویان) که از مراکز مهم گردشگری شهر اصفهان محسوب می‌شوند، متمرکز شدن مراکز اداری، حوزه‌های علمیه، محل سکونت علمای دینی- مذهبی، علمی و وجود بیشترین مراکز تجاری و بازارها و ... این منطقه را از اهمیت خاصی برخوردار کرده است. در مجموع



منطقه ۳ شهری اصفهان

منبع: پرتال شهرداری منطقه ۳ اصفهان، ۱۳۹۹.

همچنین فوق‌لیسانس و دکتری با ۲۱ درصد، دیپلم با ۱۵/۹ درصد، فوق‌دیپلم با ۵/۴ درصد و زیر دیپلم با ۱/۴ درصد به ترتیب بیشترین فراوانی را در بین افراد پاسخ‌دهنده‌ی به خود اختصاص داده‌اند. از میان نمونه‌ی آماری تعداد ۲۰۱ نفر معادل ۵۶/۹ درصد مجرد و همچنین تعداد ۱۵۲ نفر معادل ۴۳/۱ درصد متأهل بوده‌اند. از میان نمونه‌ی آماری، تعداد ۱۰۸ نفر معادل ۳۰/۶ درصد کارمند با بیشترین درصد فراوانی، تعداد ۸۷ نفر معادل ۲۴/۶ درصد شغل آزاد، تعداد ۷۵ نفر معادل ۲۱/۲ درصد دانشجوی، تعداد ۴۹ نفر معادل ۱۳/۹ درصد بیکار، تعداد ۱۷ نفر معادل ۴/۸ درصد خانه‌دار، تعداد ۱۶ نفر معادل ۴/۵ درصد بازنشسته و تعداد ۱ نفر معادل ۰/۳ درصد کارگر از آمار داده‌ها را تشکیل داده‌اند. از میان نمونه‌ی آماری، تعداد ۱۷۸ نفر معادل ۵۰/۴ درصد ماهیانه درآمدی کمتر از ۳ میلیون تومان، تعداد ۷۷ نفر

۷ تحلیل یافته‌ها

بر اساس تحلیل جمعیت شناختی نمونه‌ها، از تعداد ۳۵۳ نفر نمونه‌ی آماری از مردم شهر اصفهان، ۲۱۳ نفر معادل ۶۰/۳ درصد زن و همچنین ۱۴۰ نفر معادل ۳۹/۷ درصد مرد شرکت کرده‌اند. برای سهولت ارائه‌ی سن پاسخ‌دهندگان، آن‌ها در پنج گروه سنی دسته‌بندی شده‌اند. ۸۳ نفر یعنی ۲۳.۵٪ افراد بین ۱۸ تا ۲۵ سال سن دارند. ۱۲۳ نفر یعنی ۳۴.۸٪ افراد بین ۲۵ تا ۳۵ سال سن دارند. ۹۰ نفر یعنی ۲۵.۵٪ افراد بین ۳۵ تا ۴۵ سال سن دارند. ۳۵ نفر یعنی ۹.۹٪ افراد بین ۴۵ تا ۵۵ سال سن دارند و ۲۲ نفر یعنی ۶.۲٪ افراد نیز بالای ۵۵ سال هستند. از میان نمونه‌ی آماری، ۵۶/۴ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک لیسانس بوده‌اند که بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است و

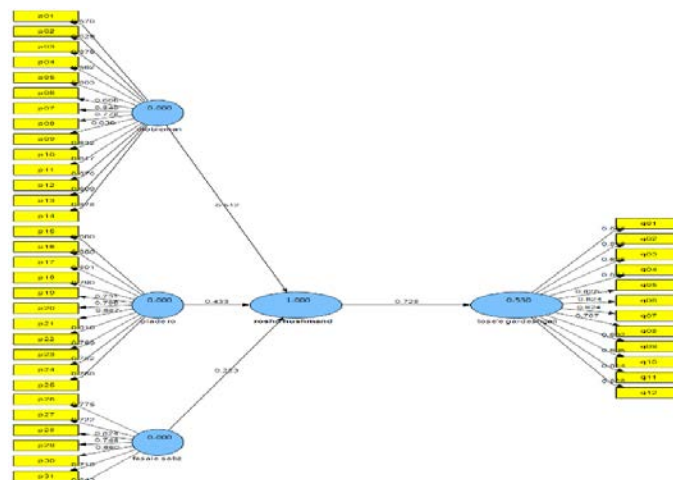
مورد متغیرهایی که توسط به سؤال تبیین می‌گردند مقدار بار عاملی برابر یک به‌دست‌آمده و احتمال ساخته‌شدن متغیر توسط همین یک سؤال، صد در صد است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت هر متغیر مکنون به‌درستی توسط متغیرهای آشکار خود موردسنجش قرارگرفته است.

در ادامه، رابطه‌ی متغیرهای موردبررسی در هر یک از فرضیه‌های تحقیق بر اساس یک ساختار علی با تکنیک حداقل مربعات جزئی PLS آزمون شده است. در مدل کلی تحقیق که در شکل ۱ ترسیم‌شده است مدل اندازه‌گیری (رابطه‌ی هر یک از متغیرهای قابل‌مشاهده با متغیر پنهان) و مدل ساختاری (روابط متغیرهای پنهان با یکدیگر) محاسبه‌شده است. برای سنجش معناداری روابط نیز آماره‌ی t با تکنیک بوت استراپینگ محاسبه‌شده است که در شکل ۲ ارائه‌شده است. در این مدل که خروجی نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس است خلاصه نتایج مربوط به معناداری بار عاملی استاندارد و معناداری روابط متغیرهای تحقیق ارائه‌شده است. ضرایب مسیر و معناداری آن‌ها نیز در جدول ۲ آورده شده است.

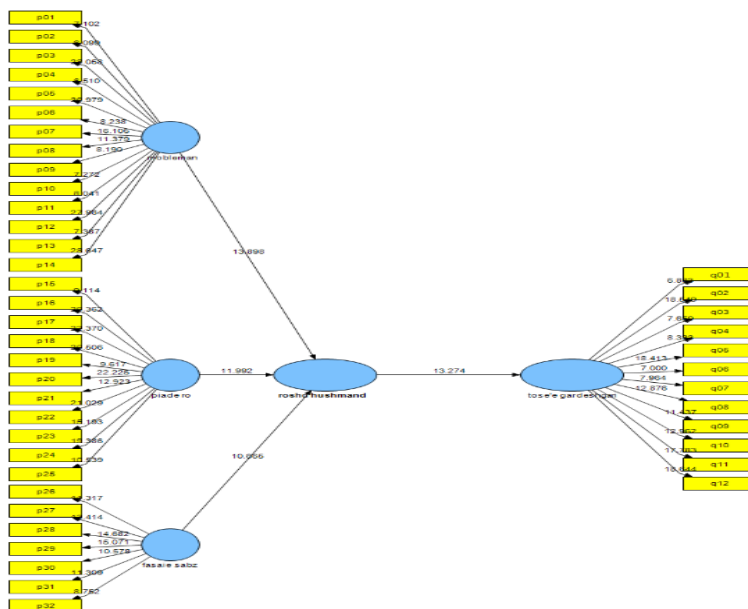
معادل ۲۱/۸ درصد بین ۳ تا ۶ میلیون تومان، تعداد ۲۶ نفر معادل ۷/۴ درصد بالای ۱۵ میلیون تومان، تعداد ۲۶ نفر معادل ۷/۴ درصد بین ۱۲ تا ۱۵ میلیون تومان، تعداد ۲۴ نفر معادل ۶/۸ درصد بین ۶ تا ۹ میلیون تومان و تعداد ۲۲ نفر معادل ۶/۲ درصد بین ۹ تا ۱۲ میلیون تومان، درآمد ماهیانه پاسخ‌دهندگان این پژوهش می‌باشد

جهت بررسی مدل، نخست برای سنجش روابط متغیرهای پنهان با گویه‌های سنجش آن‌ها از مدل اندازه‌گیری استفاده‌شده است. مدل اندازه‌گیری ارتباط گویه‌ها یا همان سؤالات پرسشنامه را با سازه‌ها موردبررسی قرار می‌دهد.

بر اساس نتایج مدل اندازه‌گیری بار عاملی مشاهده‌شده در تمامی موارد مقداری بزرگ‌تر از ۰/۵ دارد که نشان می‌دهد همبستگی مناسبی بین متغیرهای قابل‌مشاهده با متغیرهای پنهان مربوط به خود، وجود دارد و همچنین بر اساس نتایج مدل اندازه‌گیری، مقدار بوت استراپینگ (آماره t) در تمامی موارد از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است که نشان می‌دهد همبستگی بین متغیرهای قابل‌مشاهده با متغیرهای پنهان مربوط به خود معنادار است؛ در



شکل ۱ مدل کلی پژوهش با تکنیک حداقل مربعات جزئی (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)



شکل ۲ آماره‌ی تی مدل کلی پژوهش با تکنیک بوت استرپینگ (منبع: یافته‌های پژوهش: ۱۳۹۹)

جدول ۲ ضرایب مسیر

جهت مسیر	تأثیر	آماره تی
فضای سبز → رشد هوشمند	0.223	10.665
مبلمان و آرایه‌ها → رشد هوشمند	0.512	13.898
پیاده راه‌ها → رشد هوشمند	0.433	11.992
رشد هوشمند → توسعه گردشگری	0.728	13.274

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

بوده و نشان می‌دهد تأثیر مشاهده شده معنادار است.

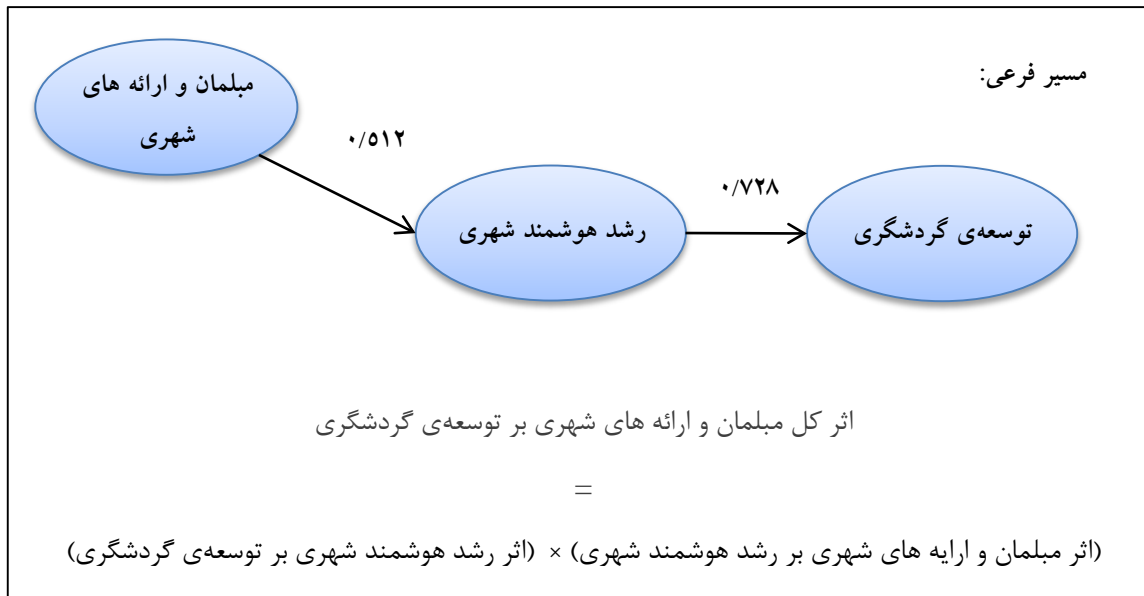
۲. شدت اثر رشد هوشمند شهری بر توسعه‌ی گردشگری برابر ۷۲۸/۰ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز ۱۳/۲۷۴ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد تأثیر مشاهده شده معنادار است.

برای محاسبه‌ی میزان اثر کل از رویکرد زیر استفاده شده است:

برای بررسی این اثر ابتدا باید مقدار و معناداری هر یک از بخش‌های مسیر فرعی را بررسی نمود سپس به محاسبه‌ی مقدار اثر کلی پرداخت.

مسیر فرعی:

۱. طبق جدول ۳ مشاهده می‌گردد شدت اثر مبلمان و آرایه‌های شهری بر رشد هوشمند شهری برابر ۵۱۲/۰ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز ۱۳/۸۹۸ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶



شکل ۳ بررسی اثر کلی (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

داده و آن‌ها را در جدولی به نام اثرات کلی ارائه می‌کند. در نتیجه می‌توان مقدار تأثیر و معناداری تمامی متغیرها را بر هم مشاهده کرد. نتایج این محاسبات در جدول زیر آمده است.

در نتیجه خواهیم داشت:

$$\text{اثر کل} = (0.512 \times 0.728) = 0.373$$

نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس تمامی محاسبات مربوط به تحلیل مسیرهای مستقیم و فرعی را انجام

جدول ۳ اثرات کلی مدل

مسیر	اثر کلی	آماره تی
فضای سبز → رشد هوشمند	۰.۲۲۳	۱۰.۶۶۵
فضای سبز → توسعه گردشگری	۰.۱۶۲	۹.۰۸۴
مبلمان و آرایه‌ها → رشد هوشمند	۰.۵۱۲	۱۳.۸۹۸
مبلمان و آرایه‌ها → توسعه گردشگری	۰.۳۷۳	۱۲.۳۲۷
پیاده راه‌ها → رشد هوشمند	۰.۴۳۳	۱۱.۹۹۲
پیاده راه‌ها → توسعه گردشگری	۰.۳۱۵	۹.۷۹۹
رشد هوشمند → توسعه گردشگری	۰.۷۲۸	۱۳.۲۷۴

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹



۸ بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش تلاش شد تا نقش و تأثیر شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری بر توسعه‌ی گردشگری موردبررسی قرار گیرد. با بررسی شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری بر توسعه‌ی گردشگری شهر اصفهان مشخص شد، رابطه‌ی معناداری بین دو متغیر شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری و توسعه‌ی گردشگری وجود دارد. طبق نتایج به دست آمده، مشاهده می‌شود که شدت اثر شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری بر توسعه‌ی گردشگری برابر $0/728$ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز $13/274$ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای 5% یعنی $1/96$ بوده است. همبستگی بین این دو متغیر مقدار قوی بوده و رابطه‌ی معنادار و مستقیمی بین شان برقرار است. همچنین با توجه به این‌که شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری با سه شاخص مبلمان و آرایه‌های شهری، پیاده راه‌ها و فضاهای سبز شهری موردبررسی قرار گرفته اند و با استناد به میزان رابطه‌ی شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری با توسعه‌ی گردشگری می‌توان چنین استنباط کرد که شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری رابطه‌ی قوی و مستقیمی با توسعه‌ی گردشگری دارند. بنابراین، می‌توان گفت با اطمینان 95% شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری بر توسعه‌ی گردشگری تأثیر معناداری دارد و فرضیه‌ی اصلی تأیید می‌گردد. آنچه محقق از یافته‌های استنباط می‌کند، با توجه به شدت اثر شاخص‌های سبز رشد هوشمند شهری بر توسعه‌ی گردشگری برابر $0/728$ محاسبه شده است و فرضیه‌ی اول تأیید شده است که نشان از اهمیت این شاخص‌ها بر توسعه‌ی گردشگری می‌باشد. همان‌طور که دریافته‌ها مشخص شد، از دیدگاه مردم شهر اصفهان، عنوان کرده‌اند که استانداردهای مطابقت با اصول جهانی در خدمات گردشگری با میانگین $(4/09)$ بیشترین تأثیر را در میان عوامل درونی و بیرونی موثر بر توسعه‌ی

گردشگری در اصفهان داشته است که این می‌تواند به دلیل ویژگی گردشگر پذیر بودن اصفهان از نقاط مختلف دنیا در نظر گرفته شود و توجه به عدم فرسودگی کالبدی بناهای تاریخی و محیط‌های شهری قدیمی در رتبه‌ی خوبی در تأثیرگذاری توسعه‌ی گردشگری قرار دارد که این نشان از وجود اهمیت میراث فرهنگی و تاریخی شهر اصفهان می‌باشد. همچنین مشخص شد برخورداری از خدمات و تسهیلات گردشگری مناسب و نسبتاً توسعه‌یافته همچون هتل‌ها، رستوران‌ها، آژانس‌ها خدمات مسافرتی در سطح شهر در توسعه‌ی گردشگری مؤثر بوده و به جذب گردشگران منجر شده است. وجود چند اثر مثبت شده در میراث جهانی از جمله؛ میدان نقش جهان، کاخ چهل‌ستون و مسجد امام با اختلاف اندکی در رده بعدی قرار دارد که نشان‌دهنده‌ی این است که جاذبه‌های شاخص و مهم ثبت شده در اصفهان از نظر مردم شهر اصفهان، به توسعه‌ی گردشگری منجر شده است. برخورداری از جاذبه‌های متعدد تاریخی، طبیعی و انسان‌ساخت در سطح شهر و امکان بازدید آن‌ها در شب از جمله شاخص‌های مهم و تأثیرگذار از عوامل درونی و بیرونی توسعه‌ی گردشگری می‌باشد که از نظر مردم شهر اصفهان به توسعه‌ی گردشگری منجر می‌شود و در رتبه‌ی قابل قبولی قرار دارد. طراحی اصولی معابر عمومی از جمله شاخص‌های مهم در تئوری رشد هوشمند شهری است که مردم شهر اصفهان معتقدند که طراحی اصولی معابر به‌ویژه در بافت تاریخی (همچون چهارباغ) منجر به توسعه گردشگری می‌شود. همچنین مشخص شد که فعال شدن بخش خصوصی در احیای میراث فرهنگی با کسب رتبه‌ی ۸ از ۱۲ دارای تأثیر پایینی نسبت به سایر شاخص‌های مؤثر درونی و بیرونی توسعه‌ی گردشگری بوده است که همت مسئولان دولتی و تلاش بخش خصوصی می‌تواند این شاخص را ارتقا داده تا سهم بیشتری در توسعه‌ی گردشگری اصفهان داشته باشد. شاخص مهم دیگری که رتبه‌ی خوبی از تأثیرگذاری در توسعه‌ی گردشگری را دارا نبوده، استفاده مفید و سودبخش از مکان‌ها و

آرایه‌های شهری در رده بعدی قرار گرفته است؛ که نشان‌دهنده توجه به سادگی شکل و اجزا در عین حال جدید بودن مبلمان همچنین توجه به همخوانی مبلمانی که جایگذاری و نصب می‌شوند با محیط اطراف و هم با سایر مبلمان‌های موجود در محدوده می باشد. همچنین مشخص شد که تناسب مبلمان با نیاز کاربران در حد مطلوبی قرار داشته است و طراحی مبلمان و اجرای مجموعه مبلمان در عرصه‌های ویژه شهری از جمله؛ باغ گل‌ها، باغ پرندگان، محدوده رودخانه و پاتوق‌های شهری متناسب با نیاز کاربران طراحی شده‌اند که از نظر مردم شهر اصفهان متناسب بودن مبلمان با نیاز کاربران از جمله مواردی است که به توسعه گردشگری منجر شده است. هم‌چنین استقرار و مکان‌یابی آب‌نماها و در محدوده میدان نقش جهان از جمله مواردی است که تأثیر خوبی بر توسعه گردشگری داشته است. نتایج نشان‌دهنده این است که شاخص مهم، کافی بودن مبلمان از لحاظ تعداد به ویژه در محدوده تاریخی منطقه سه و پیاده راه چهارباغ و میدان نقش جهان تأثیرگذاری مطلوبی بر توسعه گردشگری داشته و توجه ویژه‌ای به این شاخص شده است. شاخص استقرار و مکان‌یابی صحیح نشانه‌های شهری در رتبه ۶ از ۱۴ قرار دارد و از آنجایی که اصفهان سالانه دارای گردشگران داخلی و خارجی بسیاری است و جاذبه‌های متعددی دارد می‌توان گفت توجه به استقرار صحیح نشانه‌های شهری اهمیت بسیار بالایی دارد. شاخص استقرار و مکان‌یابی صحیح مبلمان و میزان امنیت مبلمان در رتبه‌های برابر بوده‌اند و از نظر مردم شهر اصفهان این دو شاخص در رتبه‌ی متوسطی در تأثیر گذاری بر توسعه گردشگری داشته‌اند. آنچه از یافته‌ها استخراج شد حاکی از آن است که استقرار، تعدد و مکان‌یابی صحیح سطل‌های زباله و استقرار و مکان‌یابی صحیح ایستگاه‌های دوچرخه در حد پایینی در تأثیرگذاری بر توسعه گردشگری از نظر مردم شهر اصفهان داشته است با توجه به اینکه محدوده‌ی چهارباغ مسیر پیاده راه است و در طول شبانه‌روز مملو از مردم و گردشگرانی است که از

فضاهای گردشگری می باشد با توجه به اینکه اصفهان یکی از مهم‌ترین‌ها در زمینه گردشگری در ایران است توجه به این شاخص می‌تواند کمک شایانی برای توسعه هرچه بیشتر اصفهان به لحاظ گردشگری داشته باشد. نتایج نشان‌دهنده آن است که بهره‌گیری از سیستم مدیریت خدمات و تسهیلات گردشگری ارزان‌قیمت در رقابت با سایر کشورها و سرمایه‌گذاری کافی و مناسب در زمینه تأسیسات گردشگری دارای پایین‌ترین رتبه از عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر توسعه گردشگری اصفهان از دیدگاه شهروندان اصفهانی بوده است که به توجه بیشتری در این زمینه‌ها در شهر اصفهان نیاز می‌باشد.

جهت بررسی رابطه‌ی بین شاخص سبز مبلمان و آرایه‌های شهری و نقش و تأثیر آن بر توسعه گردشگری، طبق نتایج حاصله مشاهده می‌گردد شدت اثر مبلمان و آرایه‌های شهری بر رشد هوشمند شهری برابر $0/512$ محاسبه شده است و آماره‌ی احتمال آزمون نیز $13/898$ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای 5% یعنی $1/96$ بوده که نشان‌دهنده‌ی میزان همبستگی و ارتباط مثبت این شاخص با توسعه گردشگری می‌باشد. هم‌چنین نتایج تحلیل ساختاری حاکی از آن است که مقدار ضریب مسیر برای شاخص مبلمان و آرایه‌های شهری، گویای شدت رابطه‌ی علی این متغیر با متغیر وابسته پژوهش یعنی توسعه گردشگری بوده و تأثیر مثبتی روی متغیر توسعه گردشگری دارد. و نشان می‌دهد تأثیر مشاهده شده معنادار است. آنچه پژوهشگر از یافته‌ها تحلیل می‌کند این است که با توجه به اینکه شاخص مبلمان و آرایه‌های شهری از بین سه شاخص سبز، دومین شاخص مهم و مؤثر بر توسعه گردشگری در شهر اصفهان است و همان‌طور که از یافته‌های تحقیق مشخص شد از نظر مردم شهر اصفهان، شاخص همخوانی مبلمان با محیط بیشترین تأثیر را با میانگین $3/66$ در توسعه گردشگری داشته و با اختلاف اندکی مدرن و جدید بودن مبلمان و



با میانگین ۴/۱۶ بیشترین تأثیر را در توسعه‌ی گردشگری داشته است، با توجه به اینکه نورپردازی در شهر در اوقات شبانه هم بر زیبایی و دید در شب مردم شهر و گردشگران افزوده و همچنین موجبات گردشگری شبانه را فراهم می‌کند که به نظر می‌رسد این شاخص از سطح مطلوبی برخوردار است. شاخص پیاده راه‌ها و ارتقای کیفی فضای شهری در رتبه‌ی بعدی قرار دارد هم‌چنین مشخص شد تنوع سنگفرش پیاده راه‌ها در حد مطلوبی قرار داشته با توجه به اینکه محدوده پیاده راه چهارباغ این امکان راه فراهم می‌کند مردم و گردشگران مسیر سی‌وسه‌پل تا میدان نقش‌جهان را پیاده طی کنند تنوع سنگ‌فرش این محدوده بسیار تأثیرگذار بوده است. برپایی رویدادهای خاص و فعالیت‌های سرگرم‌کننده مانند نقاشی، اجرای موسیقی و تئاتر خیابانی و ... در محدوده پیاده راه از جمله مواردی است که از نظر مردم شهر اصفهان به توسعه‌ی گردشگری منجر می‌شود با توجه به اینکه منطقه سه بافت تاریخی اصفهان می‌باشد و فضاهای تاریخی تجاری بسیار دارد اجرای موسیقی و تئاتر و یا تهیه و توزیع خوراکی‌های محلی اصفهان در این محدوده به جذب گردشگران برای آشنایی با موسیقی و خوراکی‌های محلی اصفهان منجر می‌شود. نتایج نشان‌دهنده‌ی این است که شاخص ارتقای کیفیات بصری و زیباسازی پیاده راه‌ها در حد متوسطی از تأثیرگذاری برخوردار است. ایجاد جذابیت پیاده راه‌ها و سرزندگی شهری با ایجاد محورهای پیاده راه با اختلاف اندکی از هم در رتبه ۷ از ۱۱ قرار دارند، توجه به سرزندگی شهری با ایجاد پیاده راه‌های جذاب هم برای گردشگران و هم مردم می‌تواند این شاخص را ارتقا دهد. استقرار کافه‌ها و رستوران‌های سیار در محدوده پیاده راه‌ها، قدم زدن، تجربه‌های مشترک و هم‌حسی فضایی، در پیاده راه‌ها و وجود فضاهای مکث و توقف از جمله شاخص‌های مهم در ایجاد پیاده راه‌ها می‌باشد که دارای کمترین تأثیرگذاری بر توسعه‌ی گردشگری منطقه می‌باشد درحالی‌که وجود این فضاها و قدم زدن در محدوده پیاده راه باعث بهبود و افزایش

کافه‌ها و رستوران‌های سیار استفاده می‌کنند. چنین می‌طلبد که تعداد مطلوبی سطل‌های زباله در مکان‌های مناسب جایگذاری شوند هم‌چنین با توجه به معابر پهن محدوده سی‌وسه‌پل و امکان دوچرخه‌سواری چنین می‌طلبد که استقرار ایستگاه‌های دوچرخه در این محدوده بیشتر شود تا شاهد کمتر شدن آلودگی هوا و سروصدای ناشی از خودروها در شهر زیبای اصفهان باشیم. شاخص تعمیر و نگهداری مداوم مبلمان و آسایش و راحتی مبلمان که از شاخص‌های مهم هستند در سطح مطلوبی قرار نگرفته‌اند با توجه به اینکه اصفهان سالانه پذیرای گردشگران داخلی و خارجی بسیاری است تعمیر و نگهداری مداوم مبلمان علاوه بر اینکه به استفاده مفید مردم و گردشگران از مبلمان منجر می‌شود سیمای شهر راه هم بهبود می‌بخشد و زیبایی بصری به همراه دارد.

بر اساس نتایج حاصله، شدت اثر پیاده راه‌ها بر توسعه‌ی گردشگری برابر ۰/۳۱۵ محاسبه شده است. با توجه به ضریب همبستگی شاخص پیاده راه با توسعه‌ی گردشگری معنادار بودن این رابطه تأیید و مشخص شد که شاخص پیاده راه هم، تأثیر مثبت و مستقیمی با توسعه‌ی گردشگری در اصفهان دارد. هم‌چنین، با توجه به مقدار ضریب مسیر شاخص پیاده راه، مشاهده می‌شود که رابطه‌ی علی بین این دو متغیر وجود داشته و تأثیر مثبتی روی توسعه‌ی گردشگری دارد. این شاخص از بین سه شاخص سبز رشد هوشمند شهری سومین و کم اثرترین شاخص بر توسعه‌ی گردشگری شهر اصفهان از دیدگاه شهروندان اصفهانی می‌باشد و آماره‌ی احتمال آزمون نیز ۹/۷۹۹ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد تأثیر مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ پیاده راه‌ها بر توسعه‌ی گردشگری تأثیر معناداری دارد و فرضیه فرعی دوم تأیید می‌گردد. مطابق تحلیل یافته‌های پژوهش مشخص شد که از نظر مردم شهر اصفهان، زیباسازی پیاده راه با نور مناسب طبیعی یا مصنوعی

فضاهای سبز وسیع میدان نقش جهان این شاخص مهم از سطح مطلوبی از تأثیرگذاری برخوردار است. با توجه به نتایج مشخص شد که تنوع گونه‌های گیاهی (درختان و گل‌ها) و تنوع گل‌جای‌ها در رده بعدی قرار دارند آبیاری و رسیدگی منظم و مداوم و وسعت کافی فضای سبز و آرایش زیبای گل‌ها و درختان در میدان زیبای نقش جهان و محوطه‌ی پارک کاخ هشت‌بهشت و درختکاری سرتاسری پیاده راه چهارباغ همه نشان‌دهنده‌ی توسعه و طراحی فضاهای سبز در این محدوده بوده است. همچنین گل‌کاری‌های فصلی وسیع در حواشی پل و محوطه‌سازی در اطراف رودخانه زاینده‌رود که در فصل بهار زیبایی بی‌نظیری به این محدوده می‌بخشد حاکی از آن است که این شاخص از تأثیر خوبی بر توسعه‌ی گردشگری دارد.

در آخر باید گفت که، توسعه‌ی گردشگری در شهرها به دلیل وجود تعداد زیادی از ذینفعان با علایق و دیدگاه‌های مختلف در مورد آینده‌ی شهری، روندی چالش‌برانگیز و پیچیده است. از آنجایی که بازاریابان، مدیران و برنامه‌ریزان شهری و گردشگری سعی در توسعه‌ی گردشگری در شهرها دارند، اما این امر با وجود مزایای زیاد اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی و سیاسی، در بیشتر موارد آسیب‌های بعضاً جبران ناپذیر محیط‌زیستی، فرهنگی- اجتماعی و حتی اقتصادی و سیاسی بر مقاصد گردشگری وارد می‌سازد که از آن جمله می‌توان به تخریب محیط‌زیست، از بین رفتن هویت و اصالت میراث فرهنگی، تغییر در فرهنگ جامعه‌ی محلی و مقاصد اشاره کرد. در نتیجه وجود یک مدیریت یکپارچه و قدرتمند می‌تواند تا حدود بسیار زیادی این مسئله را حل کند، در این بین توجه و تمرکز بر تئوری رشد هوشمند شهری در فرآیند مدیریت شهری اهمیت زیادی پیدا می‌کند. رشد هوشمند شهری با وجود ویژگی‌هایی چون حساس نسبت به محیط‌زیست، باهدف کاهش وابستگی به حمل‌ونقل ماشینی، کاهش آلودگی هوا و کارآمدتر کردن سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها دوستدار پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری،

برخوردهای اجتماعی شده و تأثیرات فرهنگی و اجتماعی بسیاری دارد.

جهت بررسی رابطه‌ی بین شاخص فضاهای سبز شهری و توسعه‌ی گردشگری بر اساس مقدار همبستگی بین این دو متغیر و نتایج به دست آمده، می‌توان نتیجه گرفت که این ارتباط معنادار بوده و ارتباط مثبت و مستقیمی بین شان وجود دارد. همچنین با مشاهده‌ی مقدار ضریب مسیر و آماره‌ی t می‌توان متوجه شد که رابطه‌ی علی و مثبتی بین شاخص فضاهای سبز و توسعه‌ی گردشگری وجود دارد. این شاخص از بین سه شاخص سبز رشد هوشمند شهری اولین و مهم‌ترین شاخص تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری شهر اصفهان را از دیدگاه شهروندان اصفهانی دارا می‌باشد. همچنین شدت اثر فضاهای سبز شهری بر توسعه‌ی گردشگری برابر $0/162$ محاسبه شده است و آماره‌ی احتمال آزمون نیز $9/084$ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای 5% یعنی $1/96$ بوده و نشان می‌دهد تأثیر مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان 95% فضاهای سبز شهری بر توسعه‌ی گردشگری تأثیر معناداری دارد و فرضیه‌ی فرعی سوم تأیید می‌گردد.

آنچه پژوهشگر از یافته‌ها تحلیل می‌کند این است که با توجه به اینکه شاخص فضای سبز از بین سه شاخص سبز، اولین و مهم‌ترین شاخص مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری در اصفهان می‌باشد و همان‌طور که از یافته‌های تحقیق مشخص شد از نظر مردم شهر اصفهان، ایجاد فضای سبز و زیبایی سیمای شهری بیشترین تأثیر را با میانگین $3/89$ در توسعه‌ی گردشگری داشته، با توجه به خشک‌سالی سال‌های اخیر اصفهان، اما تمرکز روی طراحی و توسعه‌ی فضاهای سبز زیاد بوده است و کاشت درختان کم آب بر در محوطه فضاهای سبز نشان‌دهنده‌ی توجه و اهمیت به ایجاد فضای سبز و تأثیر آن روی زیبایی سیمای شهری می‌باشد. وسعت کافی فضای سبز در رده‌ی بعدی قرار دارد با توجه به فضاهای سبز اطراف رودخانه زاینده‌رود و



- ارتقای کیفیت بصری و زیباسازی پیاده راهها در محور پیاده راه محور تاریخی متصل به میدان نقش جهان.

- توجه و تمرکز روی تعمیر و نگهداری مداوم مبلمان در محور پیاده راه چهارباغ و میدان نقش جهان.

- استقرار و مکان‌یابی صحیح نشانه‌های شهری در محور تاریخی اصفهان با توجه به گردشگر پذیر بودن این شهر.

- توجه و تمرکز روی ایجاد و گسترش فضاهای مکث و توقف در محور پیاده راه منتهی به میدان نقش جهان.

- ایجاد مراکز اقامتی به‌طور متوازن در شهر با توجه به تجمع مراکز اقامتی فعلی در هسته مرکزی و تاریخی شهر.

- ایجاد تنوع در مراکز اقامتی با توجه به استانداردهای بالای جهانی که خود بتوانند به‌عنوان عاملی برای توسعه‌ی گردشگری شناخته شود.

فضاهای سبز شهری، مبلمان و آرایه‌های شهری، توسعه و پایداری شهر و... می‌تواند منابع را برای نسل آینده محافظت کند. از طرفی با توجه به فرآیند توسعه‌ی گردشگری در شهرها و به دنبال آن تمایل گردشگران به تجربه‌ای منحصربه‌فرد از مقصدی که به آن سفر می‌کنند نسبت به مقاصد مختلف دیگر، تئوری رشد هوشمند شهری با مطرح کردن ساختار شهری منحصربه‌فرد، زمینه‌ی مناسبی برای فعالین گردشگری در زمینه‌ی جذب گردشگر در شهرها را هموار کرده و می‌تواند ابزار خوبی در این زمینه باشد؛ بنابراین در این صورت است که یک شهر به یک مقصد منحصربه‌فرد تبدیل می‌شود.

پیشنهادات

به‌منظور توسعه‌ی گردشگری در شهر اصفهان، افزایش تعداد گردشگران، افزایش زمان ماندگاری و همچنین ایجاد رغبت برای سفر بیش از یک‌بار به شهر اصفهان و استفاده مفید از فضاهای شهری می‌توان از راهبردها و استراتژی‌هایی به شرح زیر بهره جست:

منابع و مأخذ

الف) منابع و مأخذ فارسی

پرتال شهرداری منطقه ۳ اصفهان ۱۳۹۹.

پورامرابی، سمیرا، اکبری، محمدرضا و صابری، امیر. (۱۳۹۴). جایگاه فضای سبز شهری در گذران اوقات فراغت و گردشگری شهروندان. فصلنامه‌ی مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم، شماره‌ی ۳۱، پاییز ۱۳۹۴، ۷۱-۸۹.

پور زرندي، محمد و امینیان، ناصر. (۱۳۹۴). ارزیابی قابلیت‌های بازآفرینی پیاده راه‌های گردشگری از منظر توسعه‌ی پایدار شهری (مطالعه موردی: خیابان ۱۵ خرداد تهران)، فصلنامه‌ی اقتصاد و مدیریت شهری، تابستان ۱۳۹۴، سال ۳، شماره ۲۱، ۱-۱۱.

خسروی، محمد باقر و باقر پیری، مریم. (۱۳۹۷). طراحی مبلمان شهری مناسب با رویکرد پیاده مداری (مورد مطالعه: محله صادقیه تهران): فصلنامه‌ی مطالعات مدیریت شهری، سال دهم، شماره‌ی سی و سوم، بهار ۱۳۹۷، صص ۷۰-۵۷.

دانشمندی، نغمه. (۱۳۹۵). تحلیل مکان‌یابی فضاهای شهری در راستای توسعه‌ی گردشگری شهری، مورد مطالعه: شهر اصفهان. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). آموزش عالی دانش‌پژوهان، دانشکده‌ی شهرسازی و معماری. (شماره بازیابی، ۱۹۵۹۲۹).

ضرابی، اصغر، تقوایی، مسعود و پاک فطرت، علی رضا. (۱۳۹۵). ارزیابی وضعیت و نحوه توسعه فضای سبز شهری شیراز در راستای توسعه پایدار با استفاده از رویکرد استانداردمنبا، فصلنامه برنامه ریزی منطقه‌ای، سال ۸، شماره‌ی پیاپی ۲۹، بهار ۱۳۹۵، ۱۶۰-۱۴۱.

کلانتری خلیل آباد، حسین، عبدالی، ابراهیم و پیوسته گر، یعقوب. (۱۳۹۸). تحلیل فضایی -کالبدی نواحی شهری بر اساس شاخص‌های رشد هوشمند شهری (نمونه موردی: شهر یاسوج)، فصلنامه علمی-پژوهشی دانش شهرسازی، دوره‌ی ۳، شماره‌ی ۲، تابستان ۱۳۹۸، ۹۷-۸۳.

کاشانی جو، خشایا. (۱۳۹۵). اهمیت فضاهای پیاده در شهرهای هزاره‌ی سوم. ماهنامه‌ی جستارهای شهر سازی، شماره‌ی ۱۷-۱۸، صص ۴۰-۵۱.

لطفی، صدیقه، صدیق، محمد و صدیق، مهدی. (۱۳۹۷). ارزیابی دسترسی عینی به پارک‌ها و فضاهای سبز بر مبنای سفر پیاده (مطالعه‌ی موردی: منطقه ۷ تهران)، فصلنامه علمی-پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال دهم، شماره‌ی دوم، بهار ۱۳۹۷، ۱۱-۱.

لطفی، صدیقه، قدمی، مصطفی و عباسی، سمیه. (۱۳۹۶). بررسی وضعیت ایمنی پیاده‌روهای مجاور مراکز خرید با تاکید بر پیاده‌مداری (مورد مطالعه: شهر ساری)، مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، سال ۱۲، شماره ۳۸، بهار ۱۳۹۶، ۳۶-۱۷.

لطفی خاچکی، بهنام. (۱۳۸۷). گردشگری به مثابه یک صنعت، تهران: انتشارات راهبرد. شماره ۲، سال ۱۳۸۷، ۲۰۶-۱۷۱.

محمدی، محمود و چنگلویی، یونس. (۱۳۹۲). ارزیابی مؤلفه‌های کیفیت فضای شهری بر

زنگی‌آبادی، علی و تبریزی، نازنین. (۱۳۸۶). تحلیل مبلمان شهری محدوده‌ی گردشگری بخش مرکزی اصفهان: مجله‌ی پژوهشی دانشگاه اصفهان، شماره ۱، دوره‌ی ۲۲، صص ۶۶-۴۴.

زنگی‌آبادی، علی؛ و تبریزی، نازنین. (۱۳۸۴). طراحی و برنامه‌ریزی مبلمان شهری: مشهد: شریعه توس، ۱۰-۱.

ساسان پور، فرزانه و حمیدی، روناک. (۱۳۹۴). نقش پیاده‌گستری بر توسعه‌ی گردشگری شهری منطقه ۱۲ تهران (مطالعه موردی خیابان ۱۵ خرداد و کوچه مروی)، دومین کنفرانس ملی توسعه‌ی پایدار در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی، ۲۵ مهرماه ۱۳۹۴ تهران، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه‌ی پایدار، ۹-۱.

سرور، هوشنگ، کاشانی اصل، امیر، اسلامی، مهدی و صلاحی ساریخان بیگلر، وحید. (۱۳۹۳). بررسی نمادها و نشانه‌های شهری در توسعه‌ی گردشگری (مطالعه‌ی موردی: شهر تبریز)، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری، سال سوم، شماره‌ی ۱۱، زمستان ۱۳۹۳، صفحات ۱۱۸-۱۴۰.

سعیدی مفرد، ساناز و مفیدی شمیرانی، سید مجید. (۱۳۹۴). معرفی اسناد هدایت طراحی شهری الگوی رشد هوشمند و کاربست آن در ایران: مجله‌ی علمی-پژوهشی پژوهشکده‌ی هنر، معماری و شهرسازی باغ نظر، سال سیزدهم، شماره‌ی ۴۳، در ماه ۱۳۹۵، ۱۱۶-۱۰۱.

ضرابی، اصغر، محمدی، جمال، وارثی، حمیدرضا و صابری، حمید. (۱۳۹۰). تحلیل فضایی شاخص‌های رشد هوشمند شهری (مطالعه‌ی موردی: مناطق شهر اصفهان): نشریه پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره‌ی هفتادوهفت، پاییز ۱۳۹۰، ۱۷-۱.



ی برنامه ریزی منطقه‌ای، سال ۸، شماره ۱،
پیاپی ۳۲، زمستان ۱۳۹۷، ۱۱۲-۹۳.

یزدان پناه، زینب. (۱۳۹۶). بررسی مطلوبیت پیاده
راه‌های شهری با رویکرد فراغتی-گردشگری
(مورد مطالعه: پیاده راه‌های محدوده مرکزی
شهر رشت). (پایان نامه کارشناسی ارشد).
دانشگاه گیلان، دانشکده‌ی ادبیات و علوم
انسانی. اسفند ۱۳۹۶.

میزان مطلوبیت مسیرهای پیاده گردشگری،
نشریه علمی پژوهشی انجمن علمی
معماری و شهرسازی ایران. شماره ۱، بهار و
تابستان ۱۳۹۲، ۱۷-۱.

ولی شریعت پناهی، مجید، انصاری، میترا، ملک
حسینی، عباس و مدیری، مهدی. (۱۳۹۷).
تحلیل فضایی توزیع شاخص‌های رشد
هوشمند شهری در سطح
محلات (مورد مطالعه: شهر ملایر)، فصلنامه

ب) منابع و مأخذ خارجی:

- Alexander, D., & Tomalty, R. (2002). *Smart Growth and Sustainable Development: Challenges, solutions and policy directions. Local Environment*, 7(4), 397-409. Doi: 10.1080/1354983022000027578.
- Akbaba, A. (2006). *Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. International Journal of Hospitality Management*, 25(2), 170-192. Doi: 10.1016/j.ijhm.2005.08.006.
- Cowan, Robert (2008). *The Dictionary of Urbanism. Streetwise Press.*
- Cronbach, L. J. (1951). *Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika*, 16, 297-334.
- Cronbach, L. J. (1951). *Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika*, 16, 297-334.
- Connell, J. & Page, S. (2008). *Exploring the spatial patterns of car-based tourist travel in Loch Lomond and Trossachs National Park, Scotland. Tourism Management*, 29(3), 561-580. Doi: 10.1016/j.tourman.2007.03.019.
- Edwards, D. Griffin, T. & Hayllar, B. (2008). *Urban Tourism Research. Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052. Doi: 10.1016/j.annals.2008.09.002.
- Elison, & Geler. (2003). *Smart growth, a way to a viable city. Policy & Governance Review*, 1(1), 26. Doi: 10.30589/pgr.v1i1.24.
- Fornell C, Cha J 1994 *Advan. Meths. Market. Res.* 407 52-78.
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). "Structural equation models with unobservable variables and measurement error". *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, No. 1, pp. 39-50.
- Hair JF, Ringle CM, Sarstedt M 2011 *J. Mark. Theory. Pract.* 19 139-52.
- Henseler J, Ringle CM, Sarstedt M 2015 *J. Acad. Market. Sci.* 43 115-35.
- Hulland, J., 1999. *Use of partial least squares (PLS) in strategic Management research: A review of four recent studies. Strategic Management Journal*, 20(2), Pp: 195-204.
- Han, H., & Hawken, S. (2018). *Introduction: Innovation and identity in next-generation smart cities. City, Culture and Society*, 12, 1-4. Doi: 10.1016/j.ccs.2017.12.003.
- Hass-Klau, C. (1993). *A review of the evidence from Germany and the UK. Transport Policy*, 1(1), 21-31. Doi: 10.1016/0967-070x(93)90004-7.

- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Intergrated and Sustainable Development Approach*. UNR.
- Jim, C., & Chen, W. (2008). *Pattern and divergence of tree communities in Taipei's main urban green spaces*. *Landscape and Urban Planning*, 84(3-4), 312-323. Doi: 10.1016/j.landurbplan.2007.09.001.
- Kotus, J. Rzeszewski, M. & Ewertowski, W. (2015). *Tourists in the spatial structures of a big Polish city: Development of an uncontrolled patchwork or concentric spheres?* *Tourism Management*, 50, 98-110. Doi: 10.1016/j.tourman.2015.01.007.
- Knaap, G. & Hopkins, L. (2001). *The Inventory Approach to urban growth boundaries*. *Journal of the American Planning Association*, 67(3), 314-326. doi: 10.1080/0194436010897623.
- Kántor, N., & Unger, J. (2010). *Benefits and opportunities of adopting GIS in thermal comfort studies in resting places: An urban park as an example*. *Landscape And Urban Planning*, 98(1), 36-46. doi: 10.1016/j.landurbplan.2010.07.008.
- Lalicic, L. & Önder, I. (2018). Residents' Involvement in Urban Tourism Planning: Opportunities from a Smart City Perspective. *Sustainability*, 10(6), 1852. Doi: 10.3390/su10061852.
- Litman, T. (2013). Changing North American vehicle-travel price sensitivities: Implications for transport and energy policy. *Transport Policy*, 28, 2-10. Doi: 10.1016/j.tranpol.2012.06.010.
- Martin, C. Evans, J. Karvonen, A. Paskaleva, K. Yang, D. & Linjordet, T. (2019). Smart-sustainability: A new urban fix? *Sustainable Cities and Society*, 45, 640-648. Doi: 10.1016/j.scs.2018.11.028.
- Miller, J., & Hoel, L. (2002). The "smart growth" debate: best practices for urban transportation planning. *Socio-Economic Planning Sciences*, 36(1), 1-24. doi: 10.1016/s0038-0121(01)00017-9.
- Martin, C., Evans, J., Karvonen, A., Paskaleva, K., Yang, D., & Linjordet, T. (2019). Smart-sustainability: A new urban fix? *Sustainable Cities and Society*, 45, 640-648. Doi: 10.1016/j.scs.2018.11.028.
- Neupane, R. (2014). *Relationship between customer Satisfaction and business Performance*, *International Journal of Social Sciences and Management* 1(2): 74-85.
- Pasquinelli, C., & Trunfio, M. (2020). *Reframing urban overtourism through the Smart-City Lens*. *Cities*, 102, 102729. Doi: 10.1016/j.cities.2020.102729.
- Romão, J. Kourtit, K. Neuts, B. & Nijkamp, P. (2018). *The smart city as a common place for tourists and residents: A structural analysis of the determinants of urban attractiveness*. *Cities*, 78, 67-75. Doi: 10.1016/j.cities.2017.11.007.
- Rioux, L., Werner, C., Mokoukolo, R., & Brown, B. (2016). Walking in two French neighborhoods: *A study of how park numbers and locations relate to everyday walking*. *Journal of Environmental Psychology*, 48, 169-184. doi: 10.1016/j.jenvp.2016.10.003
- Wang, D. Niu, Y. Lu, L. & Qian, J. (2015). *Tourism spatial organization of historical streets – A postmodern perspective: The examples of Pingjiang Road and Shantang Street, Suzhou, China*. *Tourism Management*, 48, 370-385. Doi: 10.1016/j.tourman.2014.12.007.

