

جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۱۵، تابستان ۱۳۹۴

وصول مقاله: ۱۳۹۲/۱۲/۲۱

تأیید نهایی: ۹۳/۸/۲۴

صفحات: ۱۷۶ - ۱۵۵

بررسی امکان ایجاد پیاده‌راه‌های گردشگری در مراکز شهری موردشناسی: مرکز شهر زنجان

آمنه جوری^۱، دکتر رحیم سرور^۲، جاوید منیری^۳

چکیده

شهرها یادگارهای زمان‌های گذشته را در دل خود جای داده و میراث‌دار فرهنگ‌ها و تمدن تاریخی خود هستند که اکثر این یادمان‌ها در بخش مرکزی شهرها که اغلب قدیمی‌ترین بخش شهرند، جای دارند. امروزه این یادمان‌های تاریخی و تمدنی بشر به همراه سایر جاذبه‌های شهری؛ مانند مراکز خرید و پذیرایی و... مجموعه متنوعی از قابلیت‌های گردشگری را در خود جای داده‌اند که در صورت توجه و هدایت مناسب می‌تواند به ارتقای گردشگری و در نتیجه توسعه شهری بینجامد. از جمله این ابزارها، طراحی و ایجاد یا تقویت مسیرهای گردشگری پیاده شهری براساس ضوابط و معیارهای مربوطه است. بخش مرکزی شهر زنجان نیز با دارا بودن جاذبه‌های متنوع تاریخی، فرهنگی، خرید، پذیرایی و... می‌تواند در صورت برنامه‌ریزی مناسب، پذیرای گردشگران بسیار بوده و به تقویت گردشگری شهری منجر شود. مقاله حاضر با هدف بررسی امکان احیاء پیاده‌راه‌های مرکزی شهر زنجان برای استفاده گردشگران و شهروندان و دستیابی به استراتژی‌ها و راهکارهای مورد نیاز، به بررسی مبانی نظری موضوع و سابقه آن در سطح جهان و ایران و مزایای ایجاد آن پرداخته و ضمن توصیف بخش مرکزی زنجان از نظر توزیع جاذبه‌ها و کیفیت معابر و تعریف مسیرهای پیاده گردشگری، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای آن را از طریق تحلیل سوات (SWOT) ارزیابی کرده و در نهایت استراتژی‌های تهاجمی و راهکارهای مورد نیاز ارائه شده است.

کلید واژگان: گردشگری شهری، مسیرهای پیاده گردشگری، تورهای پیاده گردشگری، بخش مرکزی شهر زنجان

jouri2007a@yahoo.com

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران (نویسنده مسؤول)

۲- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام(ره) -شهر ری

۳- کارشناس ارشد معماری

مقدمه

شهرها به عنوان یکی از میراث‌های مهم تمدن بشر از جمله اصلی‌ترین مقصدهای گردشگری به ویژه گردشگری فرهنگی و تاریخی به شمار می‌آیند. از همین رو گردشگری شهری به عنوان یکی از اشکال گردشگری چه برای شهروندان یک شهر و چه کسانی که از دیگر نقاط به شهرها می‌آیند، از دهه ۱۹۶۰ میلادی مورد توجه گردشگران قرار گرفته است. (رهنمایی و همکاران ۱۳۹۰: ۸۴) از این رو مفهوم گردشگری شهری از دهه ۱۹۸۰ وارد فهرست تحقیقات شد، وقتی که روشن شد شهرهای بسیاری به سمت مقاصد مهم در حال پیشرفت بودند. (jafari,2000:615)

تحول کارکردی شهرها در پویایی آنها تبلور می‌یابد و نشانگر متغیرهای متفاوتی است که در طول زمان‌های مختلف شکل گرفته‌اند. در شرایط کنونی شاهد افزایش دخالت‌های ارادی چه در فضای شهر و نقش آن و چه بر آهنگ تحولات شهری هستیم. تحولات در بخش سوم (خدمات) شهرها را به سمت تغییر عملکردی رهنمون می‌کند. به گونه‌ای که بالارفتن نسبی سطح درآمد و نیز ترویج تبلیغ استفاده از اوقات فراغت، حوزه تفریحات و حوزه گردشگری به سرعت رشد می‌کند و در نتیجه اشتغال در این بخش نسبتاً جدید گسترش می‌یابد (اعتماد، ۱۳۷۷: ۱۳۶).

ناحیه تاریخی شهرها میراث ارزشمند معماری و کالبدی به جای مانده از گذشتگان ماست. این بخش از شهر، تجلی‌گاه ابعاد اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی مردمانی است که در دوره‌های تاریخی در این بخش از شهر روزگار سپری کرده و هویت فرهنگی آن را به ثبت رسانده‌اند. بنابراین حفظ و باززنده‌سازی و انطباق آنها با سیستم شهری از جمله ضرورت‌هایی است که می‌تواند حیات ناحیه تاریخی را همگام با شهر پیش ببرد. (رهنمایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۸۵)

پیاده‌راه‌ها امروزه در سراسر دنیا با تعاریف و مفاهیم مختلف از یک معبر حاشیه خیابان تا خیابان‌هایی

کاملاً پیاده‌محور مورد توجه قرار گرفته و در هر شهر یا کشوری برحسب سطح برنامه‌ریزی و شهرسازی و پیشینه اهمیت به معابر و مسیرهای پیاده به صورت متفاوت نگریسته شده و در سطوح مختلف از تئوری تا اجرا و احیاء کامل پیاده‌راه‌ها متفاوت است. آنچه امروزه بیشتر مورد توجه، به ویژه در سطح کشورهای پیشرفته است، اهمیت به ابعاد اجتماعی-روانی و ایمنی و راحتی افراد در این مسیرها است که در کنار توجه به ابعاد کمی و تعریض و افزایش این مسیرها، کیفیت کارکردی آنها مورد توجه و تأکید قرار می‌گیرد.

پیشینه و تاریخچه تحقیق

انگاره تبدیل مسیرهای شهری به خیابان‌های مختص حرکت پیاده در محدوده تاریخی و مرکزی شهرهای اروپایی، برای نخستین بار در قالب تجربه‌ای محدود و محلی در یکی از خیابان‌های مرکز شهر "اسن" آلمان به اجرا درآمد. توجه به این امر پس از جنگ جهانی دوم و فرارسیدن زمان بازسازی شهرهای اروپایی شکل مشخص تری پیدا کرد. موفقیت طرح مذکور در اسن باعث شد تا در دهه‌های بعدی اقدامات گسترده‌ای در بسیاری از شهرهای اروپایی صورت گیرد به گونه‌ای که تا دهه ۱۹۸۰ میلادی غالب بخش‌های مرکزی و تاریخی شهرهای عمده اروپا به روی خودروها بسته شدند. تنها ۵۰۰ شهر در آلمان و بیش از ۱۰۰ شهر در فرانسه بدین منظور مورد مداخله قرار گرفتند. در شهرهای آمریکایی نیز در قالب طراحی مجموعه‌های تجاری بزرگ و تحت عنوان "مال"ها، مبحث توجه به ایجاد مسیرهای پیاده متفاوت با آنچه در اروپا اتفاق افتاده، به اجرا درآمد (حبیبی، ۱۳۸۰: ۴۴).

نکته مشترک تجربیات جهانی حاصل از اجرای طرح‌های موفق پیاده‌گستری در مراکز شهری، اولویت حضور عابر پیاده و به حداقل رساندن فضای مورد نیاز وسایط نقلیه است که باعث افزایش فعالیت‌های اجتماعی، تقویت جنبه‌های انسانی محیط پیرامونی و

برخی شهرهای بزرگ و تاریخی مانند؛ تبریز، اصفهان، شیراز و تهران شکل گرفته است (رهنمایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۸۶).

از مطالعات صورت‌گرفته در این بخش در ایران، می‌توان به نمونه‌های ذیل اشاره کرد؛ "امکان‌سنجی ایجاد مسیرهای پیاده و دوچرخه در جهت کاهش حجم ترافیک درون شهری (محدوده منطقه ۱۱ شهرداری تهران)"، "جنبش پیاده‌گستری، رویکردی نو در احیاء مراکز شهری؛ مطالعه موردی پیاده‌راه تربیت تبریز"، "امکان‌سنجی و ارزیابی اثرات احداث پیاده‌راه‌های تجاری-خدماتی در راستای نیل به اهداف توسعه پایدار (نمونه موردی؛ حوزه میانی غربی شهر مشهد)"، "نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری شهر تهران" و در نهایت مقاله "مسیر پیاده گردشگری" از سید محسن حبیبی که در آن به تفصیل به خصوصیات یک پیاده‌راه گردشگری در بافت‌های کهن و مرکزی شهر پرداخته است.

از نمونه‌های اجرایی احیاء پیاده‌راه در ایران نیز می‌توان به پیاده‌راه تربیت تبریز اشاره کرد که در سال ۱۳۷۱ برای حل مشکل ترافیک این خیابان و احیاء و پردازش معماری سنتی و نماهای آن، سمت شرقی آن به مسیر صرفاً پیاده با عملکرد تجاری و تفریحی بدل شده و مورد استفاده و استقبال ساکنان و گردشگران قرار گرفته و هم‌اکنون به عنوان یکی از نقاط قوت اصلی در گردشگری شهری تبریز به شمار می‌رود.

در سطح شهر زنجان نیز مقاله‌ای با عنوان "احیاء شهر خاموش جهت ارتقاء فرهنگ پیاده‌روی" توسط نازیلا خالدیان و مجید شهبازی نگارش شده که در آن به فعال کردن ۲۴ ساعته بولوار آزادی زنجان با هدف کوتاه‌کردن ساعات خاموشی همراه با نورپردازی مناسب، جهت تشویق و حضور هرچه بیشتر شهروندان تأکید شده است.

ارتقای کیفی محیط کالبدی شده و در نتیجه به ایجاد فضای شهری مطلوب برای شکل‌گیری حیات مدنی انجامیده است (قربانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۶)؛ همانند انگاره دهه ۸۰ قرن بیستم میلادی در اروپا با عنوان «خیابان‌های با ترافیک آرام» که معتقد به اولویت حضور عابر پیاده بدون حذف کامل اتومبیل بود.

یکی از اهداف مورد نظر در اجرای این نوع مداخلات تحقق اهداف و برآوردن نیازهای گردشگری در بافت‌های کهن شهرهای اروپایی نیز بود که به عنوان یکی از محورهای مورد توجه در طرح مدنظر واقع می‌شد. نکته قابل ذکر دیگر اینکه، عموماً این اقدامات با تکیه بر کاربری تجاری پیرامون صورت می‌گیرد گویا اینکه مکان‌های تفریحی و سرگرمی نیز در این محدوده‌ها جهت جذب هرچه بیشتر مردم، پویایی و زنده بودن فضاهای موجود مدنظر واقع می‌شود. حضور سکنه دائمی در این بافت‌ها یکی دیگر از مواردی است که مورد توجه قرار می‌گیرد. (حبیبی، ۱۳۸۰: ۴۴)

سابقه توجه به پیاده‌مداری در شهرهای ایران از زمان‌های گذشته و در بافت شهرهای قدیمی کشورمان به صورت عنصری ضروری به ویژه در نبود وسایل نقلیه موتوری، در شهرسازی ایرانی جایگاه برجسته‌ای داشته و تقریباً تمامی دسترسی‌ها و آمدوشدها در سطح شهر به صورت پیاده انجام می‌شده است. لکن با ورود وسایل نقلیه موتوری به شهرهای قدیمی کشور و در کنار فقدان برنامه‌ریزی و ظرفیت‌سازی مناسب پیکره شهر با نیازهای روزافزون و تجملی مدرنیته، مسیرهای پیاده شهر جای خود را به مسیرهای سواره با ترافیک و حجم بالا داد و خود به گوشه‌ای اندک در حاشیه این خیابان‌های جنون‌آور رانده شد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که با وجود بیش از ۴ دهه اقدامات مرتبط در سایر کشورهای جهان، طراحی مسیرهای پیاده مبحثی نو در کشور ما به شمار می‌آید و متأسفانه به جز مطالعات بسیار محدود تاکنون اقداماتی جدی صورت نگرفته و از لحاظ اجرایی تنها در

ضرورت و اهمیت پژوهش

جاذبه‌های گردشگری شهری شامل؛ آثار تاریخی - فرهنگی-طبیعی، مراکز خرید و سرگرمی، فضاهای سبز تفریحی و... امروزه شهرها را به محل‌های امن و آسانی جهت بهره‌برداری‌های فراغتی و گردشگری کرده است. چه برای ساکنان و شهروندان و چه برای گردشگران ورودی از مناطق مختلف کشور یا دنیا. از این رو توجه به نیازهای ویژه این گروه‌های سودمند اجتماعی-اقتصادی، از ضروریات برنامه‌ریزی شهری در جهان معاصر است. و در این میان ایجاد یا ارتقاء مسیرها و معابر مختص پیاده یا معابر پیاده‌مدار با اولویت حرکت پیاده و محدودکردن حرکت سواره، از جمله راهکارهای توسعه گردشگری شهری است. در این میان آنچه اهمیت می‌یابد شناسایی ظرفیت‌های مربوطه و طراحی و برنامه‌ریزی جهت بهره‌برداری از این توان‌هاست. از این رو با توجه به وجود قابلیت‌های گردشگری فراوان در شهرها، به ویژه تمرکز آنها در مرکز تاریخی شهر، احیاء و ارتقاء معابر پیاده‌مدار در محدوده مرکزی شهر از جمله راهکارهای اساسی و بنیادی در زمینه توسعه گردشگری شهری است.

شهر زنجان با وجود گذشت سال‌ها از اجرای اولین طرح‌های جامع شهری، هنوز از فقدان برنامه‌ریزی و طراحی یکپارچه و منسجم رنج می‌برد. از این رو با توجه به قابلیت‌های بالقوه موجود در سطح شهر، به ویژه در بخش مرکزی شهر مانند جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی، مراکز خرید سنتی و مدرن، مراکز پذیرایی اغلب سنتی و... ضروری است به ساماندهی فعالیت‌ها و عملکردهای این بخش توجه ویژه و شایسته‌ای مبذول شود و در این میان ساماندهی معابر شهری و ارتقاء معابر و مسیرهای پیاده به ویژه معابر با اهمیت و دارای جاذبه‌های گردشگری، البته با نگرشی یکپارچه و در کنار سایر ملزومات آن، یکی از ابتدایی‌ترین و ضروری‌ترین اقدامات در دستیابی به اهداف اجتماعی- فرهنگی- اقتصادی و زیست محیطی

و از ابزارهای لازم در دستیابی به توسعه پایدار شهر و استفاده حداکثری از قابلیت‌های بالفعل و بالقوه گردشگری آن است.

اهداف طرح

با توجه به ضرورت و اهمیت توسعه پیاده‌راه‌های گردشگری در مراکز شهری، ایجاد یا توسعه معابر پیاده‌مدار با اهداف ذیل مورد نظر این تحقیق است:

اهداف کلی

ارتقاء سطح گردشگری شهری زنجان از طریق طراحی و برنامه‌ریزی ایجاد یا توسعه پیاده‌راه‌های گردشگری در محدوده مرکزی شهر زنجان.

- اهداف راهبردی

افزایش میزان بازدیدکنندگان و استفاده‌کنندگان مؤثر از محدوده مرکزی شهر با بهره‌گیری از معابر پیاده‌مدار از طرق مختلف مانند پیش‌بینی تورهای گردشگری شهری، هدایت مناسب گردشگران انفرادی، استفاده شایسته شهروندان و...

- اهداف عملیاتی

- ایجاد جاذبه بیشتر برای شهروندان و گردشگران

- ایجاد اشتغال پایدار برای شهروندان

- ایجاد منابع درآمد پایدار برای شهروندان

- ارتقاء سطح فرهنگی و اجتماعی شهر

- آرایش مناسب شهری و ارتقاء چشم‌اندازهای بصری آن

- کمک به حفظ محیط زیست از طریق بهبود

سیستم‌های حمل و نقل، آموزش، بهسازی محیط و...

روش تحقیق

تحقیق حاضر حاصل استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای، میدانی و تحلیلی است. بدین ترتیب که پس از طرح مسئله و احساس ضرورت تحقیق از طریق مشاهدات میدانی، ابتدا از طریق مطالعات کتابخانه‌ای موضوعات مرتبط با اهمیت، تعاریف، پیشینه و رویکردهای مرتبط با موضوع مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته و سپس از

به طور ویژه شهرهای تاریخی فرصت‌های بسیاری برای گردشگری بر اساس منابع موروثی و باستانی دارند و اصولاً تمایل به سمت گردشگری فرهنگی موروثی به بازارهای در حال پیشرفت گردشگری فرهنگی پاسخ مثبت می‌دهد (jafari,2000:616).

در گردشگری شهری چیزهایی که باید دید و انجام داد بر طول مدت زمان اقامت گردشگران تأثیر می‌گذارد، این موضوع در تمام شهرها صدق می‌کند. طول مدت زمان اقامت به این موارد بسته است: چند موزه و جاذبه گردشگری برای دیدن وجود دارد، چند منطقه تجاری فروشنده‌های و وجود دارد، چند بار پیاده‌روی لذت‌بخش و جالب ترتیب داده خواهد شد، چند تئاتر و باشگاه شبانه و رستوران وجود دارد و برای دیدن از این همه جاذبه چند روز زمان لازم است (داس ویل، ۱۳۷۹: ۲۲۴)؟

شهرها جاذبه‌ها و تأسیسات گردشگری فراوان و غنی دارند که در پیدایش و توسعه آنها نقش اساسی ایفا می‌کنند. امروزه گردشگری برای بسیاری از مدیران مسئولان شهری به صورت یک امر اقتصادی با اهمیت درآمده است که مستلزم ارزیابی صحیح رقابت، تعریف و تعیین هدف‌ها، داوری میان گزینه‌های گوناگون در زمینه سرمایه‌گذاری و آمایش و ایجاد ساختار مناسب و تجارتي فرآورده‌های گردشگری شهری است (دیناری، ۱۳۸۴: ۱۱).

جدول ۱: دسته‌بندی فضاهای پیاده‌محور

عنوان	تعریف
پیاده‌رو	مسیر پیاده‌ای است موازی سواره‌رو ولی مجزا از آن.
راه پیاده (معبر)	مسیر پیاده‌ای است با امتداد مستقل و مجزا از مسیر ترافیک عبوری
خیابان مخصوص پیاده	خیابانی است که به منظور برتری دادن به محیط ورود اتومبیل‌های سواری را به آن ممنوع می‌کنند و ورود سایر وسایل نقلیه موتوری به آن تنظیم می‌شود

منبع: وزارت مسکن و شهرسازی، ۱۳۷۴

طریق مشاهدات میدانی وضع موجود و مسائل و مشکلات موضوع مورد بررسی در طرح بررسی شده و در نهایت از طریق روش تحلیلی "سوات" (SWOT) استراتژی‌ها و راهکارهای قابل اجرا استخراج و تدوین شدند.

فرضیه و سؤالات تحقیق

- فرضیه: محدوده مرکزی شهر زنجان با اجرای تدابیر لازم، قابلیت احیاء و توسعه پیاده‌راه‌های گردشگری را دارا است.

سؤالات

- آیا محدوده مرکزی شهر زنجان (محدوده مورد مطالعه) قابلیت طراحی و توسعه معابر پیاده گردشگری و تورهای پیاده را دارد؟

- موانع و مشکلات دستیابی به توسعه معابر پیاده گردشگری در محدوده مورد مطالعه چه هستند؟

- راهکارهای دستیابی به توسعه معابر پیاده گردشگری در محدوده مورد مطالعه چه هستند؟

مبانی نظری طرح

- گردشگری شهری

امروزه یکی از فضاهای گردشگری که مورد توجه گردشگران قرار گرفته است، فضاهای شهری است. گردشگری شهری ماهیت دوگانه دارد؛ به این معنا که از یک سو شهر به معنای اصلی‌ترین مبداء گردشگران به شمار می‌آید و دوم اینکه شهر به عنوان مقصد گردشگری مد نظر قرار می‌گیرد. آنچه مربوط به گردشگری شهری است، عموماً شهر را به عنوان مقصد گردشگری مد نظر دارد و در واقع هدف از ورود گردشگر به فضای شهری؛ یعنی شهر به عنوان مقصد گردشگری است و به قصد بازدید از جاذبه‌های گردشگری شهر وارد فضای آن می‌شود (قالیباف و شعبانی فرد، ۱۳۹۰: ۱۴۸).

- مسیرهای پیاده‌گردشگری

مسأله عمده در محیط‌های شهری معمولاً رقابت بین رفت و آمد عابر پیاده و وسایل نقلیه و نیاز به جداسازی آنهاست. مفهوم بخش‌بندی را می‌توان در مورد مناطق شهری نیز اعمال کرد. در بیشتر شهرهای کوچک و بزرگ معمولاً بخش قدیمی دارای بیشترین محل‌های تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی اصلی است و می‌توان بخش اعظمی از آن را به رفت و آمد عابران پیاده اختصاص داد و ورود هرگونه وسایل نقلیه را به اینگونه مناطق محدود کرد. این مناطق در این زمینه مانند یک مرکز اصلی عمل می‌کنند، وسایل نقلیه به توقف در یک نقطه معین هدایت می‌شوند و سپس مردم پای پیاده یا با وسایل حمل و نقل عمومی گردش می‌کنند (داس ویل، ۱۳۷۹: ۳۱۸).

حیبی (۱۳۸۰) انگاره طراحی مسیر پیاده‌گردشگری را به عنوان "احیاء نقش انسان پیاده در شهر" که در پس آن "احیاء شهرکهن (شهر درونی) با قابلیت‌های گردشگری منطبق با حرکت پیاده" جای دارد، مطرح می‌کند که در این انگاره موارد ذیل مورد توجه اصلی قرار می‌گیرد:

- رابطه انسان با انسان و مجموعه انسانی که احیاء حیات مدنی را طلب می‌کند.
- رابطه انسان با فضا که ایجاد عرصه‌های عمومی را مطرح می‌کند.

- رابطه انسان با کالبد که گفتگوی شکل و شاکله را طرح می‌نماید.

- رابطه انسان با زمان که تداوم تاریخی فرهنگ، سنت، هویت و خاطره را می‌جوید.

- رابطه انسان با مکان که انباشت، تجسم و تجسد خاطره‌های جمعی را پی گرفته و از شکل به شاکله ره می‌برد.

و آنچه در این انگاره اهمیت می‌یابد عبارت است از: عابر پیاده، معبر پیاده، فعالیت‌ها و کاربری‌های شهری پیرامون مسیر و ثروت‌های تاریخی نهفته در بافت به عنوان ارزش‌هایی غیرقابل تکرار (حیبی، ۱۳۸۰: ۴۷).

قابل ذکر است به دلیل موقعیت معابر پیاده مورد مطالعه در این طرح و موازی بودن آنها با محورهای سواره اصلی مرکز شهر و یک‌طرفه بودن اکثر این معابر و به جهت طراحی پیاده‌راه‌های گردشگری با حداکثر تطبیق با وضع موجود، به دلیل دارا بودن قابلیت اجرایی بیشتر، معابر مورد نظر در این طرح؛ معابری با ترافیک آرام و با اولویت حضور به عابری پیاده تعریف شده‌اند.

- اهداف احیاء مسیرهای پیاده در مراکز شهری

تعریف و تبیین مسیرهای پیاده در مراکز شهری با اهداف متنوعی صورت می‌پذیرد و این تنوع در اهداف با توجه به شرایط وجودی یا اکتسابی شهرها و مناطق مختلف است.

جدول ۲: اهداف راهبردی برنامه‌ریزی محورهای پیاده در مراکز شهری

عملکرد	راهبرد
تحرك رفت و آمد در مراکز شهری، تشویق استفاده از وسایط حمل و نقل عمومی، دگرگونی در الگوی رفت و آمد، توسعه پارکینگ‌های عمومی و...	بهبود مدیریت ترافیک
ساماندهی پیاده راه‌ها یا فضاهای پیاده، یکی از ابزارهای مؤثر برای بهسازی سبباً و منظر شهری محسوب می‌گردد	بهبود سیمای کالبدی شهر
کاهش منابع آلودگی هوا و صدا، افزایش ایمنی، توسعه فضای سبز و بازار، کاهش تراکم و ازدحام، آرام سازی محله‌های مسکونی و...	بهسازی محیط زیست شهری
ساماندهی پیاده راه‌ها یکی از عوامل مؤثر در رونق مراکز خرده فروشی سنتی و جدید و دسترسی آسان به خدمات جزئی ولی ضروری روزمره محسوب می‌شود.	بهبود وضع خرید و خدمات
گسترش پیاده راه‌ها زمینه‌ای برای بالا بردن کیفیت زندگی اجتماعی و غنا بخشیدن به فضاهای شهری به حساب می‌آید.	تقویت زندگی اجتماعی و فرهنگی

منبع: مهدیزاده، ۱۳۷۹: ۱۶

- نقش اجتماعی - فرهنگی فضاهای پیاده

اگر بپذیریم که بخش مهمی از برخوردهای اجتماعی و فرهنگی در فضاهای شهری اتفاق می‌افتد، در آن صورت نقش فضاهای پیاده در تقویت بنیان‌های اجتماعی و فرهنگی شهر غیرقابل انکار می‌نماید. حرکت پیاده طبیعی‌ترین، قدیمی‌ترین و ضروری‌ترین شکل جابجایی انسان در محیط است. پیاده‌روی هنوز هم مهم‌ترین امکان برای مشاهده مکان‌ها و فعالیت‌ها و احساس شور و تحرک شهری به شمار می‌آید. پیاده‌روی بیشترین نزدیکی را به محیط دارد و بنابراین اجازه می‌دهد فرآیند تفسیر و به خاطر آوردن، منسجم‌تر باشد. این پدیده از نظر ادراک هویت فضایی، احساس تعلق به محیط و دریافت زیبایی از اهمیت اساسی برخوردار است (محمدزاده، ۱۳۸۴: ۲۶۵). نقش اجتماعی خیابان را می‌توان بر حسب میزان جداکنندگی آن سنجید. هرچه پیاده‌ها و دوچرخه‌سواران بتوانند آسان‌تر از عرض خیابان عبور کنند، نقش اجتماعی خیابان بیشتر خواهد بود. هرچه عرض سواره‌روها، سرعت حرکت و حجم ترافیک موتوری بیشتر باشد آزادی حرکت پیاده‌ها از عرض کمتر خواهد بود (وزارت مسکن و شهرسازی، ۱۳۷۴). جاکوبز اعتقاد دارد: ارتقاء سیمای خیابان به وسیله افزایش حضور پیاده به بهبود سیمای شهر و تصویر ذهنی افراد کمک می‌کند اگر خیابان‌ها جذاب باشند، به تمام شهر نیز حس جذابیت را خواهند دمید. از دید او پیاده‌راه‌ها باید سرزنده باشند تا بتوانند ساکنان بیشتری را به خود جلب کنند (Jacobs, 1961: 27).

امروز در بسیاری از شهرهای دنیا از پیاده‌راه‌های شهری در برگزاری نمایشگاه‌ها، وقایع اجتماعی، فستیوال‌ها، آگهی‌های تبلیغاتی و همچنین در بروشورهای توریستی و تبلیغات به وفور استفاده می‌شود (Brambila & Longo, 1977: 27).

خیابان، طبیعتی دوگانه دارد: خیابان به عنوان "معبّر" و خیابان به عنوان "مقصد". در کشورهای

براساس جدول فوق تقویت ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیمای شهری، بهسازی و مدیریت ترافیک از جمله اهداف راهبردی در احیاء و برنامه‌ریزی محورهای پیاده در شهرها به ویژه در مراکز شهری است و در این راستا تقویت گردشگری شهری با ابزار محورهای پیاده، از جمله راهکارهای دستیابی به اهداف مذکور خواهد بود.

- گشت‌های پیاده شهری

گشت‌های پیاده یکی از ارزشمندترین روش‌ها برای درک و شناخت محیط است. گشت‌های پیاده نیز مانند گشت‌های سواره دارای برنامه، راهنما، مبداء و مقصد مشخص هستند. اما ویژگی مهم آنها استفاده نکردن از خودرو و پیاده‌روی است. به همین دلیل در نقاطی از شهر به اجرا در می‌آیند که تراکم مطلوبی از جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی، اجتماعی، معمارانه و شهرسازانه دارند. (مقدسی و سعیدی، ۱۳۸۹: ۱)

گشت‌های پیاده شهری بر حسب مکان انجام و موضوع مورد بازدید می‌تواند به تورهای موضعی و موضوعی تقسیم‌بندی شود. تورهای موضعی می‌تواند شامل تورهای بخش مرکزی شهر، تورهای محله‌ای و تورهای سطح شهر بوده و همچنین بر حسب موضوع می‌توانند متنوع باشند مانند تورهای تاریخی-فرهنگی، تورهای آموزشی، تورهای سوغات و صنایع‌دستی، تورهای غذاهای محلی و

در این میان مراکز شهری به دلیل نمایش هویت شهرها و دارا بودن جاذبه‌های مختلف تاریخی، فرهنگی، خرید و سوغات و... یکی از محبوب‌ترین و شایع‌ترین گشت‌های پیاده شهری بوده که در اغلب شهرهای توریستی دنیا مانند؛ لندن، پاریس، مسکو و... به اجرا در آمده و از منابع تحرک و توسعه گردشگری و پایداری اقتصادی-اجتماعی شهرها هستند.

هویت بخشی به شهر نقش مهمی ایفا می‌کند. بنابراین احداث پیاده‌راه‌ها از جمله راه‌هایی است که می‌تواند در تجدید حیات مدنی مراکز شهری مؤثر باشد. به همین دلیل، پیاده‌راه‌ها راه‌حل علمی و عملی برای بسیاری از مشکلات حاد مراکز شهری هستند که می‌توانند با تخریب موقعیت‌های اقتصادی و فیزیکی، افت کیفیت زندگی، آلودگی، تراکم و کوچ طبقه متوسط از مرکز شهر مبارزه کنند (قربانی و جام کسری، ۱۳۸۹: ۶۲).

- امکان‌سنجی مسیرهای پیاده‌گردشگری:

جهت طراحی و برنامه‌ریزی مسیرهای گردشگری در شهرها و نقاط مستعد، شرایط و ضروریاتی لازم است مورد توجه قرار گیرد تا بهترین مسیر با بهترین بازدهی تعریف و برنامه‌ریزی شود. برخی از اصول عام برای مسیرهای پیاده‌گردشگری از منظر حییبی (۱۳۸۰) به شرح ذیل است:

- مسیر به عنوان "راهبر" برای گردشگری، عناصر بازارش بافت را بهم پیوند داده و به عنوان یک "هادی" به معرفی آنها پردازد.

- به دلیل نقش اجتماعی مسیر و حضور مردم و فعالیت‌های متعدد در آن که تجلی‌گاه حیات مدنی است، مسیر به عنوان یک "مقصد" گردشگری نیز می‌تواند باشد.

- مسیر به علت حضور شهروند، مکان شکل‌گیری "حیات واقعه‌ای" شهر است و مکانی سراسر خاطره.

- مسیر گذری خواهد بود انحصاری از سایر مسیرها و گذرها که در ارتقاء ارزش کیفی فضایی-کالبدی آن مؤثر است.

- مسیر مکانی امن و ایمن است و ضروری است که احساس امنیت برای گردشگران و شهروندان ملموس باشد.

- لزوم تجهیز مسیر به تأسیسات و تجهیزات و امکانات خاص

- لزوم ایجاد فضاهای توقف و حرکت

اروپایی از خیابان به عنوان "مقصد" یاد می‌شود؛ یعنی محل برخورد‌های اجتماعی شهری، گذران اوقات فراغت، بهره‌وری از زیبایی و استفاده از خدمات متنوع. در بسیاری از این موارد، خیابان‌ها به حرکت پیاده اختصاص یافته و کاربری عبور اتومبیل از آنها حذف شده است. در شهرهای ایران محتوا و سیمای خیابان بسیار مبهم و اغلب تصادفی است و تمایز مشخصی بین انواع خیابان وجود ندارد (افشار نادری و نصیر سلامی، ۱۳۷۵: ۵۲).

- نقش پیاده‌راه‌ها در احیاء مراکز شهری

پیاده‌راه‌ها معابری با بالاترین حد نقش اجتماعی هستند که می‌توانند شور و سرزندگی را به مناطق مرکزی شهرها آورده، مردم را به حضور داوطلبانه در شهر تشویق کنند و در نتیجه پایداری مراکز شهری را تضمین نمایند. این فضاها، خیابان‌های محصور هستند که ترافیک سواره در آنها حذف شده و تسلط کامل با عابر پیاده است و از وسایط نقلیه موتوری تنها به منظور سرویس‌دهی به زندگی جاری در معبر استفاده می‌شود. بنابراین آزادی عمل انسان پیاده برای توقف، مکث، تغییر جهت و تماس مستقیم با دیگران بسیار زیاد است. این فضاها هم از نظر ارتباطی و هم به لحاظ کالبدی-فضایی از جایگاه ارزشمندی در ارتقاء و بهبود کیفیت محیطی در مراکز شهری برخوردارند. این فضاها با توجه به ماهیتشان از نظر ادراک هویت فضایی، احساس تعلق به محیط و دریافت زیبایی از اهمیت اساسی برخوردارند و با جذب طیف وسیعی از گروه‌های اجتماعی به سوی خود، حس همگرایی، تعامل و برخورد مستقیم شهروندان را با وجود بینش‌ها، احساس‌ها، خواسته‌ها و گرایش‌های مختلف تقویت می‌نمایند (محمد زاده، ۱۳۸۴: ۲۶۵).

از این جهت پیاده‌راه هم به دلیل تقویت بناها و مناطق با ارزش تاریخی و هم به دلیل تقویت سیمای شهر و هم از جهت تبدیل به یک عنصر هویتی در امر

احیاء شود. بنابراین برای موفقیت ترافیکی طرح‌های پیاده‌راه‌ها باید نکات ذیل بررسی گردند:

- تأمین پارکینگ خارج از سطح سواره‌رو ضروری است

- دسترسی به سرویس‌های حمل و نقل عمومی در نظر گرفته شود

- طرح پیاده‌راه نباید باعث به وجود آمدن تراکم ترافیک در سایر قسمت‌های منطقه مرکزی تجاری شود

- گردشگران و عابران پیاده به سهولت و بدون تداخل با وسایل نقلیه در گذرگاه پیاده حرکت کنند

- احداث ایستگاه‌های تاکسی و محل توقف اتومبیل برای سوار و پیاده کردن مسافران در نزدیکی گذر عابر پیاده ضروری است (پاکزاد، ۱۳۸۶: ۲۸۰).

از این رو برخی از شاخص‌های تعیین مسیرهای پیاده گردشگری می‌تواند شامل موارد ذیل باشد:

- انعطاف پذیری در مسیر و امکان حق انتخاب برای گردشگر در مسیر برای تصمیم‌گیری

- توجه به زیبایی‌شناسی شهری

- ارائه ضوابط و معیارها برای کنترل و هدایت وضع موجود، مراحل به اجرا درآمده و تغییرات احتمالی

- نظارت دائمی بر اجرای قوانین و ضوابط و معیارها (حبیبی، ۱۳۸۰: ۴۹).

همچنین امکان سنجی نواحی پیاده باید با بررسی الگوهای ترافیکی مناطق اطراف انجام گیرد. از این رو جوهر برنامه‌ریزی و طراحی پیاده در این است که حرکت و رفتار وسایط نقلیه با نیازهای انسان و زندگی اجتماعی شهر سازگار شود و امنیت و آسایشی که در برابر هجوم افسار گسیخته اتومبیل از دست رفته است دوباره به شهر باز گردانیده شود. هدف نهایی این است که از طریق "رام‌کردن اتومبیل" و "آرام‌سازی ترافیک" حقوق طبیعی از دست‌رفته انسان پیاده اعاده شود و کارکردهای اجتماعی، فرهنگی و زیباشناختی فضاهای شهری بالاخص در مراکز کهن شهری دوباره

جدول شماره ۲: شاخص‌های تعیین مسیرهای پیاده گردشگری

شاخص	ویژگی
دسترسی	وجود یک یا چند مسیر پیاده موجود یا قابل طراحی همراه با دسترسی‌های مناسب به نقاط قابل بازدید، ایستگاه‌های شهری، پارکینگ و...
جاذبه‌های گردشگری	وجود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، تجاری، مذهبی و سایر جاذبه‌های گردشگری شهر
سیمای شهری	توجه به بدنه و سیمای شهر و عبور از مسیرهای واجد ارزش بصری
امکانات رفاهی و خدماتی	وجود انواع خدمات پذیرایی، اقامتی، خرید، سرویس بهداشتی، ایستگاه پلیس، مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری، نیمکت و...
کیفیت فنی مسیر	دارا بودن حداقل استانداردهای فنی شامل؛ کف سازی مناسب؛ اختلاف سطح، مصالح مناسب، نورپردازی و... و قابلیت ارتقاء کیفی مسیر
نقطه شروع و پایان	امکان تعریف نقطه شروع و پایان مناسب برای هر مسیر
قابلیت ارتقاء و اجرا	قابلیت ارتقاء کمی و کیفی مسیرها و امکان اجرای طرح
قابلیت ترافیکی	دارا بودن قابلیت ترافیکی و قرارنداشتن در مسیرهای پر تقاطع

منبع: نگارندگان

عنوان	نوع جاذبه	قدمت	جذابیت
عمارت ذوالفقاری (موزه مردان نمکی و باستان‌شناسی)	تاریخی - فرهنگی	قاجاریه	سبک معماری و قرارداشتن مومیایی‌های طبیعی "مردان نمکی"
بنای رختشویخانه (موزه مردم‌شناسی)	تاریخی - فرهنگی	پهلوی اول	بنایی منحصر به‌فرد در ایران و جهان
عمارت دارایی () (موزه صنایع دستی)	تاریخی - فرهنگی	پهلوی اول	معماری بنا و موزه صنایع دستی
مسجد جامع	تاریخی - مذهبی	قاجار	بزرگترین و زیباترین مسجد شهر
بازار زنجان	تاریخی - فرهنگی	قاجار	طولانی‌ترین بازار سرپوشیده ایران و جاذبه خرید سوغات و صنایع دستی زنجان

منبع: نگارندگان

شهر زنجان با دارا بودن جاذبه‌های فراوان تاریخی - فرهنگی و همچنین موقعیت ترازیت شهر زنجان در مسیر شمال غرب کشور، پذیرای تعداد قابل توجهی از گردشگران و مسافران عبوری است. براساس اطلاعات مأخوذه از اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، گردشگران ورودی به شهر زنجان در سال ۱۳۹۲ تا پایان بهمن ماه، ۷۶۷۸۴ نفر شامل ۷۵۶۴۳ گردشگر ایرانی و ۱۱۴۱ نفر گردشگر خارجی بوده و همچنین میزان بازدید از موزه‌ها و آثار تاریخی شهر زنجان به طور میانگین بالغ بر ۵۵ هزار نفر بوده است که البته این آمار تنها شامل بازدیدکنندگان از عمارت ذوالفقاری و رختشویخانه بوده است.

از این رو با توجه به بازدید قابل توجه گردشگران و همچنین شهروندان زنجانی از آثار تاریخی - فرهنگی مرکز شهر زنجان و همچنین وجود سایر عناصر جذاب جمعیت به مرکز شهر مانند: مراکز خرید، اداری،

بررسی محدوده مورد مطالعه

- موقعیت شهر زنجان

شهر زنجان در ۴۸ درجه و ۲۸ دقیقه طول شرقی و ۳۶ درجه و ۴۰ دقیقه عرض شمالی و در بلندی متوسط ۱۶۵۰ متری از سطح آب‌های آزاد با مساحتی حدود ۶۴۰۰ هکتار و در ۳۱۹ کیلومتری شمال غربی تهران و در ۲۸۰ کیلومتری جنوب شرق تبریز قرار دارد. (سعیدیان، ۱۳۷۹: ۴۷۱).



شکل ۱: موقعیت شهر زنجان در استان

منبع: معاونت برنامه‌ریزی استان زنجان

براساس آمارنامه‌های مرکز آمار ایران، زنجان دارای ۳۸۶۸۵۱ نفر جمعیت در سال ۱۳۹۰ و بیستمین شهر کشور از لحاظ جمعیت محسوب می‌شود. همچنین با میانگین درجه حرارت ۱۱ درجه سانتی‌گراد و میانگین بارش سالانه ۲۹۸ میلی‌لیتر، اقلیمی فراهشک سرد دارد. (سایت هواشناسی استان زنجان)

- جاذبه‌های گردشگری شهر

شهر زنجان با سابقه تمدنی و تاریخی خود آثار و جاذبه‌های متنوعی را به ویژه در حوزه جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی، در دل خود جای داده است. از مهم‌ترین این جاذبه‌ها می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

جدول ۴: جاذبه‌های شاخص گردشگری مرکز شهر زنجان

پیاده، از چند اثر دیدنی شهر بازدید کرده و همچنین از مزایای پیاده‌روی استفاده و با شهر و فرهنگ ساکنان آن نیز آشنا گردند و از مراکز خرید شهر به ویژه مراکز خرید سوغات و صنایع‌دستی بازدید نمایند. در این مسیر مراکز پذیرایی و پارک اتومبیل نیز وجود دارد که می‌توان با برنامه‌ریزی مناسب از آنها استفاده کرد. با توجه به تعدد آثار و جاذبه‌های بخش مرکزی شهر و همچنین به دلیل کوتاه‌ترکردن مسیرها و استفاده بهینه زمانی - مکانی از مسیر، در این طرح براساس المان‌ها و ضوابط اشاره شده در بخش مبانی نظری، سه مسیر پیاده گردشگری پیشنهاد می‌شود که با رنگ‌های مختلف در شکل شماره ۲ مشخص شده است.

پذیرایی و غیره، سالماندهی و برنامه‌ریزی برای این حوزه با اهمیت شهری را ضروری می‌نماید. بنابراین در این میان توجه و برنامه‌ریزی جهت تقویت بُعد گردشگری این حوزه (بخش تاریخی شهر)، می‌تواند ضمن توسعه گردشگری شهری زنجان، به ارتقاء اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی شهر و منطقه نیز دست یافت. البته بدیهی است دستیابی به این هدف مستلزم برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت‌های لازم به همراه مدیریت یکپارچه شهری ضروری است.

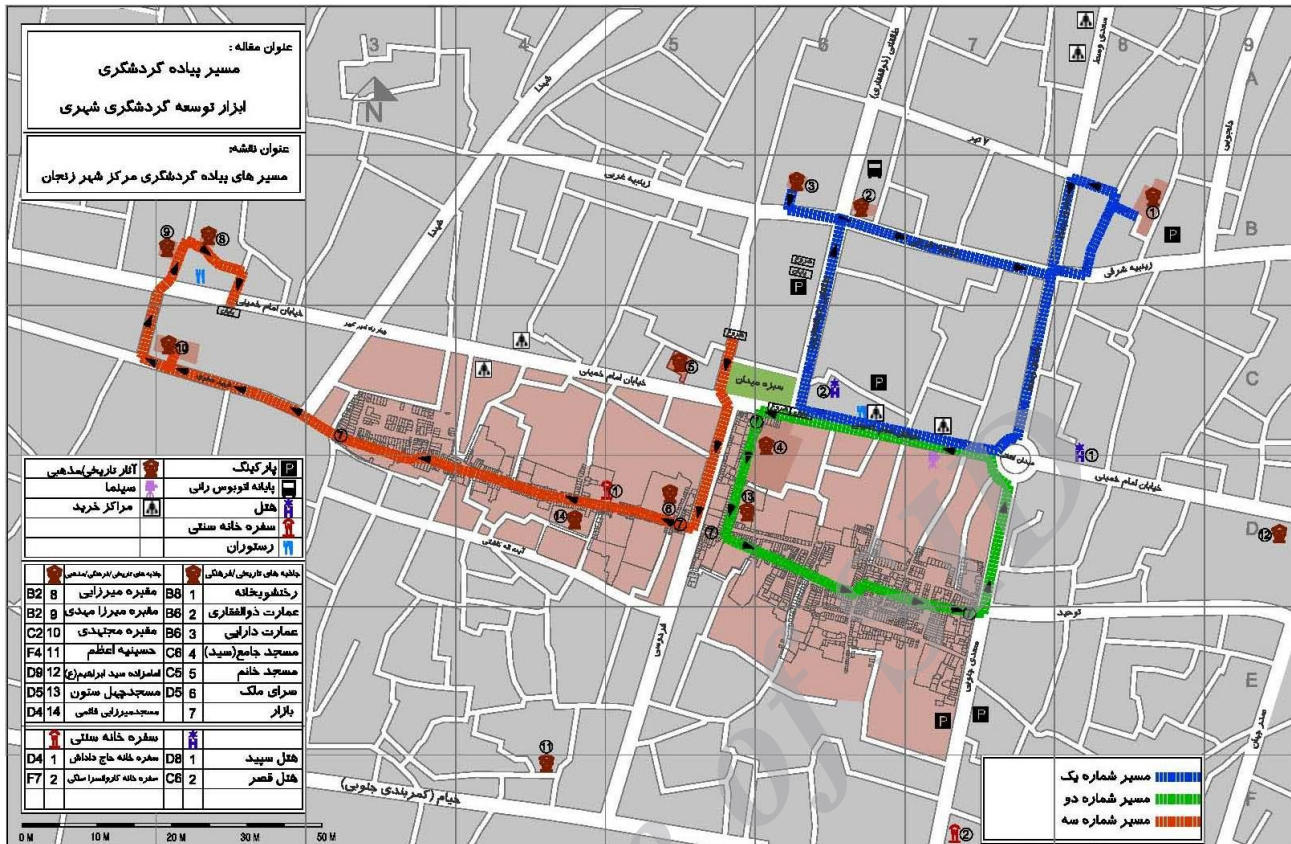
پیاده‌راه‌ها در مرکز شهر زنجان

به لحاظ رفت و آمد پیاده، مرکزیت تجاری شهر ضمن وجود بازار و فضاهای پیرامون، جاذبه‌های پیاده‌روی (خرید و بازدید از فروشگاه‌های خیابان سعدی و امتداد خیابان امام) مهم‌ترین مرکز و تجلی‌گاه تعاملات اجتماعی در شهر زنجان است. لیکن اهمیت به خودرو و فقدان فضاهای لازم برای تردد پیاده از کیفیت پیاده‌روی در محدوده کاسته است. از آنجایی که شبکه معابر به ویژه در بافت فرسوده به تبع شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و طبیعی و در یک بستر برنامه‌ریزی و طراحی غیر مدون شکل گرفته است؛ لذا دسترسی‌های سواره و پیاده در محدوده مرکزی شهر مطابق با تعاریف امروزی نیست. (حبیبی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۷۵)

تعریف مسیرهای پیاده گردشگری در بخش

مرکزی شهر زنجان

همانطور که قبلاً ذکر شد اکثر آثار تاریخی-فرهنگی مشهور و جذاب زنجان، در محدوده مرکزی شهر زنجان قرار دارد؛ لذا یکی از ویژگی‌های معابر پیاده واقع در این محدوده، اهمیت گردشگری آن است؛ چرا که گردشگران و مسافران ورودی به شهر می‌توانند به راحتی با طی مسیری حدود یک کیلومتر به صورت



شکل ۲: مسیرهای پیاده‌گردشگری در محدوده مرکزی شهر زنجان

منبع: نگارندگان/ اقتباس از کتابچه راهنمای سفر شهرستان زنجان

مشخصات مسیرهای پیاده‌گردشگری شهر

زنجان

مسیر پیاده شماره یک

نقطه آغاز این مسیر از پارکینگ طالقانی شروع شده و قابلیت بازدید از عمارت دارایی (موزه صنایع دستی)، عمارت ذوالفقاری (موزه مردان نمکی و

باستان‌شناسی)، رختشویخانه (موزه مردم‌شناسی) را داشته و مجدداً به پارکینگ منتهی می‌شود. در طی مسیر نیز گردشگران علاوه بر بازدید از آثار تاریخی- فرهنگی می‌توانند از مراکز پذیرایی و همچنین مراکز خرید سوغات و صنایع دستی بهره ببرند.

جدول ۵: مشخصات مسیر پیاده‌گردشگری شماره یک

مسیر	طول بازدید		مشخصات بازدید		امکانات محل یا مسیر
	متر	دقیقه	نام بنا	کاربری	
دارایی ذوالفقاری - رختشویخانه	۷۵۰ متر	۱۲۰ دقیقه	عمارت دارایی	موزه صنایع دستی	پارکینگ در مجاورت بنا
			ذوالفقاری	موزه مردان نمکی و باستان‌شناسی	پارکینگ - مراکز خرید و پذیرایی در مسیر
			رختشویخانه	موزه مردم‌شناسی	پارکینگ

منبع: نگارندگان/ اقتباس از کتابچه راهنمای سفر شهرستان زنجان

مسیر پیاده شماره دو:

دسترسی به محله‌های مختلف شهر استفاده می‌شده است. گردشگران در این بازار علاوه بر لذت از معماری با شکوه آن، از تنوع اجناس به ویژه اجناس محلی و سوغات و صنایع دستی بهره برده و می‌توانند با غذاهای سنتی زنجان در سفره‌خانه‌های سنتی آن پذیرایی شوند. مسجد جامع زنجان نیز در مجاورت یکی از ورودی‌های بازار بالا به نام ورودی قیصریه قرار دارد. قابل ذکر است مجموعه بازار نیز چندین مسجد مشهور با قابلیت بازدید دارد.

مسیر مذکور در واقع پیاده‌راهی است که نیمی از آن در داخل بازار سنتی زنجان قرار می‌گیرد. زنجان طولانی‌ترین بازار سرپوشیده ایران را دارد که به دو بازار بالا و بازار پایین تقسیم شده است. این مسیر در واقع مسیر پیاده مردمان زنجان در ادوار گذشته بوده بدین ترتیب که به دلیل اقلیم سرد و خشک زنجان، بازاری به این وسعت و سرپوشیده ساخته شده تا ساکنان شهر به راحتی بتوانند به خرید مشغول شده و حتی به دلیل وسعت آن، به عنوان معبری برای

جدول ۶: مشخصات مسیر پیاده گردشگری شماره دو

امکانات محل یا مسیر	مشخصات بازدید			طول بازدید		مسیر
	زمان بازدید	کاربری	نام بنا	دقیقه	متر	
پارکینگ و بازار سنتی	-	مسجد و حوزه علمیه	مسجد جامع	۱۲۰ دقیقه	۷۰۰ متر	مسجد جامع - مجموعه بازار
پارکینگ - مراکز خرید و پذیرایی سنتی	۸ صبح الی ۸ شب به استثناء روزهای تعطیل	بازار فعال دارای سراها، سفره‌خانه و مساجد زیبا	مجموعه بازار بالا			

منبع: نگارندگان/ اقتباس از کتابچه راهنمای سفر شهرستان زنجان

مسیر پیاده شماره ۳

مانند سفره‌خانه‌ها و مساجد و سراهای زیبا مانند سرای فرش، می‌توان از دو مقبره زیبای علمای شهر زنجان بازدید کرد و پس از آن می‌توان به صورت پیاده یا با استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی یا خصوصی مجدداً به پارکینگ طالقانی رسید.

مسیر شماره ۳ برخلاف دو مسیر قبلی به صورت یک لوپ رفت و برگشت نیست. در این مسیر که می‌تواند از ورودی جنوبی پارکینگ طالقانی شروع شود پس از عبور از بازار پایین و استفاده از فضا و عناصر این بازار

جدول ۷: مشخصات مسیر پیاده گردشگری شماره سه

امکانات محل یا مسیر	مشخصات بازدید			طول بازدید		مسیر
	زمان بازدید	کاربری فعلی	نام بنا	دقیقه	متر	
سفره‌خانه حاج داداش	۸ صبح الی ۸ شب به استثناء روزهای تعطیل	بازار	بازار پایین	۷۰ دقیقه	۱۳۵۰ متر	بازار پایین - مقبره میرزایی - مقبره میرزا مهدی
-	همه روزه به جز دوشنبه‌ها	موزه نسخ خطی	مقبره میرزا مهدی			
-	همه روزه به جز دوشنبه‌ها	موزه سنگ‌نبشته و کتیبه	مقبره میرزایی			

منبع: نگارنده/ اقتباس از کتابچه راهنمای سفر شهرستان زنجان

تحلیل مسیرهای پیاده‌گردشگری شهر زنجان با استفاده از تکنیک SWOT:

یکی از ابزارهای بسیار مهم در فرآیند تدوین راهبرد، تکنیک SWOT است که با آن اطلاعات مقایسه می‌شود. اساساً SWOT یک ابزار برنامه‌ریزی راهبردی است. (Hom Haacke, 2001:3) امروزه SWOT به عنوان ابزاری نوین برای تحلیل عملکردها و وضعیت شکاف، مورد استفاده طراحان و ارزیابان راهبرد قرار می‌گیرد. (Nilsson, 2004:15) از این رو

جهت استفاده حداکثری از نقاط قوت و فرصت‌ها و غلبه بر نقاط ضعف و تهدیدها و بهره‌مندی از رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی در برنامه‌ریزی شهری، از این روش به منظور تحلیل یافته‌ها و ارائه راهبردها و راهکارهای مترتب بر آن، استفاده شده است.

براین اساس پس از انجام بررسی‌های میدانی در محدوده مرکزی شهر زنجان (مسیر مورد مطالعه)، نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدیدهای مسیرهای مذکور به شرح ذیل ارائه می‌شود:

جدول ۸: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) مؤثر بر توسعه پیاده‌راه‌های گردشگری در مرکز شهر زنجان

عوامل داخلی	وزن (۰-۱)	امتیاز وضع موجود (۱-۴)	امتیاز وزن دار
نقاط قوت:			
۱- وجود معابر پیاده در حاشیه اکثر خیابان‌های مرکزی شهر	۰/۱۵	۴	۰/۶۰
۲- دارابودن عرض تقریباً مناسب جهت پیاده‌روی در اغلب مسیرها	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
۳- وجود جاذبه‌های متنوع پیاده‌روی در طی مسیرها	۰/۱۴	۴	۰/۵۶
۴- وجود فضای سبز در برخی نقاط مسیر	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
۵- وجود تقاضاهای بالفعل گردشگری شهری	۰/۰۸	۳	۰/۲۴
نقاط ضعف:			
۱- مناسب نبودن کیفیت معابر پیاده	۰/۱۲	۲	۰/۲۴
۲- نامناسب بودن کیفیت چشم‌اندازی در اکثر مسیرها	۰/۰۷	۱	۰/۰۷
۳- کمبود تجهیزات و تسهیلات و مبلمان شهری مناسب	۰/۱۰	۲	۰/۲۰
۴- وجود مشکلات ترافیکی و تقاطع‌های خطرناک در برخی نقاط مسیرها	۰/۰۹	۲	۰/۱۸
۵- عدم تناسب بین تقاضا و عرضه معابر به ویژه با در نظر گرفتن رونق گردشگری شهری	۰/۱۱	۱	۰/۱۱
جمع	۱	-	۲/۶۲

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۹: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) مؤثر بر توسعه پیاده‌راه‌های گردشگری در مرکز شهر زنجان

عوامل خارجی	وزن (۰-۱)	امتیاز وضع موجود (۱-۴)	امتیاز وزن دار
فرصت‌ها:			
۱- امکان توسعه تقاضای گردشگری شهری	۰/۱۳	۴	۰/۵۲
۲- تمهیدات دولتی و خصوصی جهت توسعه گردشگری شهری	۰/۰۷	۳	۰/۲۱
۳- منحصربه‌فرد بودن برخی از جاذبه‌های شهری زنجان	۰/۱۱	۴	۰/۴۴
۴- قراردادن جاذبه‌های شاخص شهر در مسیرهای تعریف‌شده	۰/۱۲	۴	۰/۴۸
۵- رونق سرمایه‌گذاری‌های عمومی و خصوصی در مسیر	۰/۱۰	۳	۰/۳۰
تهدیدها:			
۱- عدم تلاش کافی مسئولان در جهت رونق گردشگری شهری	۰/۱۲	۲	۰/۲۴
۲- عدم توجه لازم به حجم ترافیک و روانی مسیر	۰/۱۰	۱	۰/۱۰
۳- اقلیم سرد و خشک زنجان در فصول پاییز و زمستان	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
۴- عدم اطلاع‌رسانی مناسب جهت جذب گردشگران بالقوه	۰/۱۱	۱	۰/۱۱
۵- عدم هماهنگی کافی نهادهای مسئول در زمینه ساماندهی مسیرها	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
جمع	۱	-	۲/۶۸

منبع: یافته‌های تحقیق



شکل ۵: معابر پلکانی، مزاحم عبور پیاده



شکل ۴: تداخل پیاده و سواره (عدم ایمنی)



شکل ۷: انسداد معبر پیاده (عدم آزادسازی معبر)



شکل ۶: کفپوش‌های ناسازگار با اقلیم سرد منطقه



شکل ۸: فضای سبز واقع در حاشیه معبر پیاده (روبه روی عمارت ذوالفقاری)

جدول ۱۰: اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه پیاده‌راه‌های گردشگری مرکز شهر زنجان

اولویت‌بندی عوامل داخلی	امتیاز وزن دار	اولویت‌بندی عوامل خارجی	امتیاز وزن دار
S1: وجود معابر پیاده در حاشیه اکثر خیابان‌های مرکزی شهر	۰/۶۰	O1: امکان توسعه تقاضای گردشگری شهری	۰/۵۲
S2: وجود جاذبه‌های متنوع پیاده‌روی در طی مسیرها	۰/۵۶	O2: قراردادن جاذبه‌های شاخص شهر در مسیرهای	۰/۴۸
S3: دارا بودن عرض تقریباً مناسب جهت پیاده‌روی در اغلب مسیرها	۰/۲۷	تعریف شده	
S4: وجود تقاضاهای بالفعل گردشگری شهری	۰/۲۴	O3: منحصر به فرد بودن برخی از جاذبه‌های شهری زنجان	۰/۴۴
S5: وجود فضای سبز در برخی نقاط مسیر	۰/۱۵	O4: رونق سرمایه‌گذاری‌های عمومی و خصوصی در مسیر	۰/۳۰
		O5: تمهیدات دولتی و خصوصی جهت توسعه گردشگری شهری	۰/۲۱
W1: مناسب نبودن کیفیت معابر پیاده	۰/۲۴	T1: عدم تلاش کافی مسئولان در جهت رونق گردشگری شهری	۰/۲۴
W2: عدم تناسب بین تقاضا و عرضه معابر به ویژه با	۰/۲۰	T2: عدم هماهنگی کافی نهادهای مسئول در زمینه	۰/۱۶
در نظر گرفتن رونق گردشگری شهری		ساماندهی مسیرها	۰/۱۲
W3: کمبود تجهیزات و تسهیلات و مبلغان شهری مناسب	۰/۱۸	T3: اقلیم سرد و خشک زنجان در فصول پاییز و زمستان	۰/۱۱
W4: وجود مشکلات ترافیکی و تقاطع‌های خطرناک در برخی	۰/۱۱	T4: عدم اطلاع‌رسانی مناسب جهت جذب گردشگران بالقوه	۰/۱۰
نقاط مسیرها		T5: عدم توجه لازم به حجم ترافیک و روانی مسیر	
W5: نامناسب بودن کیفیت چشم‌اندازی در اکثر مسیرها	۰/۰۷		
مجموع امتیاز عوامل داخلی	۲/۶۲	مجموع امتیاز عوامل خارجی	۲/۶۸

- ماتریس سوات:

ماتریس سوات یکی از ابزارهای مهمی است که مدیران با استفاده از آن اطلاعات مربوط به عوامل داخلی و خارجی را مقایسه می‌کنند و به تدوین انواع راهبردهای ممکن می‌پردازند. ماتریس سوات یک جدول مختصات دوبعدی را شامل می‌شود که هر یک از چهار بخش آن، بیانگر یک دسته راهبرد است. این راهبردها عبارت‌اند از:

- راهبردهای تهاجمی (SO): هر شرکتی گرایش دارد که همواره در موقعیتی قرار داشته باشد که بتواند با

بهره‌گیری از قوت‌ها، از فرصت‌های محیطی به میزان بسیاری استفاده کند.

- راهبردهای رقابتی (تنوع) (ST): این راهبرد براساس استفاده از قوت‌ها به منظور جلوگیری از تهدیدهای محیط تدوین شده است و هدف آن افزایش توانمندی‌های موجود و کاهش تهدیدها است.

- راهبرد محافظه‌کارانه (بازنگری) (WO): هدف این راهبرد، کاهش ضعف‌ها با استفاده از مزیت‌های بالقوه‌ای است که در فرصت‌های محیطی نهفته است.

- راهبردهای تدافعی (WT): در این وضعیت هدف راهبرد، تا آنجا که ممکن است، کاهش ضعف‌ها و تهدیدها است. (اعرابی، ۱۳۸۵: ۷۴).

جدول ۱۱: ماتریس سوات

<p>تهدیدها:</p> <p>۱- عدم تلاش کافی مسئولان در جهت رونق گردشگری شهری</p> <p>۲- عدم توجه لازم به حجم ترافیک و روانی مسیر</p> <p>۳- اقلیم سرد و خشک زنجان در فصول پاییز و زمستان</p> <p>۴- عدم اطلاع‌رسانی مناسب جهت جذب گردشگران بالقوه</p> <p>۵- عدم هماهنگی کافی نهادهای مسئول در زمینه ساماندهی مسیرها</p>	<p>فرصت‌ها:</p> <p>۱- امکان توسعه تقاضای گردشگری شهری</p> <p>۲- تمهیدات دولتی و خصوصی جهت توسعه گردشگری شهری</p> <p>۳- منحصربه‌فردبودن برخی از جاذبه‌های شهری زنجان</p> <p>۴- قرارداد داشتن جاذبه‌های شاخص شهر در مسیرهای تعریف‌شده</p> <p>۵- رونق سرمایه‌گذاری‌های عمومی و خصوصی در مسیر</p>	<p>عوامل خارجی</p> <p>عوامل داخلی</p>
<p>استراتژی‌های تنوع (ST)</p> <p>- توجه شایسته مسئولان شهری در جهت افزایش مزیت‌های اقتصادی-اجتماعی مسیرها</p> <p>- توجه به مشکلات ترافیکی مسیرها</p> <p>- در نظر گرفتن امکانات و تسهیلات مناسب جهت فصول سرد سال</p> <p>- اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب جاذبه‌ها و قابلیت‌های مسیر</p> <p>- هماهنگی نهادها و مدیریت یکپارچه شهری در خصوص ارتقاء ظرفیت‌های گردشگری شهری</p>	<p>استراتژی‌های تهاجمی (SO)</p> <p>- بهره‌برداری شایسته از معابر موجود شهر با توجه به تقاضاهای توسعه گردشگری شهری</p> <p>- گسترش تمهیدات زیرساختی در جهت بهبود کیفی و کمی معابر</p> <p>- ارتقاء و معرفی شایسته جاذبه‌های مسیرها</p> <p>- تشویق سرمایه‌گذاری‌های غیردولتی در جهت ارتقاء مسیرها</p>	<p>نقاط قوت:</p> <p>۱- وجود معابر پیاده در حاشیه اکثر خیابان‌های مرکزی شهر</p> <p>۲- دارا بودن عرض تقریباً مناسب جهت پیاده‌روی در اغلب مسیرها</p> <p>۳- وجود جاذبه‌های متنوع پیاده‌روی در طی مسیرها</p> <p>۴- وجود فضای سبز در برخی نقاط مسیر</p> <p>۵- وجود تقاضاهای بالفعل گردشگری شهری</p>
<p>استراتژی‌های تدافعی (WT)</p> <p>- بهبود کیفی معابر توسط نهادهای ذیربط</p> <p>- حل مسائل و مشکلات ترافیکی معابر</p> <p>- ایجاد امکانات تجهیزات مناسب در طول مسیرها</p> <p>- ارتقاء کمی معابر به ویژه در افزایش عرض معابر در جهت ایجاد تناسب با تقاضاهای موجود و آینده</p> <p>- اتخاذ تدابیر لازم در جهت آموزش همگانی، تصویب قوانین و آگاهی‌سازی در جهت آرایش مناسب شهر</p>	<p>استراتژی‌های بازنگری (WO)</p> <p>- تلاش و برنامه‌ریزی در جهت ارتقاء گردشگری شهری با توجه به ظرفیت‌های بالقوه شهر</p> <p>- بهره‌گیری از ظرفیت‌های دولتی و عمومی در جهت ارتقاء کیفی و کمی معابر و جاذبه‌های شهری</p> <p>- استفاده از ظرفیت‌های بخش غیردولتی در سرمایه‌گذاری، مدیریت و بهره‌برداری از جاذبه‌های گردشگری شهر</p>	<p>نقاط ضعف:</p> <p>۱- مناسب نبودن کیفیت معابر پیاده</p> <p>۲- نامناسب بودن کیفیت چشم‌اندازی در اکثر مسیرها</p> <p>۳- کمبود تجهیزات و تسهیلات و مبلمان شهری مناسب</p> <p>۴- وجود مشکلات ترافیکی و تقاطع‌های خطرناک در برخی نقاط مسیرها</p> <p>۵- عدم تناسب بین تقاضا و عرضه معابر به ویژه با در نظر گرفتن رونق گردشگری شهری</p>

- ماتریس داخلی و خارجی (IE)

آن دسته از راهبردهایی را به منظور ارزیابی انتخاب می‌کنیم که به ناحیه تعیین شده در ماتریس چهارخانه‌ای داخلی و خارجی مربوط است.

با توجه به چهار دسته راهبرد در ماتریس سوات و نیز ناحیه قرارگرفتن طرح در ماتریس داخلی و خارجی،

		فرصت	
		۲/۵	۴
۱	راهبردهای محافظه کارانه	راهبردهای تهاجمی IFE= 2/62 EFE= 2/68	۴
	راهبردهای تدافعی	راهبردهای رقابتی	۲/۵
		تهدید	
		۱	

نمودار ۱: ماتریس داخلی و خارجی (IE)

کلیه راهبردهای قابل قبول پیشنهاد شده در ردیف بالای ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی فهرست می‌شوند. - برای تعیین رتبه هر راهبرد در یک مجموعه از راهبردها، بنا به اهمیت آن در تدوین هر راهبرد امتیازی از ۱ تا ۴ داده می‌شود.

- سپس رتبه تعیین شده را در امتیاز وزنی مرحله اول ضرب می‌کنیم و نمره هر راهبرد در هر یک از عوامل مشخص می‌شود.

- جمع نمره‌های به دست آمده در هر ستون، نشان‌دهنده مطلوبیت هر راهبرد است. در نتیجه از طریق نمره‌های نهایی به دست آمده در هر یک از راهبردها، اولویت راهبردها مشخص می‌شود (جدول شماره ۱۲).

- ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM)

یکی از فنون و ابزارهای بسیار شایع در ارزیابی گزینه‌های راهبردی و مشخص کردن جذابیت نسبی راهبردها که در مرحله تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد، ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی است. در این ماتریس مشخص می‌شود که کدام یک از گزینه‌های راهبردی انتخاب شده، مناسب‌تر هستند و در واقع این راهبردها اولویت‌بندی می‌شوند. (اعرابی، ۱۳۸۵: ۶۳)

برای تهیه جدول برنامه‌ریزی کمی راهبردی طرح، مراحل زیر طی شده است:

- ابتدا عوامل داخلی و خارجی و امتیاز وزنی هر یک از آنها به جدول برنامه‌ریزی راهبردی منتقل شده، سپس

جدول ۱۲: ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی ایجاد پیاده‌راه‌های گردشگری در مرکز شهر زنجان

راهبرد SO ₄ تشویق سرمایه‌گذاری‌های غیردولتی در جهت ارتقاء مسیرها	راهبرد SO ₃ ارتقاء و معرفی شایسته جاذبه‌های مسیرها		راهبرد SO ₂ - گسترش تمهیدات زیرساختی در جهت بهبود کیفی و کمی معابر		راهبرد SO ₁ بهره‌برداری شایسته از معابر موجود شهر با توجه به تقاضاهای توسعه گردشگری شهری		امتیاز وزنی		عوامل داخلی و خارجی
	رتبه	نمره	رتبه	نمره	رتبه	نمره	رتبه	نمره	
	۲	۱/۲	۲	۱/۸	۳	۲/۴	۴	۰/۶۰	S ₁ : وجود معابر پیاده در حاشیه اکثر خیابان‌های مرکزی شهر
	۳	۱/۶۸	۳	۱/۱۲	۲	۱/۶۸	۳	۰/۵۶	S ₂ : وجود جاذبه‌های متنوع پیاده‌روی در طی مسیرها
	۱	۰/۲۷	۱	۰/۵۴	۲	۰/۵۴	۲	۰/۲۷	S ₃ : دارا بودن عرض تقریباً مناسب جهت پیاده‌روی در اغلب مسیرها
	۲	۰/۷۲	۳	۰/۷۲	۳	۰/۴۸	۲	۰/۲۴	S ₄ : وجود تقاضاهای بالفعل گردشگری شهری
	۱	۰/۱۵	۱	۰/۳۰	۲	۰/۱۵	۱	۰/۱۵	S ₅ : وجود فضای سبز در برخی نقاط مسیر
	۱	۰/۲۴	۱	۰/۹۶	۴	۰/۷۲	۳	۰/۲۴	W1: مناسب بودن کیفیت معابر پیاده
	۱	۰/۴۰	۲	۰/۶۰	۳	۰/۶۰	۳	۰/۲۰	W2: عدم تناسب بین تقاضا و عرضه معابر به ویژه با در نظر گرفتن رونق گردشگری شهری
	۱	۰/۱۸	۱	۰/۵۴	۳	۰/۳۶	۲	۰/۱۸	W3: کمبود تجهیزات و تسهیلات و مبلمان شهری مناسب
	۱	۰/۱۱	۱	۰/۲۲	۲	۰/۲۲	۲	۰/۱۱	W4: وجود مشکلات ترافیکی و تقاطع‌های خطرناک در برخی نقاط مسیرها
	۲	۰/۱۴	۲	۰/۰۷	۱	۰/۰۷	۱	۰/۰۷	W5: نامناسب بودن کیفیت چشم‌اندازی در اکثر مسیرها
	۲	۱/۵۶	۳	۱/۰۴	۲	۱/۵۶	۳	۰/۵۲	O ₁ : امکان توسعه تقاضای گردشگری شهری
	۲	۱/۴۴	۳	۰/۹۶	۲	۱/۴۴	۳	۰/۴۸	O ₂ : قرار داشتن جاذبه‌های شاخص شهر در مسیرهای تعریف شده
	۲	۱/۳۲	۳	۰/۸۸	۲	۱/۳۲	۳	۰/۴۴	O ₃ : منحصربه‌فرد بودن برخی از جاذبه‌های شهری زنجان
	۳	۰/۳۰	۱	۰/۹۰	۳	۰/۳۰	۱	۰/۳۰	O ₄ : رونق سرمایه‌گذاری‌های عمومی و خصوصی در مسیر
	۲	۰/۲۱	۱	۰/۶۳	۳	۰/۲۱	۱	۰/۲۱	O ₅ : تمهیدات دولتی و خصوصی جهت توسعه گردشگری شهری
	۱	۰/۲۴	۱	۰/۴۸	۲	۰/۷۲	۳	۰/۲۴	T ₁ : عدم تلاش کافی مسئولان در جهت رونق گردشگری شهری
	۱	۰/۱۶	۱	۰/۳۲	۲	۰/۳۲	۲	۰/۱۶	T ₂ : عدم هماهنگی کافی نهادهای مسئول در زمینه ساماندهی مسیرها
	۱	۰/۱۲	۱	۰/۲۴	۲	۰/۲۴	۲	۰/۱۲	T ₃ : اقلیم سرد و خشک زنجان در فصول پاییز و زمستان
	۳	۰/۳۳	۳	۰/۱۱	۱	۰/۲۲	۲	۰/۱۱	T ₄ : عدم اطلاع‌رسانی مناسب جهت جذب گردشگران بالقوه
	۱	۰/۱۰	۱	۰/۲۰	۲	۰/۲۰	۲	۰/۱۰	T ₅ : عدم توجه لازم به حجم ترافیک و روانی مسیر
		۱۰/۸۷		۱۲/۶۳		۱۳/۷۵			جمع

نتایج تحلیل

بدین ترتیب براساس نتایج جدول فوق، استراتژی‌های راهبرد تهاجمی که در مراحل قبل دارای اولویت شناخته شده بودند، اولویت بندی شدند. لذا با توجه به بررسی‌های میدانی و تحلیل یافته‌ها، ضروری است جهت احیاء، توسعه و ایجاد پیاده‌راه‌های گردشگری در مرکز شهر زنجان، بر مبنای استراتژی‌های اولویت‌دار اقدامات لازم به شرح ذیل صورت پذیرد:

- SO₁ - بهره‌برداری شایسته از معابر موجود شهر با توجه به تقاضاهای توسعه گردشگری شهری
- SO₂ - گسترش تمهیدات زیرساختی در جهت بهبود کیفی و کمی معابر
- SO₃ - ارتقاء و معرفی شایسته جاذبه‌های مسیره‌ها
- SO₄ - تشویق سرمایه‌گذاری‌های غیردولتی در جهت ارتقاء مسیره‌ها

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

براساس استراتژی‌های تهاجمی مذکور در بخش تحلیل، ضروری است تا با بهره‌گیری از قوت‌ها، از فرصت‌های محیطی به میزان بسیار استفاده کرد. از این رو به منظور دستیابی به نتایج کاربردی در محدوده مورد مطالعه، راهکارهای عملیاتی ذیل پیشنهاد می‌شود:

- ساماندهی و کاهش حجم ترافیک سواره، در راستای آرام‌سازی ترافیک معابر و به منظور کاهش آلودگی صوتی، آلودگی هوا، آلودگی منظر و ایمن‌سازی معابر پیاده
- ساماندهی نقاط تداخل و برخورد ترافیک سواره و پیاده
- ارتقاء فعالیت‌های فرهنگی-هنری در طی مسیر
- مانند ایجاد فرهنگسراها، گالری‌ها، فستیوال‌های فرهنگی و... متناسب با ظرفیت برد فضایی منطقه.
- ارتقاء سیما و بدنه شهر از طریق طراحی خیابان‌ها و میادین با دید سه‌بعدی به منظور دستیابی به چشم‌انداز مناسب شهری، که این امر می‌تواند از طریق

رعایت ضوابط شهرسازی و در کنار فرهنگ‌سازی و آموزش و آگاه‌سازی شهروندان صورت پذیرد.

- ایجاد تسهیلات مناسب جهت ارتقاء کیفیت معبر پیاده و تشویق به پیاده‌مداری از طریق فراهم‌سازی مبلمان شهری در فضاهای مناسب، آزادسازی معابر، تأمین روشنایی مناسب، حذف تابلوها و عناصر مزاحم و...
- توجه بیشتر به حمل و نقل عمومی در جهت افزایش دسترسی‌های عمومی (نه خصوصی) به مرکز شهر
- توجه به کاربری‌های هماهنگ و سازگار در بخش مرکزی شهر به منظور ارتقاء کارکردهای فرهنگی-اجتماعی و ساماندهی عملکردی
- برنامه‌ریزی مسئولان و برنامه‌ریزان شهری در جهت افزایش کمی و کیفی راه‌های قابل پیاده‌روی در سطح شهر به ویژه در بخش مرکزی و سایر بخش‌های فعال و پرتراکم جمعیتی، متناسب با نیازهای امروز و پتانسیل‌های آینده شهر.

- توجه به نیازهای خدماتی-رفاهی گردشگران و ایجاد تسهیلات مناسب مانند کیوسک‌های اطلاع‌رسانی، راهنمایان گردشگری، تابلوهای راهنما و...
- اطلاع‌رسانی مناسب جاذبه‌های شهر زنجان همراه با معرفی مسیره‌های پیاده گردشگری به همراه ابزارهای تشویقی مناسب.

منابع

- افشار نادری، کامران، رضا نصیرسلامی (۱۳۷۵). ضابطه، طرح، قانون. فصلنامه آبادی. شماره ۲۰، تهران، صص ۵۲-۶۳
- اعتقاد، گیتی (۱۳۷۷). شهرنشینی در ایران. تهران: نشر آگاه.
- اعرابی، سید محمد (۱۳۸۵). درس‌نامه برنامه‌ریزی استراتژیک. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۶). راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران. وزارت مسکن و شهرسازی، ویرایش سوم، تهران.
- حبیبی، کیومرث و همکاران (۱۳۸۷). از زنگان تا زنجان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

Brambila, Roberto & Gianni Longo (1977), For Pedestrians Only: Planning and Management of Traffic Free Zones, New York, Whitney Library of Design.

Jacobs, Jane (1961), The Death and Life Great American Cities, The Failure of Town Planning, New York: Vintage

Jafari, Jafar (2000), Encyclopedia of tourism, London and New York

Hom Haaske. L (2001), Using SWOT for Project Planning Sessions, PN.3 Hughes. A. tourism as sustainable Industry in the Rural Community of Arising, West Scotland, MSc Thesis, Napier University.

Nilsson. M. (2004), Research and advice on strategic environmental assessment. Stockholm Environment in Stitute Publications.

بررسی امکان ایجاد پیاده‌راه‌های گردشگری در مراکز شهری ...

حبیبی، سید محسن (۱۳۸۰). مسیر پیاده‌گردشگری. هنرهای زیبا، شماره نهم، تهران صص ۴۳-۵۱

داس ویل، راجر، (۱۳۷۹). مدیریت جهانگردی مبانی، راهبردها و آثار. ترجمه اعرابی، محمد و ایزدی، داوود، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

دیناری، احمد (۱۳۸۴). گردشگری شهری در ایران و جهان. مشهد، انتشارات واژگان خرد.

رهنمایی، محمد تقی و همکاران (۱۳۹۰). نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری تهران. فصلنامه علمی-پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال سوم، شماره چهارم، گرمسار، صص ۸۳-۱۰۲

سعیدیان، عبدالحسین (۱۳۷۹). شناخت شهرهای ایران. تهران، انتشارات علم و زندگی.

سایت سازمان هواشناسی زنجان.

قالیباف، محمد باقر، محمد شعبانی فرد (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای توسعه گردشگری شهری براساس مدل‌های تصمیم‌گیری چندمتغیره (مطالعه موردی: شهر سنندج). فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۲۶، شماره دوم، شماره پیاپی ۱۰۱، اصفهان، صص ۱۷۳-۱۹۸

قربانی، رسول، کسری محمد جام (۱۳۸۹). جنبش پیاده‌گستری، رویکردی نو در احیاء مراکز شهری؛ مورد مطالعه پیاده‌راه تربیت تبریز. فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال دوم، شماره ششم، اصفهان، صص ۵۵-۷۲

محمدزاده، رحمت (۱۳۸۴). مدرنیته و شهرنشینی، مطالعه موردی بافت تاریخی تبریز. تز دکتری فیروز جمالی، دانشگاه تبریز.

مقدسی، لیلا، نوید سعیدی رضوانی (۱۳۸۹). توسعه تورهای گردشگری پیاده. مجله گردشگری، شماره ۲۵، تهران، صص ۷۲-۷۶

مهدیزاده، جواد (۱۳۷۹). مفاهیم و قوانین پیاده‌مداری. ماهنامه شهرداری‌ها، شماره ۱۹، تهران: انتشارات سازمان مدیریت شهری و روستایی ایران، صص ۱۲-۲۲

وزارت مسکن و شهرسازی (۱۳۷۴). آیین‌نامه طراحی راه‌های شهری. بخش ۱، مبانی