



جغرافیا و روابط انسانی، تابستان ۱۴۰۵، دوره ۹ شماره ۲، صص ۸۴۱-۸۲۳

بازآفرینی بافت فرسوده شهر در راستای ارتقاء گردشگری شهری (مطالعه موردی: بازار رسولی شهر زاهدان)

کی آفرین کیکاووسی^{۱*}، مریم کریمیان بستانی^۲، معصومه حافظ رضازاده^۳

۱- دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زاهدان، زاهدان، ایران

kayafarinkay@gmail.com

۲- استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زاهدان، زاهدان، ایران

۳- واحد زاهدان، زاهدان، ایران دانشیار گروه جغرافیا دانشگاه آزاد زاهدان، زاهدان، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۰/۱۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۰۹

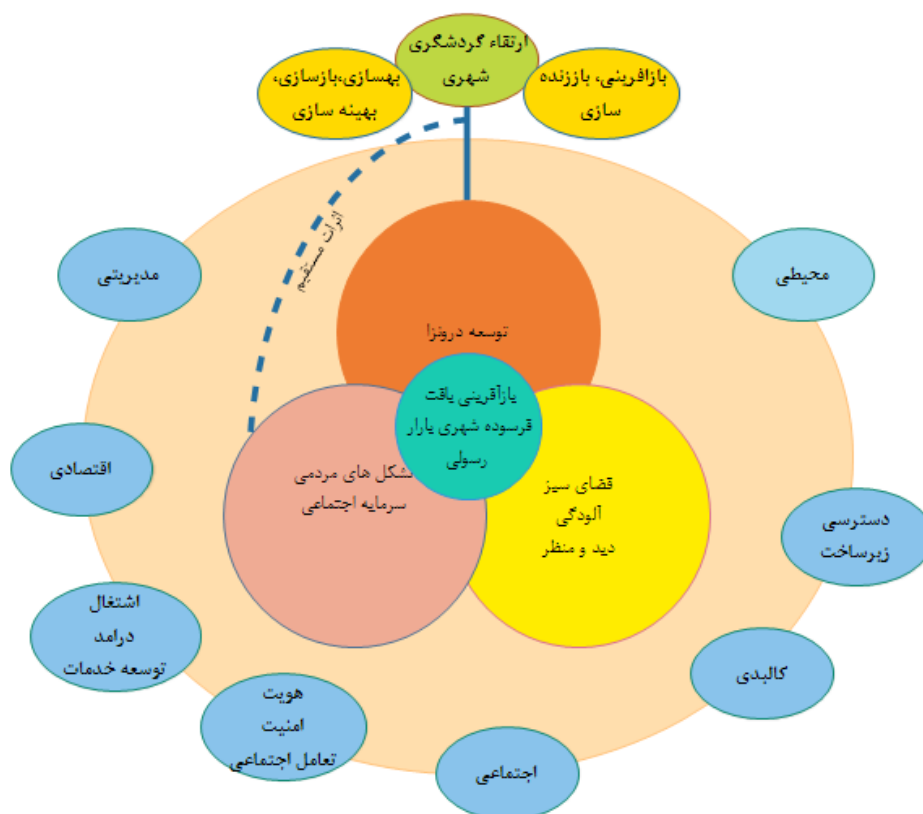
چکیده:

گستره‌ی وسیعی از بافت شهری زاهدان به دلیل دارای بافت شهری فرسوده می باشد. قرار گیری عناصر شاخص؛ فرهنگی و تاریخی و منطقه ای در این بافت ها، اهمیت ساماندهی با استراتژی صنعت گردشگری برای پایدار ساختن توسعه همه جانبه را امری ضروری نموده است. شهر زاهدان به عنوان یکی از مراکز مهم شهری شرق کشور دارای بافت های فرسوده متعدد اعم از تاریخی، میانی و حاشیه ای است که به تدریج و به دلایل مختلف در حال نابودی می باشند، در صورتی که منطقه مورد مطالعه، به لحاظ گردشگری و تفریحی مورد توجه قرار بگیرد. بنابراین هدف اصلی این پژوهش بررسی و تحلیل اثرات ساماندهی در بافت های فرسوده با رویکرد گردشگری در بافت فرسوده شهری در بازار رسولی است. رویکرد حاکم بر فضای تحقیق کیفی و کمی و نوع تحقیق کاربردی است. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات، توصیفی و استنباطی بخش کمی از نرم افزار (SPSS) و مدل های کمی مانند آزمون t و رتبه بندی فریدمن استفاده شده است. برای تهیه نقشه ها از نرم افزار ArcGIS استفاده شده است. نتایج نشان می دهد که رابطه میان تمام شاخصهای بازآفرینی و توسعه گردشگری به شکل مستقیم و معنادار است. میانگین کلی برای شاخص های کالبدی در بافت برابر ۳/۱ و بیشتر از ۳ می باشد که نشان می دهد میزان باز زنده سازی در و توسعه وضعیت کالبدی بافت تاریخی بازار رسولی از دیدگاه کارشناسان، ساکنین و گردشگران بیشتر از حد متوسط می باشد و نشان دهنده در مولفه های بازآفرینی شهری و گردشگری مولفه های کالبدی اهمیت بیشتری دارا می باشد.

کلمات کلیدی: باز زنده سازی شهری، ارتقاء گردشگری، بازار رسولی، زاهدان، گردشگری تجاری.

وجود گستره‌های وسیع و فراگیر از بافت‌های ناکارآمد و مسئله‌دار در شهرها، یکی از مهمترین مشکلات پیش روی مدیریت شهری است که در ابعاد متنوع کالبدی و عملکردی، محیط زیستی، اجتماعی و نمود یافته و به عنوان یکی از تازه‌ترین دستاوردها در عرصه نظریه‌های شهرسازی تحت عنوان گردشگری شهری در رابطه با مقوله نوسازی و احیای بافتهای فرسوده معرفی شده است (همتی و عبدالحی، ۱۳۹۹: ۵). همچنین یکی از مهمترین چالشهای شهری با توجه به نبود زیرساختهای مناسب شهری و افت عملکرد این بافت‌ها از نظر ابعاد کالبدی، اجتماعی، اقتصادی و نهادی در مواجهه با مخاطرات میباشد (اسدی عزیز آبادی و دیگران، ۱۳۹۷: ۲۳). بافت شهری گستره هم‌پوندی است که از ریخت‌شناسیهای متفاوت طی دوران حیات شهری در داخل محدوده شهر و حاشیه آن درتداوم و پیوند با شهر شکل گرفته باشند (Yigitcanlar et al, 2015: 1467). بافت شهری سنتزی است از تمام اجزای کالبدی بافت شهری یک کل ارگانیک است که در سطوح وضوح متمایز قابل مشاهده است در کلی‌ترین سطح، بافت را میتوان سازمان‌خیابان‌ها و بلو‌ها توصیف کرد (Kropf, 1996: 5). بنابراین آگاهی از ارزش‌هایی که در یک بافت شهری تاریخی وجود دارد بر حساسیت موضوع احیای آن و در نتیجه احساس مسئولیت بیشتر در برابر آن می‌افزاید (حناچی، پورسراجیان، ۱۳۹۱). مداخله در بافت‌های فرسوده شهری در سطح کشورهای مختلف جهان از سابقه چند صد ساله برخوردار است. در کشور ایران نیز به دلیل وجود شهرهایی با بافت قدیمی این امر به شکل مدرن آن از چند دهه پیش در حال انجام می‌باشد. تا کنون در سطح کشورهای دنیا و در سطح ایران از الگوها و روش‌های متعددی جهت مداخله در بافت‌های فرسوده شهری استفاده شده است. بازآفرینی شهری به کارکرد و اثرات متقابل منابع و محرک‌های بسیاری که موجب وقوع تغییرات شهری می‌شوند می‌پردازد و پاسخی است به فرصت‌ها و چالش‌هایی که در یک ماکن رو به انحطاط در یک زمان مشخص پیش می‌آید (پیرحیاتی و همکاران، ۱۳۹۲). مفهومی که در آن اصولی نظیر نقش حمایتگر و تسهیل‌گر دولت، توجه به محوریت مدیریت شهری، رویکرد چند وجهی، رویکرد محله‌محور، رویکرد تقاضا‌محور، توجه به بستر فعالیت، مشارکت مردمی، تاکید بر توسعه درونی و پایدار، اولویت‌بندی محلات و همچنین توجه توانمند به پیشگیری و حل مسئله بر آن، حاکم است (حیبی، ۱۴۰۰: ۱۵). بازآفرینی شهری با محوریت گردشگری به عنوان رویکردی متأخر در دو دهه اخیر، جهت حفاظت و صیانت از بافت‌های ارزشمند تاریخی مطرح بوده است (کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲). محلات قدیمی شهرها که دارای بافتی با ارزش و کهن بوده‌اند، به مثابه قلب تپنده شهرها به حساب می‌آیند و امروزه کارکرد‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی خود را از دست داده‌اند. بازآفرینی شهری رویکردی است که درصدد احیا و معاصرسازی این محلات سنتی گام بر می‌دارد و تلاش تزریق روحی دوباره و تجدید حیات در این مناطق و فراهم آوردن شرایطی برای حضور و مشارکت همگان در فرآیند آن، از اهداف ارزشمند این رویکرد است. محرک‌های توسعه بازآفرینی شهری مولدهایی هستند در جهت بازگرداندن رونق و توسعه به مناطق مورد نظر، پروژه‌های بازآفرینی شهری به دنبال آن است تا چرخه فعالیت زنده و پویا را در این مناطق به راه‌اندازند (نعیم‌سان و کیانی، ۱۳۹۸: ۱۱۲). بازآفرینی فرهنگ مینا و گردشگری فرهنگی، دو روی سکه نوسازی بافت‌های ارزشمند شهری محسوب می‌شوند (پژوهان و پورمقدم، ۲۰۱۸) قاصد گردشگری به عنوان یک مکان‌ضمن فراهم‌آوری ارتباط میان گردشگران و محیط پیرامون، باعث ایجاد معانی و انگاره‌های گوناگونی از مکان‌های متفاوت در ذهن گردشگران می‌شود که باعث شکل‌گیری حس مکان می‌گردد (شیخ‌چوپانی و همکاران، ۱۴۰۳: ۸۶)، گردشگری شهری به عنوان یک حوزه تحقیقاتی پیچیده از دیدگاه چندین رشته مورد بررسی قرار می‌گیرد (Coaffee, 2010). بازار رکن اصلی ساختار شهرهای اسلامی در گذشته بوده است ولی در اثر گذشت زمان دستخوش تغییراتی نه چندان خوشایند شده‌اند مانند خیابان‌کشی‌های جدید. یکی از رویکردهای مهم در جهت بهبود وضعیت بافتهای فرسوده، بازآفرینی است. بنابراین برای دست‌یابی به اهداف توسعه گردشگری و بخصوص توسعه اقتصادی و فرهنگی، سرمایه‌گذاری پایدار در قالب طرح‌ها و برنامه‌های توسعه در بازآفرینی نقاط مختلف شهر اجتناب‌ناپذیر است. بازار رسولی از مهمترین جاذبه‌های تاریخی شهر زاهدان است

که در بافت فرسوده این شهر در کنار محلاتی با بافت فرسوده بالا قرار گرفته است و می توان با ساماندهی وضعیت آن گردشگران را به این شهر جذب نمود. بنابراین هدف اصلی این پژوهش بررسی و تحلیل اثرات ساماندهی در بافت های فرسوده با رویکرد گردشگری در بافت فرسوده شهری در بازار رسولی است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

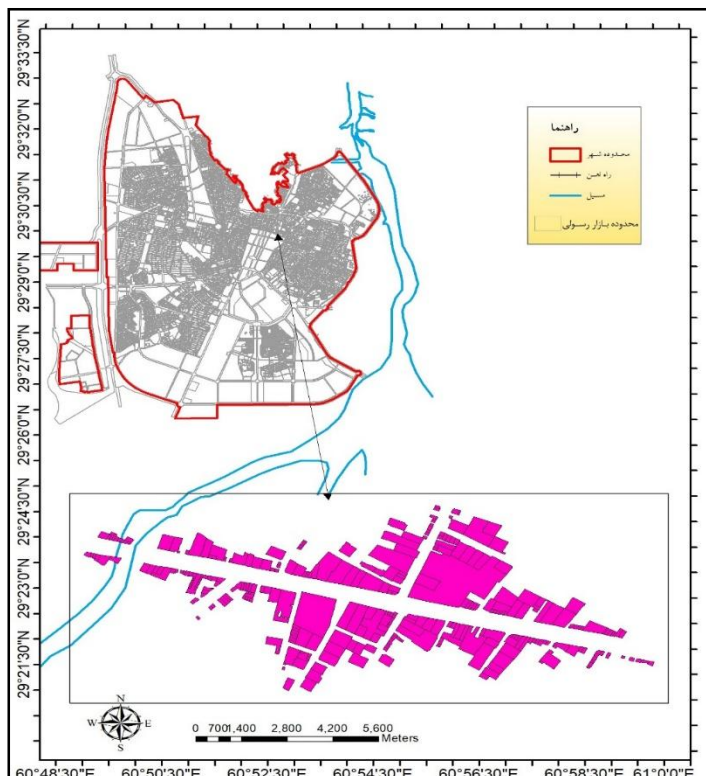
پیشینه پژوهش

روگرسون و کریستوفر (۲۰۰۶) در کتاب "بازآفرینی صنایع خلاق و گردشگری شهری" به معرفی اهداف و راهبردهای توسعه گردشگری در بخش مرکزی شهر با هدف بازآفرینی در زمینه های مختلف اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و کالبدی میپردازد. او پویایی اقتصادی محله، تقویت حیات اجتماعی در محلات، احیای هویت فرهنگی مناطق و تکیه آنان بر برنامه ریزی گردشگری و ایجاد محیط مطلوب جهت ساکنان و گردشگران را از جمله اهداف بازآفرینی شهری در بخش تاریخی شهرها میداند. بورتز و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی محیط شهری در دوران بازسازی پس از جنگ: معیارهای معماری و نقاط گره‌ای به عنوان معیارهای تغییر در منظر شهری پرداختند. کارمار و همکاران (۲۰۱۷) کشف اینکه چگونه برنامه های بازآفرینی شهری ممکن است پیاده روی در اوقات فراغت را در میان بزرگسالان در مناطق محروم تحریک کند: یک بررسی واقع بینانه انجام دادند (Kramer et al., 2017). کریستوفر (۲۰۱۴) در مقاله "بازآفرینی مرکز شهر از طریق تفریحی و گردشگری" گردشگری و گذران اوقات فراغت را به عنوان دو عامل مهم برای بازآفرینی شهری در سالهای اخیر مورد توجه قرار میدهد. امین زاده و دادرس (۱۳۹۱) در پژوهشی ضمن نشان دادن پتانسلهای مناسب تاریخی و جاذبه های گردشگری شهر

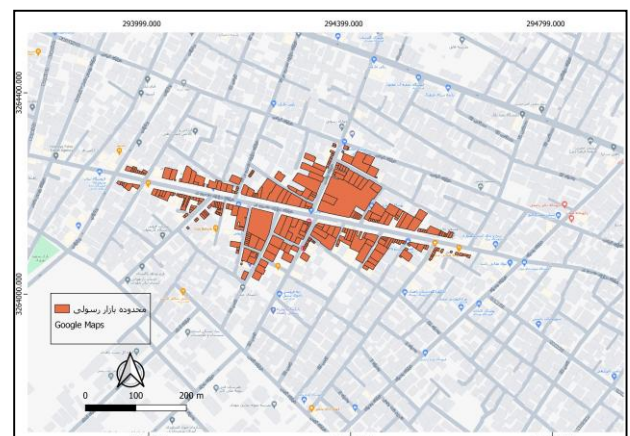
قزوین نتیجه می گیرند که راهکار برون رفت از مشکلات و احیای بافتهای تاریخی در گرو اجرا برنامه هایی است که بر راهبردها و سیاستهای تعاملی بین بازآفرینی و گردشگری شهری استوار باشد. قدمی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی به تدوین مدل مفهومی به منظور بازآفرینی مراکز شهری با رویکرد گردشگری شهری پرداخته اند.

معرفی منطقه مورد مطالعه

شهر زاهدان مرکز شهرستان زاهدان و استان سیستان و بلوچستان در شرق ایران در نزدیکی مرز ایران با کشورهای افغانستان و پاکستان قرار دارد. این شهر از لحاظ موقعیت جغرافیایی در طول جغرافیایی ۶۰ درجه و ۵۱ دقیقه و ۲۵ ثانیه شرقی و عرض جغرافیایی ۲۹ درجه و ۳۰ دقیقه و ۴۵ ثانیه شمالی قرار دارد. ارتفاع شهر زاهدان از سطح دریا، ۱۳۸۵ متر است. این شهر از مهمترین مراکز اداری، سیاسی، تجاری و نظامی در جنوب شرق ایران به حساب می آید و پیشینه ای حدوداً صد ساله دارد (ابراهیم زاده و کاظمی زاد، ۱۳۹۲). بازار رسولی یا چهارراه رسولی، تقریباً در شرق شهر زاهدان در خیابان مولوی حسین بر از تقاطع خیابان باقری تا خیابان شهید چمران را شامل می شود که در ابتدا خواروبارفروشی بود و به تدریج جایش را به مراکز خدماتی مانند نانوايي، آسیاب و لحاف دوزی داد. بازار رسولی را می توان به سه قسمت تقسیم کرد که بخش اول مغازه های خیابان اصلی از ابتدای خیابان باقری شروع شده و در ۲ سمت خیابان مغازه های فروش لوازم خانگی، فروشگاه های اسباب بازی، فرش فروشی، لوازم آرایشی و بهداشتی، گوشی تلفن همراه، پارچه و لباس، لوازم صوتی و تصویری، برنج و چای فروشی، بانک های نیمه دولتی و دولتی، پاساژهای جدید و بازارچه های قدیمی و غیره را تا تقاطع خیابان چمران شامل می شود (شکل ۲).



شکل ۲- موقعیت منطقه مورد مطالعه



روش تحقیق

هدف تحقیق حاضر، بررسی میزان تأثیر بازآفرینی بناها و بافت‌های تاریخی بازار رسولی، بر توسعه گردشگری در این منطقه است. نوع تحقیق کاربردی توسعه‌ای است و روش تحقیق توصیفی - تحلیل بوده و ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه می‌باشد. با پیمایش نظرات کارشناسان و متخصصان در قالب پرسشنامه به صورت گویه‌های مشخص که در این تحقیق براساس روش نمونه‌های در دسترس انتخاب شده‌اند. گروه هدف کارشناسان و شهروندان بازدیدکننده از بازار رسولی زاهدان هستند و حجم نمونه آماری برای پاسخگویی به هدف پژوهش با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۲ نفر محاسبه شده است و به صورت نمونه‌گیری هدفمند و تصادفی تکمیل و تحلیل استنباطی داده‌ها با نرم افزارهای آمار انجام شد.

بحث و نتیجه‌گیری

بازار چهارراه رسولی زاهدان، علیرغم بیش از نیم قرن سابقه و چند هزار شاغل، هنوز، با ناکارآمدی چشمگیر مواجه است. بازار رسولی زاهدان در شرایطی تبدیل به یک برند گردشگری برای شهر زاهدان و سیستان و بلوچستان شده است. زاهدان یکی از شهرهای میانه‌ای استان به علت منتهی شدن به خط ریلی آهن-زاهدان شکل گرفته است. مزیت نسبی دیگر این شهر که بر تجارت و اقتصاد شهری آن اثر گذار بوده اهمیت یافتن بندر چابهار به عنوان یک بندر اقیانوسی و کریدور محور شرق و نیز ارتباط بین افغانستان و دریای آزاد به عنوان مزیت‌های برتر شهر زاهدان مطرح می‌باشد. قرارگیری در محور مواصلاتی شمالی - جنوبی یعنی محور چابهار-زاهدان-زابل - افغانستان و همچنین شمالشرق کشور و ارتباط با آسیای میانه زاهدان و بازار رسولی جایگاه ویژه پیدا کرده است. بنابراین جایگاه اقتصاد شهری زاهدان از نظر تجاری و بازرگانی نسبت به نقش سنتی و تاریخی آن گسترش بیشتری داشته است. جمعیت شهری زاهدان نسبت به سال ۱۳۳۵ بیش از ۵۰ برابر شده است.



شکل ۳- قلمرو بازار رسولی و بافت آن

پتانسیل های گردشگری در بافت تاریخی با قابلیت باززنده سازی و الگوبرداری در بازار رسولی معطوف به گردشگری تجاری است در این قسمت با انجام مطالعات میدانی و ابزار پرسشنامه به تحلیل وضعیت محدوده بافت تاریخی بازار رسولی از دیدگاه ساکنین، گردشگران و کارشناسان پرداخته شده است که فرآیند اصلی مطالعه رویکرد برنامه ریزی راهبردی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه ساکنین بافت فرسوده شهر زاهدان در بازار رسولی و اطراف آن و گردشگران آن می باشند که نتایج مطالعات جمع آوری شده جمعیت این بافت را حدوداً ۱۱۱۴۷۵ نفر که در منطقه ۴ شهری زاهدان قرار گرفته است برآورد کرده است. با توجه به مشخص نبودن تعداد گردشگران در بافت تعداد ۱۶۰ نفر از ساکنین، گردشگران و کارشناسان به عنوان نمونه آماری پژوهش با روش نمونه گیری در دسترس انتخاب گردیدند که در این بخش به ارائه آمار توصیفی آنها پرداخته می شود. مطابق نتایج حاصل از پرسشنامه در بافت تاریخی بازار رسولی مشخص گردید که حضور مردان نسبت به زنان در این محدوده بسیار بیشتر است به نحوی که حدود ۵۶/۲ درصد پاسخ دهندگان را مردان و ۴۳/۸ درصد را زنان تشکیل می دهند (جدول ۱).

جدول ۱- جنسیت پاسخ دهندگان

فرآوانی	مرد	زن
تعداد	۲۱۵	۱۶۷
درصد	۵۶/۲	۴۳/۸

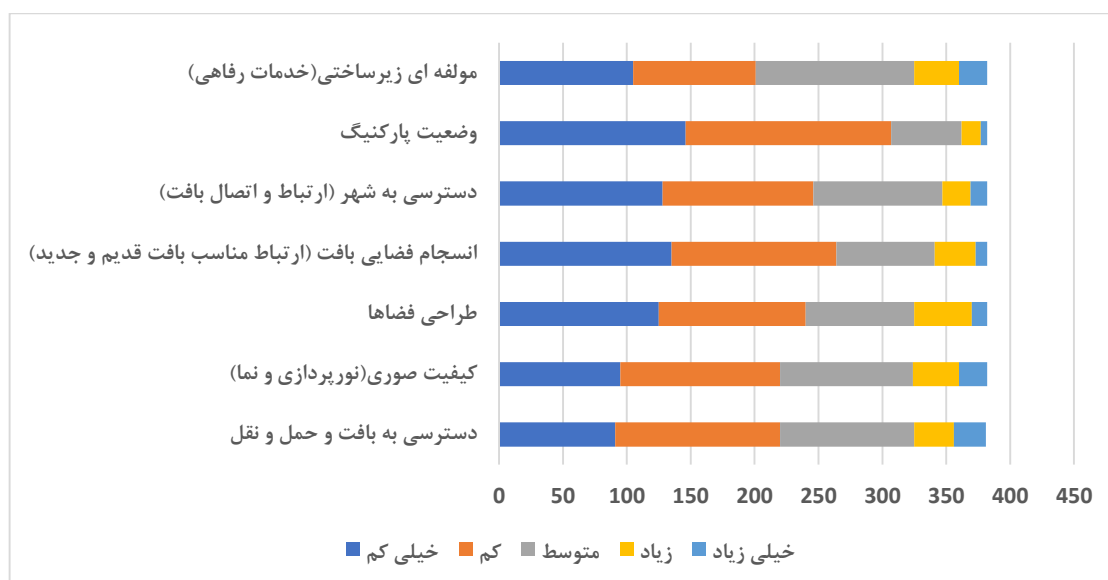
منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۳

تحلیل فنی محتوای پرسشنامه جهت ارتقا گردشگری در بافت با بازاریابی

با توجه به بررسی های انجام گرفته متغیرهای کالبدی در بافت بازار رسولی و ارتباط آنها با گردشگری بر اساس جدول ۲ نشان از وضعیت ضعیف شاخص های کالبدی از نظر بازدید کنندگان، ساکنین و گردشگران می باشد. انسجام فضایی بافت (ارتباط مناسب بافت قدیم و جدید) و مولفه های دسترسی و حمل و نقل و عدم وجود پارکینگ از مهمترین شاخص های است که وضعیت نامطلوبی را دار می باشند. د این بین موله های زیرساختی هرچند ضعیف ارزیابی شده است اما در بخش خدمات رفاهی نظر مثبت بخشی از جامعه هدف ارائه شده است. بنابراین این شرایط برای ارتقاء گردشگری در این محدوده وضعیت مناسبی دارا نمی باشد و نیاز به ارتقا شاخص های کالبدی است (جدول ۲).

جدول ۲- ارزیابی شاخص های کالبدی توسعه گردشگری در بافت بازار رسولی

شاخص	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
دسترسی به بافت و حمل و نقل	۹۱	۱۲۹	۱۰۵	۳۱	۲۵
کیفیت صوری (نورپردازی و نما)	۹۵	۱۲۵	۱۰۴	۳۶	۲۲
طراحی فضاها	۱۲۵	۱۱۵	۸۵	۴۵	۱۲
انسجام فضایی بافت (ارتباط مناسب بافت قدیم و جدید)	۱۳۵	۱۲۹	۷۷	۳۲	۹
دسترسی به شهر (ارتباط و اتصال بافت)	۱۲۸	۱۱۸	۱۰۱	۲۲	۱۳
وضعیت پارکینگ	۱۴۶	۱۶۱	۵۵	۱۵	۵
مولفه ای زیرساختی (خدمات رفاهی)	۱۰۵	۹۶	۱۲۴	۳۵	۲۲



شکل ۴- وضعیت شاخصهای کالبدی توسعه گردشگری در بافت تاریخی بازار رسولی

تحلیل آماره T شاخصهای کالبدی توسعه گردشگری در بافت تاریخی بازار رسولی

متغیر اول مربوط به سطح معناداری است که نشان میدهد بین دو متغیر چه رابطهای برقرار میباشد. معیار متوسط برای این شاخص عدد ۰/۰۵ میباشد. اگر عدد بدست آمده برای شاخص بیشتر از ۰/۰۵ باشد نشان دهنده عدم معناداری رابطه میان دو متغیر میباشد و اگر کمتر از

این مقدار باشد نشان می‌دهد که رابطه میان دو متغیر از نوع معنادار است. با این تحلیل و خروجی مدل آماری میتوان نتیجه گرفت که رابطه میان متغیر اتصال به شهر، دسترسی به بافت، کیفیت صوری و نما، پارکینگ، فضا سازی و هماهنگی بافت جدید و قدیم و توسعه گردشگری رابطه معناداری برقرار میباشد که در این بین شدت معناداری رابطه برای متغیرهای پارکینگ و هماهنگی بافت جدید و قدیم و ارتقاء گردشگری در بافت تاریخی کمتر از سایر شاخص ها میباشد.

جدول ۳- تحلیل آماره T شاخص های کالبدی بازافرینی شهری جهت ارتقا گردشگری

شاخص های کالبدی		میانگین	T	معناداری (۲) (دامنه)	فاصله اطمینان تفاوت ۰/۹۵
					بالا پایین
وضعیت پارکینگ		۲/۱۹	۳۴/۴۳۲	۰/۰۰۰	۲/۵۴ ۲/۰۰
زیرساخت		۲/۴۵	۳۵/۲۳۴	۰/۰۰۰	۲/۷۶ ۲/۱۲
طراحی فضاها		۲/۵۸	۳۴/۱۲۳	۰/۰۰۱	۲/۶۷ ۲/۳۴
دسترسی به بافت و حمل و نقل		۳/۶۷	۳۵/۵۴۲	۰/۰۰۱	۲/۸۷ ۲/۴۳
کیفیت صوری و نما		۲/۶۱	۳۵/۶۷۸	۰/۰۰۰	۲/۷۵ ۲/۵۳
انسجام فضای بافت		۲/۷۶	۳۵/۳۲۵	۰/۰۰۰	۲/۸۶ ۲/۵۴
ارتباط و اتصال بافت		۳/۶۹	۳۵/۴۹۲	۰/۰۰۰	۲/۷۵ ۲/۵۵

متغیر دوم مربوط به ضریب آماره T می باشد که علامت آن نشان دهنده جهت رابطه میباشد. اگر علامت آمار مثبت باشد نوع رابطه مستقیم و اگر منفی باشد نوع رابطه معکوس میباشد. با این توضیحات میتوان نتیجه گرفت که رابطه میان تمام شاخصهای کالبدی و توسعه گردشگری به شکل مستقیم و معنادار است (جدول ۳). متغیر آخر مربوط به میانگین هر شاخص و میانگین کل میباشد. عدد متوسط برای این شاخص ۳ میباشد. چنانچه میانگین بدست آمده برای هر شاخص بیش از این مقدار باشد نشان دهنده نقش بازافرینی بافت در ارتقاء گردشگری بازار رسولی می باشد و چنانچه کمتر از این مقدار باشد نشان دهنده عدم اثر بازافرینی بر ارتقاء گردشگری میباشد. با این تحلیل ها و خروجی مدل آماری می توان نتیجه گرفت که میزان اثرگذاری بازافرینی و زنده سازی بافت در شاخص های دسترسی به شهر و دسترسی به بافت تاریخی بازار رسولی بیش از حد متوسط و برای سایر شاخصها کمتر از حد متوسط بدست آمده است. میانگین کلی برای شاخصهای کالبدی در بافت برابر ۳/۱ و بیشتر از ۳ می باشد که نشان میدهد میزان باز زنده سازی در و توسعه وضعیت کالبدی بافت تاریخی بازار رسولی از دیدگاه کارشناسان، ساکنین و گردشگران بیشتر از حد متوسط میباشد و نشان دهنده اثر گذاری بازافرینی شهری

برای ارتقاء گردشگری در بافت بازار رسولی می باشد. ارزیابی میزان رضایت گردشگران از وضعیت بافت بازار رسولی در بخش کالبدی توسط جامعه تحقیق نشلن می دهد که میزان رضایت گردشگران از وضعیت بافت بازار رسولی در بخش کالبدی با میانگین بالای ۳ در وضعیت نامطلوبی قرار دارد. این شرایط از بستگی به متغیرهای مانند امنیت در بافت، وضعیت امان رفاهی و هتل و مسافر خانه هاست که شرایط مناسبی جهت انتخاب گردشگران ندارد و آنها ترجیح می دهد در بافت اقامت نداشته باشند. در این راستا اما سفر به زاهدان وضعیت مطلوبی را از دیدگاه گردشگران نشان می دهد و آنها از سفر به زاهدان و بازدید از چاراه رسولی و رضایت دارند.

جدول ۴- نظرات گردشگران از وضعیت بافت بازار رسولی در بخش کالبدی بازارفرینی و ارتقا گردشگری

متغیر	طیف	فراوانی	درصد	میانگین	معنی داری
میزان تمایل به انتخاب اقامت در بافت بازار	خیلی کم	۵۷	۳۳/۷	۳/۷	نامطلوب
	کم	۶۱	۳۸/۳	۳/۸	نامطلوب
	متوسط	۴۰	۲۵/۱	۳/۰۲	نامطلوب
	زیاد	۱۱	۶	۲/۲	نسبتاً مطلوب
	خیلی زیاد	۱۰	۶	۲	نسبتاً مطلوب
میزان رضایت از سفر به زاهدان	خیلی کم	۱۲	۷	۲/۱	نامطلوب
	کم	۱۴	۸	۲/۵	نامطلوب
	متوسط	۶۱	۳۸/۳	۳/۱	نسبتاً مطلوب
	زیاد	۳۳	۲۰/۷	۳/۵	مطلوب
	خیلی زیاد	۳۹	۲۴/۵	۳/۷	مطلوب

جدول ۵- ویژگی های آماری متغیرهای عوامل کالبدی

بعد	گویه ها	میانگین امتیاز	انحراف استاندارد	کمترین مقدار	بیشترین مقدار
کالبدی	بهبود منظر و معماری شهری	۳/۴	۰/۵۵	۱	۴
	ایجاد اماکن گردشگری و بوم گردی	۳/۶	۰/۵۹	۱	۴
	بهبود زیرساخت های شهری	۳/۴۵	۰/۵۹	۱	۴
	افزایش جذابیت و مبلمان شهری	۳/۶	۰/۶۲	۱	۴
	ارتقاء امکانات زیرساختی مراسم ها	۳/۵	۰/۵۴	۱	۴
	احیاء بافت های تاریخی	۳/۷	۰/۵۸	۱	۴
	ارتقاء کیفیت خدمات عمومی	۳/۵	۰/۶۱	۱	۴
	افزایش کاربری های جدید در بافت	۳/۸	۰/۶۵	۱	۴
	ساماندهی و ارتقا بلوک های مسکونی	۳/۳	۰/۵۴	۱	۴
	افزایش سرانه های کاربری های خدماتی	۳/۵	۰/۵۹	۱	۴

بررسی میزان اهمیت معیارهای اقتصادی بازاریابی و ارتقاء گردشگری بازار رسولی

برای سنجش میزان اهمیت و اولویت بندی مولفه های مورد بررسی بر اساس نظرات پاسخ دهندگان پرسشنامه از ضریب بتان استفاده شده است. این ضریب امکان را می دهد که اهمیت نسبی یک متغیر (گویه) سطح پایین تر را محاسبه نماید. در واقع این ضریب نشان دهنده میزان تاثیرگذاری هر یک از متغیرهای مشاهده بر متغیرهای پنهان است. بررسی ضریب بتای متغیرهای تأثیر گذار بر ارتقا گردشگری در این پژوهش نشان میدهد که در بعد اقتصادی افزایش هزینه ای زندگی و قیمت مسکن، افزایش اشتغال و در بعد کالبدی افزایش کاربری های جدید در بافت را نشان می دهد. بافت های تاریخی گنجینه گران بهای شهرهایی هستند که نمود تمدن چندین هزارساله می باشند. گاهی این گنجینه ها آن گونه که باید مورد توجه قرار نمی گیرند و از بین می روند برای اینکه بافت ها به عنوان میراث باقی بمانند باید بتوان آن ها را غنا بخشید و به جهانیان معرفی نمود. در پژوهش حاضر، از طریق پرسشنامه تأثیرات توسعه گردشگری شهری توسط ساکنین محلی مورد سنجش قرار گرفت. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری و موضوعی نشان داد که توسعه گردشگری شهری، اثرات عمیقی را بر روی جامعه محلی به جای می نهد. در این تحقیق، از بعد اقتصادی، مشخص شد که اکثر ساکنان محلی توسعه گردشگری شهری را عاملی در

راستای رشد اقتصادی محدوده بازار رسولی به شمار آورده اند. هر چند که صنعت گردشگری صنعت غالب در اقتصاد این منطقه نیست، ولیکن به دلیل سرمایه گذاری نهادهای دولتی در بهبود دسترسی شهری، یکپارچه سازی و تنوع محصولات گردشگری شهری و ارتقا جاذبه های شهری موجبات رشد قابل توجهی را در سال های آینده را فراهم خواهند نمود. از منظر بعد اجتماعی، توسعه گردشگری شهری در محدوده رسولی تأثیرگذار بوده و باعث علاقمندی به نقل مکان مجدد به این محدوده خواهد بود که در نتیجه بهبود تصویر مکان زندگی و بهبود منظر اجتماعی، کمک به افزایش فضاها و امکانات تفریحی، که منجر به افزایش هویت اجتماعی خواهد شد، رخ خواهد داد. با توجه به سابقه تاریخی محله رسولی و بازار آن الگوهای باز زنده سازی آن بررسی می گردد. ابعاد و معیارهای بازآفرینی شهری گردشگر محور: در گام بعدی با بررسی متون و ادبیات مربوط به بازآفرینی شهری و گردشگری شهری، ابعاد و معیارهای بازآفرینی شهری گردشگری محور از طریق تحلیل محتوا استخراج میگردد، همان گونه که در جدول ۲ و ۳ مشاهده میشود میانگین امتیاز و انحراف استاندارد عوامل کالبدی و اقتصادی که بر گردشگری شهری تأثیرگذار میباشد، ارائه گردیده است (جدول ۶-۷).

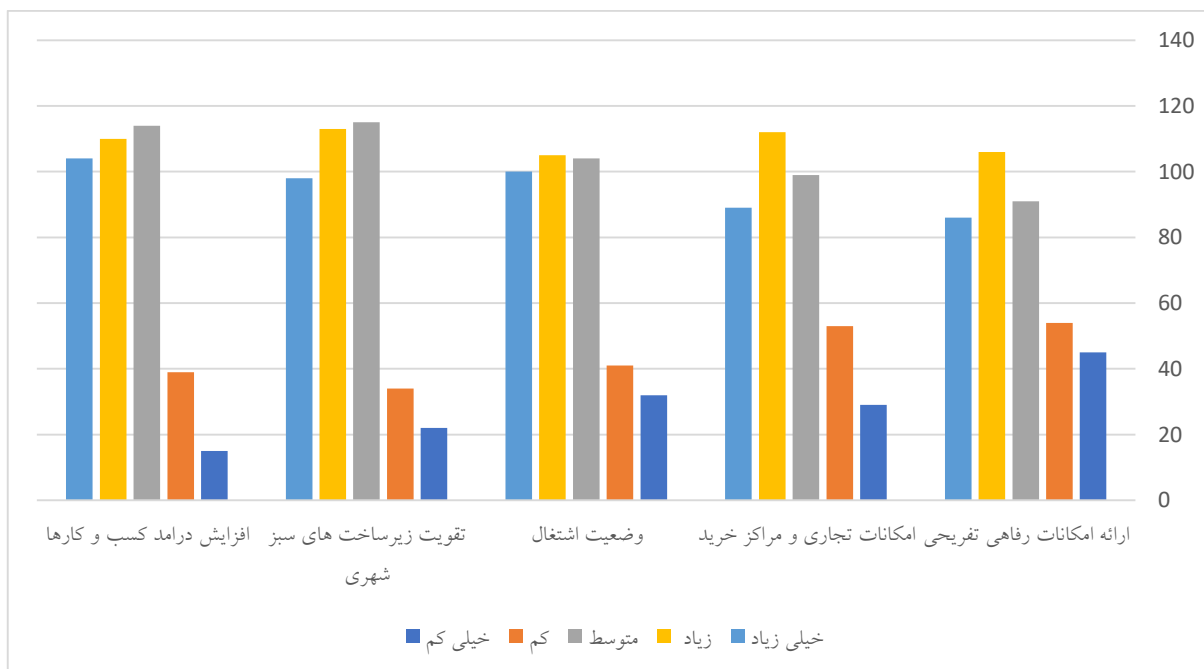
جدول ۶- معیارهای بازآفرینی شهری گردشگری محور

بعد	معیارها
اقتصادی	اشتغال، سرمایه گذاری، توسعه محلی، زمین و مسکن
کالبدی	توسعه فیزیکی، جاذبه های شهری، توانمند سازی بافت

جدول ۷- ویژگی های آماری متغیرهای ابعاد اقتصادی

بعد	گویه ها	میانگین امتیاز	انحراف استاندارد	کمترین مقدار	بیشترین مقدار
اقتصادی	کسب درآمد بیشتر ساکنین محلی	۳/۴	۰/۶۵	۱	۴
	افزایش درآمد کسب و کارها	۳/۳۴	۰/۷۷	۱	۴
	فراهم شدن فرصت های شغلی جدید	۳/۷	۰/۶۱	۱	۴
	ارتقاء استانداردهای زندگی	۳/۵	۰/۶۱	۱	۴
	تقویت زیرساخت های سبز شهری	۳/۲	۰/۴۹	۱	۴
	سرمایه گذاری بیشتر در محله	۳/۷۲	۰/۷۹	۱	۴
	افزایش هزینه های زندگی و معیشت	۳//۸	۰/۷۵	۱	۴
	افزایش قیمت زمین و مسکن شهری	۳/۸۱	۰/۸۵	۱	۴

افزایش رقابت پذیری شهری	۳/۱	۰/۷۲	۱	۴
افزایش هزینه کالا و خدمات	۳/۴	۰/۵۱	۱	۴
بهبود کیفیت مسکن	۳/۵	۰/۷۴	۱	۴
ارتقاء بازاریابی و گسترش فعالیت رسانه ای	۳/۷	۰/۶۹	۱	۴
افزایش تنوع فعالیت اقتصادی مبتنی بر گردشگری	۳/۸۱	۰/۷۱	۱	۴
افزایش تنوع و توسعه بازارچه های محلی و خیابانی	۳/۷۷	۰/۷۰		



شکل ۵- وضعیت شاخصهای اقتصادی بازاریابی شهری و ارتقاء گردشگری در بافت تاریخی بازار رسولی

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل شاخصهای اقتصادی جهت ارتقاء گردشگری در بازار رسولی میتوان نتیجه گرفت که رابطه میان تمامی شاخصهای اقتصادی بازاریابی و ارتقاء گردشگری در بافت کالبدی بازار رسولی از نوع معناداری و مستقیم میباشد. همچنین میزان رضایتمندی از وضعیت تمامی شاخصهای اقتصادی در بافت تاریخی در صورت بازاریابی و ارتقاء گردشگری بیشتر از حد متوسط میباشد که این مساله نشان دهنده وضعیت مطلوب شاخصهای توسعه اقتصادی گردشگری در این محدوده خواهد بود. میانگین کلی برای شاخص اقتصادی توسعه گردشگری در بافت برابر ۳/۲ میباشد که بیشتر از میانگین متوسط یعنی ۳ است و این مساله گویای وضعیت مطلوب شاخصهای اقتصادی است و این در صورتی است که بازاریابی شهری در بازار رسولی انجام گیرد. به نظر می رسد که با اجرای عملیاتی

رویکرد مورد استفاده در این مطالعه مزایای متعددی از جمله ایجاد بنگاه های اقتصادی متناسب با مقیاس محله و ساماندهی معابر محله به دست خواهد آمد که در صورت وجود چرخه اقتصادی و در پی آن افزایش جمعیت نیز تمایل به سایر تغییرات مثبت در محله افزایش می یابد (جدول ۸).

جدول ۸- تحلیل آماره T شاخصهای اقتصادی بازاریابی شهری و ارتقاء گردشگری در بافت تاریخی بازار رسولی

شاخص های زیست محیطی		میانگین	T	معناداری (۲ دامنه)	فاصل اطمینان
					تفاوت ۰/۹۵
					بالا
					پایین
ارائه امکانات رفاهی تفریحی		۳/۱۵	۳۵/۵۵۱	۰/۰۰۰	۲/۲۰
وضعیت اشتغال		۲/۷۲	۳۵/۰۲۸	۰/۰۰۰	۳/۰۷
تقویت زیرساخت های سبز شهری		۳/۶۳	۳۶/۶۹۸	۰/۰۰۰	۲/۷۰
افزایش درآمد کسب و کارها		۲/۵۶	۳۴/۸۱۴	۰/۰۰۰	۲/۶۶
ارائه امکانات رفاهی تفریحی		۳/۴۶	۳۵/۸۴۳	۰/۰۰۰	۲/۵۴
امکانات تجاری و مراکز خرید		۳/۷۹	۳۶/۲۳۱	۰/۰۰۰	۲/۸۸

تحلیل شاخصهای اجتماعی بازاریابی جهت ارتقاء گردشگری در بازار رسولی

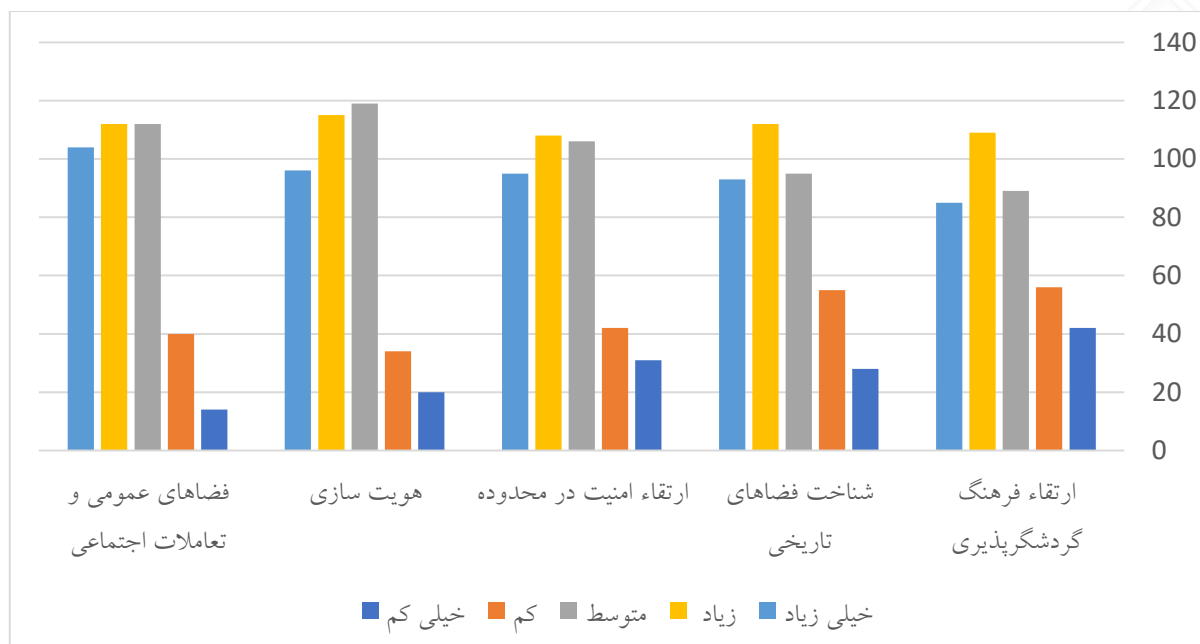
نتایج تحلیل های آماری نشان می دهد که رابطه میان تمامی شاخصهای اجتماعی یعنی ارتقاء فرهنگ گردشگری، امنیت، هویتمندی فضاها، فضاهای عمومی و تعاملات اجتماعی و شناخت کافی از فضاهای گردشگری و ارتقاء گردشگری از نوع معنادار میباشد. میان شاخصهای اجتماعی و توسعه گردشگری در بافت تاریخی رابطه مستقیمی برقرار میباشد. میزان رضایتمندی از شاخصهای اجتماعی بازاریابی و ارتقاء گردشگری در بافت تاریخی بازار رسولی به جز شاخص فرهنگ گردشگری و هویتمندی فضاها بیشتر از حد متوسط میباشد. جهت تدقیق موضوع، راهبردهای مبتنی بر اصل رویکرد بازاریابی در بافت های تاریخی مبتنی بر رویکرد گردشگری ارایه شده است که با اعمال این راهبردها و سیاست ها به ارتقاء و توسعه زیرساختها و شبکه معابر از طریق تعریف و تقویت مسیر پیاده گردشگری و تجهیز و گسترش فضاهای عمومی و بازاریابی عرصه های فضای شهری در پیاده روی بازار رسولی و توسعه و تامین خدمات شهری از طریق معاصر سازی و یا ایجاد کاربری های جدید و همچنین الگوسازی با استفاده از مفاهیم و الگوهای باارزش موجود در بافت تاریخی- فرهنگی ایرانی - اسلامی این خیابان قدیمی کمک می کند، که نهایتا اجرای چنین راهبردهایی امکان حضور و مشارکت ساکنان و سرمایه گذاران برای جذب گردشگران را ارتقاء خواهد داد (جدول ۹ و ۱۰).

جدول ۹- وضعیت شاخصهای اجتماعی ارتقاء گردشگری در بافت تاریخی

متغیرها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
ارتقاء فرهنگ گردشگری	۴۲	۵۶	۸۹	۱۰۹	۸۵
شناخت فضاهای تاریخی	۲۸	۵۵	۹۵	۱۱۲	۹۳
ارتقاء امنیت در محدوده	۳۱	۴۲	۱۰۶	۱۰۸	۹۵
هویت سازی	۲۰	۳۴	۱۱۹	۱۱۵	۹۶
فضاهای عمومی و تعاملات اجتماعی	۱۴	۴۰	۱۱۲	۱۱۲	۱۰۴

جدول ۱۰- تحلیل آماره T شاخصهای اجتماعی بازافرینی شهری و ارتقاء گردشگری در بافت تاریخی بازار رسولی

عوامل موثر	میانگین	T	معناداری (۲ دامنه)	فاصل اطمینان
				تفاوت ۰/۹۵
				بالا / پایین
ارتقاء فرهنگ گردشگری	۳/۴۱	۵۹/۸۱۴	۰/۰۰۰	۳/۶۶ / ۳/۳۲
شناخت فضاهای تاریخی	۳/۴۳	۷۷/۱۰۴	۰/۰۰۰	۳/۸۷ / ۳/۳۱
ارتقاء امنیت در محدوده	۳/۳۸	۵۶/۷۶۴	۰/۰۰۰	۳/۴۳ / ۳/۲۱
هویت سازی	۳/۳۷	۵۵/۶۶۵	۰/۰۰۰	۳/۴۶ / ۳/۱۶
فضاهای عمومی و تعاملات اجتماعی	۳/۷۸	۵۶/۶۵۲	۰/۰۰۰	۳/۸۹ / ۳/۴۵



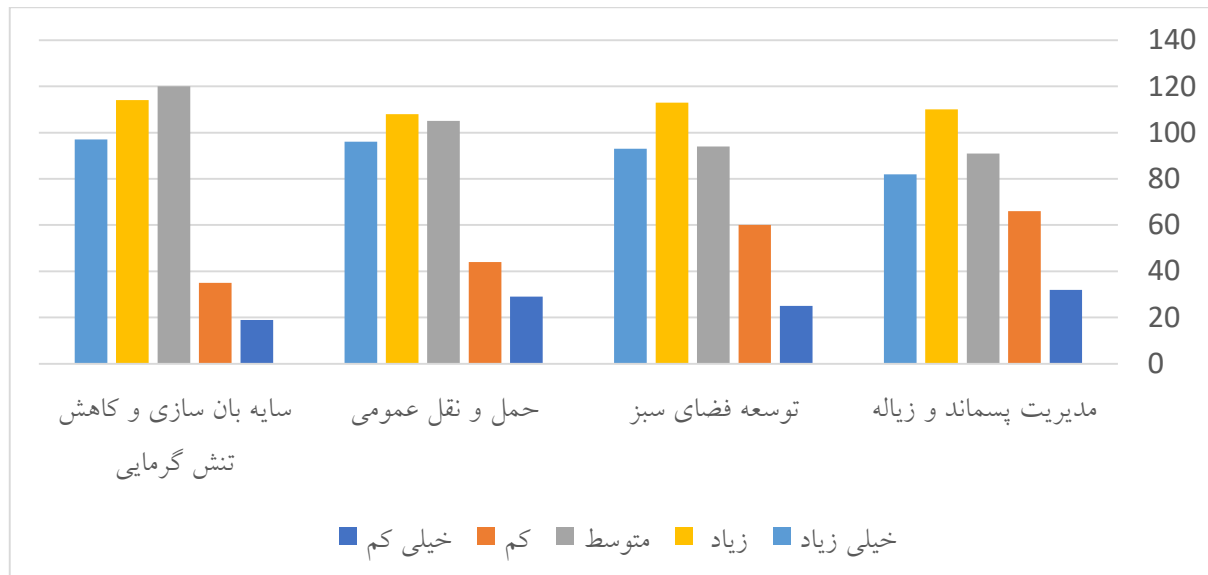
شکل ۶- وضعیت شاخصهای اجتماعی بازفرینی شهری و ارتقاء گردشگری در بافت تاریخی بازار رسولی

تحلیل شاخصهای محیطی ارتقاء گردشگری در بافت فرسوده بازار رسولی

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل اطلاعات و توضیحات ارائه شده میتوان نتیجه گرفت که بین شاخصهای محیطی و ارتقاء گردشگری در بافت فرسوده رابطه معناداری برقرار میباشد. ارتباط میان متغیرهای محیطی و ارتقاء گردشگری در بافت فرسوده از نوع مستقیم میباشد. میزان رضایتمندی از وضعیت شاخصهای محیطی شامل فضای سبز، حمل و نقل عمومی و کاهش تنش های گرمایی بافت فرسوده بیشتر از حد متوسط میباشد. میزان ایده ها و نظرات از وضعیت جمع آوری زباله های شهری نیز بیش از حد متوسط بدست آمده است (جدول ۱۱).

جدول ۱۱- وضعیت شاخصهای محیطی بازفرینی جهت ارتقاء گردشگری در بافت تاریخی

متغیرها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
مدیریت پسماند و زباله	۳۲	۶۶	۹۱	۱۱۰	۸۲
توسعه فضای سبز	۲۵	۶۰	۹۴	۱۱۳	۹۳
حمل و نقل عمومی	۲۹	۴۴	۱۰۵	۱۰۸	۹۶
سایه بان سازی و کاهش تنش گرمایی	۱۹	۳۵	۱۲۰	۱۱۴	۹۷



شکل ۷- وضعیت شاخصهای محیطی بازآفرینی شهری و ارتقاء گردشگری در بافت تاریخی بازار رسولی

جدول ۱۲- تحلیل آماره T شاخصهای اجتماعی بازآفرینی شهری و ارتقاء گردشگری در بافت تاریخی بازار رسولی

شاخص‌ها		میانگین	T	معناداری ۲) (دامنه)	فاصل اطمینان	
					بالا	پایین
مدیریت پسماند و زیاله		۳/۱۲	۴۹/۳۳۶	۰/۰۰۰	۲/۲۳	۱/۸۷
توسعه فضای سبز		۳/۱۴	۴۹/۰۷۵	۰/۰۰۰	۲/۲۴	۱/۸۶
حمل و نقل عمومی		۲/۱۵	۵۱/۲۶۱	۰/۰۰۰	۲/۴۳	۱/۹۲
سایه بان سازی و کاهش تنش گرمایی		۳/۱۹	۵۰/۲۳۶	۰/۰۰۰	۲/۳۲	۱/۸۵
مدیریت پسماند و زیاله		۲/۱۱	۵۲/۲۹۷	۰/۰۰۰	۲/۳۲	۱/۹۳

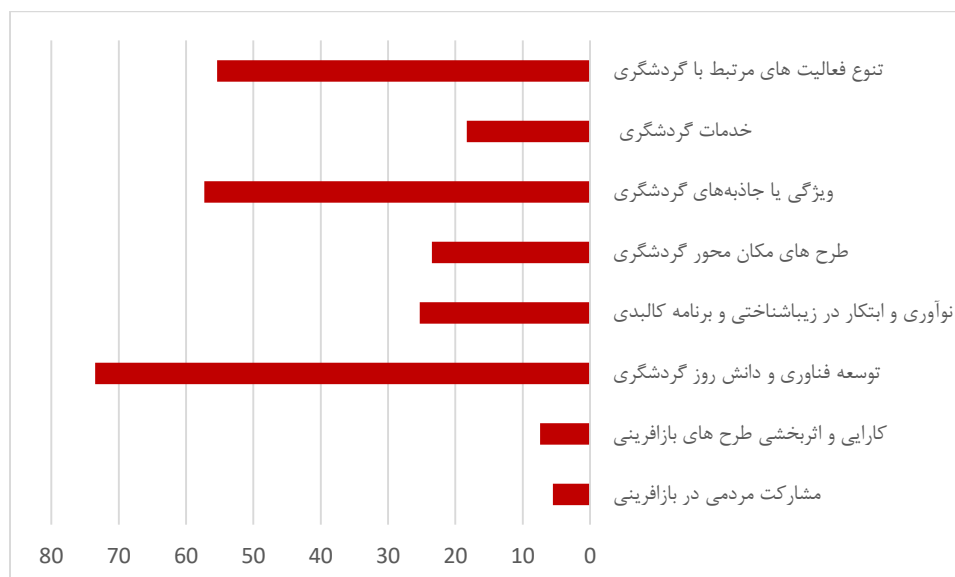
بررسی میانگین رتبه‌ای آزمون فریدمن بیانگر آن است که بیشترین میانگین رتبه‌ای مربوط به شاخص طبقه رویکردهای بازآفرینی و مکان محور گردشگری با مقدار ۵/۲۳ و سپس شاخص توسعه فناوری و دانش روز گردشگری با میانگین ۵/۱۱ و شاخص مشارکت مردمی در

بازافرینی با میانگین ۵/۰۵ بوده است. همچنین کمترین رتبه نیز مربوط به شاخص تنوع فعالیت های مرتبط با گردشگری با میانگین ۴/۵۵ و سپس شاخص ویژگی یا جاذبه های گردشگری با میانگین ۳/۶۷ بوده است (جدول ۱۲ و شکل ۸).

جدول ۱۲- رتبه بندی وضعیت شاخص های بازافرینی و ارتقاء گردشگری (آزمون فریدمن)

رتبه	میانگین رتبه ای	شاخص های بازافرینی و ارتقاء گردشگری
۳	۵/۰۵	مشارکت مردمی در بازافرینی
۵	۴/۰۷	کارایی و اثربخشی طرح های بازافرینی
۲	۵/۷۳	توسعه فناوری و دانش روز گردشگری
۷	۳/۲۵	نوآوری و ابتکار در زیباشناختی و برنامه کالبدی
۱	۵/۲۳	طرح های مکان محور گردشگری
۶	۳/۵۷	ویژگی یا جاذبه های گردشگری
۴	۳/۱۸	خدمات گردشگری
۸	۴/۵۵	تنوع فعالیت های مرتبط با گردشگری

منبع: نتایج تحقیق، ۱۴۰۳



شکل ۸- رتبه بندی وضعیت شاخص های بازافرینی و ارتقاء گردشگری ، منبع: نتایج تحقیق، ۱۴۰۳

راهبردهای مبتنی بر اصل رویکرد بازآفرینی در بافت های تاریخی مبتنی بر ارتقاء گردشگری ارائه شده است که با اعمال این راهبردها و سیاست ها به ارتقاء و توسعه زیرساختها و شبکه معابر از طریق تعریف و تقویت مسیر پیاده گردشگری و تجهیز و گسترش فضاهای عمومی و بازآفرینی عرصه های فضای شهری در بازار خطی رسولی و تأمین خدمات شهری از طریق معاصر سازی و یا ایجاد کاربری های جدید و همچنین الگوسازی با استفاده از مفاهیم و الگوهای با ارزش موجود در بافت تاریخی - فرهنگی بازار کمک می کند، که نهایتا اجرای چنین راهبردهایی امکان حضور و مشارکت ساکنان و سرمایه گذاران برای جذب گردشگران را ارتقاء خواهد داد.

نتیجه گیری:

بازآفرینی بافت فرسوده محیط های شهری به عنوان راهبردی محوری در ارتقای گردشگری شهری، درهم آمیختن حفظ بافت تاریخی با احیای اقتصادی بازتعریف شده است. همانطور که شهرها در سرتاسر جهان در بحبوحه جهانی شدن و شهرنشینی تکامل می یابند، بسیاری از ساختارهای تاریخی با بی توجهی و زوال مواجه می شوند و بازسازی آنها نه تنها برای میراث فرهنگی بلکه برای تقویت اقتصاد محلی ضروری است. این فرآیند شامل رویکرد مشترک، بین رشته ای، مشارکت معماران، مورخان و صنعتگران در کشف روایت های تعبیه شده در این فضاها برای جذب گردشگری و حفظ یکپارچگی تاریخی آنها است. بازار رسولی به عنوان بافت کارآمد اقتصادی در شهر زاهدان ظرفیت توسعه و ارتقاء گردشگری را دارا می باشد. هدف اصلی این پژوهش و نتیجه و راه حل آن ادغام مجدد بافت بازار رسولی در چرخه زندگی شهری با حفظ ارزش های تاریخی و فرهنگی آن و استفاده از عناصر اسلامی و ایرانی در فضا، نما و شکل بهسازی آن است. این موارد شامل درک سیستم های پیچیده و قوانین اتصال است که بر مورفولوژی شهری حاکم است و برنامه ریزان را قادر می سازد تا عملکرد و سرزندگی شهری را افزایش دهند. نتایج این پژوهش نشان داد که اقدامات مداخله ای باید نسبت به ویژگی های منحصر به فرد بافت های قدیمی بازار رسولی حساس باشد، که اغلب در معرض تغییرات سریع مقیاس هستند و برای حفظ اتصال داخلی نیاز به بررسی دقیق دارند. با بهبود این منطقه نادیده گرفته شهری به ویژه در بخش معابر و کاربری های مسکونی، بازار رسولی می تواند گردشگران را جذب کند و از طریق افزایش هزینه ها، اقتصاد محلی را تحریک کند. توانبخشی شهری در بافت فرسوده بازار رسولی محیط جذاب تری ایجاد می کند که سرمایه گذاری کسب و کارهایی را که هدفشان تأمین بازار گردشگری در حال رشد است، تشویق می کند.

منابع:

- اسدی عزیزآبادی، مهسا، زیاری، کرامت اله، و وطن خواهی، محسن. (۱۳۹۷). سنجش و ارزیابی میزان تاب آوری بافت های فرسوده شهری در برابر مخاطرات محیطی (نمونه موردی: بافت فرسوده کلان شهر کرج). پژوهش و برنامه ریزی شهری، ۹(۳۵)، ۱۱۱-۱۲۲.
- امین زاده، بهناز، و دادرس، راحله. (۱۳۹۱). بازآفرینی فرهنگ مدار در بافت تاریخی شهر قزوین با تاکید بر گردشگری شهری. مطالعات معماری ایران، ۱(۲)، ۹۹-۱۰۸.
- پیرحیاتی، مهدی، و ترکجزی، میلاد. (۱۳۹۲). بازشناسی ساختار کالبدی و ویژگی های شهر اسلامی. همایش ملی شهرسازی و معماری در گذر زمان.
- جاهد قدمی، محمد و دانشجو، خسرو و اسلامی، سید غلامرضا (۱۳۹۳)، رویکردهای بازآفرینی مراکز شهری، کنفرانس بین المللی نیارش شهر پایا، تهران

حبیبی، حمیدرضا، (۱۴۰۰)، بررسی اهمیت و اصول بازآفرینی شهری، چهاردهمین کنفرانس ملی مهندسی عمران، معماری و توسعه شهری، بابل.

شیخ چوپانی، پویا، چراغی، مهدی، نعمتی، محمد رضا. (۱۴۰۳). ظرفیت سنجی و بازنشاسایی مقصدهای گردشگری استان زنجان. جغرافیا و روابط انسانی، ۷(۲)، ۸۴-۱۰۵

کریم زاده، علی، شهریاری، سیدکمال الدین، و اردشیری، مهیار. (۱۳۹۷). تحلیلی بر گردشگری شهری در بازآفرینی بافت های تاریخی از دیدگاه ساکنین محلی با بهره گیری از روش تحلیل عاملی (نمونه موردی: شهر شیراز). برنامه ریزی منطقه ای، ۸(۳۲)، ۱۲۷-۱۳۹.

کریم زاده، علی، شهریاری، سیدکمال الدین، و اردشیری، مهیار. (۱۳۹۷). تحلیلی بر گردشگری شهری در بازآفرینی بافت های تاریخی از دیدگاه ساکنین محلی با بهره گیری از روش تحلیل عاملی (نمونه موردی: شهر شیراز). برنامه ریزی منطقه ای، ۸(۳۲)، ۱۲۷-۱۳۹.

نعیمیان، احسان، و کیانی، محمدعلی. (۱۳۹۸). اصول طراحی فضاهای شهری انسان محور با رویکرد بازآفرینی. کنفرانس بین المللی توسعه پایدار و عمران شهری.

همتی، زینب و عبدالهی، زهرا (۱۳۹۹)، سیاست های اجرایی و تجارب بازآفرینی شهری در جهان و ایران، اولین همایش ملی بازآفرینی شهری در شهر ایرانی، بجنورد.

پژوهان، موسی و پورمقدم، زهرا. (۱۳۹۷). برنامه ریزی راهبردی گردشگری شهری با رویکرد بازآفرینی فرهنگ مبنا در بافت های تاریخی (نمونه موردی: بافت قدیم شهر رشت). مطالعات شهری، ۷(۲۷)، ۵۳-۶۶.

Czarnecki, Bartosz, and Michał Paweł Chodorowski. 2021. "Urban Environment during Post-War Reconstruction: Architectural Dominants and Nodal Points as Measures of Changes in an Urban Landscape" Land 10, no. 10: 1083. <https://doi.org/10.3390/land10101083>

Kramer, D., Lakerveld, J., Stronks, K., & Kunst, A. E. (2017, Oct). Uncovering How Urban Regeneration Programs May Stimulate Leisure-time Walking Among Adults in Deprived Areas: A Realist Review. Int J Health Serv, 47(4), 703-724.

Kropf, Karl. (1996). Urban tissue and the character of towns. Urban Design International. 1. 247-263. 10.1057/udi.1996.32.

Rogerson, Christian. (2006). Creative Industries and Urban Tourism: South African Perspectives. Urban Forum. 17. 149-166. 10.1007/s12132-006-0003-x.

Yigitcanlar, Tan, and Md. Kamruzzaman. (2015). Planning, Development and Management of Sustainable Cities: A Commentary from the Guest Editors" Sustainability 7, no. 11: 14677-14688. <https://doi.org/10.3390/su71114677>

Coaffee, J. (2010). Urban regeneration and renewal. In Olympic cities (pp. 200-213). Routledge.