

تحلیل کیفی مسیرهای گردشگری شهر یزد با تأکید بر سلسله مراتب ورود

محسن رفیعیان

استادیار گروه شهرسازی دانشگاه یزد، ایران.

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۳/۰۲

تاریخ قرارگیری روی سایت: ۹۹/۰۵/۰۱

چکیده | در برنامه‌ریزی گردشگری، توجه به این که گردشگر چگونه به مقصد سفر می‌کند و یا از آنجا باز می‌گردد، اهمیت اساسی دارد. آنچه در ایجاد و تکمیل مسیرهای گردشگری حائز اهمیت است، سلسله‌مراتب ورود گردشگران است. این مسیرها در سطوح گوناگون شامل الف) واردشدن به شهر از طریق مبادی ورودی، ب) طی کردن مسیر داخل شهر و رسیدن به اقامتگاه‌ها و ج) بازدید از جاذبه‌های مقصد مورد بررسی قرار می‌گیرند. اکثر پژوهش‌های حوزه گردشگری بر مورد سوم (ج) تمرکز داشته‌اند و به دو مورد اول توجه کمتری شده است. با توجه به قرارگرفتن بافت تاریخی شهر یزد در فهرست میراث جهانی و برخورداری از جاذبه‌های گردشگری بسیار که گردشگران زیادی را به سوی خود جذب کرده، طرح‌ها و برنامه‌های بسیاری جهت رونق گردشگری پیشنهاد داده شده است اما در این میان کمتر طرحی به لزوم شناسایی سلسله‌مراتب ورود گردشگران و از آن طریق بررسی مسیرهای موجود و عوامل کلیدی آن‌ها پرداخته است. هدف این پژوهش شناسایی و تحلیل سلسله‌مراتب ورود گردشگران شهر تاریخی یزد است. سؤال اصلی پژوهش این است که: سلسله‌مراتب ورود گردشگران به چه صورت است و کدام عوامل اساسی بر آن تأثیر گذارند؟ روش این پژوهش توصیفی و تحلیلی و از نوع کاربردی است. نتایج حاکی از آن است که در مرتبه اول ورود گردشگرانی که از حمل و نقل جاده‌ای استفاده می‌کنند نسبت به حمل و نقل ریلی و هوایی از سلسله‌مراتب مناسبی برخوردار نیست و این به دلیل مشخص نبودن حد و مرزهای شهر است. از طرفی در استفاده از حمل و نقل جاده‌ای «ورود ذهنی و بصری» قوی‌تر از حمل و نقل ریلی و هوایی است و در هر سه دسته حمل و نقل «ورود فیزیکی» شرایط یکسانی را دارد. در مراتب دوم و سوم سه گونه ورود مبتنی بر حمل و نقل زمینی است که از آن به مسیرهای گردشگری یاد می‌شود. مسیرهای گردشگری تنها منحصر به شبکه میان جاذبه‌ها نمی‌شوند و دو جزء مهم مرتبط با آن «ورودی‌ها و مسیرهای متصل کننده ورودی‌ها به اقامتگاه‌ها» هستند. به بیان دیگر در شهری همچون یزد که با ثبت بافت تاریخی خود در فهرست میراث جهانی گردشگران بسیاری را جذب کرده تنها وجود جاذبه‌های بااهمیت و بافت تاریخی و امکانات و تسهیلات مناسب گردشگری کافی نیست. بلکه شبکه‌ای از مسیرهای گردشگری مبتنی بر سلسله‌مراتبی از ورود نقش مهمی ایفا می‌کند.

واژگان کلیدی | مسیرهای گردشگری، سلسله‌مراتب ورود، تحلیل کیفی، یزد، ورود «ذهنی، بصری، فیزیکی».

بیش از فوایدش می‌شود (رشیدی، قنبری و کریمی، ۱۳۹۴؛ لطیفی، ۱۳۸۴). وجود جاذبه‌های گردشگری در یک منطقه شرط لازم برای فعالیت‌های مربوط به آن است، اما کافی نیست. شرط کافی آن وجود تأسیسات، خدمات رفاهی و زیرساخت‌هایی است که بتواند نیازهای گردشگران را در حد مطلوب برآورده سازد، از میان این زیرساخت‌ها می‌توان زیرساخت‌ها و امکانات مورد نیاز گردشگران در مسیر رسیدن به مقاصد خود و چگونگی و کیفیت آن‌ها را نام برد (Ripoll-Zarraga & Raya, 2020). این مسیرها خود نیز به‌عنوان جزئی از سفر در شکل‌گیری تجارب

مقدمه | امروزه گردشگری در سطوح بین‌المللی توسعه فراوان یافته و یکی از ارکان مهم اقتصادی کشورهای جهان را تشکیل می‌دهد. دو جزء مهم صنعت گردشگری عبارت است از: جاذبه‌های گردشگری، تسهیلات و خدمات گردشگری (Li, Shi, Yang, & Ren, 2020). امروزه تجربه نشان داده است هرکجا گردشگری به طور اتفاقی و بدون برنامه‌ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد، مشکلات متعددی به وجود می‌آورد و در درازمدت، مشکلات گردشگری

مربوط به مقوله گردشگری از اقداماتی است که می‌تواند به عنوان راهبردی، مکمل طرح‌های گردشگری در شهرهای تاریخی گردشگرپذیر به شمار آید. مسیرها و محورهای شهری از عناصر اصلی و زیربنایی‌ترین عنصر در ساختار ذهنی از یک شهر هستند (ضیایی و عباسی، ۱۳۹۷). آنها در ذهن شهروندان به صورت خطوطی ظاهر می‌شوند که ارتباط و اتصال نقاط مختلف شهر را میسر می‌سازند و به عبارتی دیگر، مسیرها و محورها در عینیت به صورت انواع خیابان‌ها و کوچه‌ها و بن‌بست‌ها و... خود را نشان می‌دهند (پاکزاد، ۱۳۸۶). هنگامی که مسیر گردشگری در شهر و فضاهای شهری با مقیاسی فراتر از معماری مطرح می‌شود، چون گردشگر به صورت برنامه‌ریزی شده با آن ارتباط می‌گیرد، عملکردهای جدیدی برای این مسیر تعریف می‌شود. در واقع می‌توان گفت این مسیر به‌عنوان جاذبه عمل می‌کند (Qiu & Zheng, 2017). تعیین مسیرهای گردشگری گام نخست تخصیص آگاهانه و هدفمند امکانات در فضای گردشگری شهری است. در گذشته به این مسیرها تنها به عنوان راه حمل و نقل و جابه‌جایی پرداخته شده، در حالی که امروزه از آن‌ها به عنوان عامل ایجاد انگیزه در گردشگران برای بازدید از مکان‌های مختلفی یاد می‌شود (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۲). مسیر گردشگری تنها به عنوان عامل محرک گردشگر در رسیدن به مقصد تلقی نشده و دسترسی یکی از عملکردهای آن است، آنچه بر ارزش آن می‌افزاید، نقش واسطه‌ای آن بین گذشته و حال و آینده و نقش اجتماعی آن به سبب حضور مردم و فعالیت‌های متعدد در آن است؛ بنابراین مسیر عرصه‌ای عمومی تلقی شده و تجلی‌گاه حیات مدنی می‌شود و به دیگر سخن مسیر می‌تواند به عنوان مقصد گردشگری نیز مطرح شود.

سلسله‌مراتب ورود گردشگران

از آنجا که ورودی شهر، بیان‌کننده و شناسنامه عینی هویت و شخصیت شهر به حساب می‌آید و اولین نقاطی هستند که بیشتر گردشگران با آن برخورد دارند، بنابراین بخش عمده تصویر ذهنی از شهر، در لحظه ورود به شهر شکل می‌گیرد. ورودی‌ها از جمله فضاهای مهم در شهرهای با پتانسیل گردشگری هستند. ورودی‌های شهری به عنوان اولین فضای برخورد هر گردشگر با شهر، نقش به‌سزایی را در معرفی هویت، تاریخ و ماهیت اصلی هر شهر ایفا می‌کنند و نخستین تصویر ذهنی و پیش‌داوری‌های وی بر این اساس صورت می‌گیرد. علی‌رغم شهرسازی و معماری موفق و اصولی شهرهای کهن ایرانی، امروزه با ضعف عملکردی ورودی‌های شهری مواجه هستیم. با گسترش و توسعه شهرها، مبادی ورودی آن به مسیرهای سریع‌السير، برای تردد وسایل نقلیه موتوری تبدیل شده و زمین‌های مجاور آن‌ها به کاربری‌های مزاحم و ناسازگار با محیط اختصاص یافته، که بی‌نظمی و اغتشاش بصری این فضاها را تشدید می‌کنند. فضاهای ورودی امروز فضاهایی فاقد ساختار مشخص، فاقد هویت، مملو از اغتشاشات بصری و

مفید هستند. بخش عمده‌ای از ادراک و تجربه گردشگر از شهر مقصد در مراحل ورود به شهر شکل می‌گیرد. این پژوهش با واکاوی مفهوم سلسله‌مراتب ورود گردشگران در قالب مسیرهای گردشگری و ادراک «ورود» به شهر، مبادی ورودی حمل و نقل ریلی، جاده‌ای و هوایی یزد را بررسی نموده و ضمن بررسی سلسله‌مراتب ورود به شهر نواقص آن را ارائه می‌کند.

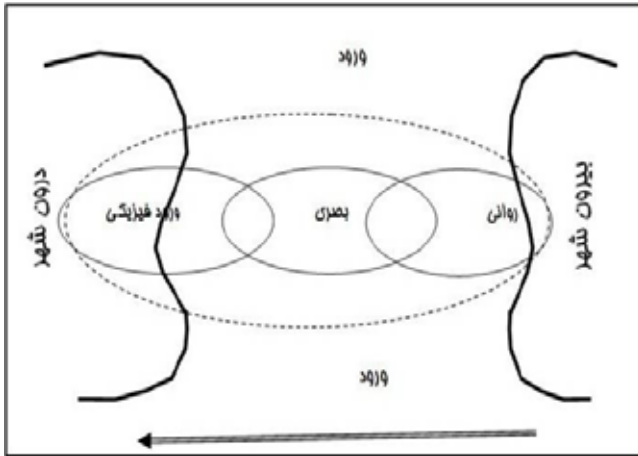
مسیرهای گردشگری

گردشگری، صنعتی است که بر پایه حرکت بنا شده و متکی بر دو عامل سفر و اقامت است (معمارزاده، مسعود و آهنگریان، ۱۳۹۴). امروزه مطالعه فعالیت‌های گردشگری و طراحی مسیرهای گردشگران در فضا و مکان یکی از موضوعات مهم و شاخص است (Chu, Lin, Chang, 2012). جغرافی‌دانان و محققان علاقمند به این هستند که بدانند افراد چه جاهایی و از چه طریق برای بازدید انتخاب می‌کنند و در پی این هستند که بدانند چه مدلی الگوهای حرکت گردشگران را در شهرها نشان می‌دهد (کریمی و محبوب‌فر، ۱۳۹۰).

محور گردشگری شهری مسیری است که جاذبه‌های گردشگری موجود در شهر را به یکدیگر متصل می‌سازد تا بازدید از آنها تسهیل یابد. گاهی این محور فقط نقش اتصال‌دهنده دارد و گاهی خود مسیر دارای جذابیت برای گردشگران است. مسیریابی، لحاظ‌نمودن ویژگی‌های جسمانی، علائق و توانمندی گردشگران در مسیریابی و جانمایی محورها و ایجاد قابلیت انتخاب و مسیرگزینی به گردشگر از عوامل مهم در موفقیت مسیر به حساب می‌آید (دلبری و داوودی، ۱۳۹۱). بنابراین مسیریابی گردشگران به عنوان گامی دوجانبه و شاید چندسویه برای خوانایی شهر و هدایت گردشگری محسوب می‌شود (Gregoriades & Dimitriou, 2020). مسیرهای گردشگری به عنوان مهم‌ترین عنصر متصل‌کننده زیرساخت‌ها و جاذبه‌های گردشگری، وظیفه شناساندن هویت شهر به گردشگران را بر عهده دارد (معمارزاده، مسعود و آهنگریان، ۱۳۹۴؛ رهنمایی، فرهودی، دیتمان و قدمی، ۱۳۸۷). هر گردشگر با ورود به مقصدش دانسته‌های قبلی خود را از یک به یک با آنچه می‌بیند و ادراک می‌کند تطبیق می‌دهد و در طول مسیر دانسته‌های خود را تدقیق می‌کند.

مسیرهای گردشگری به‌عنوان جاذبه

مسیرهای گردشگری رهیافتی است ناشی از حرکت گردشگران که پیاده‌کردن استراتژی‌های گردشگری مدیران و بخش خصوصی در این فضاها می‌تواند تحولی شگرف در پایداری گردشگری شهر ایفا نماید (رضوانی، ۱۳۸۶). شاید نکته پنهان گردشگری شهری، در عامل حرکت گردشگران به مقاصد، از طریق مسیرهای برنامه‌ریزی و طراحی شده و خدماتی است که آن‌ها در طول این مسیرها نیاز دارند. انتخاب و طراحی سلسله‌مراتب مسیرهای گردشگری با هدف رقم‌زدن تجربه و تأمین نیازهای



تصویر ۱. مفهوم پدیده ورود به شهر. مأخذ: نگارنده.

معرفی زمینه پژوهش

این پژوهش در قلمرو جغرافیایی شهر یزد صورت پذیرفته است. شهر یزد و به‌ویژه بافت تاریخی آن با قرارگرفتن در نمایه میراث جهانی یونسکو (۲۰۱۷) و برخورداری از جاذبه‌های گردشگری بسیار، گردشگران زیادی را به سوی خود جذب کرده، برای حفظ این میراث گران‌بها و توسعه گردشگری در آن، برنامه‌ریزی برای گردشگری و مقاصد گردشگری در شهر یزد بسیار حائز اهمیت است (دفتر ثبت جهانی شهر یزد، ۱۳۹۴).

شهر یزد دارای یک فرودگاه بین‌المللی، یک ایستگاه قطار و دو ترمینال اتوبوس (درون‌استانی و بیرون‌استانی) و سه ورودی اصلی خودرواز سمت تهران، کرمان و شیراز است (عالم‌زاده، کریمی، قاندي و غالبی، ۱۳۸۶). تصویر ۲ موقعیت این ورودی‌ها را نشان می‌دهد.



تصویر ۲. موقعیت ورودی اصلی شهر یزد و عرصه و حریم میراث جهانی یزد. مأخذ: نگارنده براساس فهرست میراث جهانی یونسکو.

سیمایی نامطلوب، عدم خوانایی و هدایت درست گردشگران، فاقد جذابیت بصری و ایجاد انگیزه در ناظر، نبود ساختار مشخص برای القای حس ورود، پایین بودن کیفیت محیطی و... هستند. از جمله مهم‌ترین نشانه‌های هر شهر موفق، ورودی شاخص و قابل تشخیص است (Lew & McKercher, 2006). به خصوص در شهرهای با پتانسیل گردشگری، لزوم وجود ورودی مناسب و هویت‌مند یکی از عوامل اساسی موفقیت در جذب گردشگر است.

مفهوم ورود به یک حوزه شهری تعامل میان سه مفهوم ورود روانی، ورود تصویری (بصری) و ورود فیزیکی است (تصویر ۱). ورود روانی بدان مقطع از عرصه ورودی اشراف دارد که در مخاطب، انتظار ورود به مکانی ایجاد می‌شود. در تداوم حرکت و با تقویت حضور نشانه‌های تصویری، مخاطب به نحو محسوس‌تری خود را در جهت مواجهه با مکان و فضای جدید حاضر می‌کند. این مقطع از ورود، ورود بصری نامیده می‌شود. با تقویت نشانه‌های ورود تصویری و با درگیر شدن مخاطب با شهر، ورود فیزیکی حادث می‌شود. این سیر طبیعی و متعارف ورود به یک شهر است. در برخی از مبادی ورودی و خروجی شهرها، پاره‌ای از این حوزه‌های مفهوم ورود، نقشی پررنگ‌تر نسبت به بقیه حوزه‌ها پیدا می‌کند. همچنین در برخی از مبادی ورودی و خروجی برخی از این مفاهیم معنا ندارد. لازم به ذکر است این حوزه‌های معرف ورود، سیال و منعطف بوده و بر روی یکدیگر می‌لغزند و مرز قاطعی بر آن‌ها متصور نیست. در این پژوهش سلسله‌مراتب ورود گردشگران به طور خاص به این معنی است که ورود گردشگران در سه سطح روانی، بصری و فیزیکی باید مورد توجه قرارگیرد، درواقع باید به امکانات و زیرساخت‌های مسیرهای گردشگری در سطوح واردشدن به شهر از طریق مبادی ورودی، طی کردن مسیر و رسیدن به بافت تاریخی و بازدید از جاذبه‌های عرصه ثبت جهانی پرداخته شود. حلقه‌های این سلسله‌مراتب عبارت است از: حلقه اول ورود گردشگران به شهر و نیازهایی است که آن‌ها در مبادی ورودی شهر دارند، حلقه دوم مسیر رسیدن به مکان اقامت خود و به تبع خدمات مورد نیاز در این مسیر و حلقه سوم نیز مسیر بین اقامتگاه‌ها و جاذبه‌های مورد نظر گردشگران.

روش پژوهش

روش تحقیق پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی از نوع کاربردی مبتنی بر تحلیل کیفی مصاحبه‌ها و تحلیل گرافیکی مبادی ورودی شهر است. در مرحله جمع‌آوری اطلاعات و ارائه تعاریف و مفاهیم از مطالعات اسنادی و پس از آن جهت شناسایی سلسله‌مراتب ورود گردشگران به شهر تاریخی یزد از تکنیک مشاهده میدانی و تعداد ۲۴ مصاحبه نیمه‌ساختار تا رسیدن به نقطه اشباع استفاده شده است. در تجزیه و تحلیل اطلاعات، با استفاده از تحلیل محتوای کیفی مصاحبه‌ها و تحلیل‌های گرافیکی یافته‌های پژوهش ارائه شده و سپس بحث و نتیجه‌گیری انجام می‌پذیرد.

توصیف سلسله‌مراتب ورود گردشگران

ورودی‌های اصلی شهر یزد را در سه حوزه حمل و نقل جاده‌ای، ریلی و هوایی می‌توان مورد بررسی قرارداد. مطابق جدول ۱ سلسله‌مراتب ورود گردشگران اگر در استفاده از کریدورهای جاده‌ای باشد در مرتبه اول شامل سه ورودی از سمت شهرهای شیراز و کرمان و تهران می‌شود، مسیرهای یزد- تهران (بلوار فقیه خراسانی)؛ یزد- شیراز (بلوار جانباز) و یزد- کرمان (بلوار شهید دشتی) در تصویر ۱ آمده است. اگر گردشگران با حمل و نقل عمومی به شهر مراجعه کرده باشند از ترمینال مسافری غدیر یا ترمینال امام علی به شهر وارد می‌شوند. در صورتی که گردشگران با قطار یا هواپیما سفر کرده باشند، ایستگاه قطار و یا فرودگاه مرتبه اول ورود محسوب می‌شود. مرتبه ورود دوم حرکت از ایستگاه ترمینال و یا فرودگاه به محل اقامت و مرتبه سوم حرکت در مسیرهای گردشگری داخل شهر است. جدول ۱، سلسله‌مراتب ورود و نوع ورود گردشگران به شهر یزد را نشان می‌دهد.

تحلیل یافته‌های مصاحبه‌ها

درفریند کدگذاری باز، از ۲۴ مصاحبه برگزار شده، ۱۹۳ کد اولیه پیرامون ویژگی‌های سلسله‌مراتب ورود گردشگران شکل گرفت. سپس به طبقه‌بندی اولیه‌ای از داده‌ها پرداخته شد و مفاهیم به‌دست‌آمده از کدگذاری باز در ۵ مقوله: حد و مرزهای شهر، سیما و منظر و هویت شهری و طراحی کالبدی ورودی‌ها، امکانات و خدمات مستقر در ورودی‌ها و جاذبه‌ها، اطلاع‌رسانی محیطی، اینترنت شهری و اپلیکیشن‌ها و نرم‌افزارهای راهنمای گردشگری، جای گرفتند که در ادامه تحلیلی از آن‌ها ارائه می‌شود.

جدول ۱. سلسله‌مراتب ورود و نوع ورود. مأخذ: نگارنده.

سلسله‌مراتب	نوع ورود	ورودی روانی	ورودی بصری	ورودی فیزیکی
	ریلی	با اعلام مهماندار قطار گردشگران از ورود به شهر مطلع می‌شوند.	با مشاهده مناظر اطراف و نواحی حاشیه شهر ورود بصری صورت می‌پذیرد.	با ورود به ایستگاه قطار یزد
ورود به شهر (مرتبه اول ورود)	هوایی	با اعلام مهماندار گردشگران از ورود به فضای شهر مطلع می‌شوند.	با مشاهده مناظر اطراف و نواحی حاشیه شهر ورود بصری صورت می‌پذیرد.	با ورود به فرودگاه
	شخصی	مشاهده تابلوهای جاده‌ای یا کم‌کردن سرعت و...	مشاهده مناظر اطراف	ترمینال یا ورودی‌های شهر
	عمومی	مشاهده تابلوهای جاده‌ای یا کم‌کردن سرعت و...	مشاهده مناظر اطراف	ترمینال یا ورودی‌های شهر
پس از ورود تا محل اقامت (مرتبه دوم) و از محل اقامت تا جاذبه‌ها (مرتبه سوم)	خیابان‌ها و مسیرهای گردشگری	مشاهده تابلوهای اطلاع‌رسانی گردشگری	مشاهده از فواصل دور برای تمامی اقامتگاه‌ها یا جاذبه‌ها امکان‌پذیر نیست. در برخی ورودی بصری با ورودی فیزیکی همراه است و در برخی ورودی بصری در فاصله بیشتری از ورود فیزیکی اتفاق می‌افتد.	با ورود به هتل یا جاذبه‌ها

• حد و مرزهای شهر

تشخیص حد و مرز شهر برای گردشگرانی که مشتاق ورود به شهر هستند موضوع مهمی از نظر مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها به حساب آمده است. اگر شوق رسیدن به شهر در اثر مشخص نبودن محدوده شهر، سرکوب شود، تصویر ذهنی مطلوبی در لحظه ورود گردشگران شکل نخواهد گرفت. از آنجا که منظر منطقه‌ای در استان یزد در اثر توسعه لجام‌گسیخته نواحی شهری در معرض تخریب واقع شده و کریدور شمال جنوب استان به صورت پیوسته از شهرهای عقدا، اردکان، میبد، رضوانشهر، اشکذر، زارچ، یزد، مهریز عبور می‌کند، حد و مرز مشخصی برای هر کدام از این شهرها توسط گردشگران ادراک نمی‌شود. از این رو گردشگران دچار سردرگمی در تشخیص ورودی شهر یزد شده و این سردرگمی تأثیر منفی در شکل‌گیری تجربه خوشایند از سفر به شهر در بدو ورود دارد. درحالی‌که گردشگران عبوری از استان نیز ترغیب به ماندگاری در یزد و استفاده از جاذبه‌های گردشگری آن نمی‌شوند. البته مشخص نبودن حد و مرزهای شهر برای گردشگرانی که با استفاده از حمل و نقل عمومی به شهر می‌رسند نیز ملال‌آور و گیج‌کننده است، به طوری که چه با قطار، اتوبوس و چه با هواپیما به یزد سفر کنند، تا لحظه رسیدن به ایستگاه، ترمینال و یا فرودگاه از مشاهده مناظر بیرون متوجه ورود به شهر نمی‌شوند و این سردرگمی در اثر ادراک ناقص متأثر از منظر منطقه‌ای مخدوش، بی‌برنامه و پراکنده است.

• سیما، منظر، هویت شهری و طراحی کالبدی ورودی‌ها در تمامی سلسله‌مراتب مسیرهای گردشگری توقع مواجهه با سیمای دلپذیر و آرامش‌بخش و احساس آشنایی با شهر و خوشامدگو بودن آن وجود دارد. هویت و شخصیت بصری ورودی‌های مرتبه اول

هوشمند میان افراد، تمایل گردشگران و دست‌اندرکاران این صنعت برای استفاده از نرم‌افزارهای کاربردی افزایش یافته است. به‌طوری‌که فضای مجازی مکمل مسیرها و جاذبه‌ها در خلق تجارب برای گردشگران شده است. فضای مجازی، ورود ذهنی را در سلسله‌مراتب ورود به شهر تسهیل می‌کند. نکته دیگر اینکه لازمه استفاده گردشگران از این امکانات در دسترس بودن اینترنت به‌عنوان یک ضرورت است.

بحث و نتیجه‌گیری

در شناسایی مسیرهای گردشگری مبتنی بر سلسله‌مراتب ورود اگر سه گونه «ورود ذهنی، بصری و فیزیکی» در سه مرتبه «ورود به شهر» و «از ورودی تا اقامتگاه» و «مسیرهای میان جاذبه‌ها» مورد بررسی قرار گیرند، نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن است که در مرتبه اول ورود گردشگرانی که از حمل و نقل جاده‌ای استفاده می‌کنند نسبت به حمل و نقل ریلی و هوایی از سلسله‌مراتب مناسبی برخوردار نیست و این به دلیل مشخص‌نبودن حد و مرزهای شهر است. از طرفی در استفاده از حمل و نقل جاده‌ای «ورود ذهنی و بصری» قوی‌تر از حمل و نقل ریلی و هوایی است و در هر سه دسته حمل و نقل «ورود فیزیکی» شرایط یکسانی را دارد. در مراتب دوم و سوم سه گونه ورود مبتنی بر حمل و نقل زمینی است که از آن به مسیرهای گردشگری یاد می‌شود. مسیرهای گردشگری تنها منحصر به شبکه میان جاذبه‌ها نمی‌شوند و دو جزء مهم مرتبط با آن «ورودی‌ها و مسیرهای متصل‌کننده ورودی‌ها به اقامتگاه‌ها» هستند. به بیان دیگر در شهری همچون یزد که با ثبت بافت تاریخی خود در فهرست میراث جهانی گردشگران بسیاری را جذب کرده تنها وجود جاذبه‌های با اهمیت و بافت تاریخی و امکانات و تسهیلات مناسب گردشگری کافی نیست. بلکه شبکه‌ای از مسیرهای گردشگری مبتنی بر سلسله‌مراتبی از ورود نقش مهمی ایفا می‌کند. در این راستا باید به این نکته دقت کنیم که تصویر ذهنی گردشگران از لحظه ورود به شهر تا رسیدن به بافت تاریخی که مقصد اکثر آنان است شکل می‌گیرد پس باید به سلسله‌مراتب ورود گردشگران و مسیری که آن‌ها پس از ورود خود به شهر برای رسیدن به بافت تاریخی طی می‌کنند، دقت نموده و در جهت بهبود هرچه بیشتر آن‌ها تلاش کنیم و برای مقاصد و مبادی که فاقد مسیری مناسب هستند، با توجه به شرایط و معیارهای مناسب مسیر بهینه‌ای را تعریف کنیم، همچنین امکانات و تسهیلات مورد نیاز آنان در این مسیر نیز بسیار حائز اهمیت است که در برنامه‌ریزی این مسیرها باید به آن‌ها توجه شود. این تسهیلات شامل: استقرار امکانات و خدمات در ورودی‌ها و جاذبه‌ها، اطلاع‌رسانی محیطی مناسب، طراحی کالبدی ورودی‌ها و ساماندهی سیما و منظر و هویت شهری و افزایش پوشش اینترنت شهری و ساخت اپلیکیشن‌ها و نرم‌افزارهای راهنمای گردشگری می‌شود.

(بنگرید به جدول ۱) دچار آشفتگی و اغتشاش در خط آسمان، ریتم، نما و خوانایی است. به لحاظ عملکردی، ورودی‌های شهر به‌ویژه ورودی از سمت کرمان و تهران پذیرای مشاغل مزاحم، صنایع و انبارها بوده و عملکرد یک ورودی شهر را دارا نیست. البته ورودی شهر از سمت شیراز از دو ورودی دیگر متفاوت است، به گونه‌ای که سلسله‌مراتب ورود از محیط طبیعی به محیط مصنوع شهری نسبتاً رعایت شده است و برخی از شاخص‌های ورودی در مسیر وجود دارد. از جهت زیباشناختی تناسب بصری این مسیر در مقایسه با سایر مبادی مناسب بوده، اما سکانس‌بندی، خوانایی و ریتم مناسب در طول مسیر وجود ندارد و به لحاظ عملکردی با توجه به وجود پارک کوهستان و ارتفاعات اطراف آن در ابتدای مسیر سلسله‌مراتب محیط طبیعی به طبیعی-مصنوعی و سپس مصنوع تا حدودی رعایت شده است. در طول این مسیر نیز همچون سایر مبادی ورودی عناصر و نشانه‌های شاخص تعریف‌کننده ورودی وجود نداشته و تنها شامل یک مسیر معمولی و عریض است و معرف شهر یزد با سابقه تاریخی و فرهنگی ویژه خود نیست. در کنار مبادی ورودی جاده‌ای و ترمینال اتوبوس‌های بین‌شهری، ایستگاه قطار و فرودگاه در یزد، جلوه‌ای از هویت فرهنگی و تاریخی و میراث جهانی ثبت‌شده را عرضه نمی‌کنند.

• امکانات و خدمات مستقر در ورودی‌ها و جاذبه‌ها

گردشگران حین ورود به شهر و یا در بازدید از جاذبه‌ها نیاز به خدمات اولیه بهداشتی و رفاهی برای ادامه مسیر و رسیدن به اقامتگاه‌ها دارند. این موارد شامل جایگاه سوخت، اورژانس، سرویس‌های بهداشتی، نمازخانه، اتاق مادر و کودک و... می‌شوند. در سلسله‌مراتب ورود ایستگاه قطار، ترمینال اتوبوس‌های بین شهری و فرودگاه در وضعیت مطلوبی از نظر مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها قرار داشتند. اما گردشگرانی که از خودروی شخصی استفاده می‌کنند اکثراً از امکانات و خدمات مستقر در ورودی‌ها راضی نیستند و از طرفی امکانات و خدمات در جاذبه‌ها نیز پاسخگوی مراجعات در فصول پرمسافر نیست.

• اطلاع‌رسانی محیطی

سلسله‌مراتب ورود اگر ذهنی یا بصری باشد تا حد زیادی متکی بر حس بصری و مشاهده تابلوهای اطلاع‌رسانی است. تابلوهای راهنمای عناصر شاخص در مبادی ورودی و مسیرهای گردشگری مرحله به مرحله گردشگر را از لحظه ورود به شهر تا خروج هدایت می‌کنند و اطلاعات مفید در اختیار او قرار می‌دهند. از طرفی وجود المان‌هایی نظیر تابلوی تبلیغاتی در مکان نامناسب و یا تنوع و تعدد طرح و اندازه تابلوهای اطلاع‌رسانی موجب اغتشاش بصری و بی‌نظمی فضایی می‌شود. همه این موارد بر سلسله‌مراتب ورود گردشگران مؤثرند.

• اینترنت شهری و اپلیکیشن‌ها و نرم‌افزارهای راهنمای گردشگری

امروزه با گسترش و نفوذ اینترنت و رواج استفاده از گوشی‌های

فهرست منابع

- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی. (۱۳۹۲). گردشگری: ماهیت و مفاهیم. تهران: انتشارات سمت.
- پاکزاد، جهانشاه. (۱۳۸۶). مبانی نظری و فرایند طراحی شهری، چاپ دوم، تهران: انتشارات شهیدی.
- دفتر ثبت جهانی شهر یزد. (۱۳۹۴). پرونده ثبت جهانی شهر تاریخی یزد. یزد: پایگاه پژوهشی میراث فرهنگی.
- دلبری، سیدعلی و داوودی، سیدعلیرضا. (۱۳۹۱). کاربرد تکنیک فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) در رتبه‌بندی شاخص‌های ارزیابی جاذبه‌های توریستی. *مجله تحقیق در عملیات و کاربردهای آن*، ۹(۲) (پیاپی ۳۳)، ۵۷-۷۹.
- رشیدی، محمدرضا؛ قنبری، یوسف و کریمی، جمیله. (۱۳۹۴). مکانیابی وب کیوسک‌های اطلاع‌رسانی در مقاصد گردشگری شهری. *مجله مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۰(۳۲)، ۸۹-۱۰۹.
- رضوانی، علی اصغر. (۱۳۸۶). *جغرافیا و صنعت توریسم*، چاپ اول. تهران: انتشارات پیام نور.
- رهنمایی، محمدتقی؛ فرهودی، رحمت ا...؛ دیتمان، آندریاس و قدمی، مصطفی. (۱۳۸۷). بررسی ظرفیت تحمل حوزه مقصد گردشگری با تأکید بر جامعه میزبان؛ نمونه مورد مطالعه: شهر کلاردشت. *مجله پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، ۴۰(۶۶)، ۱۷-۳۳.
- ضیایی، محمود و عباسی، دیاکو. (۱۳۹۷). چالش‌ها و رویکردهای توسعه گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۷(۲۴)، ۸-۳۷.
- عالم‌زاده، وحیده؛ کریمی، افسانه؛ قائدی، حدیث و غالبی، علیرضا. (۱۳۸۶). یزد، پردیس کویر، راهنمای گردشگری شهر یزد. یزد: علم نوین.
- کریمی، جعفر و محبوب‌فر، محمدرضا. (۱۳۹۰). تکنیک‌ها و مدل‌های برنامه‌ریزی توریسم. اصفهان: نشر ارکان دانش.
- لطیفی، حسن. (۱۳۸۴). توریسم و درآمد‌های ارزی، چاپ اول. تهران: بهزاد.
- معمارزاده، مریم؛ مسعود، محمد و آهنگریان، آزاده. (۱۳۹۴). ارتقای کیفیت
- مسیر پیاده گردشگری با تأکید بر نیاز گردشگران فرهنگی. سومین کنفرانس بین‌المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در مهندسی عمران، معماری و مدیریت شهری، تهران، کنفدراسیون بین‌المللی مخترعان جهان (IFIA)، دانشگاه جامع علمی کاربردی.
- Chu, T-H., Lin, M-L. & Chang, Ch-H. (2012). mGuiding (Mobile Guiding) – Using a Mobile GIS app for Guiding, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourist*, 12 (3), 269-283.
- Galiano, A. & Echarri, V. (2014). Analysis of the quality of public urban space through a graphical analysis method, Department of Building Technology, University of Alicante, Spain, *WIT Transactions on Ecology and The Environment*, 191, 1623-1636.
- Gregoriades, A. & Dimitriou, L. (2020). *Naturalistic analysis of tourist pedestrians' spatial cognition*. In: Rocha Á., Abreu A., de Carvalho J., Liberato D., González E., Liberato P. (eds) *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems. Smart Innovation, Systems and Technologies*, vol 171. Springer, Singapore.
- Lew, A. & McKercher, B. (2006). Modeling tourist movements: A local destination analysis, *Annals of Tourism Research*, 33(2), 403-423.
- Li, T., Shi, H., Yang, Z. & Ren, Y. (2020). Does the belt and road initiative boost tourism economy?, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25 (3), 311-322.
- Qiu, Q., Zheng, T., Xiang, Z. & Zhang, M. (2020). Visiting Intangible Cultural Heritage Tourism Sites: From Value Cognition to Attitude and Intention. *Sustainability*, 12 (1), 132.
- Qui, Q. & Zheng, T. (2017) Study on the Spatial-Temporal Distribution of Tourist Flow in the Scenic Spots: Taking Golden Weeks as Examples. *Journal of Tourism & Hospitality*, 6 (6), 1-5.
- Ripoll-Zarraga, A. E. & Raya, J. M. (2020). Tourism indicators and airports' technical efficiency. *Annals of Tourism Research*, 80.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

رفیعیان، محسن. (۱۳۹۹). تحلیل کیفی مسیرهای گردشگری شهر یزد. گردشگری فرهنگ، ۱(۱)، ۱۷-۲۲.

DOI: 10.22034/JCT.2020.110015

URL: http://www.jct-sj.com/article_110015.html

