

# تحلیل راهبردهای حفاظتی و توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران

(رویکرد تصمیم‌گیری چند شاخصه فازی)

\* حمید ضرغام بروجنی

\*\* اکبر پورفرج

\*\*\* علی مروتی شریف‌آبادی

\*\*\*\* فاطمه عزیزی

## چکیده

در دوران کنونی، گردشگری میراث از اشکال بسیار مهم و رو به توسعه گردشگری بین‌الملل به شمار می‌رود. محوطه‌های تاریخی اصلی‌ترین منابع گردشگری میراث هستند. برای حفظ اهمیت محوطه‌های تاریخی و ایجاد جاذبه برای گردشگران، برقراری توازن بین گردشگری و میراث فرهنگی مهم‌ترین دغدغه مسئولان و تصمیم‌گیران میراث فرهنگی کشور است تا بتوانند برای احیا و حفاظت از این آثار اقدام کنند. در این پژوهش، ضمن شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در زمینه توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران (با تأکید بر حفاظت از محوطه‌ها)، برای رتبه‌بندی راهبردهای حفاظتی توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی از ترکیب روش تصمیم‌گیری چند معیاره با برنامه‌ریزی آرمانی و تئوری فازی استفاده شده است. این تحقیق از نظر نتایج، کاربردی است. به‌منظور گردآوری داده‌ها (با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند) از نظرات خبرگان آشنا به حوزه تحقیق استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که راهبردهای حفاظتی: «هماهنگی بین سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری،

---

\* دانشیار گروه جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده  
مسئول)  
zargham@atu.ac.ir

\*\* دانشیار گروه جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی  
a.pourfaraj@gmail.com

\*\*\* دانشیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد  
alimorovati@yazd.ac.ir

\*\*\*\* دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه  
طباطبایی  
azizi.fateme1750@gmail.com

تاریخ تصویب: ۹۷/۷/۹

تاریخ دریافت: ۹۷/۴/۲۶

فصلنامه راهبرد فرهنگی - اجتماعی، سال هفتم، شماره بیست‌ونهم، زمستان ۱۳۹۷، صص ۲۴۱-۲۰۹.

دولت (نیروی انتظامی، شهرداری، وزارت کشور، وزارت اطلاعات، وزارت راه، قوه قضائیه و ...) و کشورها و سازمان‌های بین‌المللی برای حفاظت از محوطه‌ها»، «تنظیم دستورالعمل‌هایی برای حفاظت، مرمت، نگهداری و مدیریت محوطه‌های تاریخی» و «رعایت ضوابط حفاظتی اعلام شده از سوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور، ضوابط ملی و بین‌المللی و ظرفیت محوطه‌های تاریخی برای انجام عملیات عمرانی (مانند تغییر کاربری، ساخت جاده و ...) مربوط به محوطه‌های تاریخی» به ترتیب از اولویت بیشتری در توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران برخوردار هستند.

**واژه‌های کلیدی:** گردشگری میراث، محوطه‌های تاریخی، حفاظت، برنامه‌ریزی آرمانی،

تئوری فازی

## مقدمه

با افزایش روزافزون تقاضای سفر و تبدیل شدن صنعت گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان، لازم است هر کشور به منظور جذب گردشگران بالقوه در راستای توسعه اجتماعی - اقتصادی و رشد زیربنایی خود تلاش کند (Arasli & Baradarani, 2014).

گردشگری میراث (شامل میراث فرهنگی ملموس و ناملموس از یک سو و میراث طبیعی از سوی دیگر) از انواع بسیار مهم گردشگری در جهان امروز به شمار می‌رود. میراث فرهنگی در شکل اشیای مادی (مانند محوطه‌ها، چشم‌اندازهای روستایی، روستاها، شهرها، مجموعه‌های هنری، اشیای موزه‌ها، صنایع دستی و باغ‌های تاریخی) پدیدار می‌شود و همچنین شامل عناصر غیرمادی (از قبیل موسیقی، رقص، باورها، جشن‌ها، مراسم مذهبی و آداب و رسوم اجتماعی) است. این موارد از اجزای مهم میراث هستند که برای گردشگری و اهداف دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرند (تیموثی، ۲۰۱۱: ۱۵). تقاضا برای گردشگری میراث از دهه ۱۹۹۰ به سرعت افزایش یافته و در قرن بیست و یکم به اوج خود رسیده است. ۱۸ تا ۲۵ درصد از انگیزه گردشگران، جنبه تاریخی - فرهنگی دارد و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰، تاریخ و فرهنگ نقش محوری را در جذب گردشگران خواهد داشت (موسوی و همکاران، ۱۳۹۳). میراث فرهنگی و گردشگری برای مردم به یک موضوع آشنا تبدیل شده است و روز به روز نسبت به آن کنجکاوی بیشتری نشان می‌دهند (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴).

از نظر سازمان جهانی گردشگری، گردشگری میراث بیش از چهل درصد

گردشگری جهانی را در اختیار دارد و انتظار می‌رود رشد آن در آینده مستمر بماند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۴). رشدی که در آن تقاضا برای این نوع از گردشگری سالانه حدود ۱۵ درصد اضافه خواهد شد (Wang et al, 2010).

گردشگری میراث فرهنگی یکی از حوزه‌های در حال رشد گردشگری ایران و از موارد قابل‌اتکا در توسعه صنعت گردشگری است و از ظرفیت قابل‌توجهی در کشور برای جلب گردشگران برخوردار است. این نوع گردشگری نقش مهمی در توسعه اقتصادی و گردشگری داخلی و بین‌المللی دارد (Ismagilova et al, 2015).

تپه‌های پیش‌ازتاریخ، یادمان‌های باستانی، بناهای قدیمی و محوطه‌های باستان‌شناسی از رایج‌ترین منابع گردشگری میراث هستند (تیموئی، ۲۰۱۱: ۳۴۲).

کشور ایران برای جذب گردشگر، چه در ابعاد داخلی و چه بین‌المللی دارای مزیت‌هایی است که یکی از آن‌ها داشتن میراث فرهنگی ملموس (شامل محوطه‌ها، بناها و مجموعه‌های تاریخی و باستانی) است. شواهد حاکی از آن است که بناها و مکان‌های باستانی و تاریخی ایران بار اصلی صنعت گردشگری را در کشور بر عهده دارند. بنابراین صنعت گردشگری کشور بدون توجه به حفاظت، احیا و توسعه محوطه‌های تاریخی امکان رشد و توسعه ندارد. آمار نشان می‌دهد که نزدیک به ۳۷ درصد از گردشگران ورودی ایران را گردشگران میراث تشکیل می‌دهند (WTTC, 2010). وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی در ایران باعث توانایی بالقوه کشور در توسعه گردشگری، جذب گردشگران داخلی و بین‌المللی و کسب درآمد می‌شود. به‌منظور تبدیل این فعال‌سازی توانمندی‌های بالقوه، به برنامه‌ریزی و تدوین راهبردهای توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی نیاز است.

حفاظت از گذشته، عمده‌ترین نگرانی و مشغله فکری مدیران حوزه میراث بوده است. مسئولان میراث فرهنگی و باستان‌شناسی کشور باید درخصوص برقراری توازن بین گردشگری و میراث فرهنگی اقدام کرده، به‌گونه‌ای عمل کنند که علاوه بر حفظ اهمیت آثار تاریخی و ایجاد جاذبه برای گردشگران، بتوانند نسبت به نگهداری و حفاظت از این آثار نیز اقدام کنند. محوطه‌های تاریخی، بخش غیرقابل جایگزین فرهنگ و تمدن جهانی هستند که با مدیریت مناسب و

برنامه‌ریزی صحیح می‌تواند از آنها برای رشد گردشگری بهره‌گرفت و از درآمدهای حاصل برای حفظ و نگهداری این آثار استفاده کرد. در واقع، گردشگری بودجه معقولی برای حفاظت از بناهای تاریخی فراهم می‌کند که در صورت فقدان آن، امکان نابودی و تخریب بناها وجود دارد. اگر حفاظت به‌درستی صورت نگیرد دستیابی به اهداف اقتصادی و اجتماعی توسعه گردشگری در بلندمدت امکان‌پذیر نخواهد بود. هدف اصلی این پژوهش ارائه راهبردهای توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی<sup>(۱)</sup> ایران با تأکید بر حفاظت از این محوطه‌ها از طریق شناسایی عوامل داخلی (قوت، ضعف) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) در این زمینه است. به‌منظور تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران و ارائه راهبردها از روش تحلیل SWOT استفاده شده است. چون SWOT، برای کمی کردن تأثیرها و اولویت‌بندی راهبردها (مطابق با اهمیت آن‌ها) امکانی فراهم نمی‌کند، از یک روش تصمیم‌گیری چندمعیاره<sup>۱</sup> برای تعیین توالی راهبردها استفاده شده است. با نتایج به دست آمده از ترکیب روش‌های MCDM و SWOT ذی‌نفعان/تصمیم‌گیران می‌توانند با توجه به اولویت راهبردهایی که تأثیر بیشتری بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران دارند، تصمیم‌های اصولی‌تری اتخاذ کنند. به‌علاوه، با ادغام برنامه‌ریزی آرمانی<sup>۲</sup> و تئوری فازی از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره جدیدی برای اولویت‌بندی راهبردهای حفاظتی محوطه‌های تاریخی ایران استفاده شده است.

## ۱. ادبیات تحقیق

صنعت گردشگری از مهم‌ترین عوامل مولد ثروت و اشتغال در دنیا معرفی شده و به‌مثابه موتور اقتصادی رشد و پیشرفت کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه در عرصه جهانی است (ضرغام بروجنی و شالبافیان، ۱۳۹۱: ۱۱۵). گردشگری میراث یکی از سریع‌ترین زیرگروه‌های در حال رشد صنعت گردشگری است (Kang, 2010).

- 
1. Multi-criteria decision making (MCDM)
  2. Goal Programming

## ۱-۱. گردشگری میراث

میراث فرهنگی از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری است و چنانچه برنامه‌ریزی مناسبی انجام شود، توسعه گردشگری به حمایت مالی و دولتی برای حفاظت از میراث می‌انجامد (Su & Wall, 2014). میراث، مصرف و تجربه گذشته در جامعه مدرن امروز است که برای صنعت گردشگری جذابیت اساسی دارد (Han, 2016: 84). به صورت کلی میراث شامل میراث طبیعی<sup>۱</sup> و میراث فرهنگی<sup>۲</sup> است. میراث طبیعی، در حوزه گردشگری رو به رشد طبیعت‌محور، نقش مهمی بر عهده دارد. میراث فرهنگی گذشته ایجادشده توسط بشر و جلوه‌های متنوع آن است (تیموثی، ۲۰۱۱: ۱۴). با توجه به اینکه میراث طبیعی صرفاً شامل موارد ملموس است مقایسه بعد ملموس و ناملموس میراث، در زمینه میراث فرهنگی موضوعیت دارد. میراث فرهنگی ملموس به عناصر قابل لمس باقی مانده از گذشته، مثل یادمان‌ها و بناهای تاریخی اشاره دارد. میراث فرهنگی ناملموس یا میراث زنده دربرگیرنده دانش، مهارت‌ها، فعالیت‌ها و جلوه‌های مرتبط با یک فرهنگ خاص است که از نسلی به نسل دیگر انتقال پیدا می‌کنند (UNESCO, 2015).

گردشگری میراث، شاخه‌ای از گردشگری است که هدف آن ارتقای اشتیاق و علاقه به تاریخ و باستان‌شناسی و حفاظت از محوطه‌های تاریخی و میراث فرهنگی به طور عام در دو حوزه میراث ملموس و ناملموس است (Baram, 2008: 213). گارود و فایل<sup>۳</sup> (۲۰۰۰). گردشگری میراث را فعالیتی می‌دانند که به وسیله گردشگران در فضایی که اشیای تاریخی به نمایش درآمده‌اند، انجام می‌شود. طبق نظر پیدرسن<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) گردشگری میراث، شکلی از گردشگری است که هم گردشگری فرهنگی و هم گردشگری طبیعت‌گردی را با تأکید بر حفاظت میراث فرهنگی دربر می‌گیرد (Daenglouppha et al, 2006).

- 
1. Natural
  2. Cultural
  3. Garrod & Fyall
  4. Pederson

### ۱-۲. توسعه گردشگری میراث

گردشگری میراث یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد در صنعت گردشگری جهان است. این نوع گردشگری به‌عنوان یک راهبرد توسعه برای جوامع محلی در کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود که منجر به حمایت اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی با فراهم کردن اشتغال و سایر فرصت‌های اقتصادی مانند بهبود زیرساخت‌ها می‌شود (Ghanem & Saad, 2015).

پتانسیل‌های تاریخی و فرهنگی یک کشور یکی از عوامل اصلی گردشگری است، زیرا (Ismagilova et al, 2015):

✓ ابزار مهمی برای اطلاع گردشگران از میراث فرهنگی و تاریخی است که خود انگیزه قوی برای سفر است. میراث فرهنگی و تاریخی دارایی مهمی برای شهرهای مدرن به شمار می‌رود و توسعه اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

✓ در حوزه اجتماعی اهمیت زیادی دارد، زیرا موجب توزیع یکنواخت جریان گردشگران در یک منطقه می‌شود و نوسانات فصلی را تعدیل می‌کند.

✓ علاوه بر درآمدزایی برای مردم محلی، به آنان فرصت می‌دهد تا میراث منحصربه‌فرد خود را با گردشگران سهیم شوند.

گردشگری میراث می‌تواند یکی از مناسب‌ترین انواع گردشگری برای اکثر جوامعی باشد که در ابتدای راه شروع توسعه گردشگری خود هستند. این موضوع برای کشور ایران زمانی اهمیت خود را بیشتر نشان خواهد داد که بدانیم، ۶۰ درصد همه پایگاه‌های میراث جهانی (طبیعی و فرهنگی) در کشورهای در حال توسعه قرار دارند (تیموئی و نیاوپان، ۲۰۰۹: ۶). اهمیت گردشگری میراث در کشورهای در حال توسعه به این دلیل است که عامل مهمی برای ارتقای توسعه گردشگری ملی و منطقه‌ای در این کشورها محسوب می‌شود (Merwe, 2016).

### ۱-۳. محوطه تاریخی

محوطه، در لغت به معنای زمینی است که دور آن را دیوار کشیده باشند. محوطه به حیطة‌ای گفته می‌شود که در گستره آن آثار تاریخی- فرهنگی یا بقایای آثار، قرار

داشته باشد؛

**تاریخی**، در لغت به معنی تعلق تاریخی است، چیزی که تاریخ بر ساختار و تاروپودش، اثر گذاشته باشد؛ چیزی که برون‌مایه‌هایش مبین فرهنگ دوره‌ای (غالباً مشخص) از دوره‌های تاریخی باشد و حاصل یا محصول نقطه عطفی در تاریخ اجتماعی، علمی، هنری و معماری باشد (توحیدی، ۱۳۸۸: ۲۰۴).

محوطه‌های تاریخی، بقایای فیزیکی هستند که در طول تاریخ بشر به وجود آمده‌اند و سابقه تاریخی یک ملت به‌شمار می‌روند. درعین حال، در هویت ملی آن‌ها نیز نقش مهمی دارند. همچنین باعث غنای زندگی مردم و برقراری ارتباط با گذشته و تجارب زنده اجتماعی می‌شوند. اهمیت آن‌ها در بیشتر شدن درک از گذشته و هویت‌های اجتماعی گوناگون بی‌بدیل است (صالحی‌پور، ۱۳۹۴: ۴۱). اساساً هفت طبقه اصلی از محوطه‌ها شامل دشت‌های پیش‌ازتاریخ یا کرانه رودخانه‌ها، غارها، تپه‌ها، شهرهای تاریخی، مکان‌های مذهبی، گورستان و مقبره‌ها و محوطه‌های زیر آب وجود دارد (Joukowsky, 1980: 35-37).

محوطه‌های تاریخی، در سراسر جهان به‌عنوان عاملی جهت عرضه میراث ملی و جذب گردشگر عمل می‌کنند (Wang et al, 2015). یکی از دلایل اصلی حفاظت از محوطه‌های تاریخی، آگاهی‌بخشی آن‌ها در مورد سنت‌ها و تاریخ محلی / منطقه‌ای است (Kruger, 2006: 91). با توجه به جدی‌بودن اثراتی که گردشگری میراث ایجاد می‌کند، نیاز است برنامه‌ریزان و مدیران مقصدها، اهمیت حفاظت از گذشته را درک کنند. امروزه تاریخ و گذشته به دلایل مختلف: اهمیت آموزشی و علمی، تنوع زیست‌محیطی، مزیت هنری، ارزش اقتصادی، نوستالژی، ملیت‌گرایی و کارکرد منفعت‌گرایانه محافظت می‌شود (تیموئی، ۲۰۱۱: ۲۰۴).

میراث فرهنگی برخلاف جنگل‌ها و مراتع، نمی‌تواند به‌طور طبیعی بازتولید شود و در زمره منابع غیرقابل جایگزین است. حفاظت از میراث فرهنگی، از مهم‌ترین مسائل در مدیریت گردشگری است (Millar, 1989). حفاظت، از نیازمندی‌های اولیه در مدیریت محوطه است. اگر این نیاز به‌خوبی انجام شود،



محوطه می‌تواند برای اهدافی مانند آموزش، تحقیق و گردشگری مورد استفاده قرار گیرد (Nemaheni, 2006). محوطه‌های مختلف برای ادامه حیات خود به روش‌های حفاظتی متفاوت نیاز دارند. روش‌های مربوط به حفاظت عبارتند از:

۱. بهبود<sup>۱</sup>: تعمیر، ترمیم و بازسازی یک مکان.

۲. نگهداری<sup>۲</sup>: نگهداری به معنی حفاظت مستمر از یک مکان و بازرسی منظم است. نگهداری زمانی که یک مکان از اهمیت تاریخی و فرهنگی زیادی برخوردار است از اصول اساسی حفاظت به شمار می‌رود.

۳. مراقبت<sup>۳</sup>: مراقبت از اثر، زمانی مناسب است که وضعیت موجود مکان، به‌خودی‌خود شاهد برجستگی فرهنگی خاصی محسوب شود یا در جایی که به دلیل ناکافی بودن شواهد موجود، به‌کارگیری سایر فرایندهای حفاظت عملی نیست.

۴. بازسازی<sup>۴</sup>: بازسازی برای مکانی مناسب است که در اثر آسیب و دگرگونی، دچار نقص شده باشد یا در صورتی که این عمل برای بقای آن مکان ضروری باشد یا برجستگی فرهنگی مکان را در تمامیت آن بازگرداند. بازسازی باید به شکلی انجام شود که با بررسی دقیق بتوان جدید بودن آن را تشخیص داد.

۵. مرمت<sup>۵</sup>: تأثیرات تمامی دوره‌ها بر یک مکان باید محترم شمرده شوند. چنانچه مکانی بافت مربوط به دوره‌های مختلف را دربردارد، آشکارکردن بافت یک دوره به بهای از دست دادن دوره‌ای دیگر، تنها در صورتی توجیه‌پذیر است که بافت برداشته‌شده از اهمیت فرهنگی کمتری نسبت به بافت بر جای مانده برخوردار باشد. هدف از مرمت هم حفظ تمامیت منبع و هم آشکارکردن ارزش‌های فرهنگی آن و بهبود شناسایی طراحی اولیه است.

- 
1. Improvement
  2. Maintenance
  3. Preservation
  4. Reconstruction
  5. Restoration

۶. ایمنی<sup>۱</sup>: از نظر قانونی، ایمنی یعنی اقدام انجام شده برای ارائه شرایطی به منظور حفظ و ابقای منطقه یا اماکن تاریخی. همچنین این واژه به حفاظت فیزیکی اماکن تاریخی در برابر سرقت، تخریب عمدی، فرسودگی محیطی و مزاحمت‌های بصری نیز اشاره دارد (فیلدن و یوکیلتو، ۱۳۹۳: ۸۲).

زمانی که حفاظت و مرمت در مورد اماکن باستان‌شناسی است، فشار زیادی بر باستان‌شناسان و مدیران اماکن باستانی برای نوسازی بناهای باستانی برای مقاصد علمی، آموزشی و گردشگری وجود دارد. با این حال منافع زیادی در حفاظت اماکن تاریخی در همان وضعیت ویرانی وجود دارد از قبیل حفظ اصالت محل و مضطرب نکردن اشیای خرد. البته مرمت ساختارهای تاریخی از نظر زیبایی‌شناسی و علمی نیز منافع زیادی دارد. از نظر گردشگری هر دو دیدگاه مهم هستند. برخی از دیدارکنندگان ترجیح می‌دهند بناهای تاریخی را به همان صورت خرابه ببینند، چون بر اصالت، قدمت یا صحت مکان تاریخی دلالت دارد. با این حال، برخی دیگر ترجیح می‌دهند که شاهد آثار باستانی مرمت‌شده باشند تا بتوانند عظمت اولیه بناها را دریابند. چندین مطالعه تحقیقاتی روی دیدارکنندگان اماکن تاریخی نشان داده است که اکثر دیدارکنندگان میراث ترجیح می‌دهند که هم شاهد آثار مرمت‌شده و هم قسمت‌های مرمت‌نشده باشند (تیموثی، ۲۰۱۱: ۳۵۳-۳۵۲).

#### ۱-۴. پیشینه تحقیق

شرح زیر خلاصه‌ای از مطالعات انجام‌شده در زمینه توسعه گردشگری میراث در حوزه میراث فرهنگی و به‌طور خاص محوطه‌های تاریخی و برنامه‌ریزی راهبردی در این زمینه است:

باورساد و انصاری (۱۳۹۵) در پژوهشی به برنامه‌ریزی برای حفاظت و نیز هدایت گردشگران داخلی و خارجی در محوطه تاریخی چشمه‌علی ری پرداختند. از جمله راهکارهای مطرح‌شده در این پژوهش، اقدامات مدیریتی بر پایه اصول و راهکارهای حفاظتی در کنار استفاده‌های پایدار گردشگری از طریق بازسازی و تفسیر روایات تاریخی و نیز ارتقای تجربه و لذت در دیدارکنندگان است

(باورساد و انصاری، ۱۳۹۵).

شهرستان سردشت با مناطقی دارای میراث فرهنگی - تاریخی کهن از شهرت بسیار بالایی برخوردار است که با جاذبه‌های چشمگیر خود سالانه گردشگران داخلی و خارجی زیادی را به سمت خود جذب می‌کند. بنابراین در تحقیقی به بررسی نقش میراث فرهنگی در توسعه گردشگری شهرستان سردشت پرداخته شده است (بهمن‌د، ۱۳۹۴).

در تحقیق دیگری «نقش میراث فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری در توسعه گردشگری» با تأکید بر جاذبه‌های گردشگری و میراث در شهرستان گیلانغرب بررسی شده است. نتیجه، حاکی از آن است که تبلیغات نامناسب، ناشناخته‌بودن آثار و جاذبه‌ها و عدم محافظت از سایت‌های تاریخی از دلایل عدم توسعه گردشگری در شهرستان گیلانغرب است (آزادخان‌ی و فتحی، ۱۳۹۴).

میرحسینی و بهمن‌پور (۱۳۹۳) در پژوهشی مشکلات و موانعی که بر سر راه توسعه صنعت گردشگری در مناطق دارای میراث فرهنگی وجود دارد، مطرح شده است. با استفاده از ماتریس SWOT در تحلیل و شناخت محیطی مرتبط با موضوع، به نقاط قوت، نقاط ضعف، تهدیدات و فرصت‌هایی که کشور در این خصوص داشته، اشاره شده است و پیشنهادها و راهکارهایی برای توسعه صنعت گردشگری در مناطق دارای میراث فرهنگی ارائه شده است (میرحسینی و بهمن‌پور، ۱۳۹۳).

میراث فرهنگی و تاریخی یکی از دارایی‌های مهم شهرها است که منجر به کسب سود می‌شود و تأثیر قابل توجهی در توسعه اقتصادی دارد. در تحقیقی تجربه کشورهای شرق اروپا در استفاده از میراث تاریخی شهرها برای هدف توسعه اجتماعی و اقتصادی منطقه مورد بررسی قرار گرفته است (Ismagilova et al, 2015).

ناوی و چوی (۲۰۱۴) در تحقیقی به شناسایی نقاط قوت، ضعف و فرصت و تهدید یکی از مکان‌های نامزد میراث جهانی در مالزی پرداختند. بدین منظور از پرسشنامه، مصاحبه عمیق و بررسی ادبیات تحقیق استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان داد که بهبودها و تلاش‌های پیشگیرانه‌ای باید جهت اطمینان از شناخت درست این مکان مدنظر قرار گیرد (Nawi & Choy, 2014).

در تحقیق دیگری کومار (۲۰۱۴) به استخراج راهبردهای بازاریابی و ارتقا در ارتباط با ۲۹ مکان تاریخی جهانی در هند پرداخته است. همچنین در این تحقیق تهدیدها و موانع پیش رو در ارتقای این مکان ها با تأکید بر بازاریابی داخلی مورد بررسی قرار گرفته است (Kumar, 2014).

گردشگری میراث یکی از ویژگی های قابل توجه معاصر در تعداد زیادی از کشورهای درحال توسعه، به ویژه در آفریقا است. از این رو، ون در مرو با توجه به رشد سریع این نوع گردشگری در آفریقای جنوبی در تحقیقی سیاست راهبردی و منافع گردشگری میراث را برای اقتصاد گردشگری آفریقای جنوبی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. در این تحقیق با استفاده از مصاحبه های ساختاریافته با ذی نفعان و توزیع پرسشنامه در بین بازدیدکنندگان و ساکنان محلی، به شناخت گردشگری میراث و تأثیرات آن در چشم انداز فیزیکی به عنوان محرکی برای توسعه محلی پرداخته شده است (Van der Merwe, 2013).

واحد ملی گردشگری، در تحقیقی در آفریقای جنوبی به تدوین راهبردهایی برای توسعه و ارتقای گردشگری میراث فرهنگی در آفریقای جنوبی پرداخته است. این تحقیق به تجزیه و تحلیل موقعیت جاری و طرح سناریوهای آینده در حوزه گردشگری میراث فرهنگی پرداخته و در نهایت رویکردی برای اجرا ارائه کرده است (واحد ملی گردشگری آفریقای جنوبی، ۲۰۱۱).

سومانکیو و ییگیت (۲۰۱۰) در تحقیقی مطرح کردند که به منظور مدیریت اثربخش و حفاظت از مکان های تاریخی جهانی در ترکیه پس از تجزیه و تحلیل وضع کنونی و مسائل مربوط به این نواحی نیاز به در نظر گرفتن راهبردها و سیاست های مدیریتی جدید است. در این تحقیق، ۹ مکان تاریخی به منظور بررسی وضعیت موجود آن ها انتخاب شده است. یافته های تحقیق مبنایی برای توسعه سیاست ها و راهبردهای مؤثر جهت حفاظت میراث جهانی در ترکیه در آینده فراهم کرده است (Somuncu & Yigit, 2010).

در تحقیق دیگری رمزی و اوریت (۲۰۰۸) به کشف تأثیرات مثبت و منفی مکان های تاریخی در آمریکای مرکزی پرداختند. به منظور جمع آوری اطلاعات از

مصاحبه‌های رودرو با گردشگران استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد درحالی‌که منافع اقتصادی و آموزشی ناشی از توسعه گردشگری در این مکان‌ها وجود دارد، اما نگرانی‌هایی نیز در مورد حد مجاز توسعه گردشگری در این مکان‌ها مطرح است. در این تحقیق منافع و مضرات اقتصادی، فرهنگی، محیطی و آموزشی مربوط به توسعه گردشگری در مکان‌های تاریخی مطرح شده است (Ramsey & Everitt, 2008).

لی و لو در تحقیقی فرصت‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری میراث در هنگ‌کنگ را مورد بررسی قرار داده‌اند. هدف تحقیق، نیاز به حفاظت از میراث در مقابل چشم‌انداز فرهنگی در حال تغییر است. ماتریس جذابیت-قوت بازار برای ارزیابی ۱۹ مورد میراث مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج نشان داد که استفاده از منابع میراث شهری برای گردشگری برای دولت و مردم جامعه منفعت به دنبال دارد. همچنین در این تحقیق فرصت‌های مناسبی برای توسعه صنعت مطرح شده است (Li & Lo, 2005).

با بررسی نظام‌مند ادبیات تحقیق و اسناد بالادستی (شامل سند چشم‌انداز توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، برنامه ملی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران)، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی در جدول ۱ جمع‌بندی شده است.

جدول ۱. عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی

منبع	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی
باورساد و انصاری، ۱۳۹۵؛ قانون برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ واحد ملی گردشگری آفریقای جنوبی، ۲۰۱۱؛ McCluskey & McCluskey, 2008	میزان حفاظت از محوطه‌های تاریخی نسبت به سرعت تخریب آن‌ها
سند چشم‌انداز توسعه‌ی بخش میراث فرهنگی و گردشگری (۱۳۸۴-۱۴۰۴)	تعیین حریم محوطه‌های تاریخی
شیرازیان، ۱۳۹۲؛ Garrod & Fyall, 2000; Gündüz & Erdem, 2010; Kong, 2010	ورود گردشگران متناسب با ظرفیت تحمل محوطه تاریخی
شیرازیان، ۱۳۹۲؛ منشور میراث بوم‌ساخت، ۱۹۹۹	تعیین و استقرار کاربری‌های مناسب جدید متناسب با محوطه
پوریوسف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱	حفظ و احیاء منظر محوطه‌های تاریخی
Garrod & Fyall, 2000; Kruger, 2006; Kong, 2010	اعمال نظارت نسبت به رفتار بعضی از دیدارکنندگان

عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی	منبع
رعایت اصول ایمنی در نوسازی یا حفاظت از آثار ارزشمند	شیرازیان، ۱۳۹۳
اجرای مؤثر قوانین و مقررات مربوط به میراث فرهنگی	برنامه ملی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران McCluskey & McCluskey, 2008; Wang et al., 2010 شورمیج و شوشتری، ۱۳۹۳، برنامه ملی توسعه گردشگری
افزایش تعاملات بین‌المللی	McCluskey & McCluskey, 2008: شورمیج و شوشتری، ۱۳۹۳
توجه دولت و مسئولان نسبت به گردشگری محوطه‌های تاریخی	شورمیج و شوشتری، ۱۳۹۳، Steyn, 2011، حسینی و محمدی، ۱۳۹۱
آلودگی بصری ناشی از ساخت‌وسازهای خارج از کنترل و ایجاد منظر و دید نامطلوب در پس‌زمینه محوطه	باورساد و انصاری، ۱۳۹۵
وجود آلودگی زیست‌محیطی	باورساد و انصاری، ۱۳۹۵، پوریوسفزاده و همکاران، ۱۳۹۱، McCluskey & McCluskey, 2008
وقوع بلایای طبیعی	پوریوسفزاده و همکاران، ۱۳۹۱، McCluskey & McCluskey, 2008

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

## ۲. روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف و نتایج، کاربردی است. در این پژوهش برای تشخیص عوامل داخلی و خارجی و راهبردهای توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران از روش تحلیل SWOT، با تأکید بر حفاظت از محوطه‌ها استفاده شده است. در نهایت راهبردهای ارائه‌شده با استفاده از مدل ادغامی برنامه‌ریزی آرمانی و تئوری فازی اولویت‌بندی شده‌اند. جامعه آماری این تحقیق را خبرگان صاحب‌نظر در زمینه گردشگری (با حداقل ۳ سال سابقه تدریس مرتبط) و متخصصان فعال در صنعت گردشگری محوطه‌های تاریخی (با حداقل ۴ سال سابقه کار در این حوزه) تشکیل می‌دهند. نظر به محدودیت عناصر جامعه تحقیق، برای تعیین نمونه از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ای است که روایی آن از طریق بررسی متون و پژوهش‌های مشابه و مشورت با صاحب‌نظران در حوزه گردشگری محوطه‌های تاریخی محقق شده است. برای انجام کار ابتدا با بررسی ادبیات گردشگری در زمینه محوطه‌های تاریخی، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی تعیین شد. سپس با نظر خبرگان و خرد کارشناسی، عوامل داخلی (با تأکید بر حفاظت از محوطه‌ها) و خارجی مؤثر

در زمینه توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران شناسایی شدند. در نهایت پرسشنامه‌ای جهت اولویت‌بندی راهبردهای حفاظتی در زمینه توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران تدوین و در اختیار خبرگان این حوزه قرار گرفت.

### ۳. شرح روش تحلیل

#### ۳-۱. تحلیل SWOT

نیاز به برنامه‌ریزی راهبردی در محیط به سرعت در حال تغییر کنونی بسیار حیاتی است (Rashid et al, 2016). برنامه‌ریزی راهبردی مقصد گردشگری شامل توالی انتخاب‌ها و تصمیم‌ها در مورد استفاده از منابع جهت موفقیت مقصد در آینده است. این امر نیاز به برنامه یکپارچه و رسمی دارد که باعث انطباق مقصد با موقعیت‌های در حال تغییر و توسعه اطلاعات، برنامه‌ریزی و سیستم‌های کنترل برای نظارت و پاسخ به این تغییرات می‌شود (Ruhanen, 2010). استفاده از SWOT که یک بینش راهبردی با هدف برنامه‌ریزی راهبردی است، شناخت محققان حوزه راهبرد را بهبود می‌بخشد (Bell & Rochford, 2016).

ماتریس SWOT، چارچوبی برای ارائه راهبردها (با توجه به ترکیبی از نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای شناسایی شده) است (Rauch et al, 2015). با استفاده از این ماتریس می‌توان چهار نوع راهبرد، شامل راهبردهای SO، راهبردهای WO، راهبردهای ST و راهبردهای WT ارائه کرد (Wang et al, 2014). ارتباط بین قوت‌ها و ضعف‌ها (SO)<sup>۱</sup> نشان‌دهنده راهبردهای تهاجمی<sup>۲</sup> است. در اجرای این راهبردها، بخش گردشگری با استفاده از نقاط قوت داخلی می‌کوشد از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری کند. ارتباط بین ضعف‌ها و تهدیدها (WT)<sup>۳</sup> به‌عنوان یک خطر بالقوه و با عنوان راهبردهای تدافعی<sup>۴</sup> مطرح می‌شود. هدف سیستم‌هایی که راهبردهای WT را به اجرا درمی‌آورند، کاهش نقاط ضعف داخلی

- 
1. Strengths and opportunities (SO)
  2. Aggressive strategies
  3. Weaknesses and threats (WT)
  4. Defensive strategies

و پرهیز از تهدیدهای ناشی از محیط خارجی است. ارتباط قوی بین قوت‌ها و تهدیدها (ST)<sup>۱</sup> منجر به استفاده از راهبردهای تنوع<sup>۲</sup> می‌شود. ارتباط قوی بین ضعف‌ها و فرصت‌ها (WO)<sup>۳</sup> منجر به استفاده از راهبردهای بازنگری<sup>۴</sup> می‌شود. هدف راهبردهای WO این است که با بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در محیط خارج بتوان نقاط ضعف داخلی را از بین برد (دیوید، ۱۹۹۹: ۳۶۴-۳۶۰).

### ۳-۲. اولویت‌بندی راهبردها

یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های روش SWOT این است که اهمیت هر عنصر در فرایند تصمیم‌گیری، قابل کمی‌شدن نیست، بنابراین تعیین عناصر تأثیرگذار برای تصمیم‌گیری راهبردی، دشوار است. در این روش اولویتی برای راهبردها در نظر گرفته نمی‌شود و به ابهام عناصر نیز توجه نمی‌شود (Pesonen et al, 2001). به همین جهت ارزیابی جامع فرایند تصمیم‌گیری راهبردی با استفاده از SWOT به روش سنتی امکان‌پذیر نیست.

اولویت‌بندی راهبردها بر مبنای تأثیر چهار عنصر ماتریس SWOT (یعنی استفاده از نقاط قوت، کاهش عناصر نقاط ضعف، بهره‌برداری از فرصت‌ها و اجتناب از تهدیدهای احتمالی) یک مسئله تصمیم‌گیری چندمعیاره (MCDM) است. تصمیم‌گیری چندمعیاره ابزاری است که منجر به انتخاب راه‌حل بهینه از بین مجموعه‌ای از معیارها می‌شود (Yazdani et al, 2017). از بین روش‌های مربوط به اولویت‌بندی، برنامه‌ریزی آرمانی (GP)، مناسب‌ترین روش برای اولویت‌بندی راهبردها است. فلسفه GP، در نظر گرفتن متغیرهای پشتیبان اضافی است که به‌عنوان انحراف‌ها شناخته می‌شود و به‌عنوان تسهیل‌کننده در فرایند تصمیم‌گیری عمل می‌کنند. انحرافات مثبت و منفی دلالت بر مقادیری دارند که نشان می‌دهند کدامیک از اهداف متعدد، نسبت به سطوح مشخص خود بیشتر یا کمتر برآورده

- 
1. strengths and threats (ST)
  2. diverse strategies
  3. weaknesses and opportunities (WO)
  4. review or overview strategies



شده‌اند. در تابع هدف، مجموع انحرافات نامطلوب از هر آرمان که توسط تصمیم‌گیرنده تعیین می‌شود، حداقل می‌شوند. راه‌حل ارائه‌شده از طریق برنامه‌ریزی آرمانی بهترین توافق را برای تصمیم‌گیرنده ارائه می‌دهد. در این تحقیق از این شیوه جهت اولویت‌بندی راهبردها استفاده شده است.

### ۳-۳. مدل ارائه‌شده در تحقیق

روش MCDM مورد استفاده در این تحقیق شامل ۴ مرحله است (Khan, 2018):

**مرحله نخست:** ایجاد ماتریس تصمیم‌گیری. در این مرحله، ماتریس MCDM شامل گزینه‌ها ( $A_i$ )، معیارها ( $C_j$ ) و مجموعه اهدافی ( $T$ ) است که توسط ذی‌نفعان/ تصمیم‌گیرندگان با توجه به معیارها در نظر گرفته می‌شود. در این مرحله، عملکرد گزینه‌ها برای هر معیار با در نظر گرفتن متغیرهای کلامی ارزیابی می‌شود. متغیرهای کلامی مورد استفاده در این تحقیق در جدول ۲ نشان داده شده است. با توجه به اینکه اعداد به صورت اعداد فازی مثلثی است از رابطه ۱ برای قطعی کردن اعداد استفاده می‌شود (Skalna et al., 2015). اهداف، بیانگر انتظارات تصمیم‌گیرندگان/ ذی‌نفعان در مورد هر معیار است.

$$x_{ij} = \frac{x_{ij}^L + 2x_{ij}^M + x_{ij}^U}{4} \quad \text{رابطه ۱}$$

جدول ۲. متغیرهای کلامی برای ارزیابی عملکرد گزینه‌ها با توجه به هر معیار

متغیرهای کلامی	بدترین	بدتر	بد	متوسط	خوب	بهتر	بهترین
عدد فازی	(۰، ۱، ۱)	(۱، ۱، ۳)	(۱، ۳، ۵)	(۳، ۵، ۷)	(۵، ۷، ۹)	(۷، ۹، ۹)	(۹، ۱۰، ۱۰)

**مرحله دوم:** تعیین وزن‌ها. در این مرحله با استفاده از متغیرهای کلامی ارائه‌شده در جدول ۳ وزن معیارها مشخص می‌شود. وزن‌های فازی هر معیار با استفاده از رابطه ۲ به عدد قطعی تبدیل می‌شوند.

$$W_j' = \frac{W_j'^L + 2W_j'^M + W_j'^U}{4} \quad \text{رابطه ۲}$$

به‌منظور محاسبه وزن نرمال‌شده از رابطه ۳ استفاده می‌شود.

$$W_j = \frac{W'_j}{\sum_{j=1}^n W'_j} \quad \text{رابطه ۳}$$

جدول ۳. متغیرهای کلامی برای تعیین اهمیت معیارها

کم	خیلی کم	خیلی خیلی کم	به طور قابل توجهی کم	متغیرهای کلامی
(۰/۳، ۰/۴، ۰/۵)	(۰/۲، ۰/۳، ۰/۴)	(۰/۱، ۰/۲، ۰/۳)	(۰، ۰/۱، ۰/۲)	عدد فازی
به طور قابل توجهی زیاد	خیلی خیلی زیاد	خیلی زیاد	زیاد	متوسط
(۰/۸، ۰/۹، ۱)	(۰/۷، ۰/۸، ۰/۹)	(۰/۶، ۰/۷، ۰/۸)	(۰/۵، ۰/۶، ۰/۷)	(۰/۴، ۰/۵، ۰/۶)

مرحله سوم: حل مدل برنامه ریزی بر مبنای هدف. در این مرحله از مدل GP موزون برای اولویت بندی راهبردها استفاده می شود.

$$\text{هدف: } \text{Min} \sum_{i=1}^n W_j^+ d_i^+ + W_j^- d_i^-$$

$$\sum_{i=1}^n a_{ij} x_i + d_i^- - d_i^+ = g_j \quad j = 1, 2, \dots, n \quad \text{اهداف و محدودیت ها:}$$

در این مدل،  $W_j^+$  و  $W_j^-$  وزن های مربوط به انحراف های مثبت و منفی هر هدف است.  $a_{ij}$  ضریبی است که وضعیت مشارکت متغیر زام را در دستیابی به معیار نام نشان می دهد.  $x_i$  متغیر تصمیم و  $d_i^+$  و  $d_i^-$  به ترتیب نشان دهنده دستیابی بالاتر یا کمتر به هدف زام است.

محدودیت ۰-۱:

$x_i = 1$  اگر گزینه نام انتخاب شده است.

$x_i = 0$  در غیر این صورت

$$\sum_{i=1}^m x_i = 1 \quad \text{انتخاب محدودیت:}$$

مرحله چهارم: تعیین رتبه نهایی گزینه ها. در این مرحله، گزینه مناسب دوم ابتدا از طریق بهترین گزینه گام قبلی تعیین می شود و مرحله سوم تکرار می شود تا زمانی که سایر گزینه ها تعیین شوند. در نتیجه گزینه ها به ترتیب اولویت، رتبه بندی می شوند.

#### ۴. تحلیل داده‌ها

در این بخش با توجه به عوامل شناسایی شده از بررسی وضعیت محوطه‌های تاریخی ایران در ادبیات تحقیق (برای توسعه‌ی گردشگری این محوطه‌ها)، راهبردهای توسعه گردشگری با تأکید بر حفاظت از محوطه‌ها استخراج شده‌اند. برای کسب نظر خبرگانی که با موضوع تحقیق آشنایی کامل داشتند، سعی شد افرادی مشارکت داشته باشند که علاوه بر تخصص دانشگاهی از سوابق اجرایی نیز برخوردار باشند. بر اساس نظرخواهی از خبرگان گردشگری محوطه‌های تاریخی در جمهوری اسلامی ایران، با ۸ ضعف در زمینه حفاظت در محیط داخلی و ۴ فرصت و ۳ تهدید محیطی در محیط خارجی روبه‌رو است. لازم به ذکر است بنا به نظر خبرگان، نقطه قوتی در زمینه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران با تأکید بر حفاظت از محوطه‌ها وجود ندارد. در جدول ۴ هر یک از عوامل داخلی و خارجی مشخص شده است.

جدول ۴. عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران

شرح	سمبل	عامل داخلی و خارجی
نقاط ضعف	W1	عدم توازن بین حفاظت از محوطه‌های تاریخی و سرعت تخریب آن‌ها
	W2	ضعف در تعیین حریم محوطه‌های تاریخی
	W3	ضعف در حفظ و احیای منظر محوطه‌های تاریخی
	W4	ضعف در تعیین و استقرار کاربری‌های مناسب جدید متناسب با ظرفیت هر محوطه
	W5	رعایت نکردن اصول درست مرمت و احیاء جهت حفظ اصالت
	W6	رعایت نکردن اصول ایمنی در بازسازی یا حفاظت از آثار ارزشمند مطابق با ضوابط میراث فرهنگی
	W7	ضعف در اعمال نظارت نسبت به رفتار مخاطبان
	W8	عدم تناسب بین تعداد دیدارکنندگان با ظرفیت تحمل محوطه تاریخی
فرصت	O1	حمایت دولت و مسئولان از گردشگری محوطه‌های تاریخی
	O2	اجرای مؤثر قوانین و مقررات مربوط به میراث فرهنگی
	O3	مشارکت جامعه محلی
	O4	افزایش تعاملات بین‌المللی
تهدید	T1	آلودگی‌های زیست‌محیطی متأثرکننده آثار مانند باران‌های اسیدی
	T2	بلایای طبیعی
	T3	آلودگی بصری ناشی از ساخت‌وسازهای خارج از کنترل و ایجاد منظر و دید نامطلوب در پس‌زمینه محوطه

با تحلیل عوامل داخلی و خارجی می‌توان با حذف نقاط ضعف و با به‌کارگیری فرصت‌ها، با تهدیدها مقابله کرد. مطابق با تحلیل SWOT، مجموعه‌ای از راهبردهای توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران با تأکید بر حفاظت از محوطه‌ها با ترکیب عوامل داخلی (ضعف‌ها) با عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) تعیین شده است. در جدول ۵، ۷ راهبرد حفاظتی توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران ارائه شده است. لازم به ذکر است که راهبردها مورد توافق خبرگان است.

جدول ۵. ماتریس SWOT

ضعف‌ها (W)	
<p>WO1: استفاده از آخرین دستاوردهای فناوری‌های نوین برای حفاظت از محوطه‌های تاریخی (W1 O1 O4)</p> <p>WO2: تنظیم دستورالعمل‌هایی برای حفاظت، مرمت، نگهداری و مدیریت محوطه‌های تاریخی (W1 W5 W6)</p> <p>WO3: رعایت ضوابط حفاظتی اعلام‌شده از سوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور، ضوابط ملی و بین‌المللی و ظرفیت محوطه‌های تاریخی برای انجام عملیات عمرانی (مانند تغییر کاربری، ساخت جاده و ...) مربوط به محوطه‌های تاریخی (W1 W2 W3 W4 O1 O2)</p> <p>WO4: برانگیختن مشارکت جامعه محلی و آموزش نیروی کار بومی جهت بهره‌گیری از آن‌ها در پایگاه‌های محوطه‌های تاریخی (W1 W3 W7 O3)</p> <p>WO5: هماهنگی بین سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، دولت (نیروی انتظامی، شهرداری، وزارت کشور، وزارت اطلاعات، وزارت راه، قوه قضائیه و ...) و کشورها و سازمان‌های بین‌المللی برای حفاظت از محوطه‌ها (W1 W5 W6 O1 O2 O4)</p>	فرصت‌ها (O)
<p>WT1: استفاده از آخرین دستاوردهای فناوری‌های نوین برای حفاظت از محوطه‌های تاریخی (W1 T1 T2)</p> <p>WT2: وضع ضمانت‌های اجرایی کارآمد برای تحکیم قوانین مرتبط با کنترل و جلوگیری از تجاوز و گسترش سازه‌های مسکونی به حریم و عرصه تاریخی محوطه و هماهنگی ارگان‌ها در تعیین مرزهای مالکیت محوطه‌های تاریخی (W1 W2 T3)</p> <p>WT3: ارتقای حفاظت اصولی از محوطه‌های تاریخی از طریق آموزش و بهره‌گیری از افراد متخصص در این زمینه (W1 W2 W3 T1 T2)</p>	تهدیدها (T)

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

به منظور اولویت‌بندی راهبردها با ادغام برنامه‌ریزی آرمانی و تئوری فازی، ابتدا ماتریس تصمیم‌گیری بر اساس نظر خبرگان و با استفاده از متغیرهای کلامی (جدول ۲) برای تعیین تأثیر راهبردهای ارائه‌شده با در نظر گرفتن کمک به کاهش نقاط ضعف، کشف فرصت‌ها و دوری از تهدیدها بر مبنای شرایط کنونی توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران تشکیل شد. لازم به ذکر است در صورتی‌که یک راهبرد برای یکی از نقاط عملی نباشد، تأثیر آن صفر در نظر گرفته می‌شود.

ابتدا نظرات، بر اساس متغیرهای کلامی فازی دریافت شد، سپس با استفاده از رابطه ۱ به اعداد قطعی تبدیل شدند. برای مثال برای راهبرد  $WO_1$  با در نظر گرفتن نقطه ضعف  $W1$ ، پس از میانگین‌گیری از متغیرهای کلامی فازی حاصل از نظرات خبرگان، عدد قطعی به صورت زیر محاسبه شد:

میانگین نظرات خبرگان: (۴/۸۷۱، ۶/۵۷۱، ۸)

$$x_{11} = \frac{x_1^L + 2x_1^M + x_1^U}{4}$$

$$x_{11} = \frac{4/871 + 2(6/571) + 8}{4} = 6/5$$

همچنین وزن هر یک از نقاط ضعف، تهدید و فرصت با توجه به اینکه تا چه حد در توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران تأثیرگذار هستند، با در نظر گرفتن متغیرهای کلامی (جدول ۳) توسط خبرگان تعیین شد. ابتدا نظرات، بر اساس متغیرهای کلامی فازی دریافت شد، سپس با استفاده از رابطه ۲ به اعداد قطعی تبدیل شدند. برای مثال، برای نقطه ضعف  $W1$  پس از میانگین‌گیری از متغیرهای کلامی فازی حاصل از نظرات خبرگان، عدد قطعی به صورت زیر محاسبه شد:

میانگین نظرات خبرگان: (۰/۶۷۱، ۰/۷۷۱، ۰/۸۷۱)

$$W_1' = \frac{W_1^L + 2W_1^M + W_1^U}{4}$$

$$W_1' = \frac{0/671 + 2(0/771) + 0/871}{4} = 0/771$$

به منظور محاسبه وزن نرمال شده از رابطه ۳ استفاده می‌شود. وزن نرمال شده

برای  $W1$  به صورت زیر محاسبه شده است:

$$W_1 = \frac{W_1'}{\sum_{j=1}^{15} W_j'} = \frac{0/771}{10/514} = 0/073$$

ماتریس تصمیم‌گیری و وزن‌های نرمال‌یافته هر یک از نقاط در جدول ۶

نشان داده شده است.

جدول ۶. ماتریس تصمیم‌گیری

T3	T2	T1	O4	O3	O2	O1	W8	W7	W6	W5	W4	W3	W2	W1	
۳/۷	۷/۶	۷/۶	۳/۲	۲/۸	۴	۴/۱	۳/۹	۳/۶	۵/۲	۳/۴	۲/۴	۳	۴/۵	۶/۵	WO1
۷/۷	۷/۳	۷/۳	۴/۸	۵/۵	۷/۷	۵/۸	۴/۳	۴/۵	۴/۷	۴/۵	۷/۵	۷/۵	۷/۳	۷/۷	WO2
۶/۸	۶/۴	۶/۴	۳/۷	۳/۷	۶/۶	۳/۵	۵/۲	۴/۳	۶/۱	۷/۵	۷/۷	۶/۸	۶/۶	۷/۵	WO3
۳/۷	۵/۲	۶/۲	۲/۷	۷/۴	۵/۵	۲/۲	۵/۶	۶	۳/۸	۳/۸	۳/۴	۴/۸	۴/۶	۷/۲	WO4
۸	۷/۷	۷/۷	۲/۷	۳/۸	۶/۸	۶/۵	۸/۲	۸/۲	۷/۴	۷/۴	۷/۶	۷/۴	۷/۴	۸/۱	WO5
۷/۱	۲/۴	۲/۴	۲/۸	۴/۲	۵/۸	۵/۲	۲/۸	۲/۸	۴	۳/۱	۳/۸	۴/۱	۶/۱	۵/۸	WT2
۴	۲/۸	۵/۳	۳/۲	۷/۴	۷/۲	۵	۶/۶	۶/۸	۵/۱	۵/۱	۴/۹	۴/۹	۴/۹	۸/۷	WT3
۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	۹/۷۵	T
۰/۰۷۱۴	۰/۰۷۱۴	۰/۰۷	۰/۰۶۱۴	۰/۰۷۴۲	۰/۰۶۴۲	۰/۰۶۸۵	۰/۰۷۷۱	۰/۰۶۸۵	۰/۰۶۸۵	۰/۰۷۱۴	۰/۰۶۸۵	۰/۰۷	۰/۰۷۲۸	۰/۰۷۷۱	W
۰/۰۰۶۷	۰/۰۰۶۷	۰/۰۰۶۶	۰/۰۰۵۸	۰/۰۷	۰/۰۰۶۱	۰/۰۰۶۱	۰/۰۰۶۵	۰/۰۰۷۳	۰/۰۰۶۵	۰/۰۰۶۷	۰/۰۰۶۵	۰/۰۰۶۶	۰/۰۰۶۹	۰/۰۰۷۳	W

منبع: یافته‌های تحقیق

در مرحله بعد برای حل مدل برنامه‌ریزی آرمانی، راهبردهای (WO1....) به‌عنوان راهبرد  $\lambda_m$  ( $i = 1, 2, \dots, 9$ ) طبقه‌بندی شدند. برنامه‌ریزی خطی از نوع ترکیبی برای انتخاب راهبرد مؤثر و مهم استفاده شده است. مدل تحقیق حاضر، بر اساس آنچه در بخش ۳-۴ مطرح شد، به‌صورت زیر فرمول‌بندی شده است:

تابع هدف:

$$\text{Min} = [0/073, \dots, 0/067] d_1^+ + [0/073, \dots, 0/067] d_1^- + \dots + [0/073, \dots, 0/067] d_7^+ + [0/073, \dots, 0/067] d_7^-$$

محدودیت‌ها:

$$AX - D^+ + D^- = T$$

$$X = [x_1, x_2, \dots, x_9]$$

$$\{D^+, D^-, T\} = \begin{bmatrix} d_1^+ & d_1^- & 9/75 \\ d_2^+ & d_2^- & 9/75 \\ d_3^+ & d_3^- & 9/75 \\ d_4^+ & d_4^- & 9/75 \\ d_5^+ & d_5^- & 9/75 \\ d_6^+ & d_6^- & 9/75 \\ d_7^+ & d_7^- & 9/75 \end{bmatrix}$$

$$6/5x_1 + 4/5x_2 + \dots + 2/7x_9 + d_1^- - d_1^+ = 9/75$$

M

$$8/1x_2 + 7/4x_3 + \dots + 8x_4 + d_2^- - d_2^+ = 9/75$$

$$\sum_{i=1}^9 x_i = 1$$

$$x_i \in \{0, 1\}, \quad i = 1, 2, \dots, 9$$

$$W = [W_1, W_2, \dots, W_{15}]$$

$$= \left[ \begin{array}{cccccccc} 0/073, & 0/069, & 0/066, & 0/065, & 0/067, & 0/065, & 0/073, & 0/065, \\ 0/061, & 0/061, & 0/070, & 0/058, & 0/066, & 0/067, & 0/067 \end{array} \right]$$

A، ماتریس تصمیم‌گیری مربوط به جدول ۶، X، بردار متغیرهای تصمیم (WO1 تا WT3)،  $D^+$  و  $D^-$  بردارهای هدف و T، بردار هدف (9/75) است.  $x_i = 1$  نشان می‌دهد که راهبرد انتخاب‌شده به‌عنوان راهبرد  $\lambda_m$ ، راهبرد مؤثر و مهمی است. مدل، با استفاده از نرم‌افزار LINGO حل شده و نتایج در جدول ۷ نشان داده شده است. نتایج نشان می‌دهد که راهبرد «هماهنگی بین سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دولت (نیروی انتظامی، شهرداری، وزارت کشور، وزارت اطلاعات، وزارت راه، قوه قضائیه و ...) و کشورها و سازمان‌های بین‌المللی برای حفاظت از محوطه‌ها» (WO5)، مهم‌ترین و مؤثرترین راهبرد حفاظتی در توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران است.

جدول ۷. نتایج حل مدل

تابع هدف	$x_i (i = 1, 2, \dots, 7 \cap i \neq 5)$	$X_5$	مورد
۲/۵۳	.	۱	مقدار

با تکرار گام سوم به ترتیب اولویت راهبردهای به صورت زیر است.

WO5>WO2>WO3>WT3>WO4>WO1>WT2

### نتیجه‌گیری

گردشگری میراث به طور فزاینده‌ای رشد پیدا کرده و به بخش مهمی از تصمیم‌های سفر تبدیل شده است (Han, 2016). بخش عمده‌ای از افزایش تقاضا برای سفر، مستقیماً از تلقی میراث فرهنگی به عنوان منبعی برای گردشگری نشأت می‌گیرد (اشرف گنجویی، ۱۳۹۳). در بررسی تحقیقات انجام شده در برخی از مطالعه‌ها تنها به نقش میراث فرهنگی در توسعه گردشگری بدون در نظر گرفتن راهبردی برای توسعه آن پرداخته شده است (بهمند، ۱۳۹۴؛ Ramsey & Everitt, 2008).

تحقیقات مربوط به بررسی توسعه گردشگری میراث، به مطرح کردن تجربه کشورهای مختلف در این زمینه و بررسی فرصت‌ها، محدودیت‌ها و همچنین از نظر اقتصادی به این موضوع پرداختند. همچنین تنها راهبردهای بازاریابی گردشگری میراث بررسی شده است (Kumar, 2014; Li & Lo, 2005; Ismagilova et al, 2015; Van der Merwe, 2013). در تحقیقی که در آفریقای جنوبی جهت تدوین راهبردهایی برای توسعه و ارتقای گردشگری میراث انجام شده است تنها به ارائه راهبردهای توسعه پرداخته شده است (واحد ملی گردشگری آفریقای جنوبی، ۲۰۱۱). در زمینه محوطه‌های تاریخی نیز تنها به شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید این محوطه‌ها پرداخته شده است و راهبردی در جهت توسعه و بهبود آن‌ها ارائه نشده است (Nawi & Choy, 2014; Somuncu & Yigit, 2010). محوطه‌های تاریخی از رایج‌ترین منابع گردشگری میراث هستند. در ایران کثرت محوطه‌های تاریخی حفاظت از این میراث ارزشمند را پراهمیت‌تر می‌سازد. حفاظت از محوطه‌های تاریخی وظیفه ذاتی مدیران و مسئولان متولی در این حوزه است. از این رو در این پژوهش سعی می‌شود نه تنها به شناسایی نقاط قوت،



ضعف، فرصت و تهدید در زمینه توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران با تأکید بر حفاظت از محوطه‌ها پرداخته شود، بلکه برای رتبه‌بندی راهبردهای حفاظتی توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره ترکیب با برنامه‌ریزی آرمانی و تئوری فازی استفاده شده است. در روش ارائه‌شده عبارات کلامی برای اندازه‌گیری اثربخشی و انتخاب راهبردی که می‌تواند منجر به دستیابی به اهداف تعیین‌شده توسط خبرگان شود، مورد استفاده قرار گرفته است. با استفاده از نتایج این تحقیق می‌توان به تنظیم نقشه راهی برای توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران و اتخاذ تدابیری به‌منظور جذب بیشتر گردشگران داخلی و خارجی پرداخت. در این پژوهش ابتدا با بررسی ادبیات تحقیق، تعداد ۱۵ مورد (جدول ۱) به‌عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی استخراج شد. از بین عوامل شناسایی‌شده، با نظرخواهی از خبرگان، تعداد ۸ عامل به‌عنوان نقطه‌ضعف، ۴ عامل به‌عنوان فرصت و ۳ عامل به‌عنوان تهدید در زمینه توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران با تأکید بر حفاظت از محوطه‌ها تعیین شد. با توجه به میزان اهمیتی که برای هر یک از نقاط به دست آمد، نتایج نشان داد که «عدم توازن بین حفاظت از محوطه‌های تاریخی و سرعت تخریب آن‌ها» و «ضعف در اعمال نظارت نسبت به رفتار مخاطبان» مهم‌ترین نقاط ضعف، «مشارکت جامعه محلی»، مهم‌ترین فرصت و «بلاهای طبیعی» و «آلودگی بصری ناشی از ساخت‌وسازهای خارج از کنترل و ایجاد منظر و دید نامطلوب در پس‌زمینه محوطه»، مهم‌ترین تهدیدها در زمینه توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران با تأکید بر حفاظت از محوطه‌ها هستند. با استفاده از روش SWOT و تطابق نقاط ضعف و فرصت (راهبردهای محافظه‌کارانه) و ضعف و تهدید (راهبردهای تدافعی) با یکدیگر، تعداد ۷ راهبرد حفاظتی توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران شامل «استفاده از آخرین دستاوردهای فناوری‌های نوین برای حفاظت از محوطه‌های تاریخی»، «تنظیم دستورالعمل‌هایی برای حفاظت، مرمت، نگهداری و مدیریت محوطه‌های تاریخی، رعایت ضوابط حفاظتی اعلام شده از سوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و

گردشگری کشور، ضوابط ملی و بین‌المللی و ظرفیت محوطه‌های تاریخی برای انجام عملیات عمرانی (مانند تغییر کاربری، ساخت جاده و ...) مربوط به محوطه‌های تاریخی»، «برانگیختن مشارکت جامعه محلی و آموزش نیروی کار بومی جهت بهره‌گیری از آن‌ها در پایگاه‌های محوطه‌های تاریخی»، «هماهنگی بین سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، دولت (نیروی انتظامی، شهرداری، وزارت کشور، وزارت اطلاعات، وزارت راه، قوه قضائیه و ...) و کشورها و سازمان‌های بین‌المللی برای حفاظت از محوطه‌ها»، «استفاده از آخرین دستاوردهای فناوری‌های نوین برای حفاظت از محوطه‌های تاریخی»، «وضع ضمانت‌های اجرایی کارآمد برای تحکیم قوانین مرتبط با کنترل و جلوگیری از تجاوز و گسترش سازه‌های مسکونی به حریم و عرصه تاریخی محوطه و هماهنگی ارگان‌ها در تعیین مرزهای مالکیت محوطه‌های تاریخی» و «ارتقای حفاظت اصولی از محوطه‌های تاریخی از طریق آموزش و بهره‌گیری از افراد متخصص در این زمینه» به دست آمد. از بین راهبردهای ارائه‌شده، نتایج ترکیب روش برنامه‌ریزی آرمانی با تئوری فازی نشان داد که راهبرد «هماهنگی بین سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، دولت (نیروی انتظامی، شهرداری، وزارت کشور، وزارت اطلاعات، وزارت راه، قوه قضائیه و ...) و کشورها و سازمان‌های بین‌المللی برای حفاظت از محوطه‌ها» از اولویت بیشتری نسبت به سایر راهبردها برخوردار است.

حفاظت از میراث فرهنگی مربوط به یک دستگاه خاص نیست و همه به‌نوعی در حفظ آن مسئولیت دارند. آشنایی دستگاه‌ها با میراث فرهنگی مربوط به خود ضروری است، هر دستگاهی می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌ها به آثار تاریخی حوزه خود توجه کند. سازمان میراث فرهنگی باید برای حفظ آثاری که دیگر تکرار نخواهند شد با برخی دستگاه‌ها به‌طور خاص گفتگو و تعامل داشته باشد و نشست‌هایی بین دستگاه‌های اجرایی مختلف برای بررسی راهکارهای حفاظت از محوطه‌های تاریخی ایران به‌منظور توسعه گردشگری برگزار شود. همچنین به‌منظور آگاهی از تازه‌ترین دستاوردهای مربوط به حفاظت از

محوطه‌های تاریخی و استفاده از الگوهای جهانی می‌توان به برگزاری نشست‌هایی با حضور کشورها و سازمان بین‌المللی در این حوزه پرداخت.

با توجه به اینکه هماهنگی بین سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، از اولویت بالاتری نسبت به سایر راهبردها برخوردار است، پیشنهاد می‌شود موارد زیر جهت عملیاتی‌ساختن این راهبرد مدنظر قرار گیرد:

- تکمیل نیروی یگان حفاظت از میراث فرهنگی توسط ارگان‌های مرتبط مانند نیروی انتظامی؛

- پیگیری امور مرتبط با تعیین مالکیت و حدود دخل و تصرف در محوطه توسط ارگان‌های مربوط؛

- استفاده از نظرات متخصصان حفاظت و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری و دستورالعمل‌های بین‌المللی در عملیاتی‌کردن طرح‌های عمرانی و مرمت محوطه‌های تاریخی؛

- برنامه‌ریزی جهت تشکیل جلسات مشترک کارشناسی با سایر ارگان‌های مرتبط (از جمله شهرداری)؛

- هماهنگی تمامی ارگان‌ها و سازمان‌های ذی‌صلاح نظامی و امنیتی به‌منظور نقشه‌برداری و مستندسازی محوطه‌های تاریخی؛

- برقراری سیستم رادپویی در محوطه‌های تاریخی در راستای حفاظت از آن‌ها با همکاری نیروی انتظامی و یگان حفاظت؛

- الزام ارگان‌هایی مانند شهرداری به هماهنگی و دریافت پروانه از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری برای اجرای طرح‌های خود؛

- ارائه آموزش‌های لازم از سوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به کارشناسان شهرداری در زمینه حفاظت از محوطه‌های تاریخی؛

- الزام تمام دستگاه‌های اجرایی به اخذ مجوزهای لازم از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری پیش از آغاز طرح‌های عمرانی و توسعه از قبیل: سدسازی، راه‌سازی، احداث مجتمع‌های صنعتی و غیره.

همچنین برای حفاظت از محوطه‌های تاریخی پیشنهاد می‌شود متولیان حوزه

حفاظت با نظارت نسبت به رفتار مخاطبان در زمینه‌هایی مانند تخریب آثار، یادگاری‌نویسی، ریختن زباله در محوطه‌های تاریخی و به‌طور کلی هرگونه رفتار ناهنجار با بهره‌گیری از سیستم نظارت و پایش آنلاین در محوطه‌ها به نظارت دقیق بر گردشگران و کنترل حضور آنها بپردازند.

در این پژوهش به بررسی راهبردهای حفاظتی توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران پرداخته شده است. بجاست که در پژوهش‌های آینده سایر راهبردهای مربوط به توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی ایران در زمینه‌هایی مانند بازاریابی، مورد بررسی قرار گیرد. بررسی مسائل مربوط به طرف تقاضا و گردشگران در زمینه گردشگری محوطه‌های تاریخی نیز می‌تواند موضوع مورد بررسی در تحقیق‌های آینده باشد.

## پی‌نوشت

۱. در این تحقیق تأکید بر محوطه‌های تاریخی ثبت شده ملی در ایران است که از پتانسیل گردشگری برخوردار هستند. لازم به ذکر است که بر اساس آمار دفتر امور پایگاه‌ها در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در سال ۱۳۹۵، تعداد ۳۰ مورد از پایگاه‌های میراث فرهنگی به محوطه‌های تاریخی ثبت شده در سطح ملی اختصاص دارد.

## منابع

- اشرف گنجویی، عادل (۱۳۹۳). «مقایسه عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات در ارگ‌های تاریخی استان کرمان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
- آزادخانی، پاکزاد و آمنه فتحی (۱۳۹۴). «بررسی نقش میراث فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری در توسعه گردشگری (نمونه موردی شهرستان گیلانغرب)»، همایش بین‌المللی جغرافیا و توسعه پایدار.
- باورساد، مرضیه و مجتبی انصاری (۱۳۹۵). «مدیریت و توسعه پایدار منظر فرهنگی چشمه علی ری»، علوم و تکنولوژی محیط‌زیست، سال هجدهم، شماره ۳، ۲۲۳-۲۳۵.
- بهمند، داداله (۱۳۹۴). «بررسی نقش میراث فرهنگی در توسعه گردشگری شهرستان سردشت»، اولین کنگره بین‌المللی زمین، فضا و انرژی.
- پوریوسف‌زاده، سارا، محمدرضا بمانیان و مجتبی انصاری (۱۳۹۱). «معیارهای مرمت منظر محوطه‌های تاریخی و طبیعی با تأکید بر محوطه بیستون کرمانشاه»، باغ نظر، سال نهم، شماره ۲۲، ۴۴-۳۵.
- توحیدی، فائق (۱۳۸۸). *آشنایی با میراث فرهنگی آموزش عمومی*، چاپ دوم، تهران: سبحان نور.
- تیموئی، دالنجی (۱۳۹۴). *میراث فرهنگی و گردشگری*، ترجمه اکبر پورفرج و دیگران، تهران: مهربان نشر.
- دیوید، فرد. آر. (۱۳۹۳). *مدیریت استراتژیک*، ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی،

- چاپ سی و چهارم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. شورمبج، رمضانعلی و مزده شوشتری (۱۳۹۳). «شناخت توان‌ها و محدودیت‌های گردشگری تاریخی در شهرستان قزوین با استفاده از مدل SWOT»، اولین همایش ملی گردشگری، درآمد و فرصت، همدان.
- شیرازیان، رضا. (۱۳۹۲). *جذابیت در بناها و محوطه‌های تاریخی*، تهران: دستان. صالحی پور، محمدرضا (۱۳۹۴). *مدیریت گردشگری میراث فرهنگی (راهنمای عمل)*، اصفهان: چهارباغ.
- ضرغام بروجنی، حمید و سیدمحمد بهشتی (۱۳۹۴). «سهام میراث فرهنگی در توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران»، نخستین همایش ملی میراث فرهنگی و توسعه پایدار.
- ضرغام بروجنی، حمید و علی اصغر شالبافیان (۱۳۹۱). *سیاست‌های گردشگری کشورها (مطالعه‌ای تطبیقی)*، تهران: مهکامه.
- عباس‌زاده، مظفر، اصغر محمدمرادی و الناز سلطان‌احمدی (۱۳۹۴). «نقش ارزش‌های میراث معماری و شهری در توسعه گردشگری فرهنگی مطالعه موردی: بافت تاریخی ارومیه»، *مطالعات شهری*، شماره ۱۴، ۹۰-۷۷.
- فیلدن، برنارد و یوکا یوکیلتو (۱۳۹۳). *مدیریت در محوطه‌های میراث جهانی*، ترجمه پیروز حناچی، چاپ سوم، تهران: دانشگاه تهران.
- موسوی، میرنجم، اسحاق جلالیان و علی باقری کشکولی (۱۳۹۳). «نقش مصنوعات معنادار فرهنگی در توسعه گردشگری شهری در شهرهای حوزه خلیج فارس با تأکید بر موسیقی (مطالعه موردی: بوشهر)»، *دهمین همایش ملی علمی-فرهنگی خلیج فارس*، مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران.
- میرحسینی، سیدامیرحسین و هومن بهمن پور (۱۳۹۳). «چالش‌های گردشگری در مناطق دارای میراث فرهنگی»، *اولین کنگره بین‌المللی افتخارهای جدید در معماری و شهرسازی*.
- Arasli, H. & Baradarani, S. (2014). "European Tourist Perspective on Destination Satisfaction in Jordan's industries", *Procedia-Social and Behavioral Science*, Vol.109, 1416-1425.
- Baram, U. (2008). "Tourism and Archaeology" In *Encyclopedia of Archaeology*, edited by Deborah M. Pearsall, Vol.3, 2131-2134.
- Bell, G. G. & Rochford, L. (2016). "Rediscovering SWOT's integrative nature: A new understanding of an old framework", *The International Journal of Management Education*, Vol.14, No.3, 310-326.
- Garrod, B., & Fyall, A. (2000). "Managing heritage tourism", *Annals of tourism research*, Vol.27, No.3, 682-708.
- Ghanem, M. M., & Saad, S. K. (2015). Enhancing sustainable heritage tourism

- in Egypt: challenges and framework of action”, *Journal of Heritage Tourism*, Vol.10, No.4, 357-377.
- Gündüz, E. L. I. F. & Erdem, R. A. H. M. I. (2010, July). The perceived impacts of tourism development at cultural heritage sites–Mardin Sample. In *The 14th International Planning History Society Conference* (pp. 12-15).
- Han, D. I. (2016). *The development of a quality function deployment (QFD) model for the implementation of a mobile augmented reality (AR) tourism application in the context of urban heritage tourism* (Doctoral dissertation, Manchester Metropolitan University).
- Ismagilova, G. Safiullin, L. & Gafurov, I. (2015). “Using Historical Heritage as a Factor in Tourism Development”, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol.188, 157-162.
- Joukowsky, M. (1980). *A complete manual of field archaeology. Tools and techniques of field work for archaeologists*, Prentice-Hall, Inc..
- Khan, M. I. (2018). “Evaluating the strategies of compressed natural gas industry using an integrated SWOT and MCDM approach”, *Journal of Cleaner Production*, Vol.172, 1035-1052.
- Kong, W. H. (2010). *Development of a structural model for quality cultural heritage tourism* (Doctoral dissertation, Nottingham Trent University).
- Kruger, C. (2006). *Heritage resource management in South Africa: a case study of the Voortrekker Monument Heritage Site*, Pretoria (Doctoral dissertation, University of Pretoria).
- Kumar, K. (2014). “Marketing world heritage sites: a case study of product rejuvenation and promotion of world heritage sites in India”, *International Journal of Tourism and Travel*, Vol.7, No.(1/2), 14-22.
- Li, Y. & Lo, L. B. R. (2005). “Opportunities and constraints of heritage tourism in Hong Kong's changing cultural landscape”, *Tourism and Hospitality Research*, Vol.5, No.4, 322-345.
- Mabulla, A. Z. (2000). “Strategy for cultural heritage management (CHM) in Africa: A case study”, *African Archaeological Review*, Vol.17, No.4, 211-233.
- Mahjouri, M. Ishak, M. B. Torabian, A. Manaf, L. A. & Halimoon, N. (2017). “The application of a hybrid model for identifying and ranking indicators for assessing the sustainability of wastewater treatment

- systems”, *Sustainable Production and Consumption*, Vol.10, 21-37.
- McCluskey, P. & McCluskey, P. (2008). *Shark Bay World Heritage Property: Strategic Plan 2008-2020*, Department of Environment and Conservation.
- Merwe, C. D. V. D. (2016). “Tourist guides’ perceptions of cultural heritage tourism in South Africa”, *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, Vol.34, No.34, 117-130.
- Millar, S. (1989). “Heritage management for heritage tourism”, *Tourism Management*, Vol.10, No.1, 9-14.
- National Department of Tourism. (2011). *Final draft national heritage and cultural tourism strategy*, Tourism republic of South Africa.
- Nawi, N. F. B. M. & Choy, E. A. (2014). “Analysis of strengths-weaknesses-opportunities-threats of maliau basin as a World Heritage Site”, *Research Journal of Applied Sciences*, Vol.9, No.8, 474-480.
- Nemaheni, T. I. (2006). *A cultural heritage resource management plan for Thulamela heritage site* (Doctoral dissertation, University of Pretoria).
- Pesonen, M. Kurttila, M. Kangas, J. Kajanus, M. & Heinonen, P. (2001). “Assessing the priorities using A’WOT among resource management strategies at the Finnish Forest and Park Service”, *Forest Science*, Vol.47, No.4, 534-541.
- Ramsey, D. & Everitt, J. (2008). “If you dig it, they will come!: Archaeology heritage sites and tourism development in Belize, Central America,” *Tourism Management*, Vol.29, No.5, 909-916.
- Rauch, P. Wolfsmayr, U. J. Borz, ... & Mühlberg, C. (2015). “SWOT analysis and strategy development for forest fuel supply chains in South East Europe”, *Forest Policy and Economics*, Vol.61, 87-94.
- Ruhanen, L. (2010). “Where’s the Strategy in Tourism Strategic Planning? Implications for Sustainable Tourism Destination Planning”, *Journal of Travel and Tourism Research*, Vol.10, No.(1/2), 58-76.
- Skalna, I. Rebiasz, B. Gawel, B. Basiura, B. Duda, J. Opila, J. & Pelech-Pilichowski, T. (2015). *Advances in fuzzy decision making*, *Studies in Fuzziness and Soft Computing*. Springer, New York.
- Somuncu, M & Yigit, T. (2010). “World Heritage Sites in Turkey: Current Status and Problems of Conservation and Management”, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, Vol.8, No.1,1-26.



- Su, M. M. & Wall, G. (2014). "Community participation in tourism at a world heritage site: Mutianyu Great Wall, Beijing", *China International Journal of Tourism Research*, Vol.16, No. 2, 146-156.
- UNWTO. (2014). Tourism Highlights. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416226>.
- Wang, X. P. Zhang, J. & Yang, T. (2014). "Hybrid SWOT approach for strategic planning and formulation in China Worldwide Express Mail Service", *Journal of applied research and technology*, Vol.12, No.2, 230-238.
- Wang, Y. J. Wu, C. & Yuan, J. (2010). "Exploring visitors' experiences and intention to revisit a heritage destination: The case for Lukang, Taiwan", *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Vol.11, No.3, 162-178.
- Wang, Z. Yang, Z. Wall, G. Xu, X. Han, F. Du, X. & Liu, Q. (2015). "Is it better for a tourist destination to be a World Heritage Site? Visitors' perspectives on the inscription of Kanas on the World Heritage List in China", *Journal for Nature Conservation*, Vol.23, 19-26.

