



History & Culture

Vol. 49, No. 2, Issue 99

Autumn & Winter -2017-2018

DOI: 10.22067/jhc.v49i2.73024

تاریخ و فرهنگ

سال چهل و نهم، شماره ۲، شماره پیاپی ۹۹

پاییز و زمستان ۱۳۹۶، ص ۳۲-۹

ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی - تاریخی (رویکرد فازی)*

دکتر حمید ضرغام بروجنی^۱

دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

Email: zargham@atu.ac.ir

فاطمه عزیزی

دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی

Email: azizi.fateme1750@gmail.com

چکیده

میراث فرهنگی از مهم‌ترین منابع پایه گردشگری و زمینه‌ساز انواع دیگر این صنعت است. از میان این میراث، محوطه‌های باستانی و تاریخی رایج‌ترین منبع هستند. پژوهش کنونی به مدد شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه این نوع گردشگری و اولویت‌بندی این عوامل بر اساس روش بهینه‌سازی چندمعیاره راه‌حل توافقی فازی، در پی ارائه راهکارهایی جهت توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی است. این پژوهش با روشی توصیفی ابتدا به بررسی ادبیات تحقیق می‌پردازد و سپس بر مبنای روشهای دلفی فازی و روش VIKOR فازی، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری این محوطه‌ها را بررسی و اولویت‌بندی کرده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که «مشارکت بخش خصوصی و دولتی»، «وضعیت زیرساخت‌های محوطه‌های تاریخی»، «آموزش مردم محلی در مورد اهمیت محوطه‌های تاریخی»، «پژوهش مستمر در زمینه محوطه‌های تاریخی» و «پایش مداوم آنها»، به ترتیب پنج عامل اصلی مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی هستند.

کلیدواژه‌ها: محوطه‌های باستانی، روش دلفی فازی، راه‌حل توافقی (VIKOR) فازی، بهینه‌سازی چند

معیاره.

*. تاریخ وصول: ۱۳۹۷/۰۲/۰۶؛ تاریخ تصویب نهایی: ۱۳۹۷/۰۴/۳۱.

۱. نویسنده مسئول

مقدمه

امروزه گردشگری از عوامل مؤثر گسترش روابط ملت‌ها و ایجادکننده فرصت‌های شغلی و تعاملات اجتماعی - فرهنگی است (Sariisik et al, 2011). این صنعت برای کشورهای درحال توسعه از آن جهت که منبع رشد و توسعه و کسب درآمد محسوب می‌شود، اهمیتی ویژه دارد (Andrades & Dimanche, 2017).

فراگیرترین و رو به رشدترین بخش این صنعت، گردشگری میراث فرهنگی است (Huh et al, 2006). به گفته سازمان جهانی گردشگری، گردشگری میراث بیش از ۴۰ درصد از این صنعت را در جهان تشکیل می‌دهد و انتظار رشد مستمر آن می‌رود (Wang et al, 2010). منابع گردشگری میراث (ملموس و ناملموس) منجر به ایجاد فرصت‌های اقتصادی از طریق ایجاد کسب و کارهای جدید و جذب گردشگر می‌شود (Madden & Shipley, 2012). تپه‌های پیش از تاریخ، یادمان‌های باستانی، بناهای قدیمی و محوطه‌های باستان‌شناختی از رایج‌ترین منابع گردشگری میراث هستند (تیموثی، ۲۰۱۱، ۳۴۲). در سراسر جهان، این محوطه‌ها عاملی جهت عرضه میراث ملی و جذب گردشگر به شمار می‌روند (Wang et al., 2015).

وابستگی متقابل گردشگری و میراث فرهنگی با گذشت زمان آشکارتر شده است. میراث فرهنگی بنیانی برای توسعه گردشگری است و گردشگری نیز بالقوه قابلیت تأمین منابع مالی برای حفاظت از میراث فرهنگی را فراهم می‌کند (ضربغام و بهشتی، ۱۳۹۴). جوامع مختلف سعی دارند تا با استفاده از توسعه گردشگری میراث بتوانند فرهنگ و منابع فرهنگی خود را به دنیا عرضه کرده و برای توسعه اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کشورهای خود گام بردارند (صالحی‌پور، ۱۳۹۴، ۲۲). یکی از مزیت‌های کشور ایران در جذب گردشگر برخورداری از میراث فرهنگی ملموس از قبیل محوطه‌ها و بناهای تاریخی و باستانی است. آمار نشان می‌دهد که نزدیک به ۳۷ درصد از گردشگران ورودی ایران را گردشگران میراث تشکیل می‌دهند (WTTC, 2010). براساس آمار دفتر حفظ و احیای بناها، محوطه‌ها و بافت‌های تاریخی سازمان میراث فرهنگی کشور تا پایان سال ۱۳۹۵، ۳۲۳۰ محوطه در نقاط مختلف کشور ثبت شده است و ۲۹ مورد از پایگاه‌های میراث فرهنگی به محوطه‌های باستانی و تاریخی اختصاص دارد (دفتر امور پایگاه‌ها، معاونت میراث فرهنگی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۹۷).

شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و اولویت‌بندی آنها این امکان را برای تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان فراهم می‌آورد تا منابع مالی و معنوی خود را بر اساس نیازهای اصلی و محدودیت منابع، مدیریت کرده حداکثر بهره‌برداری را به عمل آورند. تحقیق کنونی با شناسایی عوامل

مؤثر بر توسعه این نوع گردشگری و اولویت‌بندی این عوامل به کمک روش بهینه‌سازی چندمعیاره و راه‌حل توافقی (VIKOR)^۱ فازی در پی ارائه راهکارهایی برای توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی - تاریخی دارای پایگاه و اطلاعات پایه و قابلیت گردشگری است. این پژوهش ابتدا ادبیات تحقیق را بررسی خواهد کرد و سپس با استفاده از روش دلفی فازی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی را استخراج و در ادامه این عوامل را با استفاده از روش VIKOR فازی اولویت‌بندی می‌کند.

۱. مفاهیم

با افزایش روزافزون تقاضای سفر و تبدیل شدن صنعت گردشگری به یکی از بزرگترین صنایع جهان، لازم است هر کشور جهت جذب گردشگران بالقوه در راستای توسعه اجتماعی- اقتصادی و رشد زیربنایی خود تلاش کند (Arasli & Baradarani, 2014). کشور ایران با برخورداری از سابقه دیرین تمدن و فرهنگ، طبیعت و شرایط اقلیمی گوناگون و دیگر مزیت‌ها، توانایی فرارگیری در جایگاه مناسب مقصدهای پرجاذبه گردشگری در سطح آسیا و جهان را دارا است (جعفری صمیمی و خیره، ۱۳۹۲). بهره‌گیری از این تنوع از طریق انواع مختلف گردشگری اعم از میراث، دینی، رویدادی و بوم‌گردی میسر است.

۱.۱. گردشگری میراث

میراث، نه تنها بخشی از تاریخ را شکل می‌دهد بلکه جنبه‌هایی از فرهنگ، هویت و زبان معاصر را نیز در بر می‌گیرد. میراث می‌تواند به عنوان باقی‌مانده‌های ملموس و ناملموس از فرایند تاریخی نیز تعریف شود (Trinh & Ryan, 2017). میراث فرهنگی ملموس به عناصر قابل لمس باقی‌مانده از گذشته، مثل یادمان‌ها و بناهای تاریخی اشاره دارد و به دو نوع کلی منقول^۲ و غیرمنقول^۳ تقسیم می‌شود (UNESCO, 2007: 13). میراث فرهنگی منقول شامل اشیای باستانی و تاریخی و هنری است که در گنجینه‌های ملی و شخصی نگهداری می‌شوند. میراث فرهنگی غیرمنقول شامل تپه‌ها، محوطه‌ها، بناها، کتیبه‌ها، نقش برجسته‌ها، گورستان‌های باستانی، شهرها و بافت شهری است (توحیدی، ۱۳۸۸: ۱۱).

مفاهیم گردشگری و میراث مربوط به ادبیات معاصر این صنعت است. مفهوم میراث بر ارزش‌ها، باورها و ایده‌ها متمرکز است که ارتباط مستقیمی با میراث فرهنگی جوامع دارد. جذابیت‌های میراث (موزه‌ها و محوطه‌های تاریخی) باعث می‌شود تا مردم محل زندگی خود را برای دیدن آنها ترک کنند و به گردشگر تبدیل شوند. ارتباط بین گردشگری و میراث در قالب گردشگری میراث مطرح می‌شود (Jolliffe

۱. The Vlsekriterijumska Optimizacija I Kompromisno Resenje (VIKOR)

۲. Movable

۳. Immoveable

(Li & Hunter, 2015). زندگی یک جامعه، منطقه، گروه یا نهاد را ارضا می‌کند. (Kong, 2010: 18) بدین صورت تعریف شده است: «دیدار افراد (به جز جامعه میزبان) از آثاری که همه یا بخشی از انگیزه آنها از دیدار (محصولات تاریخی، علمی، فرهنگی یا سبک زندگی یک جامعه، منطقه، گروه یا نهاد) را ارضا می‌کند».

۲.۱. توسعه گردشگری میراث

توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶). گردشگری میراث راهبردی برای توسعه جوامع محلی در کشورهای در حال توسعه محسوب شده و با بهبود زیرساخت‌ها و ایجاد اشتغال منجر به حمایت اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی می‌شود (Ghanem & Saad, 2015).

ظرفیت‌های توسعه گردشگری میراث فرهنگی در هر منطقه به ابعاد گوناگونی مانند منابع مختلف میراث فرهنگی، ظرفیت‌های فرهنگی-اجتماعی، زیرساخت‌ها، ظرفیت‌های نهادی و محیطی مرتبط است. ظرفیت‌های میراث فرهنگی حوزه‌هایی چون معماری سنتی، صنایع دستی، موزه‌ها، محوطه‌ها و یادمان‌های باستانی و غیره را در بر می‌گیرد که به صورت میراث ملموس و ناملموس قابل مطالعه است (ذال، ۱۳۹۵). مهم‌ترین عامل در توسعه گردشگری میراث فرهنگی، شناسایی و مدیریت ظرفیت‌های موجود در حوزه منابع میراث فرهنگی است (Hanafiah et al., 2013).

۳.۱. محوطه باستانی و تاریخی

محوطه‌های تاریخی که عموماً جاذبه‌های گردشگری منحصر به فردی هستند، به محوطه‌هایی اطلاق می‌شود که بقایای دوره‌های گذشته در آن به صورت آشکار یا مدفون وجود دارد (شاهورانی، ۱۳۹۳: افخمی، ۱۳۸۶: ۱۰۱).

محوطه‌های میراث فرهنگی که دارای ارزش‌های زیباشناختی، تاریخی، اجتماعی، علمی، مذهبی، اقتصادی و آموزشی هستند، هر یک خصوصیات خود را دارند (افخمی، ۱۳۸۶: ۱۰۲). محوطه‌ها اغلب براساس زمینه‌های تاریخی و پیش از تاریخ، کارکرد، ماهیت توپوگرافی یا مطابق با مشاغل ایجاد کرده، طبقه‌بندی می‌شوند. اساساً محوطه‌ها را به هفت طبقه اصلی تقسیم می‌کنند که عبارتند از: دشت‌های پیش از تاریخ یا کرانه رودخانه‌ها، غارها، تپه‌ها، شهرهای تاریخی، مکان‌های مذهبی، گورستان و مقبره‌ها و محوطه‌های زیر آب (Joukowsky, 1980: 35-37).

امروزه جمعیت جهان، تحرک و جنب و جوش بیشتری نسبت به گذشته دارد و تعداد قابل توجهی از افراد، از اماکن باستانی و تاریخی بازدید می‌کنند. فشار ناشی از موج قابل توجهی از بازدیدها، این اماکن را متحمل خسارت‌های زیادی کرده است. استفاده بیش از حد و بی‌دقتی دیدارکنندگان از بناها و آثار تاریخی باعث آسیب جدی به آنها می‌شود. محیط‌های تاریخی منابع غیرقابل تجدید هستند. اثرات فیزیکی شدیدترین و ژرف‌ترین اثرات گردشگران بر کالبد فیزیکی محیط است که از آن جمله می‌توان به سائیدگی (مانند ناپدیدشدن نقوش و حکاکی‌ها به دلیل لمس بیش از حد این آثار توسط گردشگران)، وندالیسم (اماکن باستانی زیادی توسط دیوارنوشته‌ها کنده، نقاشی یا حکاکی می‌شوند. این موضوع نه تنها از حس معنوی مکان و تجربه زیباشناختی آن می‌کاهد بلکه ارزش علمی آنها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد)، آلودگی زباله (جذابیت زیبایی‌شناسی مکان در اثر افزایش زباله به طور قابل توجهی کاهش یافته و منجر به ایجاد مناظر زشت می‌شود. ریختن زباله می‌تواند اثرات جدی و ماندگاری در سطوح حساس باقی گذارد.) و آلودگی هوا (گازهای ناشی از سوخت خودروها منجر به واکنش شیمیایی در بنای ساختمان‌های تاریخی می‌شود) اشاره کرد (Nkwanyana, 2012).

برخی از مهم‌ترین موضوعات در زمینه اداره منابع ملموس گردشگری میراث (به ویژه محوطه‌های تاریخی) در جهت توسعه گردشگری عبارتند از:

- **مدیریت بازدیدکنندگان:** بازدیدکنندگان معمولاً به عنوان بخشی از مدیریت و عملکرد محوطه‌های میراثی پذیرفته شده‌اند، از اینرو مدیران به دنبال شیوه‌هایی برای ارتقای تجربه بازدیدکننده هستند. این موضوع منجر به عایدی اضافی از طریق بازدید مجدد و تبلیغات مثبت دهان به دهان می‌شود. همچنین موجب می‌شود افراد به میراث احترام گذاشته و برای حفظ آن تلاش کنند. تلاش‌ها در زمینه مدیریت بازدیدکنندگان به کاهش اثرات منفی اجتماعی و اکولوژیکی (مانند ازدحام و فرسایش) کمک می‌کند (تیموثی، ۲۰۱۱، ۳۱۷-۳۱۸).

- **حفاظت:** بدان جهت که منابع میراث غیرقابل جایگزین هستند، حفاظت از آنها مهم‌ترین مسئله در مدیریت گردشگری است (Millar, 1989). حفاظت از آن جهت نیز اهمیت دارد که آنها برای اهدافی مانند آموزش، تحقیق و گردشگری نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند (Nemaheni, 2006). موارد مربوط با حفاظت مناسب از محوطه‌های تاریخی، شامل شناسایی و ارزیابی اهمیت محوطه، مستندسازی محوطه تاریخی و انتخاب روش حفاظتی مناسب است (Kruger, 2006).

- **بازاریابی:** بازاریابی یکی از مهم‌ترین جنبه‌های مدیریت محوطه‌های تاریخی است که اغلب، نادیده گرفته می‌شود. جاذبه‌های موفق مواردی هستند که از رویکرد نظام‌مند و حرفه‌ای در حوزه بازاریابی

برخورد دارند و توجه کافی به تحقیق بازار، دیدگاه‌های راهبردی بلندمدت، سرمایه‌گذاری کافی برای بازاریابی، اهمیت تبلیغات دهان به دهان و اهمیت آموزش کارکنان در این زمینه دارند (Kruger, 2006).

- **چارچوب قوانین و مقررات:** وضعیت مالکیت یک محوطه می‌تواند ملی، استانی، محلی، دولتی یا مربوط به بخش خصوصی یا افراد باشد. این موضوع، قوانین و سیاست‌های مربوط به اداره یک محوطه را مشخص می‌کند. تمام مدیران محوطه‌های تاریخی باید به قوانین و مقررات مربوط به مدیریت محوطه‌های تحت مدیریت خود پایبند باشند (Kruger, 2006).

- **منابع مالی:** بدون سرمایه‌گذاری، هیچ‌گونه مدیریتی قادر به انجام درست وظایف خود نیست. سرمایه‌گذاری در مدیریت محوطه‌های تاریخی به بدنه کنترلی بستگی دارد (Kruger, 2006). استفاده از ورودیه، راهبردی برای حرکت میراث به سمت پایداری است. نه تنها قیمت ورودیه فرصتی را برای اداره کردن تعداد گردشگران فراهم می‌کند، بلکه منبع بالقوه مهمی برای مدیریت تأثیرات آنها است و برای سرمایه‌گذاری برنامه‌های حفاظتی ضروری است (Garrod & Fyall, 2000).

- **آموزش:** افراد داوطلب و کارکنان مدیریت و حرفه‌ای باید دوره‌های بازآموزی را بگذرانند. یک راهبرد آموزشی با برنامه‌ریزی دقیق که بخشی از برنامه سازمان را شکل می‌دهد هم برای سازمان‌ها و هم افراد سودمند است. این برنامه‌ها مواردی از قبیل آموزش مهارت‌ها، صلاحیت‌ها، ارتقا و توسعه، مدیریت، آموزش حرفه‌ای، امنیت و آموزش‌های داوطلبانه را دربر می‌گیرد (تیموثی، ۲۰۱۱، ۴۶۹).

۲. پیشینه تحقیق

ذال (۱۳۹۵) در تحقیقی به واکاوی ظرفیت‌های توسعه گردشگری میراث فرهنگی روستای باستانی میمند کرمان پرداخته است. در پژوهش او بر ظرفیت‌هایی مانند میراث اجتماعی - فرهنگی، زیرساختی و نهادی تأکید شده است. نتایج نشان داد که ظرفیت‌های میراث فرهنگی بیشترین نقش و سهم را در توسعه گردشگری در این منطقه دارند. در این میان شاخص‌های معماری سنتی و هویت، نگرش جامعه محلی، احداث زیرساخت‌ها و تعامل مسئولین با گردشگران به ترتیب مهم‌ترین شاخص‌های ابعاد میراث فرهنگی، اجتماعی - فرهنگی، زیرساختی و نهادی شناخته شده است.

در پژوهش رضایی (۱۳۹۴) تمرکز بر مدیریت مقصد میراث جهانی و رابطه این دو با توسعه گردشگری است. نتایج نشان داد که بعد راهبرد مدیریت مقصد دارای بالاترین اثرگذاری و بیشترین پیش‌بینی‌کننده مثبت توسعه گردشگری در مطالعه موردی بوده و کمترین اثرگذاری، مربوط به بعد ارزیابی مدیریت مقصد است.

در تحقیقی 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، ناشناخته بودن آثار و جاذبه‌ها و عدم محافظت از سایت‌های تاریخی از دلایل عدم توسعه گردشگری در شهرستان گیلانغرب است (آزادخانی و فتحی، ۱۳۹۴).

حسین‌زاده (۱۳۹۳)، به بررسی نقش میراث فرهنگی در توسعه صنعت گردشگری پرداخته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد میراث فرهنگی علاوه بر اینکه یکی از مهمترین عناصر سازنده و قوام‌دهنده هویت انسانی است زمینه‌هایی را فراهم می‌کند که دولت‌ها بتوانند با کنترل و مدیریت پیامدهای منفی گردشگری، ضمن معرفی فرهنگ، تاریخ و هنر خود به جهان، با جذب گردشگر باعث ورود ارز و توسعه کشور شوند.

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

گردشگری میراث یکی از ویژگی‌های قابل توجه معاصر در تعداد زیادی از کشورهای در حال توسعه به ویژه در آفریقا است. از این رو و درمرو با توجه به رشد سریع این نوع گردشگری در آفریقای جنوبی در تحقیقی سیاست راهبردی و منافع گردشگری میراث را برای اقتصاد گردشگری آن کشور مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است (Van Der Merwe, 2013).

فرصت‌ها و محدودیت‌ها برای توسعه گردشگری میراث در هنگ‌کنگ مورد بررسی تحقیقی دیگر قرار گرفته است. هدف از آن تحقیق نیاز به حفاظت از میراث در مقابل چشم‌انداز فرهنگی در حال تغییر است. نتایج آن نشان می‌دهد 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 جامع ادبیات تحقیق، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی در جدول ۱ جمع‌بندی شده است.

جدول ۱- ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی

منبع	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی
برنامه ملی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران	امکان دسترسی به محوطه‌های تاریخی حتی در تعطیلات
Passaic County Department of Planning and Economic Development, 2013; Millar, 1989; Garrod & Fyall, 2000; باورساد و انصاری، ۱۳۹۵، برنامه ملی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران	وجود پارکینگ در محوطه‌ها
UNESCO, 2009; Mauron, 2011; National Strategy Cultural heritage 2015-2025, 2015; Garrod & Fyall, 2000; Ramsey & Everitt, 2008; Gündüz & Erdem, 2010; شورمیچ و شوشتی، ۱۳۹۳، باورساد و انصاری، ۱۳۹۵	وضعیت زیرساخت‌های محوطه‌های تاریخی (حمل و نقل، اقامتگاه‌ها، جاده، خطوط برق)
UNESCO, 2009; National Department of Tourism. 2011; Passaic County Department of Planning and Economic Development, 2013; Garrod & Fyall, 2000; McCluskey & McCluskey, 2008; Palumbo, 2002	آموزش منابع انسانی
Li & Lo, 2005; UNESCO, 2009; Mauron, 2011; National Strategy Cultural heritage 2015-2025, 2015; National Department of Tourism. 2011; McCluskey & McCluskey, 2008; Garrod & Fyall, 2000; Kong, 2010; شورمیچ و شوشتی، ۱۳۹۳	آموزش مردم محلی پیرامون اهمیت محوطه‌های تاریخی
Ramsey & Everitt, 2008; National Strategy Cultural heritage 2015-2025, 2015; Kruger, 2006; McCluskey & McCluskey, 2008; Garrod & Fyall, 2000; Mabulla, 2000; Kong, 2010	برگزاری دوره‌های تخصصی برای راهنمایان تور (در نظر گرفتن دوره‌های تکنیک‌ها و مهارت‌های تفسیر در محوطه‌های تاریخی، حفاظت از محوطه‌های تاریخی)

منبع	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی
اینسکیپ، ۱۳۹۲	آگاه ساختن گردشگران از قوانین و مقررات مربوط به محوطه‌های تاریخی
UNESCO, 2009; National Strategy Cultural heritage 2015-2025, 2015; Northamptonshire County Council, 2016; Kruger, 2006; Jimura, 2016; شوشتری، ۱۳۹۳، شیرازیان، ۱۳۹۲	- بخش‌بندی گردشگران با توجه به انگیزه آنها - استفاده از ابزارهای نوین برای بازاریابی
باورساد و انصاری، ۱۳۹۵، قانون برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران؛ Kruger, 2006; McCluskey & McCluskey, 2008; Garrod & Fyall, 2000	میزان حفاظت از محوطه‌های تاریخی نسبت به سرعت تخریب آنها
سند چشم‌انداز توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری (۱۴۰۴-۱۳۸۴)	تعیین حریم محوطه‌های تاریخی
شیرازیان، ۱۳۹۲؛ Garrod & Fyall, 2000; Gilmore et al., 2007 ک Gü ndü z & Erdem, 2010; Kong, 2010	ورود گردشگران متناسب با ظرفیت تحمل محوطه تاریخی
شیرازیان، ۱۳۹۲، برنامه ملی توسعه گردشگری ایران؛ Palumbo, 2002	استفاده از مصالح بومی جهت مرمت به منظور ایجاد سازه‌های هماهنگ با محیط طبیعی و فرهنگی محوطه
اینسکیپ، ۱۳۹۲، شیرازیان، ۱۳۹۲	تعیین و استقرار کاربری‌های مناسب جدید متناسب با محوطه
پوریوسف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱	حفظ و احیاء منظر محوطه‌های تاریخی
Passaic County Department of Planning and Economic Development, 2013; Garrod & Fyall, 2000; Kruger, 2006; Kong, 2010	اعمال نظارت بر رفتار بعضی از دیدارکنندگان
Passaic County Department of Planning and Economic Development, 2013;; Kruger, 2006; Jimura, 2016; Palumbo, 2002; Mabulla, 2000	یادگارنویسی و دست‌اندازی به محوطه‌های تاریخی

منبع	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی
برنامه ملی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران	مدیریت جمع‌آوری زباله
Li & Lo, 2005; National Strategy Cultural heritage 2015-2025, 2015; Passaic County Department of Planning and Economic Development, 2013	بروزرسانی پایگاه داده میراث فرهنگی
Heritage Management Strategy, 2016; Surugiu, & Surugiu, 2015; Passaic County Department of Planning and Economic Development, 2013	گسترده‌ی استفاده از ابزارهای آنلاین و رسانه‌های اجتماعی توسط مردم
دفتر مطالعات فرهنگی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۶	تناسب مجازات‌های تعیین شده با اهمیت اموال تاریخی
برنامه ملی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران	اجرای مؤثر قوانین و مقررات مربوط به میراث فرهنگی
اینسکیپ، ۱۳۹۲، اساس‌نامه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری جمهوری اسلامی ایران	تنظیم، تدوین و انتشار دائره‌المعارف آثار و ابنیه تاریخی ایران
شیرازیان، ۱۳۹۲، برنامه ملی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران؛ Gilmore et al., 2007	به کار بردن تابلوهای راهنمای دو زبانه
Garrod & Fyall, 2000; Mauron, 2011; Li & Lo, 2005; Jimura, 2016; Mabulla, 2000; ۱۳۹۵	محدودیت‌های مالی
UNESCO, 2009; Mauron, 2011; National Department of Tourism. 2011; Steyn, 2011; Kruger, 2006; شورمیچ و شوشتری، ۱۳۹۳، باورساد و انصاری، ۱۳۹۵	وجود فرصت برای سرمایه‌گذاری
Garrod & Fyall, 2000; Timothy, 2011	پرداخت حق ورودی توسط دیدارکنندگان
McCluskey & McCluskey, 2008; Timothy, 2011; شورمیچ و شوشتری، ۱۳۹۳	ضرورت ایجاد فرصت‌های اشتغال برای جامعه محلی
Mauron, 2011; Steyn, 2011; Li & Lo, 2005; Gilmore et al., 2007; Kong, 2010	مشارکت بین بخش خصوصی و دولتی

منبع	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی
شورمییح و شوشتری، ۱۳۹۳؛ حسینی و محمدی، ۱۳۹۱	انگیزه برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی

۳. روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف توصیفی و از نظر نتایج کاربردی است. در این پژوهش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی شناسایی و با استفاده از روش VIKOR فازی، اولویت‌بندی شده‌اند. جامعه آماری این تحقیق را خبرگان دانشگاهی صاحب‌نظر در زمینه گردشگری (با حداقل ۳ سال سابقه تدریس مؤثر) و متخصصین فعال در صنعت گردشگری محوطه‌های تاریخی (با حداقل ۴ سال سابقه کار در این حوزه) تشکیل می‌دهند. با توجه به محدودیت عناصر جامعه تحقیق با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از نظرات ۱۴ نفر از خبرگان 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. در این تحقیق ابتدا با بررسی ادبیات گردشگری و محوطه‌های تاریخی و استفاده از روش دلفی فازی، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی تعیین شد. سپس پرسشنامه مربوط به روش VIKOR فازی جهت اولویت‌بندی این عوامل تدوین و در اختیار خبرگان این حوزه قرار گرفت.

۳.۱. دلفی فازی

روش دلفی فازی در دهه ۱۹۸۰ میلادی توسط کافمن و گوپتا^۵ ابداع شد (Cheng & Lin, 2002). از آنجا که بسیاری از مشکلات در تصمیم‌گیری‌ها مربوط به اطلاعات ناقص و نادقیق است و تصمیم‌های اتخاذ شده خبرگان به شدت ذهنی است، استفاده از اعداد فازی به جای اعداد قطعی کارآمدتر است (Zhang, 2017). در دلفی فازی تک‌مرحله‌ای تنها یک بار از نظرات خبرگان استفاده می‌شود و تنوع آراء آنها بیشتر حفظ می‌شود. از این رو، کارشناسان نیازی به اصلاح نظرات خود مانند روش دلفی سنتی ندارند. اطلاعات مفید در این روش به دلیل اینکه تمام نظرات کارشناسان مد نظر قرار می‌گیرد، از دست نمی‌رود (Kardaras et al., 2013).

سو و یانگ^۶ (۲۰۰۰) عدد فازی مثلثی را برای دربرگرفتن عقاید کارشناسان و ایجاد روش دلفی فازی

۵. Kaufman and Gupta

۶. Hsu & Yang

به کار بردند (Ma et al., 2011). مزیت اصلی این روش این است که عقاید همه کارشناسان مورد توجه قرار می‌گیرد و برای رسیدن به اجماع گروهی، یکپارچه می‌شوند. در این تحقیق از این روش برای شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی استفاده می‌شود. پس از جمع‌آوری نظرات خبرگان از طریق پرسشنامه، نظرات آنها برای ایجاد عدد فازی مثلثی از طریق رابطه ۱ سازماندهی می‌شوند (Kou & Chen, 2008).

$$\bar{T}_A = (L_A, M_A, U_A), L_A = \min(X_{A_i}), M_A = \left(\prod_{i=1}^n X_{A_i} \right)^{\frac{1}{n}}, \quad i = 1, 2, \dots, n \quad (1)$$

$$U_A = \max(X_{A_i})$$

در این مسئله X_{A_i} : نشان‌دهنده مقدار ارزیابی خبره i ام برای مورد A است، L_A : نشان‌دهنده کمترین مقدار در میان ارزیابی‌های خبرگان برای مورد A ، M_A : نشان‌دهنده میانگین هندسی مقادیر ارزیابی خبرگان برای مورد A ، U_A : نشان‌دهنده بیشترین مقدار در میان ارزیابی‌های خبرگان برای مورد A و i : شمارنده خبرگان است. در مرحله بعد عدد فازی به دست آمده برای عاملی که نشان‌دهنده درک مشترک گروه تصمیم‌گیری برای این عامل است، با استفاده از رابطه ۱ به عدد قطعی تبدیل می‌شود (Mahjouri et al., 2017):

$$S_A = \frac{L_A + 4M_A + U_A}{6} \quad (2)$$

سپس به منظور غربال کردن عوامل نامناسب یک مقدار آستانه (Γ) انتخاب می‌شود: ۱. $S_A > \Gamma$ عامل تأثیرگذار A را بپذیرید، ۲. $\Gamma \geq S_A$ عامل تأثیرگذار A را حذف کنید. اساساً مقدار آستانه با استنباط ذهنی تصمیم‌گیرنده تعیین می‌شود. هیچ راه ساده یا قانون کلی برای تعیین مقدار آستانه وجود ندارد. چن و وانگ عدد ۳ را به عنوان مقدار Γ انتخاب کردند (Chen & Wang, 2010).

۳.۴. VIKOR فازی

تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره روش‌هایی هستند که به رتبه‌بندی گزینه‌های تصمیم‌گیری پرداخته و تصمیم‌گیرندگان را در انتخاب یاری می‌کنند (Utkin, 2009). در این تحقیق به منظور اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی، از روش VIKOR فازی استفاده شده است. این روش فرایندی سیستماتیک و منطقی به منظور حل مسائل تصمیم‌گیری چندمعیاره و دستیابی به بهترین راه‌حل توافقی است (Chen & Wang, 2009). این روش بر رتبه‌بندی و انتخاب مجموعه‌ای از

گزینه‌ها و تعیین راه‌حل‌های سازگار برای مسئله‌ای با معیارهای متفاوت به کار برده می‌شود (Devi, 2010). گام‌های لازم جهت کاربرد VIKOR فازی عبارتند از:

(۱) ایجاد ماتریس تصمیم‌گیری فازی؛ ساختار این ماتریس به صورت زیر است:

$$\tilde{D} = \begin{matrix} & C_1 & C_2 & \dots & C_n \\ \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ \vdots \\ A_m \end{matrix} & \begin{pmatrix} \tilde{x}_{11} & \tilde{x}_{12} & \dots & \tilde{x}_{1n} \\ \tilde{x}_{21} & \tilde{x}_{22} & \dots & \tilde{x}_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ \tilde{x}_{m1} & \tilde{x}_{m2} & \dots & \tilde{x}_{mn} \end{pmatrix} \end{matrix} \quad (1)$$

در این ماتریس، A_i نشان‌دهنده گزینه i ام، C_j نشان‌دهنده شاخص j ام و \tilde{x}_{ij} نشان‌دهنده وضعیت گزینه A_i با توجه به شاخص C_j می‌باشد.

(۲) بی‌مقیاس‌سازی ماتریس تصمیم‌گیری فازی با استفاده از رابطه (۳):

$$\tilde{f}_{ij}^- = \left(\frac{x_{ij}^-}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^{-u}{}^2}}, \frac{x_{ij}^-}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^{-m}{}^2}}, \frac{x_{ij}^-}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^{-l}{}^2}} \right) \quad (3)$$

(۳) محاسبه مقدار ایده‌آل مثبت و منفی هر شاخص، مطابق با ماتریس استاندارد شده \tilde{D} :
 $\tilde{f}^+ = \{f_1^+, f_2^+, f_3^+, \dots, f_n^+\}$ راه‌حل ایده‌آل مثبت و $\tilde{f}^- = \{f_1^-, f_2^-, f_3^-, \dots, f_n^-\}$ راه‌حل ایده‌آل منفی است. راه‌حل ایده‌آل مثبت و منفی نیز با استفاده از رابطه (۴) محاسبه می‌شود:

$$\tilde{f}_j^+ = (\max(\tilde{f}_{ij}^+), \max(\tilde{f}_{ij}^m), \max(\tilde{f}_{ij}^l)), \tilde{f}_j^- = (\min(\tilde{f}_{ij}^-), \min(\tilde{f}_{ij}^m), \min(\tilde{f}_{ij}^l)) \quad (4)$$

(۴) در این گام مقادیر S_i ، R_i با استفاده از رابطه ۵ محاسبه می‌شوند که در این روابط S_i و R_i به ترتیب به عنوان مقدار مطلوب و نامطلوب هر یک از گزینه‌ها و W_j به عنوان وزن هریک از معیارها می‌باشد.

$$S_i = \sum_{j=1}^n W_j \frac{D(f_j^+, m_{ij})}{D(f_j^+, f_j^-)}, R_i = \max_j \left[W_j \frac{D(f_j^+, m_{ij})}{D(f_j^+, f_j^-)} \right] \quad (5)$$

در این گام فاصله بین دو عدد فازی (a_1, a_2, a_3) و (b_1, b_2, b_3) با استفاده از رابطه (۶) محاسبه می‌شود:

$$D(\tilde{a}, \tilde{b}) = \frac{\sqrt{3}}{3} \sqrt{(a_1 - b_1)^2 + (a_2 - b_2)^2 + (a_3 - b_3)^2} \quad (6)$$

با استفاده از رابطه‌های فوق مقادیر S_i و R_i به صورت قطعی به دست می‌آید. برای آداقه این روش و به

دست آوردن مقدار

با استفاده از رابطه‌های فوق مقادیر S_i و R_i به صورت قطعی به دست می‌آید. برای ادامه این روش و به دست آوردن مقدار Q_i از رابطه (۷) استفاده می‌شود.

$$Q_i = v \frac{(S_i - S^-)}{(S^+ - S^-)} + (1-v) \frac{(R_i - R^-)}{(R^+ - R^-)} \quad (7)$$

در رابطه (۷)، Q_i به عنوان مقدار شاخص VIKOR برای گزینه i ام، $S^+ = \min_i S_i$ ، $S^- = \max_i S_i$ ، $R^+ = \min_i R_i$ ، $R^- = \max_i R_i$ می‌باشد و $\hat{\alpha} \in [0,1]$ است که معمولاً برابر با ۰/۵ در نظر گرفته می‌شود. در نهایت بر اساس روش VIKOR، بهترین گزینه، گزینه‌ای است که کمترین میزان Q را دارا باشد (Aghajani Bazzazi et al., 2011).

۴. تجزیه و تحلیل

با بررسی ادبیات تحقیق، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی استخراج شده و به منظور تعیین مهم‌ترین عواملی که در توسعه این نوع گردشگری بر اساس اجماع خبرگان مؤثرند، از روش دلفی فازی استفاده شده است. برای این منظور، خبرگان میزان موافقت خود را از طریق طیف پنج‌تایی (خیلی کم تا خیلی زیاد) بیان کردند. ویژگی خبرگان منتخب، داشتن نگرشی جامع از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی است. با توجه به این ویژگی، نهایتاً با استفاده از روش نمونه‌گیری قضاوتی، تعداد ۱۴ نفر از خبرگان که از اعضای هیئت علمی و کارشناسان پژوهشگاه میراث فرهنگی بودند، به عنوان نمونه انتخاب شدند. سعی شد افرادی در گروه دلفی مشارکت داشته باشند که علاوه بر تخصص دانشگاهی از سوابق اجرایی نیز برخوردار باشند. پس از تعیین خبرگان، از آنها خواسته شد تا عواملی که به نظر یا تجربه ایشان در توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی مؤثرند اما در فهرست مطرح نشده، بیان کنند.

در این پژوهش با توجه به روش دلفی فازی، مقدار آستانه عدد ۳ تعیین شده است. بنابراین، عواملی که میانگین هندسی آنها کمتر از ۳ است، حذف می‌شوند. در این تحقیق عوامل مستخرج از ادبیات تحقیق مورد تأیید خبرگان قرار گرفت و در نهایت ۴۱ عامل به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی شناسایی شدند که ۳۰ عامل با بررسی ادبیات تحقیق مشخص شده است (جدول ۱). ۱۱ عامل دیگر نیز توسط خبرگان اضافه شده است که تمامی آنها در جدول ۲ مطرح شده است. به منظور بررسی دقیق‌تر عوامل با برداشت از ادبیات تحقیق و نظرات خبرگان در این حوزه، هر یک از عوامل در ابعاد مختلفی قرار گرفتند.

جدول ۲- ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی

ردیف	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی	بعد
۱	استفاده از الگوهای حفاظت محوطه‌های تاریخی جهانی به عنوان مبنایی برای سایر محوطه‌ها	حفاظت
۲	میزان حفاظت از محوطه‌های تاریخی نسبت به سرعت تخریب آنها	
۳	تعیین حریم محوطه‌های تاریخی	
۴	مدیریت جمع‌آوری زباله در محوطه‌های تاریخی	
۵	اعمال نظارت بر رفتار مخاطبان	
۶	یادگاری نویسی در محوطه‌های تاریخی	
۷	حفظ و احیاء منظر محوطه‌های تاریخی	
۸	تعیین و استقرار کاربری‌های مناسب، جدید و متناسب با ظرفیت هر محوطه	
۹	بازدید مخاطبان متناسب با ظرفیت تحمل محوطه	
۱۰	پایش مداوم محوطه	
۱۱	استفاده از مصالح بومی در مرمت جهت ایجاد سازه‌های هماهنگ با محیط طبیعی و فرهنگی محوطه و پیرامون آن	
۱۲	آگاه ساختن مخاطبان از قوانین و مقررات مربوط به محوطه‌های تاریخی	آموزش منابع انسانی
۱۳	آموزش میزبانان حرفه‌ای شامل راهنمایان تور، کارکنان اقامتگاه‌ها و رستورانها و حمل و نقل	
۱۴	آموزش تفسیر برای راهنمایان تور و انواع رسانه‌ای مرتبط با آن	
۱۵	آموزش به مردم محلی پیرامون اهمیت محوطه‌های تاریخی	معرفی
۱۶	تنظیم، تدوین و انتشار دائره‌المعارف آثار و ابنیه تاریخی	
۱۷	به کار بردن تابلوهای راهنما، حداقل به دو زبان، در محوطه، بین جاده‌ای و بین شهری	
۱۸	شناخت و تقویت پتانسیل‌های محوطه به ویژه پیرامون آن	بازاریابی
۱۹	استفاده از ابزارهای نوین بازاریابی	
۲۰	بخش‌بندی مخاطبان محوطه‌های تاریخی با توجه به انگیزه آنها	

ردیف	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی	بعد
۲۱	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در جهت تقویت اقتصاد محلی	مالی
۲۲	پرداخت ورودیه جهت بازدید از محوطه‌ها	
۲۳	اهتمام دولت در تقویت بنیان‌های فرهنگی جامعه	دولت
۲۴	تصدی مناصب تخصصی توسط متخصصان حوزه محوطه‌های تاریخی	
۲۵	حمایت از نظرات و برنامه‌های کارشناسان حوزه محوطه‌های تاریخی جهت اجرا	
۲۶	وضعیت زیرساخت‌های محوطه‌های تاریخی (حمل و نقل، جاده‌ها، خطوط برق)	تسهیلات
۲۷	وجود پارکینگ در منطقه حائل محوطه‌ها و جدای از آثار تاریخی	
۲۸	تسهیلات برای جمعیت سالمند و معلولین	
۲۹	ایجاد امکانات گسترده در مسیر دسترسی به محوطه (منظور بیرون محوطه)	
۳۰	بهره‌گیری از تکنولوژی‌های جدید جهت ارتقای درک فضا در محوطه‌های ویرانه	فناوری
۳۱	گسترده‌ی استفاده از ابزارهای آنلاین و رسانه‌های اجتماعی توسط مردم	
۳۲	به‌روزرسانی پایگاه داده میراث فرهنگی	
۳۳	اجرای مؤثر قوانین و مقررات مربوط به میراث فرهنگی	قوانین
۳۴	آگاه‌سازی عناصر اجرایی و نظارت و کنترل بر اجرای قوانین	
۳۵	قاطعیت در مجازات‌های تعیین شده	
۳۶	امکان دسترسی به محوطه‌های تاریخی حتی در زمان تعطیلات	دسترسی
۳۷	ایجاد فرصت‌های اشتغال برای جامعه محلی	جامعه محلی
۳۸	هماهنگی مستمر میان ارگان‌های متولی گردشگری و میراث فرهنگی با آموزش و پرورش و دیگر نهادهای آموزشی	همکاری
۳۹	گفتگو و تعامل میان متخصصان حفاظت و گردشگری	

بعد	ردیف	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی
	۴۰	مشارکت بخش خصوصی و دولتی
تحقیق	۴۱	پژوهش مستمر در زمینه محوطه‌های تاریخی

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

جهت رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی پرسشنامه‌های مربوطه بین خبرگان توزیع شد و ایشان نظرات خود را در قالب اعداد فازی مثلثی جدول ۳ (Lee et al., 2002) بیان کردند.

جدول ۳- قضاوت‌های فازی مورد استفاده در این تحقیق

عبارات کلامی	خیلی ضعیف	ضعیف	متوسط	خوب	خیلی خوب
اعداد فازی	(۰،۰،۰/۲)	(۰،۰/۲،۰/۴)	(۰/۳،۰/۵،۰/۷)	(۰/۶،۰/۸،۱)	(۰/۸،۱،۱)

ماتریس قاعده‌مند شده تصمیم‌گیری فازی با استفاده از رابطه ۳، محاسبه و سپس در گام بعدی مقادیر راه‌حل ایده‌آل مثبت و منفی (f^+ و f^-)، با استفاده از رابطه ۴ محاسبه شدند. سپس مقادیر S، R و Q با استفاده از روابط ۵ و ۷ محاسبه شد. در روش VIKOR فازی، گزینه‌ای که حداقل مقدار Q را به خود اختصاص داده است، به عنوان بهترین گزینه، انتخاب می‌شود. جدول ۴، رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی را نشان می‌دهد. (شماره مربوط به عوامل متناسب با جدول ۲ است).

جدول ۴- رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی با توجه به مقادیر به

دست آمده از Q

عامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
مقادیر Q	۰/۸۰۱	۰/۶۱۳	۰/۲۷۰	۰/۲۷۱	۰/۸۴۴	۰/۷۴۷	۰/۶۲۱	۰/۵۷۸	۰/۴۰۳	۰/۱۸۶	۰/۲۳۲
رتبه‌بندی براساس Q	۳۷	۲۳	۷	۸	۳۸	۳۴	۲۵	۲۰	۱۳	۵	۶
عامل	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲

مقادیر Q	۰/۶۲۸	۰/۲۷۶	۰/۲۹۸	۰/۰۷۲	۰/۹۱۳	۰/۵۴۲	۰/۷۲۹	۰/۶۹۲	۰/۶۸۲	۰/۷۶۴	۰/۹۷۱
رتبه‌بندی براساس Q	۲۷	۹	۱۰	۳	۴۰	۱۸	۳۳	۳۱	۲۹	۳۵	۴۱
عامل	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۳۲	۳۳
مقادیر Q	۰/۳۷۸	۰/۶۶۲	۰/۵۵۶	۰/۰۶۷	۰/۷۲۳	۰/۸۸۴	۰/۴۷۱	۰/۴۲۳	۰/۷۸۸	۰/۶۸۸	۰/۶۱۵
رتبه‌بندی براساس Q	۱۲	۲۸	۱۹	۲	۳۲	۳۹	۱۵	۱۴	۳۶	۳۰	۲۴
عامل	۳۴	۳۵	۳۶	۳۷	۳۸	۳۹	۴۰	۴۱	-	-	-
مقادیر Q	۰/۶۰۹	۰/۶۰۱	۰/۵۲۶	۰/۳۱۱	۰/۶۲۳	۰/۵۳۶	۰/۰۳۸	۰/۱۶۴	-	-	-
رتبه‌بندی براساس Q	۲۲	۲۱	۱۶	۱۱	۲۶	۱۷	۱	۴	-	-	-

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر
 در نهایت گزینه انتخاب شده دارای حداقل مقدار Q در لیست رتبه‌بندی است. برای قطعی شدن رتبه‌بندی در روش مورد استفاده، لازم است شرایطی مورد ارزیابی قرار گیرد که این شرایط نیز ارزیابی و تأیید شده است (Aghajani Bazzazi et al., 2011).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری میراث به طور فزاینده‌ای رشد یافته و به بخش مهمی از تصمیم‌های سفر تبدیل شده است (Han, 2016). در تحقیق‌های مورد بررسی در حوزه توسعه گردشگری میراث بیشتر به نقش میراث فرهنگی در توسعه گردشگری و طرح تجربه کشورهای مختلف در زمینه توسعه گردشگری میراث پرداخته شده است (حسین‌زاده، ۱۳۹۳؛ آزادخانی و فتحی، ۱۳۹۴؛ ذال، ۱۳۹۵؛ Ismagilova et al., 2015).

(Van Der Merwe, 2013). در این پژوهش ضمن بررسی نقش محوطه‌های باستانی و تاریخی در توسعه گردشگری با بررسی ادبیات تحقیق، تعداد ۳۰ مورد (جدول ۱) به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی استخراج شد. نتایج حاصل از روش دلفی فازی نیز نشان داد که علاوه بر معیارهای استخراج شده از ادبیات تحقیق، از نظر خبرگان ۱۱ عامل دیگر نیز شامل «استفاده از الگوهای حفاظت محوطه‌های تاریخی جهانی به عنوان مبنایی برای سایر محوطه‌ها»، «پایش مداوم محوطه»، «اهتمام دولت در تقویت بنیان‌های فرهنگی جامعه»، «تصدی مناصب تخصصی توسط متخصصان حوزه محوطه‌های تاریخی»، «حمایت از نظر و برنامه کارشناسان حوزه محوطه‌های تاریخی جهت اجرا»، «ایجاد امکانات گسترده در مسیر دسترسی به محوطه»، «آگاه‌سازی عناصر اجرایی و نظارت و کنترل بر اجرای قوانین»، «شناخت و تقویت پتانسیل‌های محوطه به ویژه پیرامون آن»، «هماهنگی مستمر بین ارگان‌های متولی گردشگری و میراث فرهنگی با آموزش و پرورش و دیگر نهادهای آموزشی»، «گفتگو و تعامل میان متخصصان حفاظت و گردشگری» و «پژوهش مستمر در زمینه محوطه‌های تاریخی» بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی مؤثر است. به منظور اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های باستانی و تاریخی از روش VIKOR فازی استفاده شده است. از تئوری فازی به منظور در نظر گرفتن ابهام مربوط به نظرهای خبرگان استفاده شد تا موجب دقت بیشتر در چارچوب اندازه‌گیری داده‌های این پژوهش گردد. نتایج نشان داد که عوامل «مشارکت بخش خصوصی و دولتی» در بعد همکاری، «وضعیت زیرساخت‌های محوطه‌های تاریخی» در بعد تسهیلات، «آموزش به مردم محلی پیرامون اهمیت محوطه‌های تاریخی» در بعد آموزش منابع انسانی، «پژوهش مستمر در زمینه محوطه‌های تاریخی» در بعد تحقیق و «پایش مداوم محوطه» در بعد حفاظت، به ترتیب پنج عامل مهم در زمینه توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی هستند. نتایج این پژوهش می‌تواند به شناخت عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی بیانجامد تا در نتیجه آن برای جذب بیشتر گردشگران داخلی و خارجی، تدابیری بهتر اتخاذ کرد.

در ارتباط با مشارکت میان بخش خصوصی و دولتی در زمینه توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی، با مشارکت دادن بخش خصوصی، مرمت و حفظ آثار و میراث فرهنگی با سرعت بهتری انجام می‌شود. در نظر گرفتن برنامه‌های تشویقی برای جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به مرمت، حفاظت و بهره‌برداری هرچه بهتر از ابنیه تاریخی می‌انجامد. همچنین مشارکت بخش خصوصی و دولتی منجر به استفاده مؤثر از منابع، توسعه زیرساخت‌ها، تقویت مقررات ساخت و ساز و افزایش بودجه خواهد شد. توجه به وضعیت زیرساخت‌ها در محوطه‌های تاریخی نقش مهمی در حضور بیشتر گردشگران و توسعه

گردشگری دارد. افزایش تعداد گردشگران و برآوردن انتظارات آنها نیاز به در نظر گرفتن راه‌حل‌های جدید و صرف مخارج بیشتری برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها دارد. برای بازدید از یک محوطه، مهم‌ترین موضوع امکان دسترسی فیزیکی برای گردشگران است (Justice, 2006).

موضوع آموزش مردم محلی جهت حفظ و نگهداری محوطه‌ها دیگر عامل مؤثر در توسعه گردشگری محوطه‌های تاریخی است. آگاهی جامعه محلی از اهمیت محوطه‌های تاریخی خودکارآمدی را در بین ساکنان افزایش می‌دهد (Floy, 2015). ساکنین محلی باید در رابطه با اینکه چگونه به بهترین شکل نیازهای بازدیدکنندگان را برطرف کنند و اینکه چگونه از رفتارهای آسیب‌زا در اماکن نزدیک به مراکز فرهنگی ممانعت کنند، آموزش ببینند (تیموئی، ۲۰۱۱، ۲۷۵). همچنین، اندیشه حفظ میراث در همه زمینه‌ها باید با فرهنگ سازی به جامعه تعمیم داده شود.

کتابشناسی

- ادوارد اینسکیپ، برنامه‌ریزی گردشگری رویکردی یکپارچه و پایدار به برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ترجمه محمود حسن‌پور و داغستانی، محمد، چاپ دوم، انتشارات مهکامه، تهران، ۱۳۹۲.
- افخمی، بهروز، مقدمه‌ای بر ارتباط باستان‌شناسی و گردشگری فرهنگی، پژوهشگاه میراث فرهنگی، تهران، ۱۳۸۶.
- آزادخانی، پاکزاد و فتوحی، آمنه، «بررسی نقش میراث فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری در توسعه گردشگری (نمونه موردی شهرستان گیلانغرب)»، همایش بین‌المللی جغرافیا و توسعه پایدار، ۱۳۹۴.
- باورساد، مرضیه و انصاری، مجتبی، «مدیریت و توسعه پایدار منظر فرهنگی چشمه علی ری»، علوم و تکنولوژی محیط‌زیست، دوره هجدهم، شماره ۳، ۱۳۹۵، ۲۲۳-۲۳۵.
- پوریوسف‌زاده، سارا، بمانیان، محمدرضا و انصاری، مجتبی، «معیارهای مرمت منظر محوطه‌های تاریخی و طبیعی با تأکید بر محوطه بیستون کرمانشاه»، باغ نظر، سال نهم، شماره ۲۲، ۱۳۹۱، ۳۵-۴۴.
- توحیدی، فائق، آشنایی با میراث فرهنگی آموزش عمومی، چاپ دوم، سیحان نور، تهران، ۱۳۸۸.
- تیموئی، دالن جی، میراث فرهنگی و گردشگری، ترجمه پورفرج، اکبر، آشتیانی، طاهره، هاشم‌زاده، ژاله و اکبری، منا، مهربان نشر، تهران، ۱۳۹۴.
- جعفری صمیمی، احمد و خیره، شیما، «اثر گردشگری بر توسعه انسانی»، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۷، ۱۳۹۲، ۱۱-۲۴.
- حسین‌زاده دلیر، کریم، پورمحمدی، محمد رضا و مدادی، صمد، «ارزیابی پراکنش فضاهای گردشگری تاریخی - فرهنگی و خدمات جانبی آن در شهر تبریز»، نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی، دوره ۱۶، شماره ۴۱، ۱۳۹۱، ۶۷-۹۴.
- ذال، محمد حسین، «واکاوای ظرفیت‌های توسعه گردشگری میراث فرهنگی در روستای باستانی میمند»، انجمن جغرافیای ایران،

سال چهاردهم، شماره ۴۹، ۱۳۹۵، ۱۳۳-۱۵۱.

رضایی، مهسا، بررسی ارتباط بین مدیریت مقصد سایت‌های میراث جهانی یونسکو و توسعه گردشگری (مطالعه موردی، کاخ گلستان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سمنان، ۱۳۹۴.

شاهورانی، سودابه، سیاست جنایی جمهوری اسلامی ایران در مبارزه با جرم کاوش و حفاری غیرمجاز در محوطه‌های تاریخی و باستانی با تأکید بر راهکارهای پیشگیری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۹۳.

شورمیچ، رمضانعلی و شوشتری، مزده، «شناخت توان‌ها و محدودیت‌های گردشگری تاریخی در شهرستان قزوین با استفاده از مدل SWOT»، اولین همایش ملی گردشگری، درآمد و فرصت، همدان، ۱۳۹۳.

شیرازیان، رضا، جذابیت در بناها و محوطه‌های تاریخی، دستان، ۱۳۹۲.

صالحی پور، محمدرضا، مدیریت گردشگری میراث فرهنگی (راهنمای عمل)، چهار باغ، اصفهان، ۱۳۹۴.

ضرغام بروجنی، حمید و بهشتی، سید محمد، «سهم میراث فرهنگی در توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران»، نخستین همایش ملی میراث فرهنگی و توسعه پایدار، ۱۳۹۴.

طیبی، کمیل، بابکی، روح‌الله، جباری، امیر، «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۸۳-۱۳۳۸)»، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، شماره ۲۶، ۱۳۸۶، ۸۳-۱۱۰.

حسینی، سیدعلی و محمدی، جلیل، «تحلیل قابلیت‌ها و تنگناهای گردشگری سلطانی به منظور برنامه‌ریزی راهبردی با استفاده از الگوی تحلیلی سوات»، دو فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره ۱، شماره ۱، ۱۳۹۱، ۳۵-۴۹.

Andrades, L., & Dimanche, F, "Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges", *Tourism Management*, 62, 2017, 360-376.

Arasli, H., & Baradarani, S, "European Tourist Perspective on Destination Satisfaction in Jordan's industries", *Procedia- Social and Behavioral Science*, 109, 2014, 1416-1425.

Bazzazi, A. A., Osanloo, M., & Karimi, B, "Deriving preference order of open pit mines equipment through MADM methods: Application of modified VIKOR method", *Expert Systems with Applications*, 38(3), 2011, 2550-2556.

Chen, L. Y., & Wang, T. C, "Optimizing partners' choice in IS/IT outsourcing projects: The strategic decision of fuzzy VIKOR", *International Journal of Production Economics*, 120(1), 2009, 233-242.

Chen, M. K., & Wang, S. C, "The use of a hybrid fuzzy-Delphi-AHP approach to develop global business intelligence for information service firms", *Expert Systems with Applications*, 37(11), 2010, 7394-7407.

Cheng, C-H., & Lin, Y, "Evaluating the best main battle tank using fuzzy decision theory with linguistic criteria evaluation European", *Journal of Operational Research*, 142, 2002, 147-186.

Devi, K, "Extension of VIKOR method in intuitionistic fuzzy environment for robot selection", *Expert Systems with Applications*, 38(11), 2011, 14163-14168.

- Garrod, B., & Fyall, A, "Managing heritage tourism", *Annals of tourism research*, 27(3), 2000, 682-708.
- Ghanem, M. M., & Saad, S. K, "Enhancing sustainable heritage tourism in Egypt: challenges and framework of action", *Journal of Heritage Tourism*, 10(4), 2015, 357-377.
- Gilmore, A., Carson, D., & Ascençãõ, M, "Sustainable tourism marketing at a World Heritage site", *Journal of Strategic Marketing*, 15(2-3), 2007, 253-264.
- Gündüz, E. L. I. F., & Erdem, R. A. H. M. I, "The perceived impacts of tourism development at cultural heritage sites-Mardin Sample", In *The 14th International Planning History Society Conference*, 2010, 12-15.
- Han, D. I, *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), 2016.
- Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., & Zulkifly, M. I, "Local community attitude and support towards tourism development in Tioman Island, Malaysia", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 105, 2013, 792-800.
- Huh, J., Uysal, M., & McCleary, K, "Cultural/heritage destinations: Tourist satisfaction and market segmentation", *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(3), 2006, 81-99.
- Ismagilova, G., Safiullin, L., & Gafurov, I, "Using Historical Heritage as a Factor in Tourism Development", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 2015, 157-162.
- Jimura, T, "World heritage site management: A case study of sacred sites and pilgrimage routes in the Kii mountain range", *Journal of Heritage Tourism*, 11(4), 2016, 382-394.
- Jolliffe, L., & Smith, R, "Heritage, tourism and museums: the case of the North Atlantic islands of Skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada", *International Journal of Heritage Studies*, 7(2), 2001, 149-172.
- Joukowsky, M, *A complete manual of field archaeology. Tools and techniques of field work for archaeologists*. Prentice-Hall, Inc, 1980.
- Kardaras, D. K., Karakostas, B., & Mamakou, X. J, "Content presentation personalisation and media adaptation in tourism web sites using Fuzzy Delphi Method and Fuzzy Cognitive Maps", *Expert Systems with Applications*, 40(6), 2013, 2331-2342.
- Kong, W. H, *Development of a structural model for quality cultural heritage tourism*, 2010.
- Kruger, C, *Heritage resource management in South Africa: a case study of the Voortrekker Monument Heritage Site, Pretoria* (Doctoral dissertation), 2006.
- Lee, H. T., Chen, S. H., & Kang, H. Y, "Multicriteria scheduling using fuzzy theory and tabu search",

- International journal of production research*, 40(5), 2002, 1221-1234.
- Li, Y., & Hunter, C, "Community involvement for sustainable heritage tourism: a conceptual model", *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 5(3), 2015, 248-262.
- Li, Y., & Lo, L. B. R, "Opportunities and constraints of heritage tourism in Hong Kong's changing cultural landscape", *Tourism and Hospitality Research*, 5(4), 2005, 322-345.
- Mabulla, A. Z, "Strategy for cultural heritage management (CHM) in Africa: A case study", *African Archaeological Review*, 17(4), 2000, 211-233.
- Madden, M., & Shipley, R, "An analysis of the literature at the nexus of heritage, tourism, and local economic development", *Journal of Heritage Tourism*, 7(2), 2012, 103-112.
- Mahjouri, M., Ishak, M. B., Torabian, A., Manaf, L. A., & Halimoon, N, "The application of a hybrid model for identifying and ranking indicators for assessing the sustainability of wastewater treatment systems", *Sustainable Production and Consumption*, 10, 2017, 21-37.
- Mauron, A, *The traditions as tourism product: analysis of the case of Dubai*. Field Economy & Services, tourism industry, 2011.
- McCluskey, P., & McCluskey, P, *Shark Bay World Heritage Property: Strategic Plan 2008-2020*. Department of Environment and Conservation, 2008.
- Millar, S, "Heritage management for heritage tourism", *Tourism Management*, 10(1), 1989, 9-14.
- National Department of Tourism, Final draft national heritage and cultural tourism strategy, 2011.
- Nemaheni, T. I, *A cultural heritage resource management plan for Thulamela heritage site* (Doctoral dissertation), 2006.
- Northamptonshire County Council, *Northamptonshire Heritage Strategy*, 2016.
- Nkwanyana, M. S. (2012). The potential of cultural heritage tourism as a driver of rural development in the Zululand district municipality (Doctoral dissertation, University of Zululand).
- Palumbo, G, Threats and Challenges to the Archaeological Heritage in the Mediterranean. In *Management planning for archaeological sites. Proceedings* (pp. p-3). GCI, 2002.
- Passaic County Department of Planning and Economic Development, The Heritage Tourism Element of the Passaic County Master Plan, 2013.
- Ramsey, D., & Everitt, J, "If you dig it, they will come!: Archaeology heritage sites and tourism development in Belize, Central America", *Tourism Management*, 29(5), 2008, 909-916.

- Sariisik, M., Turkey, O., & Akova, O, "How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 2011, 1014-1025.
- Steyn, T, *The strategic role of cultural and heritage tourism in the context of a mega-event: the case of the 2010 Soccer World Cup* (Doctoral dissertation), 2011.
- Surugiu, M. R., & Surugiu, C, "Heritage tourism entrepreneurship and social media: opportunities and challenges", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 2015, 74-81.
- Trinh, T. T., & Ryan, C, "Visitors to Heritage Sites: Motives and Involvement—A Model and Textual Analysis", *Journal of Travel Research*, 56(1), 2017, 67-80.
- UNESCO, *Heritage tourism in East Nusa Tenggara: contributing to the Millennium Development Goals*, UNESCO Office Jakarta, Indonesia, 2009.
- Utkin, L, Multi-criteria decision making with a special type of information about importance of groups of criteria. In *Proc. 6th Int. Symp. on Imprecise Probabilities: Theories and Applications* (pp. 411-420), 2009.
- Van der Merwe, C. D, "The limits of urban heritage tourism in South Africa: the case of Constitution Hill, Johannesburg", In *Urban Forum*, 24(4), 2013, 573-588.
- Wang, Y. J., Wu, C., & Yuan, J, "Exploring visitors' experiences and intention to revisit a heritage destination: The case for Lukang, Taiwan", *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(3), 2010, 162-178.
- Wang, Z., Yang, Z., Wall, G., Xu, X., Han, F., Du, X., & Liu, Q, "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*, 23, 2015, 19-26.
- Zhang, J, "Evaluating regional low-carbon tourism strategies using the fuzzy Delphi-analytic network process approach", *Journal of Cleaner Production*, 141, 2017, 409-419.