

Ancestral museums and its role in the development of cultural heritage tourism in historic cities (Case Study Kolbadi house's museum in Sari)

Mohammad Hassan, Zal^{1*}, Mehdi, Ramezanzadeh Lesbouei², Fereshteh, Jorbanian³.

1- Assistant Professor of Tourism, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

2- Assistant Professor of Tourism, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

3- M.A. of Tourism, Mazandaran University, Babolsar, Iran

Received: 31 December 2019

Accepted: 29 April 2020

Extended Abstract

Introduction

Evaluating the performance of the museum is one of the most important management tasks in museums. The directors are obliged to evaluate the performance of the museum under their management according to the mission, goals and tasks explained to the museums and while constantly monitoring the actions that are going on in the museum. Today, museum management is one of the most important independent aspects in the science of museology, which indicates the knowledge and awareness of a museum's responsibility to society, which in recent years has become one of the main concerns of related organizations and institutions worldwide. Many museums are facing a pattern change. For example, the public budget crisis has forced them to choose new strategies in terms of organization, funding, presentation, and how to organize independently. Therefore, raising awareness, recognizing the tools of the economy, attracting investment and sponsors, improving efficiency, guiding and motivating staff, orienting groups with similar goals, and marketing and monitoring the work of the museum are essential. The performance of museums as one of main heritage tourism attractions, has very important role in attracting tourists. This paper examines the development of cultural heritage tourism, with an emphasis on the museum's function in the historical cities of Sari.

Methodology

The research is applied in terms of purpose and from the point of view of descriptive-analytical nature. It was conducted in 2017 in order to study the development of cultural heritage tourism with emphasis on the performance of Kalbadi House Museum in the historical city of Sari. The data of the present study have been collected by library and field methods. The library method includes the study of relevant resources for problem solving, theoretical foundations and questionnaire design. Field research also includes the distribution of a researcher-made questionnaire among tourists visiting the Kalbadi Museum. Due to the uncertainty of the statistical population, the Cochran's formula is used to determine the sample size. Based on Cochran's formula, the sample size was 270 people, of which 210 questionnaires were distributed, 210 complete questionnaires were collected and used for analysis. SPSS software was also used for data processing.

Results and discussion

The results show that there is no difference between the attitudes of women and men regarding the importance of the development of heritage tourism in the city of Sari. But the attitudes of these two sexes are different about importance of museum performance. Performance of the

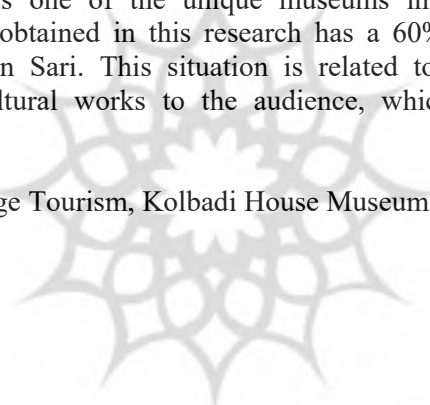
* Corresponding Author (Email: m.zaal@umz.ac.ir)

museum in this research has had a Meaningful effect on the development of cultural heritage tourism in the city of Sari. The beta for the performance of the Kolbadi house's museum featured its contribution (more than 60 percent) to the development of cultural heritage tourism and the importance of museum performance in this area. In this regard, it should be acknowledged that audiences faced a collection of specialized activities in this museum. In fact, the interface between the audiences and silent cultural objects in museums is the museum's performance, which is mainly designed and implemented by a dedicated human resources. The technical performance museum (Beta=.404) also had the most share in the development of the heritage tourism, that reflects the strict observance of the conservation issues in this museum. The service quality criterion (Beta=.076) had less contribution to the development of heritage tourism based on Kolbadi house's museum. This result is also related to the quality and quantity of cultural services provided by the museum and its staff to the tourists.

Conclusions

The Cultural Institutional Museum is a place for storing and displaying objects with the aim of educating and promoting the level of public knowledge, cognition, understanding and awareness. In the field of tourism, museums also play an important role in teaching culture through cultural tourism and heritage. From this approach, museums are a unique cultural place to provide information and cultural attractions related to the region or ethnic group or nation to the audience and tourists and play an important role in the development of heritage tourism. Kalbadi Museum House is one of the unique museums in Mazandaran province, which according to the statistics obtained in this research has a 60% share in the development of cultural heritage tourism in Sari. This situation is related to the collective and integrated presentation of human cultural works to the audience, which can increase their level of satisfaction.

Keywords: Cultural Heritage Tourism, Kolbadi House Museum, function Evaluation, Historical City of Sari.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

عملکرد موزه‌های باستان‌شناختی و نقش آن در توسعه گردشگری میراث فرهنگی

مطالعه موردی: موزه خانه کلبادی شهر ساری

محمدحسن زال^۱ - استادیار گردشگری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

مهدی رمضان‌زاده لسبوئی - استادیار گردشگری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

فرشته جوربنیان - دانشجوی کارشناسی ارشد گردشگری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۲/۱۰

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۱۰

چکیده

عملکرد موزه‌ها به‌عنوان جاذبه‌های محوری گردشگری میراث، از اهمیت شایانی در جذب گردشگران برخوردار است. مقاله حاضر به بررسی توسعه گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر عملکرد نهاد موزه در شهر تاریخی ساری پرداخته است. داده‌های پژوهش با روش کتابخانه‌ای (مطالعه منابع مکتوب) و میدانی (ابزار پرسشنامه) گردآوری شده است. برای پردازش و تحلیل داده‌ها نیز از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آتا، پیرسون، تی تک‌نمونه‌ای و رگرسیون خطی استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد، میان نگرش زنان و مردان نسبت به اهمیت توسعه گردشگری میراث در شهر ساری تفاوتی دیده نمی‌شود. اما نگرش این دو جنس نسبت به اهمیت عملکرد موزه متفاوت است. بعد عملکرد موزه، تأثیر معناداری بر توسعه گردشگری میراث فرهنگی داشته است. بتای محاسبه‌شده برای بعد عملکرد موزه خانه کلبادی، نشانگر سهم بیش از ۶۰ درصدی آن بر توسعه گردشگری میراث فرهنگی و اهمیت عملکرد موزه است. در این خصوص باید اذعان داشت، آنچه مخاطب در موزه با آن مواجه می‌شود، مجموعه‌ای از فعالیت‌های تخصصی است. در حقیقت رابط میان مخاطبان و اشیاء فرهنگی صامت در موزه‌ها، عملکرد موزه است که عمدتاً از طریق نیروی انسانی متخصص طراحی و اجرا می‌شود. همچنین معیار عملکرد فنی موزه با بتای ۰/۴۰۴ بیشترین سهم را در توسعه گردشگری میراث داشته است که نشانگر رعایت دقیق مسائل حفاظتی در موزه است. معیار کیفیت خدمات نیز با بتای ۰/۰۷۵ کمترین سهم را در توسعه گردشگری میراث داشته است، این وضعیت با کمیت و کیفیت ارائه خدمات فرهنگی توسط موزه و کارکنان آن به گردشگران در ارتباط است.

واژگان کلیدی: گردشگری، میراث فرهنگی، موزه خانه کلبادی، ارزیابی عملکرد، شهر ساری.

مقدمه

گردشگری یکی از رویکردهای مهم و مؤثر در حوزه اقتصاد و از عوامل برجسته ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی در سطح جهان محسوب می‌شود. گسترش زیرساخت‌های اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی در قرن بیست و یکم گردشگری را به واقعیتی اجتناب‌ناپذیر در زندگی انسان‌ها تبدیل کرده است (سقای و علیزاده، ۱۳۹۲: ۲). با توجه به اهمیت فزاینده گردشگری در دنیای امروز و رقابتی شدن بازار گردشگری در سرتاسر جهان مقاصد گردشگری رقابت فزاینده‌ای با یکدیگر برای جذب گردشگران دارند. بنابراین گسترش صنعت گردشگری در هر نقطه از جهان مستلزم شرایط و امکانات ویژه‌ای مانند آب‌وهوا، آثار باستانی، جاذبه‌های طبیعی، آداب و سنن، زیرساخت‌ها، امکانات و تجهیزات است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۱: ۲). بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری، ۳۷ درصد از گردشگری بین‌المللی بانگیزه فرهنگی انجام می‌شود و این تقاضا سالانه رو به افزایش است (UNWTO, 2013). از این‌رو گردشگری فرهنگی، بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد و گردشگری فرهنگی شامل همه اشکال گردشگری می‌شود که بانگیزه فرهنگی صورت می‌گیرند (احمدیان و باقرنیا، ۱۳۹۳: ۵۴-۵۳). رشد گردشگری فرهنگی و گردشگری میراث^۱ به‌عنوان عناصر گردشگری نوین، توجه سیاست‌گذاران و محققان را در سراسر دنیا به خود جلب کرده است. گردشگری میراث فرهنگی، تجزیه‌وتحلیل موزه‌ها، مناظر، دست‌ساخته‌ها و نمایش جنبه‌های مختلف گذشته، تعریف‌شده است (Halewood & Hannam, 2001: 556). یکی از بسترهای گردشگری فرهنگی و یکی از مکان‌هایی که نقش بسزایی در توسعه صنعت گردشگری ایفا می‌کند، موزه‌ها هستند.

موزه در واقع پلی است که گذشته فرهنگی و هنری، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی هر جامعه‌ای را به حال و آینده پیوند می‌دهد. موزه‌ها مجتمعی فرهنگی - آموزشی هستند که هر کدام از صنایع و فرآورده‌های دست‌ساخت موجود در آن همچون ورقی از تاریخ ملل، اخلاق، دین، مذهب، مشاغل، فرهنگ، آداب‌ورسوم و سنت‌های پیشینیان را در قرون و اعصار مختلف به نسل‌های آینده معرفی می‌کنند (Pinna, 2003: 36). موزه‌ها یکی از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری در سراسر جهان هستند و همواره اهمیت گسترده آن‌ها در رونق بیشتر صنعت گردشگری، مورد توجه و تأکید محققین بوده است. موزه‌ها متنوع‌اند و برحسب نوع، کارکرد و ویژگی‌های خاص خود طیف مختلفی از علاقه‌مندان را جذب می‌نمایند. درواقع جذب گردشگر به مقاصد گوناگون و کسب تجربه‌ای لذت‌بخش و گذران اوقات فراغت مردمان ساکن سرزمین مقصد از کارکردهای مهم موزه‌ها هستند (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۸: ۹). تأثیر این اماکن بر تجربه گردشگران و نقش آن در بهبود شرایط زندگی بومیان، ضرورت توجه به آن را دوچندان می‌کند. درواقع موزه سازمانی است غیرانتفاعی و دائمی که در خدمت جامعه و پیشرفت بوده و در آن به روی عموم باز است. این سازمان شواهدی مادی انسانی و محیط‌زیست آن‌ها را به‌منظور مطالعه، آموزش و کسب لذت، گردآوری و حفاظت نموده، می‌دهد و به نمایش عمومی می‌گذارد (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۳). در کتاب فرهنگ لغتنامه امید نیز موزه این‌گونه تعریف‌شده است: عمارتی که آثار باستانی در آنجا نگهداری یا به معرض نمایش گذارده می‌شود. در یونان قدیم نام محلی بوده که در آنجا به مطالعه صنایع و علوم می‌پرداختند و نیز نام تپه‌ای بوده در آتن که در آنجا عبادتگاه و محل مخصوصی برای چندین تن از خدایان خودساخته بودند (یاوری و رجبی، ۱۳۸۹: ۱۹). ارزیابی عملکرد موزه یکی از مهم‌ترین وظایف مدیریتی در موزه‌ها محسوب می‌شود. مدیران موظف هستند، تا با توجه به مأموریت، اهداف و وظایف تبیین شده برای موزه‌ها و ضمن مراقبت مستمر از اقداماتی که در موزه در جریان است نسبت به ارزیابی عملکرد موزه تحت مدیریت خود اقدام نمایند (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۲). ارزیابی عملکرد به‌عنوان یکی از فرایندهای مدیریتی نقش برجسته‌ای در کمک به تحقق اهداف و مأموریت‌های سازمان دارد. ارزیابی عملکرد عبارت است از، فرایند سنجش و اندازه‌گیری عملکرد در دستگاه‌های اجرایی در چارچوب اصول و مفاهیم علمی مدیریت برای تحقق اهداف و وظایف سازمانی و در قالب برنامه‌های اجرایی (رفیعی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۶). مهم‌ترین محوری که باید در جریان یک سیستم ارزیابی عملکرد مدنظر قرار داد، درواقع به نحوه بهره‌برداری مدیریتی موزه به‌عنوان مدیریت سازمان از منابع در اختیار او مرتبط است. این منابع عناصری مثل مردم (افراد

کارکنان و بازدیدکنندگان)، مجموعه موزه، تجهیزات، ساختمان‌ها، پول و زمان را در برمی‌گیرد. معیارهای ارزیابی می‌تواند موزه را به‌عنوان کلیتی که نیروهای کاری آن و یا کارایی سازمان در بهره‌برداری از منابع آن موردبررسی قرار دهد و طبیعتاً می‌تواند عناصر این‌گونه از سیستم ارزیابی شامل معیارهای کمی و کیفی باشد. به‌طورکلی معیارهای ارزیابی عملکرد در موزه‌ها باید بر سه حوزه اصلی متمرکز گردند. این حوزه‌ها شامل؛ مدیریت مجموعه‌ها، خدمات عرضه‌شده به کاربران و مشتریان موزه و مدیریت موزه و عملیات آن می‌باشند (صادق‌پور فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۱۶-۲۱۵).

امروزه مدیریت موزه از مهم‌ترین جنبه‌های مستقل در علم موزه‌داری است که نشانگر شناخت و آگاهی از مسئولیت یک موزه در قبال جامعه است که در سال‌های اخیر به یکی از اساسی‌ترین دغدغه‌های سازمان‌ها و مؤسسات مرتبط، در سطح جهان تبدیل شده است. بسیاری از موزه‌ها با نوعی تغییر الگو روبه‌رو هستند. به‌عنوان مثال بحران بودجه عمومی، آن‌ها را به‌گزینش راهکارهای جدیدی از حیث سازمان‌دهی، تأمین مخارج، شیوه نمایش و چگونگی ساماندهی مستقل وادار کرده است. بنابراین، افزایش آگاهی، شناخت ابزارهای اقتصاد، جذب سرمایه‌گذاری و حامیان، ارتقاء کارایی، هدایت و انگیزه‌بخشی به کارکنان، جهت‌یابی گروه‌های دارای اهداف مشابه و بازاریابی^۱ و نظارت بر کار موزه، امری ضروری است (صادق‌پور فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۸۸-۳۸۹). ساری، از یکی از مهم‌ترین مراکز تاریخی مازندران محسوب می‌شده و به همین دلیل عمارت‌ها و کاخ‌های قدیمی فراوانی در کنار طبیعت جذاب این منطقه احداث شده است (اسحق‌ی و شیدفر، ۱۳۸۰: ۱۳۴). شهرستان ساری از ظرفیت بالایی برای توسعه انواع مختلف گردشگری از جمله گردشگری فرهنگی برخوردار است. از جمله می‌توان به بناهایی همچون آب‌انبار نو، حمام وزیر، خانه رمدانی و به‌ویژه خانه کلبادی، واقع در محله آب‌انبار نو که از محله‌های قدیمی شهر ساری متعلق به دوران قاجار است، اشاره کرد. شایان‌ذکر است که خانه کلبادی به دلیل ساختار ویژه خود به موزه تبدیل شده است. اکنون پژوهش پیش‌رو به دنبال دستیابی به پاسخ این پرسش است که عملکرد موزه خانه کلبادی ساری تا چه اندازه بر توسعه گردشگری میراث فرهنگی این شهر تأثیرگذار بوده است. بنابراین بررسی توسعه گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر عملکرد نهاد موزه در شهرهای تاریخی ساری هدف اصلی پژوهش حاضر محسوب می‌شود. ادبیات پژوهشی مرتبط با موزه را می‌توان در دو بخش پژوهش‌های داخلی و خارجی موردبررسی قرار داد. اکثر پژوهش‌های داخلی درباره موزه‌ها به سیر تحول موزه و موزه‌داری در ایران و دنیا پرداخته‌اند. به‌عنوان مثال کتاب موزه‌داری نوشته دخت نفیسی (۱۳۸۹)، با مطالعات اسنادی و میدانی به تاریخچه موزه‌داری در جهان و ایران، شیوه مستندسازی رو ثبت آثار موزه‌ای و معرفی موزه‌های مختلف در ایران پرداخته است. کتاب آشنایی با موزه‌های ایران نوشته یآوری و رجبی به سال (۱۳۸۹) نیز با شیوه اسنادی و میدانی، به مطالعه موزه و موزه‌داری در ایران و جهان پرداخته است. کتاب موزه، موزه‌داری و موزه‌ها اثر زاهدی و همکاران (۱۳۸۸) نیز با رویکردی مشابه به مباحث مرتبط با موزه‌داری و تاریخچه موزه‌ها پرداخته است. کتاب مدیریت موزه نوشته صادق‌پور فیروزآبادی و همکاران به سال (۱۳۹۳) با رویکردی متفاوت و بر اساس مطالعات اسنادی و میدانی، به مباحث مدیریت و اهمیت آن در حوزه موزه و موزه‌داری پرداخته است. البته در بخش‌های مختلف برخی از این کتاب‌ها به پیوند موزه و رسالت آن با گردشگری فرهنگی نیز پرداخته شده است، اما این پژوهش‌ها به پیوند میان موزه و گردشگری میراث و به‌طور تخصصی به نقش چشمگیر موزه‌ها در توسعه این‌گونه از گردشگری نپرداخته‌اند. البته پژوهشگران مختلف تلاش‌هایی در این خصوص انجام داده‌اند که حاصل کار آن‌ها به‌صورت مقاله منتشر شده است. از مهم‌ترین این پژوهش‌ها می‌توان به مقاله پوراحمد و همکاران به سال (۱۳۹۱) اشاره کرد که با روش اسنادی و میدانی به بررسی و تحلیل نقش موزه‌های شرق مازندران در توسعه گردشگری فرهنگی پرداخته‌اند، در این پژوهش بر نقش سایت موزه گوهر تپه در توسعه گردشگری شرق استان مازندران تأکید شده است. کاووسی و کریمی (۱۳۹۳) نیز در مقاله‌ای تحت عنوان اهمیت و نقش موزه‌ها در گردشگری (مطالعه موردی شهر اصفهان) با روش اسنادی و میدانی، به ظرفیت‌هایی موزه در حوزه یادشده پرداختند و توسعه زیرساخت‌ها و رعایت استانداردها را از عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری از طریق نهاد موزه می‌دانند. رهبری‌پور و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان تحلیل تأثیرات اقتصادی-اجتماعی موزه ملی فرش تبریز بر اقتصاد شهری این

کلان شهر که با شیوه کتابخانه‌ای و میدانی انجام شده است، بر نقش اقتصادی موزه در اشتغال‌زایی، سرمایه‌گذاری و... و نقش اجتماعی آن در توسعه تعاملات اجتماعی، افزایش دانش و اطلاعات مردم و... تأکید کردند. اما رویکرد پژوهش‌های خارجی در رابطه با پیوند موزه‌ها و گردشگری فرهنگی صورتی دیگر دارد. در واقع پژوهش‌های خارجی درک عمیقی از این واقعیت و بهره‌گیری منطقی از نهاد فرهنگی موزه در توسعه گردشگری را نشان می‌دهند. بر همین اساس پژوهش‌های خارجی انجام شده در این حوزه بسیار پر تعداد بوده است. به‌عنوان مثال سیلبربرگ^۱ در سال (۱۹۹۵) در پژوهش خود به موضوع گردشگری فرهنگی و فرصت‌های شغلی برای ایجاد شده برای موزه‌ها و محوطه‌های میراث پرداخته است. روش مطالعاتی در این پژوهش به صورت کتابخانه‌ای و میدانی بوده و مهم‌ترین نتایج آن تأکید بر نقش و جایگاه موزه در توسعه گردشگری میراث فرهنگی و ایجاد فرصت‌های شغلی بوده است. پری‌را^۲ (۲۰۰۲) نیز در پژوهش خود به بررسی نقش موزه‌ها در توسعه گردشگری فرهنگی با هدف اقتصاد پایدار در کشورهای توسعه یافته پرداخته است. این پژوهش نیز با روش اسنادی و میدانی انجام شده و حاصل آن نشان می‌دهد که موزه‌های نقشی اساسی در توسعه گردشگری فرهنگی و توسعه اقتصادی جوامع محلی از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی ایفاء می‌کنند. کلی^۳ در سال (۲۰۰۹) در سمپوزیوم آموزش هنر موزه‌ای مقاله‌ای را تحت عنوان گردشگری فرهنگی و موزه‌ها را با روش مطالعات کتابخانه‌ای ارائه کرده است که پیوند میان این دو مقوله بحث اصلی پژوهش وی بوده است. در سال (۲۰۱۲) نیز سازمان جهانی یونسکو^۴ با توجه به اهمیت ارتباط موزه و گردشگری مقاله‌ای تحت عنوان نقش موزه‌ها در آموزش و توسعه گردشگری فرهنگی با همکاری آی‌کوم و منتشر کرده است. این مقاله که با روش اسنادی و میدانی انجام شده، بر اهمیت و قدرت آموزش در موزه‌ها برای اقشار مختلف و جایگاه این نهاد در توسعه گردشگری تأکید نموده است. یساییکسو^۵ و همکارانش در سال (۲۰۱۵) در پژوهش خود در اندونزی که با روش کتابخانه‌ای و میدانی به ظرفیت‌ها و جاذبه‌های فرهنگی در موزه‌ها پرداختند. در این مقاله بر موزه به‌عنوان جاذبه‌ای فرهنگی اشاره شده است. مروری بر ادبیات پژوهشی خارجی نشان‌دهنده اهمیت موضوع مورد بحث و تداوم پژوهش‌ها در این حوزه می‌باشد. بنابراین با توجه تفاوت چشمگیر کمی و کیفی پژوهش در ایران و خارج از ایران انجام پژوهش‌هایی از این دست ضرورتی تام می‌یابد.

مبانی نظری

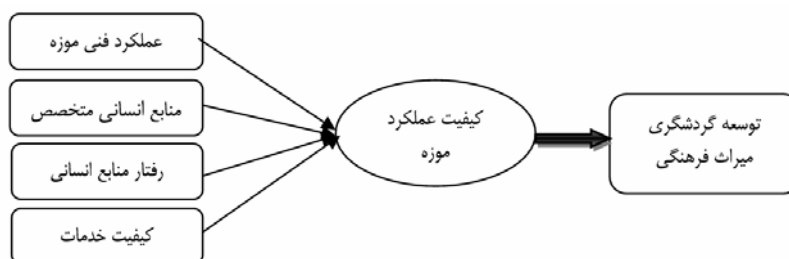
بسیاری از نویسندگان، گردشگری را یک فرصت منحصر به فرد اقتصادی می‌دانند (Orbasly, 2000: 4). گردشگری در عصر حاضر، به‌عنوان صنعت بدون دود، توانمندی‌ها و طرفداران بسیاری دارد. رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال گذشته نشانگر اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است (کاظمی، ۱۳۸۵: ۹). سازمان جهانی گردشگری انواع مختلفی از گردشگری را معرفی کرده است که گردشگری فرهنگی و میراث نمونه‌های آن محسوب می‌شوند. رضوانی گردشگری فرهنگی را نوعی گردشگری برای آشنایی با میراث فرهنگی، هنری، آداب، رسوم، بناها و آثار تاریخی یا اهداف آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی تعریف کرده است (رضوانی، ۱۳۸۶: ۱۹). از دیدگاه زاهدی و همکاران گردشگری فرهنگی نوعی از گردشگری است که گردشگر از طریق آن به فراگیری و تجربه درباره فرهنگ حال و گذشته جامعه خود یا دیگران می‌پردازد (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۴: ۶۳). زمانی که هرودت، ۲۷۰۰ سال پیش به اهرام ثلاثه خیره شد، گردشگر فرهنگی محسوب می‌شد (UNWTO, 1998: 6). گردشگری فرهنگی در هزاره جدید بیشترین میزان رشد در تقاضای گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است (فرجی‌راد و افتخاریان، ۱۳۹۱). هدف اصلی گردشگر در گردشگری فرهنگی، مشاهده جلوه‌های فرهنگی یک مقصد از قبیل مراسم، رفتارها، نمایشنامه‌ها، نمایشگاه‌ها، هنر و موسیقی آن است. در مناطق در حال توسعه اماکن مذهبی یا کارگاه‌های صنایع دستی، از جمله جاذبه‌های فرهنگی برای گردشگران محسوب می‌شود (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱۳). میراث فرهنگی، گنجینه‌های ارزشمند و بی‌بدیل محسوب می‌شود که

1. Silberberg
2. Perera
3. Kelly
4. UNESCO
5. Subhiksu

نه تنها به ملل خاص منتسب بوده، بلکه به جوامع انسانی در سراسر جهان نیز تعلق دارند. کاهش آسیب‌ها و حفاظت از این آثار در راستای ارتقای ارزش‌های جهانی آن‌ها، وظیفه‌ای مهم به شمار می‌آید. امروزه سازمان‌ها و گروه‌های مردمی زیادی، خواهان حراست از میراث فرهنگی هستند (احمدیان و باقرنیا، ۱۳۹۳: ۸۱). در ماده یکم قانون اساسنامه میراث فرهنگی کشور مصوب سال ۱۳۶۴، آمده: «میراث فرهنگی، شامل آثار باقیمانده از گذشتگان است که نشانگر حرکت انسان در طول تاریخ است و شناسایی آن زمینه شناخت هویت و خط حرکت فرهنگی را میسر می‌کند. از این طریق، زمینه‌های عبرت برای انسان فراهم می‌آید» (احمدیان و باقرنیا، ۱۳۹۳: ۷۵). جهان سرشار از میراث است. هر شهر و دهکده‌ای چند بنا یا مکان تاریخی، مجموعه‌ای از دست‌ساخته‌ها، سنت و یا رسمی محلی دارد که حفظ آن‌ها سبب ارتباط ساکنان با گذشته خود می‌شود. در انتهای دیگر طیف، موزه‌ها و گالری‌های بزرگ جهان که گنجینه‌های هنری گران‌بهایی دارند، شهرهای تاریخی، بناهای تاریخی و مکان‌هایی که گردشگران از آن بازدید می‌کنند، همگی نشان‌دهنده میراث بین‌المللی‌اند که تقاضای زیاد و همواره رو به افزایش برای آن‌ها وجود دارد (تراسبی، ۱۳۸۲: ۱۰۱). با توجه به انحصاری بودن و تقاضای فراوان برای بازدید از میراث بشری، حفظ و حراست از آن از اهمیت بالایی برخوردار است. راه‌های زیادی برای حفظ و بقای فرهنگ و معرفی آن به دیگر فرهنگ‌ها وجود دارد. یکی از راهکارهایی که امروزه بیشتر مورد توجه قرار گرفته است، گردشگری است؛ بدین معنا که گردشگری به‌عنوان ابزاری قدرتمند، توانایی حفظ مؤلفه‌های فرهنگ را داراست. همچنین گردشگری، این امکان را فراهم می‌کند که افراد با فرهنگ‌های مختلف آشنا شوند و افزون بر تلاش در راستای معرفی فرهنگ خود به دیگر جوامع، برای میراث فرهنگی دیگران نیز احترام قائل شوند (احمدیان و باقرنیا، ۱۳۹۳: ۳۷). تعاریف مختلفی از میراث و فرهنگ در حوزه گردشگری ارائه شده است. به‌عنوان مثال برخی از پژوهشگران میراث را فرهنگ سنتی، فولکلور یا فرهنگ عامه مرتبط با "مکان" تعریف کرده‌اند (McKercher & du Cros, 2002: 83). واژه "میراث" در حوزه گردشگری، مفاهیم طبیعی و فرهنگی را در برمی‌گیرد. این دو محقق قالبی را برای گردشگری ارائه کردند که گستره‌ای از مجموعه‌های چندگانه "از طبیعی و بکر تا شهرها ساخته شده و مصنوعی" را شامل می‌شد (Timothy & Boyd, 2003: 9). هوارد میراث را "هر آنچه اشخاص آرزوی حفظ، گردآوری و انتقال آن به نسل آینده دارند" توصیف می‌کند (Howard, 2003: 6). بنابراین گردشگری، بر فواید پیوند گردشگری و میراث در مجموعه‌ای از فرصت‌های مشارکت میراث استوار است که در سراسر دنیا قابل دسترس هستند. همگرایی گردشگری و عملکردهای میراث، سیاست قدرت حاکم در کنترل گذشته و توزیع انتخابی آن را برای گردشگران نشان می‌دهد (McLean, 1995: 607). مطالعات گردشگری میراث، مجموعه وسیعی از مفاهیم را در برمی‌گیرد "تجزیه و تحلیل موزه‌ها، مناظر، دست‌ساخته‌ها و فعالیت‌هایی که در جنبه‌های مختلف نمایشی گذشته، ترکیب شده‌اند" (Halewood & Hannam, 2001: 566). یکی از روش‌هایی که امروزه مورد استقبال قرار گرفته است، معرفی میراث فرهنگی از طریق گردشگری است. گردشگری و میراث فرهنگی ارتباطی متقابل و دوجانبه دارند؛ همان‌طور که میراث فرهنگی (میراث مادی و معنوی) می‌تواند از طریق گردشگری به افراد کشورهای مختلف معرفی شوند، در مقابل، این آثار نیز می‌توانند انگیزه‌ای برای سفر باشند. صنعت گردشگری، شاخصه‌های اقتصادی و مالی میراث را جمع‌آوری می‌کند و برای حفاظت در مباحث زیر بنایی و آموزشی جوامع و سیاست‌های در ارتباط با موضوع مورد استفاده قرار می‌دهد. میراث طبیعی و فرهنگی، فرهنگ‌های زنده و تنوع‌های زیستی هر یک به‌تنهایی جذابیت‌های فراوانی را برای گردشگران در خود جای داده‌اند (احمدیان و باقرنیا، ۱۳۹۳: ۹۴-۹۶). با توجه به اینکه گردشگران در محیط، تجربه میراثی خود را به دست می‌آورند، محیط‌های خدماتی می‌توانند از محیط‌های مهمی باشند که بر تجربه گردشگران تأثیر بسزایی بگذارد (Sperdin et al, 2012: 20-28). این احساسات مثبت و منفی مرتبط با محیط خدماتی، عمیقاً بر رضایت مشتری یا گردشگر اثر می‌گذارد (پورفرج و صالحی پور، ۱۳۹۲). برای مثال هنگامی که گردشگران از یک پایگاه باستان‌شناختی و میراثی، موزه یا یک کلیسا دیدار می‌کنند، آن‌ها صرفاً به دنبال دیدار از خود بناها نیستند بلکه به دنبال ارزش‌های زیبایی‌شناختی، آموزشی و اجتماعی همراه با آن‌ها نیز هستند (Bigne et al, 2008: 313-315). نقش موزه در توسعه مبادلات فرهنگی و جلب و جذب گردشگر و جهانگرد، امری به اثبات رسیده است (یاوری و رجیبی، ۱۳۹۰: ۸۷). موزه نهادی است که به مراقبت از مجموعه‌ای از مصنوعات و اشیای دیگر که از اهمیت علمی، هنری، فرهنگی، تاریخی

برخوردار بوده و آن‌ها را برای مشاهده عمومی از طریق نمایشگاه که ممکن است دائم و یا موقت باشد در دسترس قرار می‌دهد. موزه‌ها خانه‌های فرهنگ و تمدن انسانی و راز گشای گذشته آن هستند و درعین حال تصویری کمابیش روشن از هویت کنونی ما ارائه می‌دهند (صادق پور فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۷). موزه‌ها، سایت موزه‌ها و پارک موزه‌ها از مهم‌ترین مراکزی هستند که در قلب گردشگری فرهنگی جای می‌گیرند. در موزه‌ها گردشگران، طبقات اجتماعی و نابرابری‌های اقتصادی - اجتماعی، عدالت، شادی‌ها، هنر، مذهب و دیگر موضوع‌های زندگی یک ملت را از کهن‌ترین ایام تا به امروز مشاهده می‌کنند. گفت‌وگوی تمدن‌ها، در موزه‌ها معنای واقعی و ملموس به خود می‌گیرند و تاریخ شفاهی به عینیت می‌رسد (احمدیان و باقرنیا، ۱۳۹۳: ۹۷). به عبارتی هر کلکسیون متشکل از آثاری که دارای ارزش هنری، تاریخی، باستان‌شناسی و قوم‌شناسی باشد و به‌صورت دائمی در معرض تماشای عموم قرار گیرد موزه اطلاق می‌شود (سروقد مقدم، ۱۳۷۱: ۲۴). درواقع موزه موسسه‌ای است دائمی و بدون هدف مادی که درهای آن به روی همگان گشوده است و در خدمت جامعه و پیشرفت آن فعالیت دارد. و وظیفه آن حفاظت، نگهداری و نمایش آثار و اشیایی است که از گذشتگان ما به‌عنوان میراث کهن باقی‌مانده است (نفیسی، ۱۳۸۷: ۳). موزه‌ها مطالب خود را به «زبان خاصی» بیان می‌کند، وسیله بیان این نهاد «زبان اشیاء واقعی» است. از همین رو، دارای قدرت نفوذ گسترده می‌باشد. بازدیدکننده محروم از نعمت خواندن و نوشتن با این «زبان خاص» به‌آسانی ارتباط برقرار می‌کند. موزه در خدمت یک جامعه و درعین حال معرف آن جامعه است و دارای نقش و عملکرد اجتماعی موزه همانند خدمات اجتماعی موزه، شناخت میراث و ارزش‌های فرهنگی، شناخت مخاطبان موزه می‌باشد (یاوری و رجیبی، ۱۳۸۹: ۳۹). از این رو می‌توان اذعان داشت که موزه و گردشگری هم‌نشین هم هستند، موزه‌ها می‌توانند نقش بسیار مهمی در تجدید حیات فرهنگی و اجتماعی به‌تبع آن زمینه‌های توسعه گردشگری فرهنگی را فراهم سازند. در حال حاضر گردشگران زیادی باهدف بازدید از موزه‌ها به مسافرت می‌روند. از همین روی کارشناسان و برنامه‌ریزان گردشگری جهان، برنامه‌ها و تبلیغات خاص و درازمدتی در مورد موزه‌های کشورشان را باهدف جذب گردشگر در دستور کار خود قرار داده‌اند. این موضوع نشان می‌دهد جذب گردشگر به‌عنوان یکی از کارکردها یا مهم‌ترین کارکرد موزه‌ها تلقی می‌شود، اما این نگاه از سر اتفاق و منحصر به یک کشور خاص نیست؛ بلکه این موضوع به‌عنوان رویدادی به شمار می‌آید که در گستره جهانی رو به گسترش و فزونی است (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۵۰). موزه‌ها و آثار فرهنگی و تاریخی در کنار بازدید و گذران اوقات فراغت و آموزش بازدیدکنندگان، محل مناسبی برای حفاظت و حراست علمی از آثار نفیس و بی‌جان‌های هنری، اسناد، مدارک و اشیای علمی و فرهنگی هستند که جمله آن‌ها بازمانده‌هایی از پیشینیان و نیاکان ماست که بر اثر مراقبت آنان، امروزه، در دسترس ما قرار گرفته‌اند. عملکرد موزه‌ها از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر جذب مخاطبان است و ارزیابی عملکرد موزه از مهم‌ترین وظایف مدیریتی در موزه‌ها محسوب می‌شود. مدیران موظف هستند تا با توجه به مأموریت، اهداف و وظایف تبیین شده برای موزه‌ها و ضمن مراقبت مستمر از اقداماتی که در موزه در جریان است نسبت به ارزیابی عملکرد موزه تحت مدیریت خود اقدام نمایند. مهم‌ترین محوری که می‌تواند در جریان یک سیستم ارزیابی عملکرد مدنظر قرار داشته باشد درواقع به نحوه بهره‌برداری مدیریت موزه به‌عنوان مدیریت سازمان از منابع در اختیار او بازمی‌گردد. این منابع عناصری همچون مردم (افراد کارکنان و بازدیدکنندگان)، مجموعه موزه، تجهیزات، ساختمان‌ها، پول و زمان را در برمی‌گیرد. معیارهای ارزیابی می‌تواند موزه را به‌عنوان یک کلیت، نیروهای کاری آن و یا کارایی سازمان در بهره‌برداری از منابع آن را موردبررسی قرار دهد و طبیعتاً می‌تواند عناصر چنین سیستم ارزیابی‌ای شامل معیارهای کمی و کیفی باشد. روشن است که ارزیابی معیارهای کیفی دشوارتر از معیارهای کمی بوده و از این رو در خصوص معیارهای کیفی معمولاً کوشیده می‌شود تا ضمن وضع استانداردهایی به‌عنوان معیار، میزان نزدیکی یا دوری عملکرد موسسه را نسبت به این معیارها موردسنجش قرار دهند. چنین معیارهایی ممکن است از سوی خود مدیریت موزه و یا به کمک نهادهای بیرون از آن طراحی شده و به‌کاربرده شوند (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۲-۷۳). اساسنامه ایکوم، موزه را نهادی اجتماعی و فرهنگی معرفی می‌کند. از این رو، عملکرد آن در دو بخش خدمات اجتماعی و عملکرد فرهنگی موردبررسی قرار می‌گیرد. عملکرد موزه‌ها بیش از هر نکته دیگر بازتاب آرمان‌ها و اندیشه‌های انسان، محیط فرهنگی و اجتماعی، کارها و خلاقیت‌های پایان‌ناپذیر او در گذشته و حال است (یاوری و رجیبی، ۱۳۸۹: ۳۹). برای آنکه موزه‌ای برای بازدیدکننده از جذابیت خاص برخوردار باشد، پاسخگوی

نیازهای جسمی او بوده و وی را در محیطی آشنا و راحت قرار دهد بایستی به‌صورت آمیزه‌ای از فضاهای عمومی و خصوصی طراحی گردد تا بازدیدکننده، ضمن فراموش کردن سردرگمی، در حالت تعادل قرار گرفته و با مردم و اشیاء در تماس بیشتری باشد. این کارکردها را محیط و فضای استراحت کوتاه‌مدت و مکان‌های تفریح و تفرج تأمین می‌نماید. از خدمات رفاهی و عمومی موزه می‌توان از رستوران یا چایخانه، فروشگاه محصولات فرهنگی و ... نام برد (غلامی، ۱۳۹۵: ۵۲). می‌توان گفت موزه‌ها هنگامی می‌توانند خواسته‌های خود را تحقق بخشند، که موارد اصلی تشکیل‌دهنده موزه (مجموعه اشیاء، ساختمان، کارکنان اداری، عملکرد سازمانی و عموم مردم) به‌عنوان تسهیل‌کننده عمل کنند (حکمت، ۱۳۸۶: ۴-۵). در واقع راهکار اصلی «عملکرد» موزه است که «شکل و طرح» آن را معین می‌کند. بنابراین، در درجه اول باید مشخصات فیزیکی هر موزه که جنبه عمومی دارد رعایت شود و آنگاه طبق اهداف، فعالیت‌ها و مجموعه آثار موزه ساختمان و تزیینات داخلی آن انتخاب شود شامل؛ محل و ساختمان موزه، تالارهای نمایش (ویترین، تالار ورودی، نور در تالارهای نمایش و دیوار و کفپوش تالارها)، مراکز جنبی موزه (تالارهای نمایشگاه موقت و سخنرانی، کتابخانه و مرکز اسناد، انبار و مخزن، کارگاه، آزمایشگاه، چایخانه و کافه‌تریا)، بخش امور اداری، فنی، خدماتی و تأسیساتی (بخش اداری، تجهیزات فنی و تأسیسات موزه) (نفیسی، ۱۳۸۹: ۴۶-۵۸). خصوصیات فیزیکی ساختمان موزه با عملکرد صحیح شامل: خوانایی مسیر، تناسب اشیاء با سالن‌های نمایش، ایجاد ارتباط با فضای بیرونی، ایجاد نمایشگاه‌های موقت در زمینه‌های هنری، ایجاد فضای تحقیق و کتابخانه، ایجاد سالن نمایش، آموزش فنی و حرفه‌ای، غرفه‌های فروش و بوفه و چایخانه و... می‌باشد (یاوری و رجبی، ۱۳۹۰: ۱۷). از طرفی، حضور نیروی انسانی متخصص و متعهد یکی از شاخص‌های اصلی رشد و توسعه پایدار هر سازمان است. کارکنان موزه می‌توانند با تکیه بر نحوه رفتار خود، ارزش مشتری را افزایش یا کاهش دهند (صادق‌پورفیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۳۸). نیروی انسانی یک سازمان، ثروت واقعی آن سازمان را تشکیل می‌دهد و بدون نیروی انسانی توانمند، موفقیت در صنعت گردشگری در دنیای پررقابت امروز کاری سخت و نشدنی است. احساس مسئولیت، کار گروهی، حل مشکل، ایجاد تحول، خلاقیت و ابتکار، انجام تصمیم‌گیری‌های درست از مشخصات بارز نیروی انسانی توانمند است که نیاز هر سازمان و بنگاه اقتصادی برای موفقیت پایدار در دنیای امروز است (دنیادیده). در حقیقت تجهیز موزه‌ها به کادر اداری متخصص (موزه‌داران، آموزگاران موزه، حفاظت‌گران و مأمورین بازاریابی) باعث می‌گردد که دقت عمل در عملکردهای موزه ارتقا یابد تا جایی که بخش‌های مختلفی در ادارات موزه تشکیل شده است (صادق‌پورفیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۶۶). نمایشگاه‌ها، ابزارهای سنتی و اولیه برای رسیدن موزه‌ها به عموم مردم هستند. موزه‌ها می‌توانند با برگزاری نمایشگاه‌ها اطلاعات، مفاهیم و عقاید خاصی را انتقال داده و یا فردی خاص یا مکانی ویژه که رویداد مهمی در آن رخ داده را گرامی بدارند (غلامی، ۱۳۹۵: ۳۲۰). هدف اصلی از شرکت در هر نمایشگاه، در کوتاه‌مدت یا درازمدت افزایش بازدید از موزه و کسب درآمد است. بنابراین نمایشگاه بازدیدکننده محور می‌تواند موجب ارائه دانش موردنیاز مخاطبان گردد و بازدیدکنندگان مختلف و گوناگون را به موزه بکشاند. نمایشگاه‌ها و برنامه‌های موزه به‌طور فزاینده منعکس‌کننده طبقه‌های قومی، مذهبی، نسلی و اجتماعی است (صادق‌پورفیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۶۳). یک غرفه نمایشگاهی نقش مؤثر و مهمی در جذب مخاطبان نمایشگاه دارد. بازدیدکننده بنا به میل شخصی و در وقت فراغت خود به نمایشگاه می‌آید بی‌آنکه تحت هیچ‌گونه فشاری باشد، آمادگی او برای شنیدن بیش از هر وقت دیگری است (غلامی، ۱۳۹۵: ۳۲۰ - ۳۳۵).



شکل شماره ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

عملکرد موزه‌ها به منظور جذب مخاطب و گردشگر از اهمیت بالایی برخوردار است. اما با وجود پرمخاطب و گردشگر پذیر بودن مازندران تاکنون هیچ‌گونه مطالعه‌ای در این حوزه بر روی موزه‌های مازندران صورت نپذیرفته است. در این استان موزه‌های متعددی احداث شده است که موزه خانه گلبدی در شهرستان سازی یکی از مهم‌ترین نمونه‌های آن محسوب می‌شود. پژوهش حاضر که به لحاظ هدف کاربردی و از منظر ماهیت توصیفی تحلیلی است، در سال ۱۳۹۶ به منظور بررسی توسعه گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر عملکرد موزه خانه گلبدی در شهر تاریخی ساری انجام شده است. داده‌های پژوهش حاضر با روش کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده است. روش کتابخانه‌ای شامل مطالعه منابع مرتبط به منظور طرح مسئله، تدوین مبانی نظری و طراحی پرسشنامه صورت گرفته است. پژوهش‌های میدانی پژوهش نیز توزیع ابزار پرسشنامه محقق ساخته میان گردشگران بازدیدکننده از خانه موزه گلبدی را در برمی‌گیرد. با توجه به نامعلوم بودن جامعه آماری از فرمول کوکران برای تعیین حجم نمونه استفاده است. بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۲۷۰ نفر تعیین شد که از این تعداد پرسشنامه توزیع شده، ۲۱۰ پرسشنامه کامل گردآوری و برای انجام تحلیل‌ها استفاده شده است. برای پردازش داده‌ها نیز از نرم‌افزار SPSS و برای تحلیل یافته‌ها نیز از آماره‌های توصیفی و آزمون‌های استنباطی همچون آتا، پیرسون، تی تک‌نمونه‌ای و رگرسیون خطی استفاده شده است.

جدول شماره ۱. معیارها و شاخص‌ها مورد بررسی

معیارها	مؤلفه‌ها	منابع
کیفیت عملکرد موزه	عملکرد فنی	(نقیسی، ۱۳۸۹؛ یآوری و رجبی، ۱۳۹۰؛ غلامی، ۱۳۹۵، حکمت، ۱۳۸۶؛ صادق‌پور فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳؛ زاهدی و همکاران، ۱۳۸۹)
	منابع انسانی	(کادر اداری، امور اداری، موزه‌داران، راهنمایان موزه، تخصص، آموزگاران موزه و آموزش و...)
	رفتار منابع انسانی	(نحوه برخورد، پاسخگویی، خلاقیت، ابتکار، مسئولیت‌پذیری، مدیریت حل مشکلات و...)
	کیفیت خدمات	(کیفیت غرفه‌ها، بازاریابی، ارائه تجربیات عینی خدمات اجتماعی، عرفی ارزش‌های فرهنگی و...)

محدوده مورد مطالعه

شهر ساری واقع در کوهپایه‌های رشته‌کوه البرز، از شمال به دریای مازندران، از جنوب به سلسله جبال البرز، از مشرق به نکا و بهشهر، از جنوب به قائم‌شهر منتهی می‌شود. همچنین ساری به فاصله کمتر از ۱۵۰ کیلومتر از تهران واقع شده و توسط جاده فیروزکوه ۲۶۵ کیلومتر و توسط جاده هراز ۲۵۰ کیلومتر و به وسیله راه آهن شمال ۳۵۴ کیلومتر با تهران فاصله دارد. شهرستان ساری از طبیعتی گیرا، جذاب و بسیار ارزشمند برخوردار است. دارای اماکن دیدنی و جاذبه‌های مختلف تاریخی و طبیعی همچون: برج رسکت، مجموعه تاریخی فرح‌آباد، امامزاده عباس، بقعه امامزاده یحیی، برج سلطان زین‌العابدین، آب‌انبار میرزا مهدی، آب‌انبار نو، خانه قدیمی گلبدی، حمام وزیر، سد سلیمان تنگه، ساحل خزر آباد، پارک جنگلی شهید زارع، پناهگاه حیات وحش دشت ناز، پناهگاه حیات وحش سمسکنده می‌باشد. اساس اقتصاد این منطقه را کشاورزی، دامداری و صنایع دستی تشکیل می‌دهند. از مهم‌ترین صنایع دستی ساری می‌توان حصیربافی، قالی‌بافی، گلیم‌بافی، ابریشم‌بافی، پارچه‌بافی، ظروف سفالی، ظروف چوبی، مجسمه‌های چوبی، زیلو و جاجیم‌بافی را نام برد (اسحق‌ی و شیدفر، ۱۳۸۰: ۱۳۴). موزه گلبدی: عمارت منوچهر خان گلبدی، واقع در محله آب‌انبار نو در مرکز شهرستان ساری، حدود صد و سی سال پیش به دستور سردار جلیل، از امرای ارتش وقت ساخته شد و به نام فرزند بزرگش، امیر

نصرت شکوه نظام به امیریه معروف شد. این بناها سال ۱۳۷۰ در اختیار سازمان میراث فرهنگی قرار گرفت. سبک معماری این ساختمان، از تکایای دوره قاجاری برگرفته شده است و دو بخش اندرونی و بیرونی دارد. بنای اصلی این عمارت در بخش اندرونی، در دوطبقه و یک زیرزمین احداث شده است و هر طبقه دارای یک شاه‌نشین و اتاق‌های دوطرفه است. شاه‌نشین طبقه دوم، از زیباترین اتاق‌های این عمارت است و جای‌جای آن، یادآور سبک هنرهای تزئینی دوره قاجاری است. مصالح ساختمانی این بنا، شامل چوب و آجر و بام آن به صورت شیروانی و سفال پوش است.

بحث و یافته‌ها

با توجه به ظرفیت‌های میراث فرهنگی شهر ساری تعداد ۲۱۰ نفر گردشگر از ۲۳ استان کشور به پرسشنامه تحقیق پاسخ داده‌اند که از این تعداد تقریباً ۵۲ درصد مرد و ۴۸ درصد زن بوده است. میانگین سنی پاسخگویان بین ۲۰ تا ۳۰ سال و میانگین درآمدی آن‌ها کمتر از ۲۰۰۰۰۰۰ تومان بوده است. ۴۹ درصد از پاسخگویان دارای مدرک کارشناسی، تقریباً ۱۸ درصد کاردانی، ۲۴ درصد کارشناسی ارشد و دکتری بوده‌اند. از این میان، تعداد تقریباً ۴۵ درصد دارای شغل آزاد و ۵۵ درصد شغل دولتی بوده‌اند. وضعیت مؤلفه‌های توسعه گردشگری میراث و عملکرد موزه بر اساس شاخص‌های جمعیت شناختی را نشان می‌دهد. بر اساس مقایسه میانگین نگرش‌های زنان و مردان (۳/۲) نسبت اهمیت توسعه گردشگری میراث در شهر ساری تفاوتی دیده نمی‌شود. اما نگرش این دو جنس نسبت به اهمیت عملکرد موزه متفاوت است. در این خصوص باید گفت توسعه گردشگری میراث فرهنگی از دیدگاه پاسخگویان زن و مرد اهمیت یکسانی دارد، اما در عوامل فرا جنسیتی تفاوت‌های معناداری دیده می‌شود. به عنوان مثال، یکی از این عوامل صحت عملکرد منابع و جاذبه‌های محوری میراث است. به این صورت که بر اساس آمارهای به دست آمده در پژوهش حاضر، عملکرد موزه برای مردان از اهمیت بیشتری برخوردار است. این وضعیت را می‌توان با علایق مردان نسبت به بازدید از موزه و الگوی اختصاص زمان به جاذبه‌های مقصد متناسب دانست. به طور کلی می‌توان اذعان داشت که علایق و انگیزه‌های در انتخاب مقصد و انجام فعالیت‌ها در مقاصد گردشگری و عوامل مؤثر بر آن از دیدگاه مردان و زنان متفاوت است. گروه‌ها سنتی ۵ گانه نیز نگرش‌های متفاوتی نسبت به اهمیت توسعه گردشگری میراث و عملکرد موزه داشتند. بدین صورت که توسعه گردشگری میراث و فراخور آن عملکرد موزه برای گروه سنتی کمتر از ۲۰ سال بیشترین اهمیت و برای گروه سنی بین ۳۰ تا ۴۰ سال کمترین اهمیت را داشته است. این آمارها نشان می‌دهد که جوانان علاقه بیشتری نسبت به بازدید از موزه دارند و میزان اهمیت توسعه گردشگری میراث و عملکرد موزه‌ها بر اساس تحصیلات جامعه آماری نیز تفاوت‌هایی را نشان می‌دهد. بدین صورت که این دو معیار برای پاسخگویان با تحصیلات پایین‌تر از دیپلم کمترین اهمیت و برای پاسخگویان کارشناسی ارشد و بالاتر بیشترین اهمیت را داشته است.

جدول شماره ۲. تحلیل رابطه بین مؤلفه‌های توسعه گردشگری میراث و عملکرد موزه و متغیرهای جمعیت شناختی

نوع آزمون	توسعه	عملکرد موزه
جنس	مقدار	۰/۳۴۰
	سطح معناداری	۰/۹۸۵
	تعداد مشاهدات	۲۱۰
سن	مقدار	-۰/۱۳۹
	سطح معناداری	۰/۷۴۱
	تعداد مشاهدات	۲۱۰
شغل	مقدار	۰/۳۶۲
	سطح معناداری	۰/۹۸۶
	تعداد مشاهدات	۲۱۰
تحصیلات	مقدار	۰/۳۰۱
	سطح معناداری	۰/۹۷۳
	تعداد مشاهدات	۲۱۰

برای تحلیل رابطه میان متغیرهای جمعیت شناختی و مؤلفه‌های دو متغیر توسعه گردشگری میراث و عملکرد موزه بر اساس ماهیت داده‌ها از آزمون‌ها آتا و پیرسون استفاده شده است. آمارهای جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که میان جنسیت و دو بعد توسعه گردشگری میراث فرهنگی و عملکرد موزه رابطه وجود دارد. سطح معناداری تعیین شده در آزمون نشانگر رابطه شدیدتر جنسیت و توسعه نسبت به عملکرد موزه است. همچنین آمارها عدم رابطه میان سن پاسخگویان و دو بعد توسعه گردشگری میراث فرهنگی و عملکرد موزه را نشان می‌دهد. در این خصوص شاید بتوان اذعان کرد، با توجه به غنی بودن موزه خانه کلبادی و سایر جاذبه‌های گردشگری میراث در ساری همچون بافت قدیم و معماری سنتی موجود در آن، تمامی گروه‌های سنی پاسخگو به توسعه گردشگری میراث فرهنگی و عملکرد موزه‌ها علاقه‌مند هستند. آمارها همچنین بیانگر عدم رابطه میان شغل افراد و دو بعد توسعه گردشگری میراث فرهنگی و عملکرد موزه‌ها می‌باشد. سطح معناداری این دو بعد، تأییدکننده وضعیت ذکر شده است. همچنین بر اساس آمارها میان تحصیلات و توسعه گردشگری رابطه‌ای مشاهده نشده است، اما میان تحصیلات پاسخگویان و عملکرد موزه‌ها رابطه وجود دارد. در این رابطه باید گفت، سطح تحصیلات افراد بر میزان آگاهی نسبت به عملکرد موزه و الگوی تقاضاها و خواسته‌های فرهنگی مخاطبان موزه تأثیر گذاشته و مطالبات این گروه را نسبت به گروه‌های پاسخگو با تحصیلات پایین‌تر تحت شعاع قرار داده است.

جدول شماره ۳. آزمون تی تک نمونه‌ای

Test Value = 3										
۹۵٪ سطح اطمینان		تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	درجه آزادی	t	خطای استاندارد	انحراف معیار	میانگین	تعداد	
حد نهایی بالایی	حد نهایی پایینی									
۰/۳۵۶	۰/۰۷۳	۰/۲۱۵	۰/۰۰۳	۲۰۴	۲/۹۹۲	۰/۰۷۱۸	۱/۰۲۸	۳/۲۱	۲۰۵	توسعه گردشگری میراث
۰/۱۱	-۰/۱۰	۰/۰۰۳	۰/۹۵۱	۲۰۹	۰/۰۶۱	۰/۰۵۳	۰/۷۷۳	۳/۰۰	۲۱۰	عملکرد موزه

برای مشخص کردن مطلوبیت مؤلفه‌های توسعه گردشگری و عملکرد موزه از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است. آمارهای جدول شماره ۴ نشان می‌دهند که توسعه گردشگری میراث فرهنگی از دیدگاه پاسخگویان در وضعیت مطلوبی قرار دارد. شاید بتوان این وضعیت را با تراکم جاذبه‌های میراث در شهر ساری که عمدتاً به‌صورت آثار معماری سنتی در بافت قدیم این شهر و در کنار موزه خانه کلبادی واقع شده است، مرتبط دانست. اما میزان مطلوبیت عملکرد موزه خانه کلبادی دقیقاً برابر با میانه مطلوب است که ضمن کسب حداقل سطح مطلوبت از شرایط متزلزلی برخوردار است. البته سطح معناداری نشانگر عدم توافق ذهنی پاسخگویان است بدین معنا که تنها عده خاصی معتقد به مطلوبیت عملکرد موزه هستند و اکثریت پاسخگویان این وضعیت را نمی‌پذیرند.

جدول شماره ۴. تحلیل مطلوبیت داده‌ها موردنیاز برای آزمون رگرسیون

سطح معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	Model
a ۰/۰۰۰	۱۲۴/۰۳۸	۴۶/۰۸۳	۱	۴۶/۰۸۳	Regression
		۰/۳۷۲	۲۰۳	۷۵/۴۲۰	Residual
			۲۰۴	۱۲۱/۵۰۳	Total

همچنین برای مشخص کردن میزان اثرگذاری عملکرد موزه در توسعه گردشگری میراث فرهنگی از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است. آمارهای حاصل از تحلیل رگرسیون در جدول شماره ۵ نشان می‌دهد، بعد عملکرد موزه در این پژوهش، تأثیر معناداری بر توسعه گردشگری میراث فرهنگی شهر ساری داشته است. بتای محاسبه شده برای بعد عملکرد موزه خانه کلبادی (۰/۶۱۶) است که نشان می‌دهد این بعد به‌تنهایی اثری ۶۱/۶ درصدی بر توسعه گردشگری میراث فرهنگی دارد که بیانگر اهمیت عملکرد موزه در این حوزه است. سطح معناداری ۰/۰۰۰ نیز توافق ذهنی پاسخگویان در این خصوص نشان می‌دهد. در این خصوص باید اذعان داشت، عملکرد موزه از بخش‌های مختلفی تشکیل شده است که

عملکرد موزه در حفظ آثار منحصر به فرد، عملکرد نیروی انسانی حاضر در موزه، عملکرد مجموعه مدیریتی در موزه از مهم‌ترین آن‌ها می‌باشند. یقیناً در موزه خانه کلبادی همه بخش‌های مرتبط با عملکرد موزه به یک اندازه مطلوب نیستند و سهم ۶۱ درصدی عملکرد موزه خانه کلبادی مرهون عملکرد مطلوب برخی از بخش‌های موزه است. به‌عنوان مثال سهم عملکرد فنی موزه و عملکرد نیروی انسانی در توسعه گردشگری میراث فرهنگی به یک اندازه نیست.

جدول شماره ۵. ارزیابی تأثیر هر بعد از دیدگاه پاسخگویان

ابعاد بررسی شده	ضریب همبستگی	R^2	R^2 تعدیل یافته	Beta	t مقدار	سطح معناداری
عملکرد موزه	۰/۸۳۸	۰/۳۷۹	۰/۳۷۶	۰/۶۱۶	۱۱/۱۳۷	۰/۰۰۰

برای مشخص کردن سهم هر یک از ابعاد عملکرد موزه نیز از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که از میان ابعاد چهارگانه مورد بررسی در موزه خانه کلبادی، معیار عملکرد فنی موزه با بتای ۰/۴۰۴ بیشترین و معیار کیفیت خدمات با بتای ۰/۰۷۶ کمترین سهم را در توسعه گردشگری میراث فرهنگی شهر ساری نسبت به سایر ابعاد داشته است. بر این اساس می‌توان اذعان داشت که از دیدگاه پاسخگویان عملکرد فنی موزه به دلیل رعایت مقررات مرتبط با حفاظت اشیاء باستانی از وضعیت بهتری برخوردار است. ایجاد شرایط مناسب نور، رطوبت، دما و سایر شرایط مناسب برای سلامت اشیاء در موزه‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است و در موزه کلبادی نیز این شرایط به‌دقت و درستی فراهم شده است. اما در خصوص کیفیت عملکرد موزه باید اذعان داشت که در بازدید از موزه، کیفیت و تنوع خدمات فرهنگی بر اساس تعاریف آی‌کوم از اهمیت بالایی برخوردار است و در روند بازدید از موزه‌ها سبب ایجاد رضایت یا نارضایتی در مخاطبان و گردشگران خواهد شد. استفاده از تخصص‌های مرتبط با فن موزه‌داری در این زمینه بسیار مهم است، زیرا نیروهای انسانی متخصص در موزه‌ها، در حقیقت رابط میان اشیاء صامت موزه‌ای و مخاطبان انسانی هستند و نوع برخورد و شیوه ارائه خدمات اثری مستقیم در برداشت مخاطب از کیفیت خدمات موزه خواهد داشت. به‌عنوان مثال با توجه به ممنوع بودن عکاسی در موزه‌ها به دلایل حفاظتی، موزه‌ها موظف‌اند، تصاویر اشیاء مختلف را به‌منظور پژوهش و سایر استفاده‌ها در اختیار مخاطب قرار دهد و یا با توجه به انبوه مخاطبان موزه، راهنمایان باید با صبر و حوصله اطلاعات دقیق و درست را به‌گونه‌ای حرفه‌ای در اختیار آن‌ها قرار دهند. بنابراین کیفیت خدمات موزه، مجموعه‌ای از عوامل را در برمی‌گیرد که مستقیم بر تصویر موزه در ذهن مخاطب اثر خواهد گذاشت، و نمایشگاه موزه و روابط فرهنگی جاری در این حوزه میان مخاطبان و کارکنان موزه نقش حیاتی در اقبال مخاطبان به موزه خواهد داشت.

جدول شماره ۶. ارزیابی تأثیر هر بعد از دیدگاه متخصصان

ابعاد بررسی شده	ضریب همبستگی	R^2	R^2 تعدیل یافته	Beta	t مقدار	سطح معناداری
رفتار منابع انسانی				۰/۱۹۲	۱/۹۳۰	۰/۰۰۰
تخصص منابع انسانی	۰/۵۶۴	۰/۳۱۸	۰/۳۰۱	۰/۰۹۶	۱/۰۹۸	۰/۰۰۰
عملکرد فنی موزه				۰/۴۰۴	۰/۷۶۴	۰/۰۰۰
کیفیت خدمات				۰/۰۷۶	۳/۷۹۹	۰/۰۰۰

نتیجه‌گیری

موزه نهادی فرهنگی و مکان نگهداری و نمایش اشیاء باهدف آموزش و ارتقاء سطح دانش عمومی، شناخت، درک و آگاهی است. در حوزه گردشگری نیز موزه‌ها نقش مهمی در آموزش فرهنگ از طریق گردشگری فرهنگی و میراث بر عهده دارند. از این رهیافت موزه‌ها مکان فرهنگی منحصر به فردی برای ارائه اطلاعات و جاذبه‌های فرهنگی وابسته به منطقه یا گروه قومی و یا ملتی را به‌طور جمعی به مخاطبان و گردشگران محسوب شده و نقش مهمی را در توسعه گردشگری میراث ایفاء می‌کنند. خانه موزه کلبادی یکی از موزه‌های منحصر به فرد استان مازندران است که بر اساس

آمارهای حاصل شده در این پژوهش سهم ۶۰ درصدی در توسعه گردشگری میراث فرهنگی شهر ساری دارد. این وضعیت با ارائه جمعی و یکجای آثار فرهنگی انسان به مخاطبان مرتبط است که می‌تواند سطح رضایت‌مندی آن‌ها را افزایش دهد. این یافته با نتیجه پژوهش پری‌را ۲۰۰۲ و کلی ۲۰۰۹ هم‌راستا می‌باشد. البته این سهم حاصل عملکرد مطلوب تمامی بخش‌های موزه نیست، بلکه بخش‌های مختلف مرتبط با کیفیت عملکرد دارای سهمی متفاوت در این راستا می‌باشند. به‌عنوان مثال معیار عملکرد فنی موزه با بتای ۰.۴۴، بیشتری سهم را در عملکرد موزه خانه کلبادی در راستای توسعه گردشگری میراث فرهنگی داشته است. این وضعیت را می‌توان از یک سو با اهمیت و منحصر به فرد بودن اشیاء موزه‌ای و از سوی دیگر با رعایت اصول حفاظتی در موزه خانه کلبادی مرتبط دانست. کیفیت خدمات نیز با بتای ۰.۷۶، کمترین سهم را در میان معیارهای کیفیت عملکرد موزه در راستای توسعه گردشگری میراث فرهنگی در شهر تاریخی ساری به خود اختصاص داده است. یافته‌های مرتبط با کیفیت خدمات با نتایج پژوهش اسپرین و همکاران، ۲۰۱۲ همسو می‌باشد. وضعیت پیش‌رو را می‌توان با ارائه خدمات فرهنگی به مخاطبان، استفاده از تخصص‌های مرتبط با حوزه موزه و موزه‌داری، شیوه برخورد با مخاطب و کیفیت انتقال مطالب فرهنگی و مسائلی از این دست مرتبط دانست. یافته‌های نفیسی، ۱۳۸۹ و زاهدی و همکاران، ۱۳۸۹ نیز با نتایج یادشده منطبق می‌باشند.

منابع

- ۱) احمدیان، رضا و باقرنیا، آذین (۱۳۹۳) مبانی گردشگری فرهنگی، چاپ اول، تهران: تپسا.
- ۲) اسحق، روح‌الله و رشیدفر، محمدرضا (۱۳۸۰) راهنمای برنامه‌ریزی سفر در استان مازندران، چاپ اول، مازندران: نشر سازمان ایران‌گردی و جهانگردی استان مازندران.
- ۳) آشفته، امیر (۱۳۷۵) برنامه‌ریزی فرهنگی و توسعه اقتصادی، چاپ اول، تهران: انتشارات کانون پیشرفت و توسعه.
- ۴) برنز، پیتر. ام (۱۳۸۵) مردم‌شناسی گردشگری، ترجمه هاجر هوشمندی، چاپ اول، تهران: پژوهشکده مردم‌شناسی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری.
- ۵) پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۶) گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ دوم، تهران: انتشارات سمت.
- ۶) پوراحمد، احمد؛ مهدی، علی؛ مهدیان بهنمیری، معصومه؛ میرزایی کوتنایی، زهرا؛ محمدی، آرزو (۱۳۹۱) بررسی و تحلیل نقش موزه‌ها در توسعه گردشگری فرهنگی (مطالعه موردی: موزه‌های شرق استان مازندران)، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۱، شماره ۱، صص. ۱۲۸-۱۰۵.
- ۷) پورفرج، اکبر و صالح‌پور، محمدرضا (۱۳۹۲) اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر ارزشیابی گردشگران اروپایی دیدارکننده از پایگاه میراث جهانی نقش جهان اصفهان، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۸، شماره ۲۲، صص. ۲۳-۱.
- ۸) پورمنصور، حسن (۱۳۸۶) رامسر در آینه تاریخ شمال و راهنمای گردشگری، چاپ اول، تهران: انتشارات عطوفت.
- ۹) دوگلاس، آ. آلن (۱۳۶۳) موزه و وظایف آن، ترجمه عبدالرحمان اعتصامی صدری، چاپ اول، تهران: انتشارات پژوهش و برنامه‌ریزی.
- ۱۰) تراسی، دیوید (۱۳۸۲) اقتصاد و فرهنگ، ترجمه: کاظم فرهادی، چاپ اول، تهران: نشر نی.
- ۱۱) حکمت، محمد (۱۳۸۶) درآمدی بر مدیریت موزه و نگارخانه، فصلنامه مرمت، سال ۲، شماره ۱۸، صص. ۴-۵.
- ۱۲) رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۸۶) جغرافیا و صنعت توریسم، چاپ هفتم، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۱۳) رفیع‌زاده بقرآباد، علاءالدین؛ عفتی داریانی، محمدعلی؛ رونق، مریم (۱۳۸۷) مدیریت عملکرد دستگاه‌های اجرایی، چاپ دوم، تهران: انتشارات فرمنش.
- ۱۴) رهبری پور، کسری؛ ستاری ساربانقلی، حسن؛ درسرخوان، رسول (۱۳۹۳) تحلیل تأثیرات اقتصادی-اجتماعی موزه ملی فرش تبریز بر اقتصاد شهری این کلان‌شهر، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، سال ۴، شماره ۱۴، صص: ۶۳-۷۷.
- ۱۵) زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۲) تحلیلی بر انواع توریسم و ارتباط آن‌ها با یکدیگر، فصلنامه مطالعات جهانگردی، سال ۱، شماره ۱، صص. ۱-۱۱.
- ۱۶) زاهدی، محمد؛ حاجیها، بهاره؛ خیامباشی، مریم (۱۳۸۸) موزه، موزه‌داری و موزه‌ها، چاپ دوم، اصفهان: انتشارات چهارباغ.
- ۱۷) سروقد مقدم، ابوالحسن (۱۳۷۱) انجمن موزه‌های فرانسه، چاپ اول، مشهد: انتشارات آستان قدس.

- ۱۸) سقایی، مهدی و علیزاده، سید دانا (۱۳۹۲) امکان‌سنجی محصول گردشگری روستایی در شهرستان پاوه، فصلنامه فضای جغرافیایی، بهار ۱۳۹۲، دوره ۱۳، شماره ۴۱، صص. ۲۰-۱.
- ۱۹) صادق‌پور فیروزآبادی، ابوالفضل؛ میرعزیزی، سید محمود؛ خلیل‌زاده مقدم، مریم (۱۳۹۳) مدیریت موزه، چاپ اول، تهران: انتشارات مهکامه.
- ۲۰) صالحی، صادق و حسن‌پور، محمود (۱۳۹۱) برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری: نگرشی کاربردی به برنامه‌ریزی و بازاریابی گردشگری، چاپ اول، بابلسر: انتشارات دانشگاه مازندران.
- ۲۱) زرغام، حمید (۱۳۷۶) راهکارهایی برای توسعه جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، اسفند ۱۳۷۶، مشهد پژوهشگاه گردشگری جهاد دانشگاهی، صص. ۴۰۴-۲۹۹.
- ۲۲) غلامی، علی (۱۳۹۵) مدیریت بازاریابی و روابط عمومی در موزه‌های ایران، چاپ اول، تهران: نشر اشجع.
- ۲۳) فرجی‌راد، عبدالرضا و افتخاریان، بهنام (۱۳۹۱) بررسی نقش معماری در صنعت گردشگری (مطالعه موردی: معماری ایران)، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، دوره ۱، شماره ۳، صص. ۶۷-۴۹.
- ۲۴) کاظمی، مهدی (۱۳۸۵) مدیریت گردشگری، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.
- ۲۵) کاووسی، مهناز و کریمی شاپور (۱۳۹۳) اهمیت و نقش موزه‌ها در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر اصفهان)، دومین همایش ملی پژوهش‌های کاربردی در جغرافیا و گردشگری، صص. ۳۱-۲۲.
- ۲۶) محسنی، علیرضا (۱۳۸۸) گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها، راهکارها، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال ۹، شماره ۲۸، صص. ۱۷۱-۱۴۹.
- ۲۷) نفیسی، نوشین دخت (۱۳۸۷) موزه‌داری، چاپ چهارم، تهران: انتشارات سمت.
- ۲۸) یآوری، حسین و رجیبی، زینب (۱۳۸۹) آشنایی با موزه‌های ایران، چاپ اول، تهران: مهکامه.
- 29) Bigne, J. Enrique. & Mattila, Anna S. & Andreu, Luisa. (2008) the impact of experiential consumption cognitions and emotions on behavioral intentions, *The Journal of Services Marketing*, Vol.22, No.4, pp.313-315.
- 30) Halewood, Chris. & Hannam, Kevin. (2001) Viking heritage tourism: Authenticity and Commodification. *Annals of Tourism Research*, Vol.28, No.3, pp.565-580.
- 31) Howard, Peter. (2003) *Heritage: Management, Monuments, and Museums: The Past in the Present*, Melbourne: Melbourne University Press.
- 32) Kerstetter, Deborah L. & Confer, John J. & Graefe, Alan R. & Alan, R. (2001) "An Exploration of the Specialization Concept within the Context of Heritage Tourism", *Journal of Travel Research*, Vol.39, No.3, pp.267-274.
- 33) Kelly, Lynda. (2009) *Cultural Tourism and Museums*. International Symposium on Art Museum Education: Innovation in the Art Museum, Taipei Fine Arts Museum, October 17-18, Pp.1-13.
- 34) Li, M. & Wu, B. & Cal L. (2008) Tourism development of World Heritage Sites in China: A geographic perspective, *Tourism Management*, Vol.29, No.2, pp.308-319.
- 35) McKercher, Bob. & du Cros, Hilary. (2002) *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*, New York: Haworth.
- 36) McLean, Fiona. (1995) A Marketing Revolution in Museums? *Journal of Marketing Management*, Vol.11, No.6, pp.601-616.
- 37) Orbasli, A. (2000) *Tourists in Historic Towns*, London UK: Taylor & Francis Group.
- 38) Perera, Kamani. (2002) the Role of Museums in Cultural and Heritage Tourism for Sustainable Economy in Developing Countries, *Librarian Regional Centre for Strategic Studies*, Vol.68, No.1, pp.1-6.
- 39) Pinna, G. (2013) Intangible heritage and museums, *ICOM News*, Vol.56, No.4, pp. 1-12.
- 40) Silberberg, Ted. (1995) Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites, *Tourism Management*, Vol.16, No.5, pp.361-365.
- 41) Sperdin, Alexandra Brunner. & Peters, Mike. & Strobl, Andreas. (2012) it is all about the emotional state: Managing tourists' experiences, *International Journal of Hospitality Management*, Vol.31, No.1, pp.23-30.
- 42) Subhiksu, Ida Bagus Kade. & Ardika, I Wayan. & Putra. Nyoman Darma. & Madiun, I Nyoman. (2015) Museums as Cultural Tourism Attractions in Ubud Bali Indonesia, *International Journal of Scientific & Engineering Research*, Vol.6, No.2, pp.278-285.
- 43) Timothy, Dallen J. & Boyd, Stephen W. (2003) *Heritage Tourism*, New York: Prentice Hall.
- 44) UNESCO. (2012) *Role of Museums in Education and Cultural Tourism Development*, Moscow Office and the Intergovernmental Foundation for Educational, Scientific and Cultural Cooperation

- for CIS countries (IFESCO), Moscow 2012.
- 45) UNWTO. (1991) How to source Japan – A major Market for the Silk Road, Kyoto, Japan on 21 February 1991.
- 46) UNWTO. (2013) Internet sources: <http://media.unwto.org/regions>.

