

بررسی وضعیت جاذبه‌های تاریخی شهر بیرجند از دیدگاه گردشگران

جواد یوسفی^۱

چکیده

جاذبه‌های گردشگری یکی از مهمترین عناصر در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری به شمار می‌آیند به طوری که پیشرفت گردشگری و صنایع وابسته به آن در گرو جاذبه‌هاست. از این رو مطالعه و ارزیابی جاذبه‌های گردشگری برای مدیریت هر چه بهتر صنعت گردشگری منطقه ضروری است. بنا به اهمیت موضوع در این پژوهش وضعیت برخی از مهمترین جاذبه‌های تاریخی شهر بیرجند مورد ارزیابی قرار گرفت. تحقیق از نظر هدف کاربردی و از جهت ماهیت و روش از نوع تحقیقات توصیفی - تحلیلی است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه و مقیاس سنجش طیف لیکرت پنج گزینه‌ای می‌باشد. جامعه آماری گردشگران شهر بیرجند است که از میان آن‌ها تعداد ۱۰۶ نفر به عنوان نمونه، مورد مطالعه قرار گرفتند. بر اساس نتایج به دست آمده از آزمون ویلکاکسون، بین میانه اهمیت و عملکرد جاذبه‌ها از دیدگاه گردشگران تنها در «عمارت اکبری» و «مسجد جامع چهار درخت» شکاف معنی‌داری وجود ندارد. از میان ۱۳ اثر تاریخی مورد مطالعه، جاذبه‌های «حسینیه نواب»، «خانه آراسته، عمارت معصومیه» و «عمارت رحیم آباد» از نظر اهمیت به ترتیب در رتبه‌های ۱ تا ۳ قرار گرفتند و از جهت عملکرد، سه جاذبه «خانه آراسته»، «عمارت شوکت‌آباد»، و «حسینیه نواب» بیشترین رضایت گردشگران را ایجاد کرده‌اند. نتایج تحلیل اهمیت - عملکرد نیز نشان داد جاذبه‌های «عمارت رحیم‌آباد»، «پست قدیم»، «مدرسه شوکتیه» و

۱ - مربی، گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه پیام نور، ایران.

«عمارت معصومیه» به دلیل اهمیت بالا و عملکرد ضعیف باید در اولویت توجه در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری قرار گیرند و سازمان‌های دولتی متولی باید در بودجه‌بندی و تخصیص منابع برای این جاذبه‌ها اولویت راهبردی و عملیاتی قائل شوند. در مورد جاذبه‌های عمارت اکبریه، خانه شریف، مسجد جامع چهاردرخت، ارگ کلاه‌فرنگی، ارگ بهارستان و قلعه بیرجند که اهمیت‌شان کم ارزیابی شده‌است مهمترین راهبرد برای دست‌اندرکاران اطلاع‌رسانی و تبلیغات برای معرفی هر چه بهتر این جاذبه‌ها توصیه می‌شود.

واژگان کلیدی: جاذبه، گردشگری، ارزیابی، تحلیل اهمیت - عملکرد، بیرجند.

مقدمه

مدیریت مقصدهای گردشگری مستلزم وجود برنامه‌های مدون و منسجم در اجزای صنعت گردشگری است. جاذبه‌های گردشگری به عنوان یکی از عناصر نظام گردشگری و بلکه مهمترین جزء آن منشاء رخداد گردشگری در یک منطقه می‌باشد و به عنوان هسته اصلی مقصدهای گردشگری و سرمایه‌های اولیه این صنعت، نقش بسیار اساسی در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری دارند (حیدری‌چیان، ۱۳۸۷: ۴۵). بنابراین هیچ تعجیبی ندارد که مطالعات و تحقیقات زیادی در این رابطه انجام شود (Richards, 2002: 1048). تأثیرگذاری این عامل بر دیگر اجزا و عناصر تا جایی است که وجود یا عدم وجود آن‌ها را رقم می‌زند. نظر به اهمیت بسیار زیاد، ضروری است مطالعات و تحقیقات عمیقی پیرامون جاذبه‌های گردشگری هر منطقه صورت گیرد و برنامه‌ریزی علمی برای بهره‌برداری و مدیریت آن در دستور کار تصمیم‌گیران قرار گیرد چرا که روش برنامه‌ریزی شده برای توسعه گردشگری در بلندمدت می‌تواند علاوه بر ایجاد منافع و حفظ رضایت گردشگران و مردم مناطق گردشگرپذیر از تهدیدها و زیان‌های احتمالی آن جلوگیری کند (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۷۷). از سوی دیگر جاذبه‌های موجود و بالقوه یک منطقه باید به صورت نظام‌مند و عینی شناسایی و به عنوان بخشی از گام پیمایش و تحلیل فرآیند برنامه‌ریزی، ارزیابی شود. انتخاب درست جاذبه‌ها برای توسعه و مفاهیم برنامه‌ریزی برای حفاظت و یا توسعه جاذبه‌های معین در طول مرحله تدوین طرح، انجام می‌شود (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۱:

۱۹۰). زیرا بدون ارزیابی دقیق، صنعت گردشگری می‌تواند به نحوی غیرعقلایی و مخرب توسعه یابد و به تخریب یا نابودی همان چیزهایی منجر شود که بر اساس آن‌ها شکل گرفته است (حیدری چپانه، ۱۳۸۷: ۷۳).

مطابق بررسی‌های انجام شده به دلیل کمبود پژوهش‌های عمیق و بنیادی (Richards, 2002: 1049) و نیز شکاف در مطالعات برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، در این تحقیق ضمن بررسی این موضوع که آیا تفاوت معنی‌داری بین اهمیت و عملکرد جاذبه‌های تاریخی شهر بیرجند از دیدگاه گردشگران وجود دارد یا خیر به ارزیابی وضعیت این جاذبه‌ها می‌پردازیم تا در درجه اول مشخص شود کدامیک از این جاذبه‌ها از نظر گردشگران در اولویت‌های بالاتری برای بازدید قرار دارد و سپس با توجه به وضعیت موجود هر یک از آن‌ها، اولویت‌های راهبردی برای تصمیم‌گیران و اقدامات عملیاتی برای متصدیان مقصدهای گردشگری ارائه گردد.

پیشینه تحقیق

با توجه به اهمیت برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری و نقش و جایگاه ویژه جاذبه‌ها در نظام گردشگری، مطالعات و تحقیقات ژرف و گسترده در این زمینه لازم و ضروری است. این قبیل پژوهش‌ها با تمرکز بر جاذبه‌های گردشگری کمتر مورد توجه محققان قرار گرفته است که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

ضیایی و داغستانی (۱۳۸۹) با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی شهرستان نیشابور را رتبه‌بندی کردند. نتایج نهایی تحقیق نشان داد که جاذبه‌های شهرستان به لحاظ اولویت توسعه در سه سطح قرار دارند و این سطوح می‌توانند مبنایی برای برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری مدیران گردشگری شهرستان نیشابور باشند.

در پژوهش دیگری قالیباف و شعبانی‌فرد (۱۳۹۰) جاذبه‌های گردشگری برای توسعه گردشگری شهری در شهر سنج را با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی ارزیابی و اولویت‌بندی کرده‌اند. یافته‌های تحقیق نشان داد که جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی شهر سنج نسبت به جاذبه‌های دیگر دارای اولویت بالاتری برای توسعه و برنامه‌ریزی است.

سلطانی و شاهنوشی (۱۳۹۱) در تحقیقی جاذبه‌های عمده شهرستان مشهد را از منظر گردشگران داخلی با استفاده از روش آنتروپی اولویت‌بندی نمودند. نتایج نشان داد که بارگاه امام رضا (ع) اولویت اول جاذبه گردشگری و مجتمع‌های تجاری، کوهسنگی، طرقله و شاندیز، پارک ملت، کوهستان پارک، بند گلستان، پارک جنگلی وکیل‌آباد، آرمگاه فردوسی به ترتیب در اولویت‌های بعدی گردشگری برای بازدید قرار داشته است.

رحیمی و رنجبردستانی (۱۳۹۱) جاذبه‌های اکوتوریسم در روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال و بختیاری را با استفاده از روش سلسله مراتبی ارزیابی و اولویت‌بندی نمودند. نتایج این تحقیق نشان داد روستاهای ده چشمه، هوره و آتشگاه به ترتیب از شرایط بهتری به منظور سرمایه‌گذاری برخوردارند.

قنبری و همکاران (۱۳۹۱)، در مقاله‌ای با شناسایی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر با استفاده از روش سلسله مراتبی مکان‌های جاذب گردشگری را اولویت‌بندی نموده‌اند. بر اساس نتایج این تحقیق غار قوری قلعه، سراب روانسر و غار کاوات در سه اولویت ابتدایی قرار گرفتند.

حیدری‌چپانه و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان ارزیابی جاذبه‌های گردشگری با روش ارزش‌گذاری مشروط جاذبه شورابیل اردبیل را مطالعه نمودند. بر اساس نتایج، ۶۸ درصد بازدیدکنندگان برای بازدید از جاذبه شورابیل حاضر به پرداخت هزینه بودند. بنابراین تفرجگاه‌های طبیعی در شهرها برای مردم اهمیت و ارزش بالایی دارد لذا سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان برای توسعه گردشگری پایدار و افزایش رفاه گردشگران و نیز حفاظت از اکوسیستم این گونه جاذبه‌ها باید مدیریت کارآمدتری داشته باشند.

نوری و همکاران (۱۳۹۶) نیز به طور تخصصی رضایت گردشگران از جاذبه گل و گیاه در شهرستان محلات را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند مؤلفه‌هایی مانند نمایشگاه و جشنواره گل و گیاه، کوچه باغ‌ها، مزارع و باغات پرورش گل و گیاه، مناظر طبیعی چشم‌اندازها، آب و هوای منطقه و نیز عامل خدماتی از مهمترین عناصر رضایت‌مندی گردشگران است. ولی از دو عامل زیرساخت‌ها و تبلیغات کمترین میزان رضایت وجود داشته

است لذا محققان پیشنهاد می‌کنند این دو مقوله در اولویت برنامه‌های توسعه گردشگری منطقه مورد توجه قرار گیرد.

چن و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان سیستم خود ارزیابی برنامه‌ریزی کیفیت برای جاذبه‌های گردشگری در تایوان با استفاده از روش تلفیقی دلفی - سلسله مراتبی نشان دادند بر اساس روش سلسله مراتبی مهم‌ترین ابعاد ارزیابی به ترتیب شامل مدیریت کیفیت، خدمات گردشگری و امکانات بخش عمومی است. مکانیسم خود ارزیابی پیشنهاد شده در این رویکرد برنامه‌ریزی می‌تواند به کسب و کارهای گردشگری و سازمان‌های مدیریت مقصد گردشگری ملی / منطقه‌ای کمک کند تا مشکلات مدیریت کیفیت را تشخیص داده و برای ارتقای کیفیت گردشگری تلاش کنند.

مبانی نظری

مسئله اصلی در برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه گردشگری، ایجاد تعادل میان توان‌های محیط طبیعی و اجتماعی با میزان فعالیت‌های گردشگری و تفریحی در یک منطقه، ناحیه یا گردشگاه خاص است (حیدری‌چپانه و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۰ به نقل از سعیدنیا و مهدی‌زاده، ۱۳۹۱). از جمله این قابلیت‌ها، جاذبه‌ها و منابع گردشگری هستند که محرک تقاضاهای سفر و گردشگری محسوب می‌شوند. از نظر بورستین (۱۹۶۴) نیز اوج تجربه گردشگر جدید «جاذبه» است. او معتقد است واژه «جاذبه» در مفهوم، ویژگی‌ای است که مردم را به سوی خود جلب می‌کند (Richards, 2001: 14).

ویژگی‌های جذاب یک کشور یا منطقه، اساس توسعه گردشگری را فراهم می‌سازد. این جاذبه‌ها ضروری‌ترین عنصر محصول گردشگری را تشکیل می‌دهند (ضرغام‌بروجنی، ۱۳۹۱: ۱۶۳). برای جلب گردشگران از کشورها و مناطق مختلف و با انگیزه‌های متفاوت، وجود منابع و جاذبه‌ها در مقصد ضروری است. بنابراین رونق فعالیت گردشگری بر جاذبه‌های گردشگری استوار است و منابع گردشگری ظرفیت‌های توسعه گردشگری محسوب می‌شوند. جاذبه اثری است که علاوه بر ارزش‌های مطلق، در وضع موجود مورد توجه گردشگر قرار

¹ - chen et al

بگیرد و دارای حداقلی از تقاضای گردشگری باشد. اثری که شرایط لازم را برای تحریک تقاضا و جذب گردشگر ندارد، جزو منابع گردشگری است. (علی‌اکبری، ۱۳۹۲: ۳۰). از نظر تعریف به اعتقاد مک‌کانل (۱۹۷۶)، جاذبه‌ی گردشگری عبارت است از: یک رابطه تجربی بین گردشگر، یک بینش و یک نشان- بخشی از اطلاعات درباره یک بینش را توصیف می‌کند و ترکیب این سه عنصر با یکدیگر جاذبه گردشگری را شکل می‌دهد (لامزدن، ۱۳۸۷: ۴۲۱). لیپر (۱۹۹۰) معتقد است یک سیستم جاذبه گردشگری از سه عنصر تشکیل شده است: عنصر انسان، عنصر مرکزی، و یک نشان یا عنصر اطلاعاتی. یک جاذبه زمانی به وجود می‌آید که این عناصر با یکدیگر مرتبط شوند و عنصر مرکزی هر ویژگی مکان را شامل می‌شود که مسافر آن را بازدید می‌کند (Richards, 2001: 16). جاذبه‌های گردشگری را می‌توان به صورت کلی و یا بر مبنای اهداف خاص تعریف نمود جاذبه گردشگری یک منبع دائمی طراحی شده‌است که به منظور تفریح، سرگرمی، لذت بردن و آموزش بازدیدکنندگان کنترل و اداره می‌شود. بسیاری از جاذبه‌های مصنوعی را در واقع باید محصول تاریخ و فرهنگ ملت‌ها دانست (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۸: ۱۰۷).

با توجه به نگرش‌های مختلفی که درباره جاذبه‌ها وجود دارد، ابعاد متفاوتی از آن‌ها را می‌توان مورد ارزیابی قرار داد (ضیایی و داغستانی، ۱۳۸۹: ۱۱۵). در مطالعات مختلف جاذبه‌ها بر اساس جنبه‌های تاریخی، محلی و ارزشی مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. آنچه در این تحقیق مدنظر است تأکید بر دو بُعد اهمیت وضعیت (عملکرد) جاذبه‌های تاریخی است. استفاده از فنون کمی ارزیابی، از قبیل ارزیابی ماتریسی بهترین شیوه ارزیابی جاذبه‌هاست (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۱: ۱۹۳). از نظر طبقه‌بندی می‌توان جاذبه‌ها را به‌طور کلی به سه گروه طبیعی، فرهنگی، و انسان‌ساخت (ویژه) تقسیم کرد (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۱: ۱۶۶). آثار تاریخی از جمله جاذبه‌های فرهنگی هستند و شامل مکان‌های تاریخی می‌شوند که از نظر میراث فرهنگی اهمیت بسیاری دارند و از نظر گردشگران بسیار جذاب و دیدنی‌اند (حیدری‌چپانه، ۱۳۸۷: ۴۵). در ایران حدود یک میلیون اثر تاریخی وجود دارد که با توجه به مساحت ۱۶۴۸ هزار کیلومترمربع مساحت کشور، به طور متوسط به ازای هر ۱۶۵ کیلومترمربع مساحت یک اثر تاریخی وجود دارد که ظرفیت و سرمایه گردشگری

منحصربه‌فردی است (علی‌اکبری، ۱۳۹۲: ۷۱) و لازم است برای توسعه گردشگری و اقتصاد کشور مورد استفاده قرار گیرد.

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از جهت ماهیت، روش و نحوه جمع‌آوری اطلاعات از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است. با توجه به موضوع، جامعه آماری را گردشگران شهر بیرجند تشکیل می‌دهند که از میان آن‌ها تعداد ۱۰۶ نفر که در طول یک هفته در ایام نوروز اقدام به بازدید از جاذبه‌های تاریخی کردند و در دسترس بودند به عنوان نمونه مورد پرسش قرار گرفتند. این تعداد نمونه با توجه به نوع پژوهش از دیدگاه برخی محققان از جمله دلاور (۱۳۷۷: ۱۱۳) کافی به نظر می‌رسد. مقیاس سنجش پرسشنامه، ترتیبی و ابزار سنجش، طیف لیکرت^۱ پنج گزینه‌ای در دو بُعد اهمیت و رضایت گردشگران بوده‌است و نظر گردشگران در مورد ۱۳ جاذبه‌ی شاخص تاریخی شهر بیرجند گردآوری شد. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق با توجه به اینکه داده‌ها بر اساس آزمون کولموگروف - اسمیرنوف از توزیع نرمال برخوردار نیستند از آزمون ویلکاکسون استفاده شد. همچنین برای تحلیل داده‌ها از روش اهمیت - عملکرد و جداول آمار توصیفی با تأکید بر میانگین و انحراف معیار استفاده شده‌است. تحلیل اهمیت - عملکرد یکی از متداول‌ترین ابزارهای مورد استفاده در ادبیات گردشگری است که برای تشخیص اختلاف میزان اهمیت یک عامل از دیدگاه ذینفعان و ادراکات‌شان در مورد آن عامل مورد استفاده قرار می‌گیرد. دلیل پذیرش گسترده این روش به خاطر ایجاد یک روش ارزشمند برای مدیریت مقصدهای گردشگری و سهولت تحلیل و تفسیر آن است (Boley et al, 2017: 66). در این روش ادراکات گردشگران (عملکرد) و مقادیر اهمیت در یک ماتریس چهار قسمتی مکان‌یابی می‌شوند (Bindu & kanagaraj, 2013: 62) در واقع این ماتریس دو بُعد دارد که رتبه‌های میانگین اهمیت و عملکرد نقطه تقاطع این دو بُعد است (Dabphet, 2017: 10). آزمون ویلکاکسون نیز توزیع یکسان بودن متغیرهای جفت شده از دو نمونه مرتبط به هم را آزمایش می‌کند. نحوه

^۱ - Lickert

محاسبه به این شکل است که ابتدا تفاوت بین دو جفت متغیر حساب شده و سپس تفاوت های موجود رتبه‌بندی می‌شوند. رتبه‌های مثبت و منفی جمع زده می‌شود و آماره آزمون از مجموع رتبه‌های مثبت و منفی محاسبه می‌گردد (کروبی و یوسفی، ۱۳۸۹: ۷۶). سطح معنی داری در این مطالعه ۵ درصد بوده است و در صورتی که آماره p (P-Value) کمتر از ۰,۰۵ باشد فرضیه صفر رد می‌شود.

یافته‌ها و بحث

با توجه به داده‌های استخراج شده از پرسشنامه‌های تکمیل‌شده، اطلاعات زیر ارائه می‌شود:

جدول (۱): ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

متغیر	مورد	فراوانی	درصد فراوانی
سن	۲۰-۳۰	۱۶	۱۵/۲
	۳۱-۴۰	۵۷	۵۳/۴
	۴۱-۵۰	۲۹	۲۷/۶
	۵۱-۶۰	۴	۳/۸
جنس	مرد	۹۴	۸۸/۶
	زن	۱۲	۱۱/۴
هدف از مسافرت	کار و تجارت	۳۰	۲۸/۶
	فراغت و تفریح	۴۰	۳۷/۱
	دیدار اقوام و خویشان	۳۶	۳۴/۳

یافته‌های پژوهش مندرج در جدول ۱ نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال و کمترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۵۱ تا ۶۰ سال بوده است. میانگین سن افراد مورد مطالعه حدود ۳۶/۶۴ سال بوده، که بر اساس داده‌ها جوان‌ترین آن‌ها ۲۲ و مسن‌ترین آن‌ها ۵۶ سال سن داشته‌اند. یافته‌های تحقیق مربوط به جنسیت افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد که ۹۴ نفر پاسخ‌گویان مرد و ۱۲ نفر آنان زن بوده‌اند. همچنین از نظر هدف مسافرت گردشگران مورد مطالعه، اکثریت افراد هدفشان فراغت و تفریح بوده به

طوری که ۳۷/۱ درصد بدین منظور مسافرت داشته‌اند، ۲۸/۶ درصد نیز به منظور کار و تجارت و ۳۴/۳ درصد به منظور دیدار اقوام و خویشان به بیرجند مسافرت کرده‌اند.

• آزمون فرضیه

فرضیه تحقیق را برای هر یک از جاذبه‌های تاریخی شهر بیرجند می‌توان به صورت زیر تعریف کرد:

«بین اهمیت و عملکرد هر یک از جاذبه‌های تاریخی شهر بیرجند تفاوت معنی‌دار وجود دارد»

جدول (۲): نتایج آزمون ویلکاکسون برای فرضیه متناظر با هر یک از جاذبه‌ها

ردیف	جاذبه تاریخی	مقدار معنی داری (p-value)	نتیجه آزمون فرضیه
۱	ارگ کلاه فرهنگی	۰,۰۳۱	تأیید فرضیه
۲	عمارت اکبریه	۰,۱۹۸	رد فرضیه
۳	ارگ بهارستان	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۴	عمارت شوکت آباد	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۵	عمارت رحیم آباد	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۶	پست قدیم	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۷	مدرسه شوکتیه	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
	خانه شریف	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۹	قلعه بیرجند	۰,۰۲۷	تأیید فرضیه
۱۰	خانه آراسته	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۱۱	حسینیه نواب	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۱۲	عمارت معصومیه	۰,۰۰۰	تأیید فرضیه
۱۳	مسجد جامع چهاردرخت	۰,۱۱۲	رد فرضیه

نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق با آزمون ویلکاکسون نشان می‌دهد از بین ۱۳ جاذبه تاریخی مورد مطالعه تنها در دو مورد عمارت اکبریه و مسجد جامع چهار درخت از نظر گردشگران بین اهمیت و عملکرد تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و در بقیه موارد شکاف‌هایی

وجود دارد که مستلزم بررسی‌های بیشتری است از این رو بهتر است با استفاده از روش ماتریس اهمیت - عملکرد وضعیت دقیق هر یک از جاذبه‌ها مشخص گردد.

– میزان اهمیت آثار تاریخی شهرستان بیرجند از نظر گردشگران

یافته‌های مندرج در جدول ۳ اولویت‌بندی آثار تاریخی شهرستان بیرجند از حیث اهمیت را نشان می‌دهد، بر اساس این اطلاعات می‌توان گفت که از دید بازدیدکنندگان مهمترین آثار تاریخی شهر بیرجند «حسینه نواب»، «خانه آراسته»، «عمارت معصومیه» و «عمارت رحیم آباد» بوده و از طرفی آثار تاریخی «ارگ بهارستان»، «قلعه بیرجند» و «عمارت اکبریه» کمترین اهمیت را دارا بوده و از این حیث در رتبه‌های پایین قرار گرفته‌اند.

جدول (۳): اولویت بندی آثار تاریخی شهرستان بیرجند از حیث اهمیت

رتبه	انحراف معیار	میانگین	جاذبه تاریخی
۱	۰/۳۵۹	۴/۸۴	حسینه نواب
۲	۰/۳۹	۴/۸۳	خانه آراسته
۲	۰/۴۳۹	۴/۸۳	عمارت معصومیه
۳	۰/۴۵	۴/۷	عمارت رحیم آباد
۴	۰/۶۹	۴/۲۵	مدرسه شوکتیه
۵	۰/۶۹۷	۴/۲۳	پست قدیم
۶	۰/۸۹	۳/۸۳	عمارت شوکت آباد
۷	۱/۵۵	۳/۰۳	خانه شریف
۸	۰/۹۸۹	۲/۸۵	ارگ کلاه فرنگی
۹	۱/۳۷	۲/۶۵	مسجد جامع چهاردرخت
۱۰	۰/۹۵۹	۲/۶۳	عمارت اکبریه
۱۱	۱/۲۵	۲/۴۴	قلعه بیرجند
۱۲	۰/۷۳۱	۱/۹۱	ارگ بهارستان

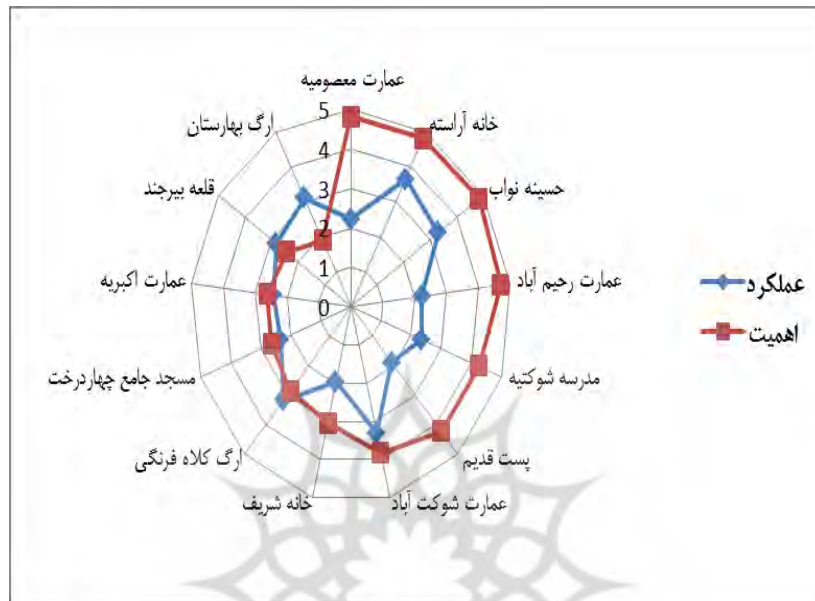
– میزان رضایت گردشگران از آثار تاریخی بیرجند

نتایج بررسی میزان رضایت بازدیدکنندگان از آثار تاریخی بیرجند نشان می‌دهد در مجموع میانگین رضایت گردشگران از این جاذبه‌ها معادل ۳/۶۱ می‌باشد. از نظر

اولویت‌بندی نیز بیشترین رضایت بازدیدکنندگان از «خانه آراسته»، «عمارت شوکت‌آباد»، و «حسینیه نواب» بوده و این سه اثر در سه رتبه بالا قرار گرفته‌اند و در مقابل کمترین رضایت از آثار تاریخی «پست قدیم»، «خانه شریف» و «عمارت معصومیه» عنوان شده و این سه اثر در پایین‌ترین رتبه‌های رضایت قرار گرفته‌اند.

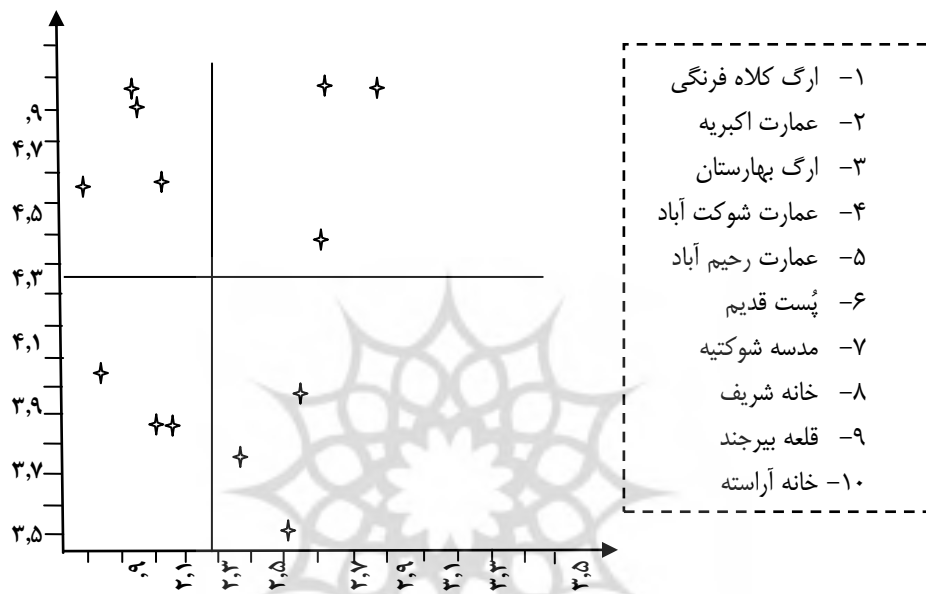
جدول (۴): میزان رضایت بازدیدکنندگان از آثار تاریخی بیرجند

رتبه	انحراف معیار	میانگین	جاذبه تاریخی
۱	۰/۹۴۶	۳/۶۵	خانه آراسته
۲	۰/۹۴۹	۳/۳۱	عمارت شوکت‌آباد
۳	۰/۹۵۷	۳/۳۰	حسینیه نواب
۴	۱/۴۴	۳/۱۷	ارگ کلاه فرنگی
۵	۱/۵۷	۳/۱۱	ارگ بهارستان
۶	۰/۹۶۷	۲/۸۳	قلعه بیرجند
۷	۱/۲۵	۲/۴۵	عمارت اکبریه
۸	۰/۹۵	۲/۳۶	مسجد جامع چهاردرخت
۹	۰/۹۴	۲/۳۵	مدرسه شوکتیه
۱۰	۱/۰۱	۲/۲۳	عمارت رحیم‌آباد
۱۱	۱/۰۱۶	۲/۲۲	عمارت معصومیه
۱۲	۰/۹۲۵	۱/۹۶	خانه شریف
۱۳	۰/۵۹	۱/۹	پست قدیم



شکل (۱): نمودار شکاف اهمیت - عملکرد جاذبه‌های تاریخی شهر بیرجند

با توجه به نمودار فوق بیشترین شکاف اهمیت - عملکرد در بین جاذبه‌های تاریخی شهر بیرجند به ترتیب مربوط به «عمارت معصومیه»، «عمارت رحیم‌آباد» و «پست قدیم» می‌باشد و این درحالی است که دو عمارت معصومیه و رحیم‌آباد جزء جاذبه‌های با اهمیت بالا از نظر گردشگران هستند. لذا برای تحلیل دقیق‌تر در مورد هر یک از جاذبه‌ها بهتر است وضعیت هر یک بر اساس ماتریس تحلیل اهمیت - عملکرد ارزیابی شود.



شکل (۲): ماتریس اهمیت - عملکرد جاذبه‌های تاریخی شهر بیرجند

بر اساس شکل ۲ می‌توان جاذبه‌های تاریخی مورد مطالعه شهر بیرجند را در چهار گروه با توجه به درجات اهمیت - عملکرد تقسیم کرد. گروه اول جاذبه‌های عمارت رحیم‌آباد، پست قدیم، مدرسه شوکتیه و عمارت معصومیه (شماره‌های ۵، ۶، ۷ و ۱۲) هستند که در ربع اول ماتریس قرار گرفته‌اند. این جاذبه‌ها از اهمیت بالایی برخوردار بوده اما سطح عملکرد آنها و به عبارت بهتر رضایت گردشگران از آنها نسبتاً پایین است. بنابراین بیشتر تلاش‌های مدیریت و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری باید روی این جاذبه‌ها متمرکز شود. دسته دوم شامل عمارت شوکت‌آباد، خانه آراسته و حسینیه نواب (شماره‌های ۴، ۱۰ و ۱۱) هستند که از نظر گردشگران دارای اهمیت بالایی بوده و رضایت آنها نیز بالاتر از میزان متوسط است. گروه سوم جاذبه‌ها شامل عمارت اکبریه، خانه شریف، و مسجد جامع

چهاردرخت (شماره‌های ۲، ۸ و ۱۳) است که از نظر گردشگران هم اهمیت پایینی دارند و هم به لحاظ عملکردی رضایت‌بخش نبوده‌اند. این جاذبه‌ها باید در اولویت‌های پایین‌تر برای صرف منابع مورد توجه قرار گیرند. چهارمین گروه جاذبه‌ها شامل ارگ کلاه فرنگی، ارگ بهارستان و قلعه بیرجند (شماره‌های ۱، ۳ و ۹) می‌باشد. در این جاذبه‌ها سطح اهمیت از نظر گردشگران پایین است ولی عملکرد آن‌ها مطلوب ارزیابی شده‌است. در این خصوص لازم است مدیران ضمن حفظ حداقل سطح عملکرد مطلوب، از صرف هزینه‌های مازاد جلوگیری به عمل آورند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با توجه به هدف تحقیق که ارزیابی جاذبه‌های تاریخی گردشگری شهر بیرجند بوده است در وهله اول باید رویکرد ارزیابی مشخص شود که در این‌جا از منظر گردشگران به عنوان محور تقاضا این مهم صورت گرفت. ارزیابی جاذبه‌ها از دیدگاه گردشگران از یک سو می‌بایست میزان اهمیت آن و از سوی دیگر وضعیت عملکردی جاذبه را مورد مطالعه قرار دهد. از این رو ابتدا وجود شکاف بین اهمیت و عملکرد جاذبه‌ها به کمک آزمون ویلکاکسون تأیید شد و برای تحلیل دقیق‌تر از روش تحلیل اهمیت- عملکرد استفاده گردید.

نظر به نتایج به دست آمده باید گفت سطح عملکرد برای اکثر جاذبه‌های ۱۳ گانه مورد مطالعه بسیار پایین است و تنها پنج مورد از آن‌ها میانگین عملکردشان کمی بیشتر از سه بوده است. این موضوع به معنای عدم توجه مدیران و متولیان صنعت گردشگری است که باعث شده بهره‌برداری و ارزش‌آفرینی مطلوب از این قابلیت‌ها محقق نشود.

اما بر اساس نتایج ماتریس تحلیل اهمیت- عملکرد برای چهار جاذبه «عمارت رحیم‌آباد»، «پست قدیم»، «مدرسه شوکتیه» و «عمارت معصومیه» باید اولویت راهبردی و عملیاتی قائل شد. لذا پیشنهاد می‌گردد سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان خراسان جنوبی در مرمت این بناها و ایجاد تسهیلات و امکانات مورد نیاز گردشگران در محدوده این جاذبه‌ها و نیز تسهیل دسترسی به آن‌ها بودجه مناسبی صرف کند و یا با واگذاری آن‌ها به بخش خصوصی تحقق این موارد را پیگیری و نظارت نماید. در خصوص

جاذبه‌هایی مانند «عمارت شوکت‌آباد»، «خانه آراسته» و «حسینیه نواب» با توجه به اهمیت بالای آن‌ها از نظر گردشگران حفظ وضع موجود و بلکه ارتقای سطح عملکرد آن‌ها در رتبه بعدی اولویت برای تصمیم‌گیران قرار دارد. در همین رابطه عمارت شوکت‌آباد که زیر نظر اداره کل اوقاف و امور خیریه استان خراسان جنوبی می‌باشد با وجود واگذاری به بخش خصوصی در سال‌های اخیر به دلیل کمبود نظارت‌های تخصصی، نارضایتی‌هایی به لحاظ دسترسی گردشگران به وجود آورده‌است لذا نیازمند مدیریت کارآمدتری است. خانه آراسته نیز با واگذاری به بخش خصوصی عملکرد مطلوبی داشته‌است. حسینیه نواب نیز با توجه به جذابیت‌ها و مرمت‌های صورت گرفته، اهمیت و عملکرد بالایی از نظر گردشگران داشته‌است و مهمترین راهبرد برای این جاذبه‌ها حفظ و ادامه کارهای نتیجه‌بخش است.

در مورد جاذبه‌هایی نظیر «عمارت اکبریه»، «خانه شریف»، و «مسجد جامع چهاردرخت»، هر چند درجه اهمیت‌شان از نظر گردشگران در این تحقیق کم ارزیابی شده ولی با توجه به شهرت، اصالت و قدمت، این آثار در زمره جاذبه‌های اصلی گردشگری شهری بیرجند محسوب می‌شوند و لذا برنامه‌ریزی برای ارتقای سطح عملکرد آن‌ها نباید مورد غفلت دست‌اندرکاران گردشگری استان و شهر بیرجند قرار گیرد. به ویژه عمارت اکبریه که ثبت جهانی شده و به عنوان یک جاذبه بین‌المللی شناخته می‌شود. جاذبه‌های دیگر مانند «ارگ کلاه فرنگی»، «ارگ بهارستان» و «قلعه بیرجند» نیز هر چند عملکرد بالاتر از متوسط داشته‌اند اما با عنایت به ارزیابی میزان کم اهمیت‌شان، آنچه از نتایج پیرامون این جاذبه‌ها و جاذبه‌های عمارت اکبریه، خانه شریف، و مسجد جامع چهاردرخت، استدلال می‌شود، فقدان اطلاعات و عدم آشنایی گردشگران با این جاذبه‌ها بوده‌است. بنابراین مهمترین راهبرد در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در مورد آن‌ها اطلاع‌رسانی و تبلیغات هدفمند جهت آشنایی هر چه بیشتر مردم و به‌ویژه گردشگران با این جاذبه‌هاست.

منابع

- حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷). *میانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری*، تهران: انتشارات سمت.
- حیدری چپانه، رحیم؛ راحلی، حسین؛ فکری، فاطمه (۱۳۹۶). ارزیابی جاذبه‌های گردشگری شهری با روش ارزش گذاری مشروط (CVM) مطالعه موردی: جاذبه شورابیل اردبیل، *فصلنامه گردشگری شهری*، دوره ۴، شماره ۱، صص ۵۷-۷۰.
- دلاور، علی (۱۳۷۷). *روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی*، تهران: نشر ویرایش، چاپ چهارم.
- رحیمی، داریوش؛ رنجبردستانی، محمود؛ (۱۳۹۱). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های اکوتوریسم (روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال و بختیاری)، *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، سال چهارم، شماره ۱۴، صص ۱۳۱-۱۵۰.
- رنجبریان، بهرام؛ زاهدی، محمد (۱۳۸۸). *ساخت گردشگری*، چاپ هفتم، اصفهان: انتشارات چهارباغ.
- سلطانی، سحر؛ شاهنوشی، ناصر (۱۳۹۱). اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری عمده شهرستان مشهد از منظر گردشگران داخلی، *دو فصلنامه مطالعات گردشگری*، دوره اول، سال اول، شماره اول، صص ۵-۱۷.
- ضرغام‌بروجنی، حمید (۱۳۹۱). *برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی: رویکرد همپیوند و پایدار*، چاپ دوم، تهران: انتشارات مهکامه.
- ضیایی، محمود؛ داغستانی، سعید (۱۳۸۹). تحلیل سلسله مراتبی جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی شهرستان نیشابور، *جغرافیا و توسعه*، شماره ۱۷، صص ۱۱۳-۱۳۸.
- علی اکبری، اسماعیل (۱۳۹۲). *جغرافیای گردشگری ایران*، تهران: انتشارات سمت.
- قالیباف، محمدباقر؛ شعبانی‌فرد، محمد (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای توسعه گردشگری شهری بر اساس مدل‌های تصمیم‌گیری چند متغیره (مطالعه موردی: شهر سنندج)، *تحقیقات جغرافیایی*، سال ۲۶، شماره دوم، صص ۱۴۷-۱۷۲.

- قنبری، یوسف؛ کماسی، حسین؛ جمینی، داود؛ آریان‌پور، آزاد (۱۳۹۱). شناسایی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر بر اساس پتانسیل جذب گردشگر، *جغرافیا و پایداری محیط*، شماره ۳، صص ۶۵-۸۶.
- کروبی، مهدی؛ یوسفی، جواد (۱۳۸۹). مقایسه ادراکات و انتظارات مهمانان نسبت به پنج بُعد کیفیت خدمات در صنعت هتلداری (مطالعه موردی هتل همای ۲ مشهد)، *مطالعات جهانگردی*، سال پنجم، شماره ۱۳، صص ۶۵-۸۴.
- لامزدرن، لس (۱۳۸۷). *بازاریابی گردشگری*، ترجمه ابوالفضل تاجزاده نمین، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- مهدوی، داوود؛ رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا؛ سجاسی‌قیداری، حمداله (۱۳۹۵). طراحی راهبردهای توسعه پایدار گردشگری روستاهای تاریخی-فرهنگی ایران، *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، سال ۲۰، شماره ۵۶، صص ۲۷۵-۳۰۰.
- نوری، سیدهدایت‌اله؛ مرادی هوسین، نصرت؛ مرادی، کبری؛ پسندی، شیرکو (۱۳۹۶). تحلیلی بر میزان رضایت مندی گردشگران گل و گیاه در زمان‌های اوج ورود به شهرستان محلات، *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، سال ۲۱، شماره ۶۰، صص ۲۳۹-۲۶۱.
- Bindu T., Kanagaraj C. (2013). Destination Attractiveness: an Analysis of Domestic Travelers To Kerala, **International Journal of Management & Business studies**, pp. 61-67.
- Boley, B. B., McGehee, N. G., & Hammett, A. T. (2017). Importance-performance analysis of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. **Tourism Management**, 58, pp. 66-77.
- Chen, Luan, Ng, Eric, Huang, Shyh-Chang, and Fang, Wei-Ta. (2017), A Self-Evaluation System of Quality Planning for Tourist Attractions in Taiwan: An Integrated AHP-Delphi Approach from Career Professionals, **Sustainability**, 9, 1751; pp. 1-18.
- Dabphet, Siripen (2017). Applying Importance-Performance Analysis to Identify Competitive Travel Attributes: An Application to Regional Destination Image in Thailand, **Journal of Community**

Development Research (Humanities and Social Sciences), 10(3), pp. 7-21.

-Richards, Greg (2001). **Cultural attractions and European tourism**, CABI Publishing, ISBN 0 85199 440 7.

-Richards, Greg (2002). Tourism attraction systems Exploring Cultural Behavior, **Annals of Tourism Research**, Vol. 29, No. 4, pp. 1048–1064.

