



Investigating factors affecting the role of historical buildings in urban tourism with a future research approach

Sama Sajedi¹, Davood Vafadari Komarolya^{*2}

1. Department of History and Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

2. Department of Urban and Rural Planning, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

Received Date: 15 October 2024 Accepted Date: 21 January 2025

Abstract

Background and Objective: Historical sites and buildings are considered to be among the most important urban spaces that can play a significant role in sustainable urban development. Accordingly, the purpose of this study is to investigate the factors affecting the role of historical buildings in urban tourism.

Methodology: To collect data, library resources were used to write an introduction and semi-structured interviews were conducted in two stages to achieve research indicators. In the first interview, the experts were asked to introduce the main actors and important goals related to the research objective. In the next stage, after forming the actor-actor matrix and the actor-goal matrix, they were provided to the experts and they were asked to complete the aforementioned matrices according to the guidelines. After collecting data related to the actors and targets affecting the research objective, actor-actor and actor-target matrices were formed and then provided to the experts in Word format. They were asked to indicate the actors' effects on each other with the numbers 0, 1, 2, 3, and 4, where 0 indicates no effect and 4 indicates the most effect. Then, they were asked to indicate the actors' level of agreement and disagreement with the goals through the numbers 0, 1, 2, 3, 4, -1, -2, -3, and -4, where 0 indicates no opinion, 4 indicates the most agreement, and -4 indicates the most disagreement. After entering the experts' opinions into the MACTOR software, analyses related to the desired topics, such as the most influential actors and other required items, were conducted, and the results obtained were used in the present study.

Findings and Conclusion: The results showed that the Cultural Heritage and Tourism Department and the Islamic City Councils were recognized as the most influential and competitive tourism actors and experts, and tourism and travel service companies were recognized as the most impressive actors. Also, installing advertising banners on historical buildings throughout the city was identified as the most important goal by the actors. In general, it can be stated that decisions made in the Department of Cultural Heritage and Tourism, Islamic City Councils, and municipalities have the greatest impact on the planning process for a better role for historical monuments and sites in urban tourism, as well as the performance of other actors related to the aforementioned process. Therefore, the three mentioned bodies must put specialized decisions on their agenda that are in line with the conditions of the region in question, so that these decisions serve as a bridge of communication and a guide for other actors in carrying out their roles. Also, history experts, archaeologists, urban planners, urban tourism experts, and tourism and travel service companies, as other players in the planning process, must strengthen their connections and make consistent decisions so that these decisions complement each other and prevent obstacles and problems from occurring.

Key words: urban spaces, historical places, tourism, qualitative research, MACTOR software

* Corresponding Author Email: davood.vafadari@uma.ac.ir

Cite this article: Sajedi, S. and Vafadari Komarolya, D. (2025). Investigating factors affecting the role of historical buildings in urban tourism with a future research approach. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 6(1), 219-235.



شاپا: ۰۷۶۴-۲۷۸۳

دوره ۶، شماره ۱، شماره پیاپی ۱۹، بهار ۱۴۰۴

Journal Homepage <https://www.srds.ir/>
https://www.srds.ir/article_212164.html?lang=fa

بررسی عوامل موثر بر نقش آفرینی بناهای تاریخی در گردشگری شهری با رویکرد آینده پژوهی

سما ساجدی^۱، داود وفاداری کمارعلیا^{۲*}

- ۱- گروه تاریخ و جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.
- ۲- گروه برنامه ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۰۲

چکیده

زمینه و هدف: اماکن تاریخی از مهم ترین فضاهای شهری محسوب می شوند که می توانند در تقویت گردشگری شهری نقش مهمی را ایفا نمایند. بنابراین هدف از پژوهش حاضر بررسی عوامل موثر بر نقش آفرینی بناهای تاریخی در گردشگری شهری می باشد.

روش بررسی: برای جمع آوری داده ها از منابع کتابخانه ای به جهت نگارش مقدمه و مصاحبه نیمه ساختاریافته در دو مرحله برای دستیابی به شاخص های تحقیق بهره گرفته شد. در مصاحبه اول از متخصصین معرفی بازیگران اصلی و اهداف مهم مرتبط با هدف تحقیق درخواست گردید و در مرحله بعدی پس از تشکیل ماتریس بازیگر-بازیگر و ماتریس بازیگر-هدف آن ها را در اختیار متخصصین قرار داده و درخواست شد طبق راهنما ماتریس های مذکور را تکمیل نمایند. بعد از جمع آوری داده های مرتبط با بازیگران و اهداف تاثیرگذار بر هدف تحقیق، ماتریس های بازیگر-بازیگر و بازیگر-هدف تشکیل شده و سپس در قالب ورد در اختیار متخصصین قرار داده شد و از آن ها درخواست گردید ابتدا تاثیرات بازیگران بر روی یکدیگر را با شماره های ۰، ۱، ۲، ۳، ۴، ۰، ۱، ۲، ۳، ۴ مشخص نمایند که در آن عدد ۰ عدم تاثیر و عدد ۴ بیشترین تاثیرگذاری را دارد و سپس میزان موافقت و مخالفت بازیگران با اهداف را از طریق شماره های ۰، ۱، ۲، ۳، ۴ آشکار سازند که در آن عدد ۰ بدون نظر، عدد ۴ بیشترین موافقت و عدد ۰-۴ بیشترین مخالفت را نشان می دهد. بعد از وارد کردن نظرات متخصصین در نرم افزار مکتور تحلیل های مرتبط با موضوعات مورد نظر همچون تاثیرگذارترین و تاثیرپذیرترین بازیگران و سایر موارد مورد نیاز انجام گرفت و نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر مورد استفاده گردید.

یافته ها و نتیجه گیری: نتایج نشان داد که اداره میراث فرهنگی و گردشگری و شوراها اسلامی شهر تاثیرگذارترین و رقابت پذیرترین بازیگران و کارشناسان گردشگری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری تاثیرپذیرترین بازیگران شناخته شدند. همچنین نصب بنرهای تبلیغاتی بناهای تاریخی در سطح شهر مهم ترین هدف از جانب بازیگران معرفی گردیدند. به طور کلی میتوان بیان کرد که تصمیمات گرفته شده در اداره میراث فرهنگی و گردشگری، شوراها اسلامی شهر و شهرداری ها بیشترین تاثیر را بر فرآیند برنامه ریزی جهت نقش آفرینی بهتر ابناء و اماکن تاریخی در گردشگری شهری و همچنین عملکرد سایر بازیگران مرتبط با فرآیند مذکور دارد.

کلید واژه‌ها: فضاهای شهری، اماکن تاریخی، گردشگری، تحقیق کیفی، نرم افزار مکتور.

* نویسنده مسئول davood.vafadari@uma.ac.ir

ارجاع به این مقاله: ساجدی، سما و وفاداری کمارعلیا، داود. (۱۴۰۴). بررسی عوامل موثر بر نقش آفرینی بناهای تاریخی در گردشگری شهری با رویکرد آینده پژوهی. فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه ای، ۶(۱)، ۲۳۵-۲۱۹.

مقدمه و بیان مسأله

برنامه ریزی را می توان به عنوان مجموعه ای از ایده ها و اصولی تصور کرد که به دنبال کنترل توزیع فضایی فعالیتهای انسانی در طول زمان هستند (Rahmafritria et al., 2020, Gunn & Var, 2002). برنامه ریزی مؤثر گردشگری می تواند به مقابله با پیامدهای منفی این بخش، به ویژه اثرات زیست محیطی و اجتماعی کمک کند (Almeida et al., 2017, Rahmafritria et al., 2020). برای اینکه سیاست گذاران و برنامه ریزان وضعیت فعلی را بهتر درک کنند و سیاست ها و برنامه های آینده در مورد گردشگری و چشم انداز را بهبود بخشند، درک بهتر بافت سازمانی گذشته و حال ضروری است چرا که تجزیه و تحلیل بافت تاریخی می تواند چیزهای زیادی را در مورد وضعیت فعلی و چگونگی واکنش آن به تغییرات آینده آشکار کند (Heslinga et al., 2018). شهرها و گردشگری روابط مکملی را دارا می باشند. چون که گردشگری در انواع مختلف از طریقی به کانون ها و خدمات شهری نیازمند هستند. بر این اساس در هر نوع برنامه ریزی برای توسعه گردشگری باید به توانمندی کانون های شهری در ارائه خدمات توجه گردد (نوری کرمانی و همکاران، ۱۳۸۸).

تاریخ و فرهنگ یک شهر بیشتر از طریق میراث فرهنگی نمایش داده می شود، که راهی برای جذب گردشگران به شهر است. به رسمیت شناختن بین المللی از طریق تعیین مکان های میراث جهانی توسط سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) راهی برای حفظ و صیانت از این مکان ها بوده و همچنین منجر به افزایش چشم گیر تعداد گردشگران شده است (De Simone et al., 2019, Zhang et al., 2023). گردشگری در سال های اخیر در نتیجه پیشرفت در حمل و نقل و فناوری اطلاعات رشد قابل توجهی داشته است (Tanggu Hana et al., 2023, Zhang et al., 2021, Huang et al., 2023, Lusetyowati, 2015, Tu, 2020).

برخی از مکان های ناشناخته قبلی به تدریج به دلیل پتانسیل گردشگری خود در نتیجه تبلیغات، به ویژه از طریق رسانه های دیجیتال شناخته می شوند. تأثیر این تلاش های تبلیغاتی، فرصت های گسترده برای گردشگری را فراهم می آورد (Tanggu Hana et al., 2023). تحقیقات نشان داده می دهد که تقاضای بازدیدکنندگان جزء مهمی است که باید در برنامه ریزی گردشگری پایدار در نظر گرفته شود و برای این امر نیاز به حمایت بازدیدکنندگان دارد تا هر چه بیشتر موفق باشد (Zhang et al., 2023, Megeirhi et al., 2020). درک ایده های از پیش تعیین شده گردشگران قبل از بازدید از شهر بسیار مفید است. از این داده ها می توان برای بهبود مستمر تجربه گردشگری استفاده کرد (Zhang et al., 2023, Nguyen & Cheung, 2014).

برای مدیریت موفق یک منطقه خاص، درک احساسات، فعالیت ها و قوانین حرکت گردشگران و همچنین عواملی که در انتخاب یک منطقه خاص باید در نظر گرفته شود بسیار مهم است. همچون: ترافیک، فرهنگ، محیط زیست، جریان مردم و (Abuamoud et al., 2015, Zhang et al., 2023). میراث فرهنگی نقش مهمی در ارتقای توسعه گردشگری شهری و توسعه پایدار شهرها دارد. تحقیقات نشان می دهد که میراث فرهنگی به عنوان یک "برند" فرصت های جدیدی را برای شهرهای تاریخی ارائه می دهد (Zhang et al., 2023, De la Calle Vaquero & Hernández, 1998, 2023).

گردشگری میراث یکی از مهم ترین شاخه های توسعه گردشگری است (Selim et al., 2021, Asmelash and Kumar., 2019). این امر به دلیل اهمیت ارتباط بین سایت های گردشگری و میراث فرهنگی در نمایش فرهنگ تمدن های مختلف و استخراج اطلاعات از طریق گردشگران بازدیدکننده از این مناطق است (Selim et al., 2021, Chen and Chen, 2010). علاوه بر این، گردشگری درآمد ملی را افزایش می دهد، فرصت های شغلی را فراهم می کند، منابع دولت را از ارز خارجی افزایش می دهد و ادغام اجتماعی و تنوع فرهنگی را افزایش می دهد (Selim et al., 2021, Yankholmes & Akyeampon, 2010).

بار رشد سریع گردشگری در جهان، گردشگران علاقه فراوانی را به تاریخ و میراث فرهنگی از خود نشان داده اند. در حال حاضر میراث فرهنگی و گردشگری برای مردم به یک موضوع آشنا تبدیل گردیده است و با گذشت زمان نسبت به آن کنجکاوی و علاقه زیادی را نشان می دهند. در همین راستا مناطق تاریخی و بافت های کهن به سبب فضاهای ارزشمند تاریخی می توانند به عنوان اماکن مناسب برای جذب گردشگران داخلی و خارجی محسوب شوند که به دنبال کشف فرصت های اقتصادی، تنوع قومی، فرهنگی و آشنایی با دوره های تاریخی می باشند (مهدوی توکلی، ۱۴۰۰). ایران جاذبه های گردشگری، تاریخی و مذهبی فراوانی را دارا می

باشد که با فراهم کردن بسترهای اقتصادی و مدیریتی مناسب، می تواند تبدیل به یکی از مقصدهای مهم گردشگران تاریخی گردد. سیاست های موفق مربوط به گردشگری نه تنها مزایای اقتصادی زیادی بر جامعه، ناحیه و کشور فراهم می نماید بلکه توسعه فرهنگی، محیطی و اقتصادی پایداری را نیز سبب می شود. در این حوزه، برای سیاست گذاران بسیار مهم می باشد تا بتوانند ابتکارات پایدار در سیاست های مربوط به گردشگری را باهم ترکیب نمایند (اسعدی و سعیدا اردکانی، ۱۳۹۴).

با توجه به مطالب بیان شده می توان گفت گردشگری شهری با تاکید بر ابنا و اماکن تاریخی از جدیدترین رویکردهای گردشگری می باشد که توجهات زیادی را در سراسر جهان به خود جلب کرده است. از آنجاییکه کشور ایران دارای ابنا و اماکن متعدد تاریخی می باشد، توجه به گردشگری تاریخی در شهرها می تواند موجب پیشرفت شهرهای مقصد گردد. لذا هدف از تحقیق حاضر بررسی عوامل موثر بر نقش آفرینی بناهای تاریخی در گردشگری شهری است و همچنین سوال پژوهش عوامل موثر بر نقش آفرینی بناهای تاریخی در گردشگری شهری چه می باشند؟ را شامل می گردد که از طریق روش تحقیق کیفی آینده پژوهی به این سوال جواب داده خواهد شد. بر همین اساس می توان بیان نمود که در تحقیقات مشابه گذشته به نقش بناهای تاریخی و عوامل موثر بر آن در گردشگری شهری کم توجهی گردیده است و نوآوری تحقیق حاضر توجه به این مقوله مهم و جدید جهانی با رویکرد آینده پژوهی می باشد و نتایج حاصل می تواند برای متخصصین و مسئولین مربوطه مفید باشد و مورد استفاده در برنامه های آتی قرار گیرد.

مبانی نظری

گردشگری تاریخی

نوعی از گردشگری بر اساس میراث تاریخی شامل بازدید از موزه ها، بناهای تاریخی، یادمان های تاریخی، بناهای مذهبی، معماری سنتی و اماکن مرتبط با حوادث تاریخی می باشد. اینگونه گردشگری که به گردشگری میراث نیز معروف می باشد و به بازدید از ابنا و اماکن تاریخی می پردازد، امروزه بخش بزرگی از گردشگری را به خود اختصاص داده است (صادقی و همکاران، ۱۳۹۹).

گردشگری

گردشگری یکی از چشم اندازترین و پویاترین مشاغل در جهان می باشد. گردشگری در پویایی اقتصادی و توسعه پایدار هر کشور به عنوان صنعتی پویا و با آینده ای بسیار روشن شناخته می شود. گردشگری به عنوان سومین فعالیت اجتماعی - اقتصادی بزرگ در اتحادیه اروپا، سهم بسزایی در تولید ناخالص داخلی و اشتغال آن دارد (مظفری و همکاران، ۱۴۰۳).

گردشگری شهری

گردشگری دارای شکل های متفاوتی می باشد، یکی از انواع گردشگری، گردشگری شهری است. مطابق تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگری شهری نوعی از فعالیت های گردشگری محسوب می شود که در یک فضای شهری (که با ویژگی های ذاتی آن شامل اقتصاد غیر کشاورزی مانند تجارت، تولید، خدمات و ... مشخص می شود) انجام می گیرد. از نظر این سازمان، مقاصد گردشگری شهری انواع مختلفی از تجربیات فرهنگی، معماری، اجتماعی، فناوری و ... را شامل می شوند. گردشگری شهری می تواند به عنوان نیروی محرکه بسیاری از شهرها و کشورها عمل نماید. گردشگری با چگونگی توسعه یک شهر و فراهم نمودن شرایط زندگی بیشتر و بهتر برای ساکنان و بازدیدکنندگان آن مرتبط می باشد. در گردشگری شهری، هدف گردشگر دیدار از جاذبه های شهری، دیدار اقوام و دوستان در شهر یا ترکیبی از هر دو هدف است (سیف الهی، ۱۴۰۳).

بناهای تاریخی

بافت های سنتی از ارزشمندترین بافت های معماری در هر منطقه به حساب می آیند. بر طبق ویژگی های خاص، اهداف و اشکال بازاریابی گردشگری، در زمان های اخیر بافت های تاریخی هر شهر به طور فزاینده ای، به عنوان بخش حیاتی میراث فرهنگی، به طور

جدی مشاهده شده و به بازسازی و تغییر کاربری نیاز دارد، تا به طور اقتصادی تعیین ارزش شده و با در نظر گرفتن الزامات زندگی مدرن حفظ شود. ارزش گذاری میراث معماری سنتی برای مقاصد گردشگری، یکی از راه های فراوانی است که در آن می توان این میراث را از خطرات آسیب حفظ نمود (صفری و همکاران، ۱۴۰۳).

پیشینه تحقیق

پرچکانی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان چیستی منظر گردشگری شهری به این نتیجه رسیدند که منظر گردشگری نیازمند خوانش جدیدی از منظر است که چنانچه در ارتباط با عوامل چهارگانه: ساکنان، گردشگران، عناصر سایر منظرها و نمادهای جاذب شکل بگیرد قادر به ترسیم تصویر ذهنی و ارائه مفهومی منظر خواهد بود.

خزایی (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان گردشگری شهری و توسعه شهری پایدار به این نتیجه رسیدند که امروزه گردشگری به عنوان یکی از ارکان اصلی اقتصاد جهانی، سهم چشم گیری در معادلات اقتصادی بین المللی ایفا می کند. از این رو با توسعه ی فعالیت های گردشگری و شناسایی بخشی از جاذبه جهانگردی بخصوص در نواحی شهری می توان به بهبود ارتقای سطح این فضاها کمک شایانی کرد و برای بهسازی و بازسازی کالبد اقتصادی و اجتماعی آن ها گام مؤثری برداشت و توسعه گردشگری شهری هم به ساکنان بومی شهرها و هم اقتصاد ملی کشور کمک کرد.

پرمایه و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان بررسی و اولویت بندی مناطق گردشگری شهر لاهیجان به لحاظ شاخص های گردشگری پایدار شهری به این نتیجه رسیدند که عوامل مختلفی می تواند در جذب و توسعه گردشگری در یک مکان جغرافیایی موثر باشد. این عوامل می تواند کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، زیست محیطی و مدیریتی باشند. شهر لاهیجان با داشتن ظرفیت های زیست محیطی (اقلیم، آب و هوا)، کالبدی (جاذبه های تاریخی - مذهبی) و جاذبه های تفریحی فراوان می تواند نقش مؤثری در جذب گردشگر و به تبع آن توسعه پایدار این شهر داشته باشد.

خدائی و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان گذر از گردشگری شهری به بازآفرینی شهری (مطالعه موردی شهر زنجان) به این نتیجه رسیدند که افزایش گردشگری شهری باعث هویت بخشی و بازآفرینی اماکن تاریخی شده و اطلاعات حاصل از حضور گردشگران با افزایش درآمد باعث رونق گردشگری و توجه هر چه بیشتر مدیران شهری به بهسازی بافت - های با ارزش تاریخی زنجان طی سال - های اخیر شده است که ضمن ایجاد اشتغال، زمینه بازآفرینی شهری را فراهم کرده است.

ملکی و ایزدزاد (۱۴۰۳) در تحقیقی با عنوان نقش حکمروایی خوب شهری بر درآمدهای پایدار گردشگری شهر اهواز به این نتیجه رسیدند که در بین شاخص های حکمروایی خوب شهری موثر بر درآمدهای پایدار شهری، شاخص جهت گیری هماهنگ (تجهیز زیرساخت ها، امکانات و تسهیلات ویژه جهت جلب سرمایه گذاری خصوصی در گردشگری)، شاخص کارایی (اجرای سنن قدیمی و بومی و هم چنین صنایع دستی شهرها جهت جذب گردشگر و شاخص شفافیت (ایجاد بانک اطلاعات زمین، کنترل و نظارت بر روند ساخت و ساز و تغییر کاربری در اماکن گردشگری بیشترین وزن و اولویت را دارند).

حسین نژاد دوین و همکاران (۱۴۰۳) در تحقیقی با عنوان نقش گردشگری شهری در توسعه پایدار شهرها (نمونه موردی: شهر شیروان) به این نتیجه رسیدند که شاخص توسعه اقتصادی، کالبدی و زیست محیطی مقدار معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ به دست آمده است که نشان می دهد از نظر شهروندان و کارشناسان گردشگری شهری نقش قابل توجهی در توسعه اقتصادی شیروان نداشته است. در مقابل برای توسعه فرهنگی - اجتماعی و زیست محیطی از نظر شهروندان و کارشناسان گردشگری شهری نقش قابل توجهی داشته است.

گله دار و همکاران (۱۴۰۳) در تحقیقی با عنوان شناسایی پیشران های کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری شهر خرم آباد: با تأکید بر زیرساخت های گردشگری به این نتیجه رسیدند که بیشترین تأثیرگذاری در توسعه زیرساخت های گردشگری شهرستان خرم آباد به

ترتیب مربوط به پیشران‌های کلیدی مدیریت تخصصی، آموزش نیروی ماهر، بخش خصوصی، تورهای گردشگری، امنیت، روش‌های نوین تبلیغات و رویدادهای فرهنگی- آموزشی است.

حسینی (۱۴۰۳) در تحقیقی با عنوان بررسی بازتاب‌های اقتصادی توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی شهر دماوند) به این نتیجه رسیدند که افزایش اشتغال با وزن ۰/۴۱۹ رتبه اول را کسب کرده است. کاهش بیکاری با وزن ۰/۲۲۱ رتبه دوم و افزایش در آمد با وزن ۰/۲۰۸ رتبه سوم را کسب کرده است.

Szemkovics et al (۲۰۱۸) در تحقیقی به نام ارتباط آثار تاریخی در توسعه گردشگری فرهنگی در شهرهای اصلی منطقه اولتینیا، رومانی به این نتیجه رسیدند که هر شهر فردیت فرهنگی خاص خود را دارد که توسط بناهای تاریخی آن نشان داده شده است و در بسیاری از موارد امروز می‌توانند شهادت‌های گذشته را نشان دهند، که این حقیقت سبب رونق گردشگری فرهنگی-تاریخی می‌گردد.

Sabadash et al (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان آثار تاریخی، فرهنگی و گردشگری به عنوان عامل توسعه سرزمین‌ها به این نتیجه رسیدند که جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و گردشگری می‌تواند به عاملی محرک در توسعه سرزمین‌ها تبدیل شود، اما این جنبه باید در بالاترین سطوح مدیریت شود.

Babajanova et al (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان تعامل توسعه گردشگری در ازبکستان با انواع بناهای تاریخی و فرهنگی به این نتیجه رسیدند که بناهای تاریخی از مهم‌ترین علل رونق گردشگری محسوب می‌شوند.

Jurabekovna (۲۰۲۴) در تحقیقی با عنوان به این نتیجه رسیدند که مدیریت مناسب بناهای تاریخی در گسترش فرهنگ گردشگری نقش مهمی را ایفا می‌نماید.

با توجه به بررسی تحقیقات مرتبط گذشته می‌توان بیان نمود که شناسایی عوامل و بازیگران موثر بر ایفای نقش بناهای تاریخی در توسعه گردشگری شهری به ویژه با تاکید بر روش آینده پژوهی توسط محققین مورد کم توجهی قرار گرفته است. بر همین اساس تحقیق حاضر بر آن است تا عوامل موثر بر ایفای نقش بناهای تاریخی در گردشگری شهری را مشخص نماید تا شکاف ایجاد شده در این حیطه از گردشگری را برطرف نموده یا تا حدودی کم رنگ نماید.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش با توجه به روش جمع‌آوری اطلاعات و مواد و روش‌ها از منظر غایت و هدف از نوع تحقیق کاربردی و از منظر ماهیت و روش از نوع تحقیق توصیفی می‌باشد.

جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل متخصصین امر در رشته‌های مرتبط با موضوع و هدف تحقیق (کارشناسان تاریخ، کارشناسان باستان‌شناسی، کارشناسان برنامه ریزی شهری، کارشناسان گردشگری) می‌باشند.

نمونه و روش نمونه‌گیری

در این پژوهش از روش نمونه‌گیری گلوله برفی بهره گرفته شده است و در حین مصاحبه از متخصصین، درخواست معرفی نفر بعدی ارائه گردیده شد که در نهایت از ۱۸ نفر مصاحبه به عمل آمد و به دلیل دستیابی به پاسخ‌های تکراری متعدد و رسیدن به اشباع نظری مصاحبه با این تعداد متخصص متوقف گردید (وفاداری کمارعلیا و همکاران، ۱۴۰۳).

ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها

دوره ۶، شماره ۱، شماره پیاپی ۱۹، بهار ۱۴۰۴

در پژوهش حاضر از منابع کتابخانه ای همچون مقالات مرتبط برای نگارش مقدمه، مبانی نظری، پیشینه پژوهش و از مصاحبه نیمه ساختاریافته در دو مرحله به جهت دستیابی به شاخص ها استفاده شد و با استفاده از نرم افزار مکتور تحلیل صورت گرفت (وفاداری کمارعلیا و همکاران، ۱۴۰۳).

روش تجزیه و تحلیل داده ها

بعد از جمع آوری داده های مرتبط با بازیگران و اهداف تاثیرگذار بر هدف تحقیق، ماتریس های بازیگر-بازیگر و بازیگر-هدف تشکیل شده و سپس در قالب ورد در اختیار متخصصین قرار داده شد و از آن ها درخواست گردید. ابتدا تاثیرات بازیگران بر روی یکدیگر را با شماره های ۰، ۱، ۲، ۳، ۴ مشخص نمایند که در آن عدد ۰ عدم تاثیر و عدد ۴ بیشترین تاثیرگذاری را دارد و سپس میزان موافقت و مخالفت بازیگران با اهداف را از طریق شماره های ۰، ۱، ۲، ۳، ۴، ۵-۴-۳-۲-۱-۰ آشکار سازند که در آن عدد ۰ بدون نظر، عدد ۴ بیشترین موافقت و عدد ۴- بی شترین مخالفت را نشان می دهد. بعد از وارد کردن نظرات متخصصین در نرم افزار مکتور تحلیل های مرتبط با موضوعات مورد نظر همچون تاثیرگذارترین و تاثیرپذیرترین بازیگران و سایر موارد مورد نیاز انجام گرفت و نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر مورد استفاده گردید (وفاداری کمارعلیا و همکاران، ۱۴۰۳).

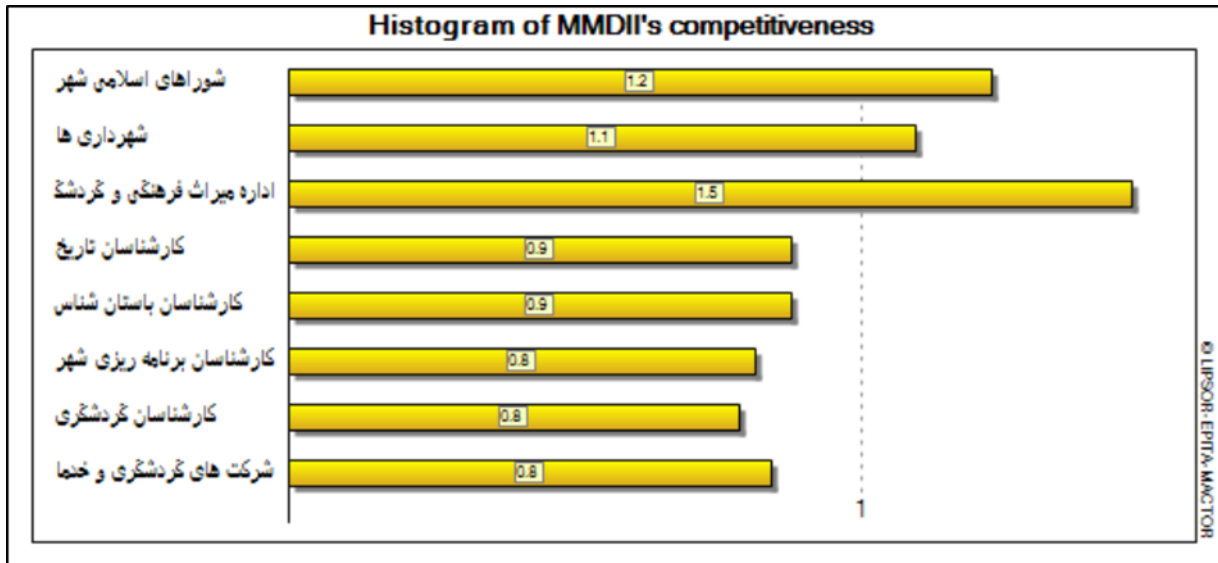
تجزیه و تحلیل داده ها

پس از جمع آوری داده های حاصل از مصاحبه بازیگران مورد نظر شناسایی گردید که شامل شوراهای اسلامی شهری، شهرداری ها، اداره میراث فرهنگی و گردشگری، کارشناسان تاریخ، کارشناسان باستان شناس، کارشناسان برنامه ریزی شهری، کارشناسان گردشگری شهری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری. همچنین اهداف و رویکردها نیز شناسایی گردیدند که شامل افزایش بودجه نگهداری بناهای تاریخی، معرفی بناهای تاریخی در رسانه های مختلف، نصب بنرهای تبلیغاتی بناهای تاریخی در سطح شهر، حضور دائمی کارشناسان مرتبط در بناهای تاریخی، هماهنگی و ارتباط مناسب با ارگان های مرتبط با جا به جایی مسافر، اجاره بناهای تاریخی به بخش خصوصی، زیباسازی محیط و منظر داخلی و پیرامونی بناهای تاریخی و برگزاری مراسمات عمومی در محیط های داخلی یا پیرامونی بناهای تاریخی مناسب می باشند. بازیگر غالب شناسایی شده شوراهای اسلامی شهر بوده که بیشترین تاثیر گذاری را با امتیاز ۸۲ به خود اختصاص داده است، همچنین اداره میراث فرهنگی و گردشگری با امتیاز ۷۹ در مرتبه دوم تاثیرگذاری قرار گرفت و کارشناسان گردشگری شهری با امتیاز ۴۴ کمترین تاثیر گذاری بین بازیگران را نشان می دهند. در این میان کارشناسان گردشگری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری بیشترین مغلوبیت یا تاثیرپذیری را به ترتیب با امتیازهای ۸۲ و ۷۱ دارا بوده اند. شوراهای اسلامی و شهرداری ها کمترین مغلوبیت یا تاثیرپذیری را به ترتیب با امتیازهای ۴۶ و ۴۷ نشان می دهند، در مقابل شوراهای اسلامی شهر بیشترین غالبیت یا تاثیر گذاری را بر سایر بازیگران دارند (مطابق جدول ۱).

جدول ۱. میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری بازیگران نسبت به یکدیگر منبع: نگارندگان

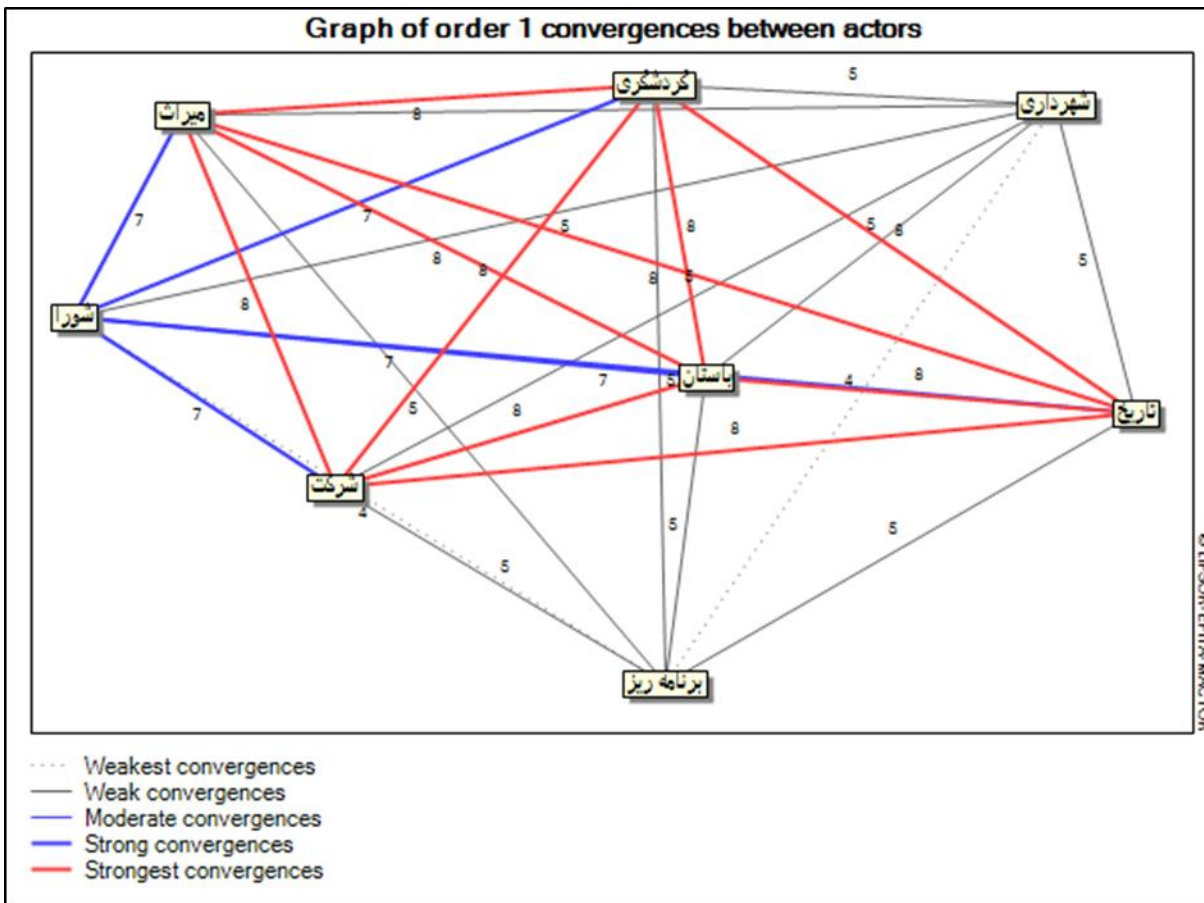
II	شرکت	گردشگری	برنامه ریز	باستان	تاریخ	میراث	شهرداری	شورا	MDII
82	13	16	12	9	9	13	10	9	شورا
69	11	13	12	7	7	10	9	9	شهرداری
79	14	15	10	12	12	13	8	8	میراث
50	9	9	6	7	7	9	5	5	تاریخ
50	9	9	6	7	7	9	5	5	باستان
52	8	9	7	6	6	9	7	7	برنامه ریز
44	7	7	6	6	6	7	6	6	گردشگری
58	11	11	8	8	8	11	6	6	شرکت
484	71	82	60	55	55	68	47	46	Di

همچنین می توان به میزان رقابت پذیری بازیگران نیز اشاره نمود که در آن اداره میراث فرهنگی و گردشگری با امتیاز ۱/۵ دارای بیشترین قدرت رقابت پذیری بین بازیگران می باشد و شوراهای اسلامی شهری با امتیاز ۱/۲ در مرتبه دوم قرار گرفته اند، همچنین در مقابل کارشناسان گردشگری با امتیاز ۰/۸ رقابت پذیری پایینی را در مقایسه با سایر بازیگران نشان می دهد(مطابق شکل ۱).



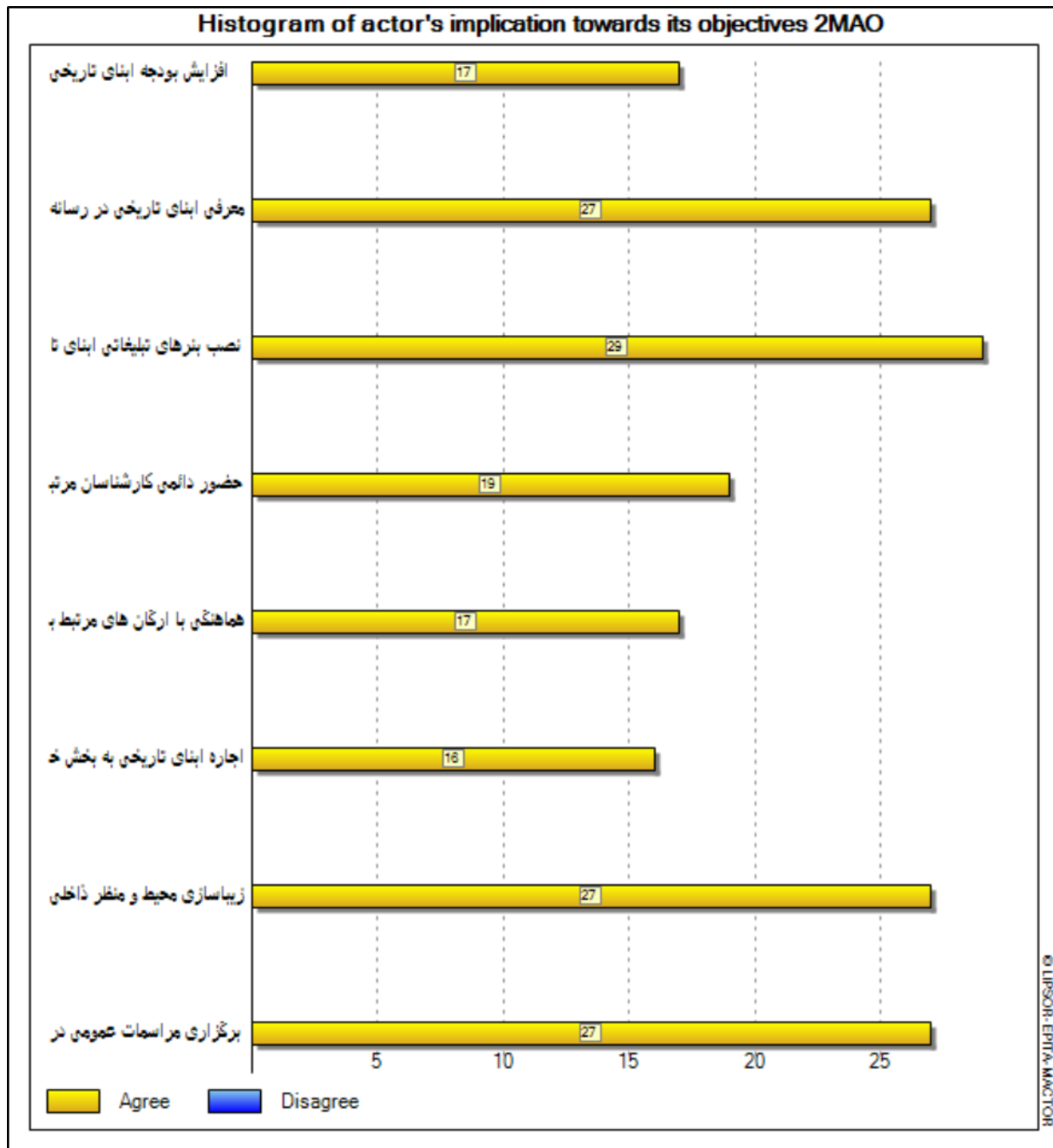
شکل ۱. میزان رقابت پذیری بازیگران نسبت به یکدیگر منبع: نگارندگان

در ارتباط با همگرایی بازیگران می توان بیان نمود که اداره میراث فرهنگی و گردشگری با کارشناسان تاریخ، کارشناسان باستان شناس، کارشناسان گردشگری شهری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری بیشترین همگرایی و شهرداری ها به همراه شوراهای اسلامی شهر و کارشناسان برنامه ریزی شهری با امتیاز ۴ کمترین همگرایی را بین بازیگران از خود نشان داده اند، همچنین از همگرایی های قوی بین بازیگران می توان به همگرایی بین کارشناسان تاریخ و کارشناسان باستان شناس با امتیاز ۸، شوراهای اسلامی شهر و اداره میراث فرهنگی و گردشگری، کارشناسان باستان شناس، کارشناسان گردشگری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری با امتیاز ۷ اشاره نمود(مطابق شکل ۲).



شکل ۲. میزان همگرایی بین بازیگران منبع: نگارندگان

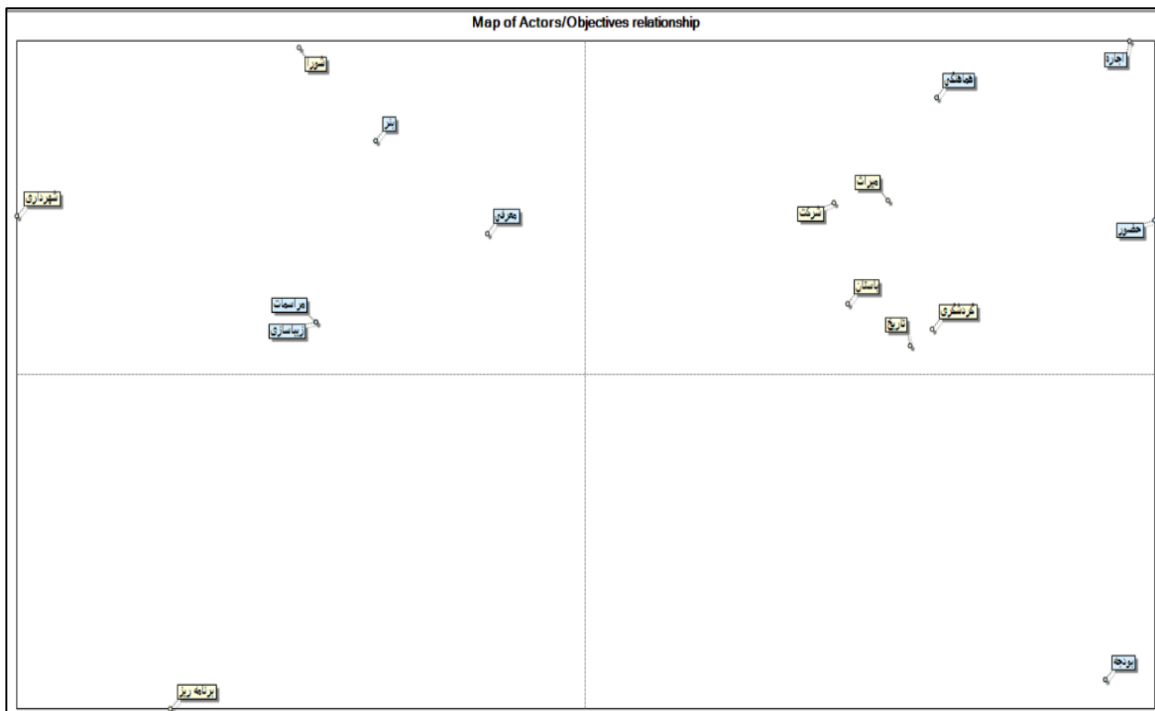
در رابطه با میزان موافقت و مخالفت بازیگران در دستیابی به اهداف مشخص گردید که نصب بنرهای تبلیغاتی بناهای تاریخی در سطح شهر با امتیاز ۲۹ بیشترین موافقت را در جهت دستیابی به اهداف به خود اختصاص داده است در مقابل اجاره بناهای تاریخی به بخش خصوصی کمترین موافقت را با امتیاز ۱۶ نشان می دهد. اهداف زیباسازی محیط و منظر داخلی و پیرامونی بناهای تاریخی، برگزاری مراسمات عمومی در محیط های داخلی یا پیرامونی بناهای تاریخی و معرفی بناهای تاریخی در رسانه های مختلف با امتیاز مشترک ۲۷ در جایگاه دوم بیشترین موافقت از جانب بازیگران قرار گرفتند (مطابق شکل ۳).



شکل ۳. میزان موافقت و مخالف بازیگران نسبت به اهداف منبع: نگارندگان

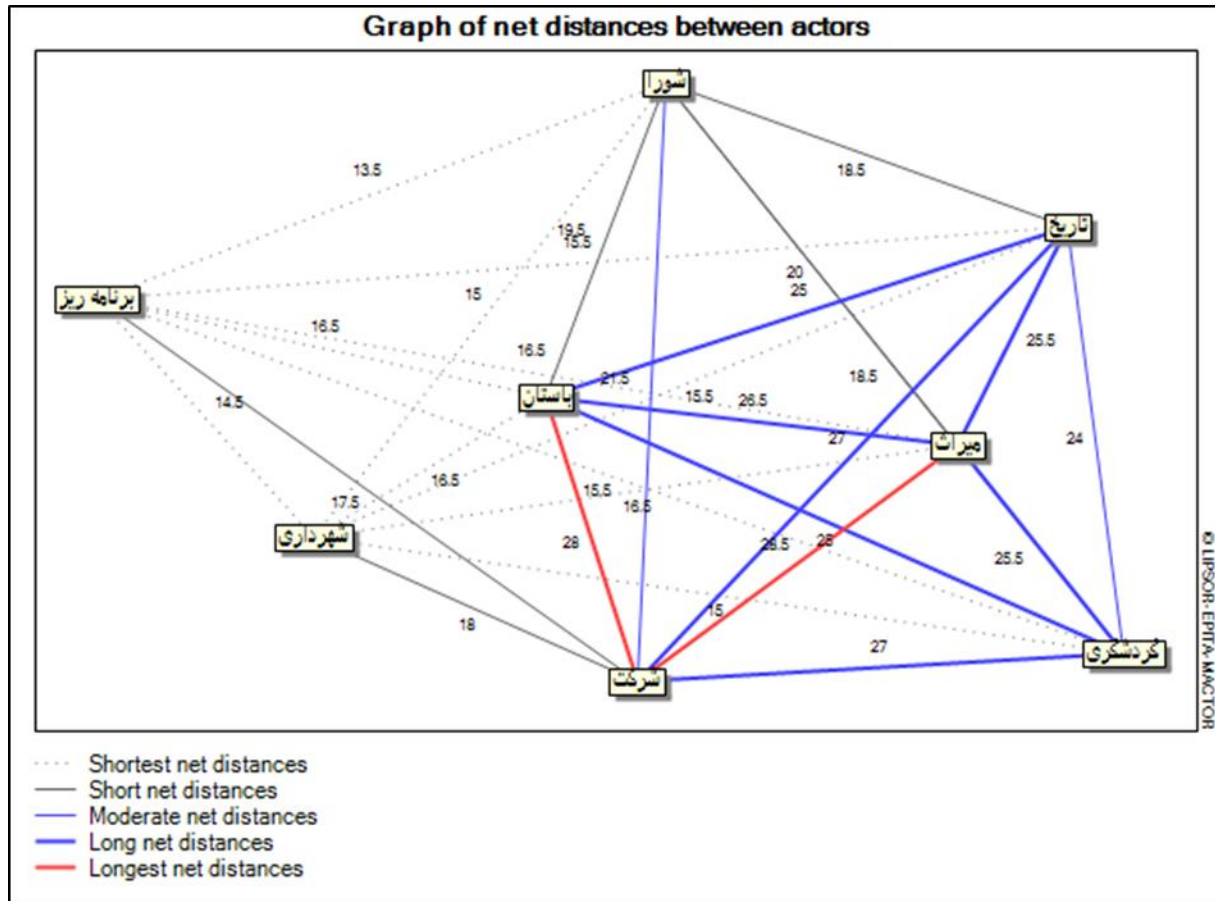
در ارتباط با بررسی ارتباطات بین بازیگران و اهداف به صورت کلی می توان گفت که هدف افزایش بودجه بناهای تاریخی با فاصله زیادی نسبت به بازیگران و سایر اهداف قرار گرفته که تمایل پایین بازیگران نسبت به تحقق این هدف را نمایان می سازد که بیشتر انعکاس دهنده عدم امکان پذیری آن است، در مقابل اهداف حضور دائمی کارشناسان مرتبط در بناهای تاریخی، هماهنگی و ارتباط مناسب با ارگان های مرتبط با جا به جایی مسافر و اجاره بناهای تاریخی به بخش خصوصی بیشترین تمایل به دستیابی را از جانب اداره میراث فرهنگی و گردشگری، کارشناسان باستان شناس، کارشناسان گردشگری، شرکت های گردشگری و خدمات مسافری و کارشناسان تاریخ نشان می دهند. همچنین اهداف زیباسازی محیط و منظر داخلی و پیرامونی بناهای تاریخی، برگزاری مراسمات

عمومی در محیط های داخلی یا پیرامونی بناهای تاریخی، معرفی بناهای تاریخی در رسانه های مختلف و نصب بنرهای تبلیغاتی بناهای تاریخی در سطح شهر بیشترین تمایل به دستیابی را از جانب شوراهای اسلامی شهر و شهرداری ها به خود اختصاص داده اند(مطابق شکل ۴).



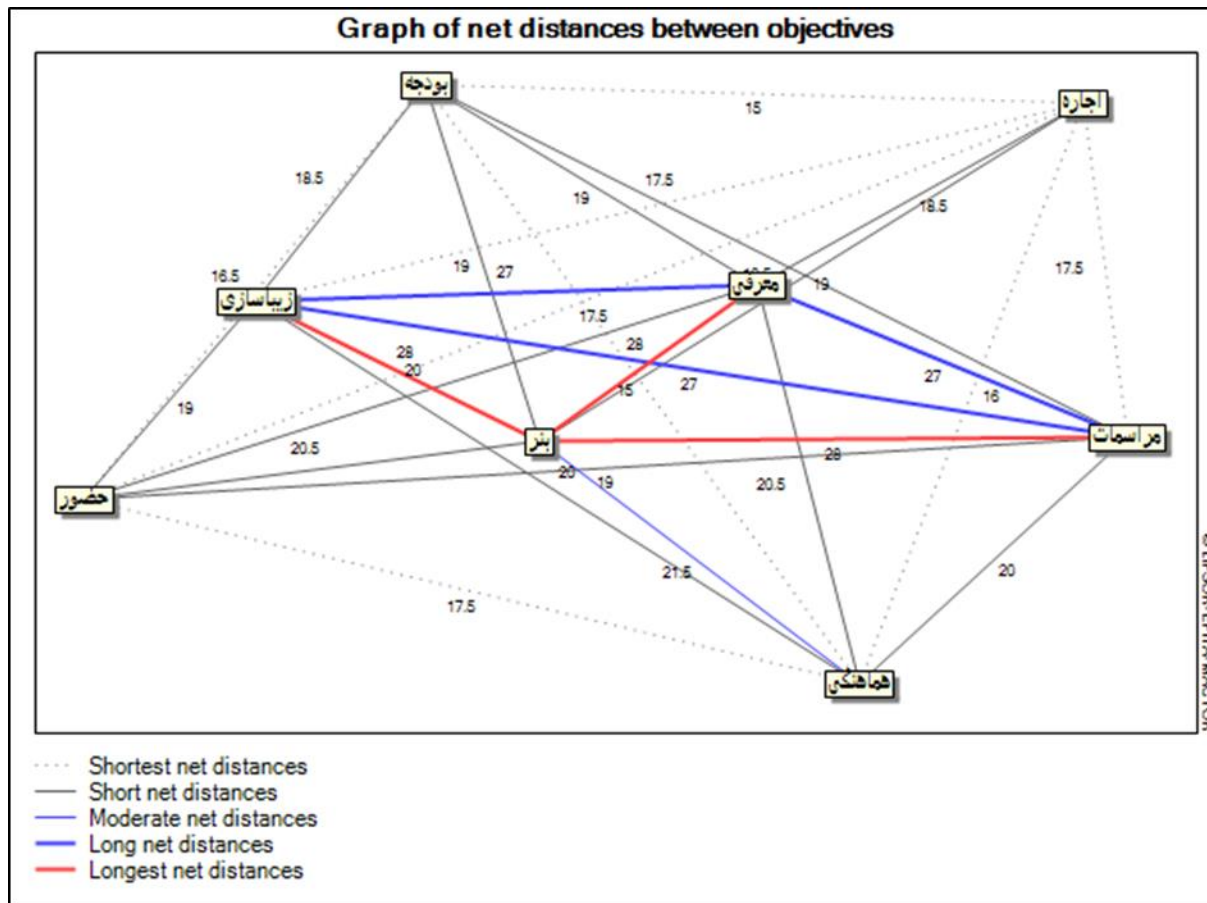
شکل ۴. نقشه ارتباط بین بازیگران و اهداف منبع: نگارندگان

در ادامه می توان به فاصله خالص بین بازیگران نسبت به اهداف اشاره نمود بیشترین همسویی و تطابق برای رسیدن به اهداف بین اداره میراث فرهنگی و گردشگری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری همچون شرکت های گردشگری و خدمات مسافری و کارشناسان باستان شناس با امتیاز مشترک ۲۸ می باشد که در این میان از دیگر همسویی ها و هم راستایی های قوی، همسویی بین اداره میراث فرهنگی و گردشگری و کارشناسان باستان شناس با امتیاز ۲۷ مشاهده می شود(مطابق شکل ۵).



شکل ۵. میزان فاصله خالص بازیگران با یکدیگر نسبت به اهداف منبع: نگارندگان

همچنین فاصله خالص بین اهداف نشان می دهد که اهداف معرفی بناهای تاریخی در رسانه های مختلف و نصب بنرهای تبلیغاتی بناهای تاریخی در سطح شهر، زیباسازی محیط و منظر داخلی و پیرامونی بناهای تاریخی و نصب بنرهای تبلیغاتی بناهای تاریخی در سطح شهر و برگزاری مراسمات عمومی در محیط های داخلی یا پیرامونی بناهای تاریخی و نصب بنرهای تبلیغاتی بناهای تاریخی در سطح شهر با امتیاز مشترک ۲۸ دارای بیشترین همگرایی از جانب بازیگران بوده اند و احتمال وقوع این اهداف بیشتر از سایر اهداف می باشد و اهداف افزایش بودجه بناهای تاریخی و اجاره بناهای تاریخی به بخش خصوصی با امتیاز ۱۵ کمترین همگرایی را از جانب بازیگران نشان می دهند که به معنی احتمال پایین وقوع این اهداف است. همانطور که در تصویر مشخص است هدف نصب بنرهای تبلیغاتی بناهای تاریخی در سطح شهر بیشترین همسویی را بین بازیگران در جهت تحقق را نمایان می سازد و هدف افزایش بودجه بناهای تاریخی کمترین همسویی را از جانب بازیگران در راستای تحقق دارا می باشد (مطابق شکل ۶).



شکل ۶. میزان فاصله خالص بین اهداف منبع: نگارندگان

بحث

در مجموع بررسی ها می توان بیان نمود که اداره میراث فرهنگی و گردشگری و شوراهای اسلامی شهر می توانند با تصمیمات خود تأثیر قابل توجهی را در عملکرد سایر بازیگران دخیل بر جای بگذارند، همچنین شهرداری ها به عنوان بازیگرانی که بعد از اداره میراث فرهنگی و گردشگری و شوراهای اسلامی شهر بیشترین تأثیرگذاری را نشان داده اند می توانند در حد قابل ملاحظه ای بر موضوع بحث اثر بگذارند. این تأثیرات از سوی بازیگران بیان شده از جمله اداره میراث فرهنگی و گردشگری و شوراهای اسلامی شهر می تواند نتیجه مثبت و منفی داشته باشد که این نتایج به نوع تصمیم بستگی دارد. شوراهای اسلامی شهر و اداره میراث فرهنگی و گردشگری علاوه بر اینکه به عنوان بازیگران تأثیر گذار معرفی گردیدند، رقابت پذیرترین بازیگران نیز شناخته شدند و این نشان دهنده قدرت تصمیم گیری این ارگان ها به نسبت سایر بازیگران می باشد. بیشترین همگرایی نیز بین اداره میراث فرهنگی و گردشگری با کارشناسان تاریخ، کارشناسان باستان شناس، کارشناسان گردشگری شهری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری دیده شد که کاملاً منطبق و در راستای موضوع و هدف تحقیق بوده است. همچنین در بین اهداف تحقیق نیز چهار هدف نصب بنرهای تبلیغاتی بناهای تاریخی در سطح شهر، زیباسازی محیط و منظر داخلی و پیرامونی بناهای تاریخی، برگزاری مراسمات عمومی در محیط های داخلی یا پیرامونی بناهای تاریخی و معرفی بناهای تاریخی در رسانه های مختلف بیشترین توجه را از جانب بازیگران به خود اختصاص داده اند. در نهایت با بررسی تحقیقات گذشته مشخص می گردد که تحقیق حاضر با سایر تحقیقات در زمینه گردشگری و اماکن تاریخی از نظر روش تحقیق متفاوت بوده و نوع نگاه نویسندگان در توجه به شناسایی عوامل و بازیگران موثر بر ایفای نقش بناهای

تاریخی در توسعه گردشگری شهری جدید و نوآورانه می باشد، همچنین نتایج حاصل شده از تحقیق حاضر می تواند به رونق بازدید و مراجعه به بناهای تاریخی بیفزاید که در نهایت سبب رونق گردشگری در شهرهای مربوطه خواهد گردید.

نتیجه گیری و پیشنهادها

بناها و اماکن تاریخی جز مهم ترین فضاهای شهری محسوب می شوند. بنابراین فرآیند برنامه ریزی جهت نقش آفرینی این اماکن در گردشگری امری مهم و تخصصی می باشد و باید مورد توجه متخصصین قرار گیرد. در همین راستا این پژوهش انجام گرفت و مشخص گردید که اداره میراث فرهنگی و گردشگری و شوراهای اسلامی شهر تاثیرگذارترین بازیگران و کارشناسان گردشگری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری به عنوان بازیگران تأثیرپذیر یا مغلوب شناخته شدند، در این میان شهرداری ها سومین رتبه در تأثیرگذاری را کسب نموده اند که می توان گفت این بازیگر تنها از شوراهای اسلامی شهر و اداره میراث فرهنگی و گردشگری تأثیر می پذیرد و بر سایر بازیگران تأثیر می گذارد. این موضوع در رقابت پذیری بازیگران نیز به طور واضح مشخص گردیده که در آن اداره میراث فرهنگی و گردشگری و شوراهای اسلامی شهر دارای بیشترین قدرت رقابت در بین بازیگران شناخته شدند و شهرداری ها در مرتبه سوم رقابت پذیری قرار گرفتند. اداره میراث فرهنگی و گردشگری با کارشناسان تاریخ، کارشناسان باستان شناسی، کارشناسان گردشگری شهری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری نیز بیشترین همگرایی را نشان داده اند که نمایان کننده نزدیکی نظرات این بازیگران به یکدیگر می باشد. همچنین در بخش واگرایی نرم افزار مکتور هیچ واگرایی را بین بازیگران نشان نداد که حاکی از در یک راستا بودن همه بازیگران در جهت رسیدن و دستیابی به اهداف می باشد.

بررسی بخش اهداف مشخص نمود که چهار هدف نصب بنرهای تبلیغاتی بناهای تاریخی در سطح شهر، زیباسازی محیط و منظر داخلی و پیرامونی بناهای تاریخی، برگزاری مراسمات عمومی در محیط های داخلی یا پیرامونی بناهای تاریخی و معرفی بناهای تاریخی در رسانه های مختلف بیشترین توجه را از جانب بازیگران به خود اختصاص داده اند. این موضوع نشان دهنده اهمیت بسزای این چهار هدف از نظر بازیگران بوده و احتمال تحقق این اهداف از سایر اهداف موجود بسیار بالا می باشد. همچنین هیچ هدفی که دارای مخالفت از جانب بازیگران باشد در تحلیل های انجام شده مشاهده نگردید که حاکی از مثبت بودن دیدگاه همه بازیگران نسبت به همه اهداف است. در مجموع در رابطه با اهداف نتایج نمایان نمود که افزایش بودجه بناهای تاریخی و اجاره بناهای تاریخی به بخش خصوصی کمترین همگرایی را از جانب بازیگران نشان می دهند که به معنی احتمال پایین وقوع این اهداف است.

به طور کلی میتوان بیان کرد که تصمیمات گرفته شده در اداره میراث فرهنگی و گردشگری، شوراهای اسلامی شهر و شهرداری ها بیشترین تاثیر را بر فرآیند برنامه ریزی جهت نقش آفرینی بهتر ابنا و اماکن تاریخی در گردشگری شهری و همچنین عملکرد سایر بازیگران مرتبط با فرآیند مذکور دارد. بنابراین سه ارگان ذکر شده باید تصمیمات تخصصی و منطبق با شرایط منطقه مورد نظر را در دستور کار خود قرار دهند تا این تصمیمات همچون پل ارتباطی و راهگشای عملکرد سایر بازیگران در اجرای نقش خود باشند. همچنین کارشناسان تاریخ، کارشناسان باستان شناسی، کارشناسان برنامه ریز شهری، کارشناسان گردشگری شهری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری نیز به عنوان دیگر بازیگران در فرآیند برنامه ریزی جهت نقش آفرینی بهتر ابنا و اماکن تاریخی در گردشگری شهری باید ارتباط بین خود را تقویت نموده و تصمیمات هم راستایی را اتخاذ نمایند تا این تصمیمات مکمل یکدیگر شده و از ایجاد مانع و مشکلات جلوگیری گردد. پس اداره میراث فرهنگی و گردشگری، شوراهای اسلامی شهر و شهرداری ها باید تصمیمات تخصصی و سایر بازیگران هم باید هم راستایی تصمیمات خود را با یکدیگر مدنظر و در اولویت قرار دهند تا ابنا و اماکن تاریخی به مردم معرفی گردند و دارای ظرفیت پذیرش گردشگر شوند تا بتوانند نقش مهم و موثری را در رونق گردشگری شهرهای کشور ایفا نمایند.

بر طبق مشخصات بازیگران می توان پیشنهادات زیر برای اجرایی شدن مطرح کرد:

۱- اداره میراث فرهنگی و گردشگری، شوراهای اسلامی شهر و شهرداری ها:

- استفاده از تمام زیرساخت های موجود در شهرها به جهت معرفی بناهای تاریخی شهر

- به کارگیری افراد متخصص در زمینه گردشگری تاریخی
- ۲- کارشناسان تاریخ، کارشناسان باستان شناس، کارشناسان برنامه ریز شهری، کارشناسان گردشگری شهری و شرکت های گردشگری و خدمات مسافری:
- معرفی نقش بناهای تاریخی در رونق اقتصادی شهرها به شهروندان
- ایجاد تشویق هایی برای توره های گردشگری تاریخی

منابع و مآخذ

- اسعدی، میرمحمد. سعید اردکانی، سعید(۱۳۹۴). ارائه مدلی پویا جهت توسعه گردشگری تاریخی(مورد مطالعه: استان یزد)، کاوش های مدیریت بازرگانی، ۷(۱۴)، ۱۴۷-۱۶۷.
- پرچکانی، پروانه. (۱۳۹۵). چيستی منظر گردشگری شهری. هنر و تمدن شرق، ۴(۱۳)، ۵۹-۵۲.
- پرمایه، رحیم. رضانی پور، مهرداد. بزرگمهر، کیا. حقزاد، آمنه(۱۴۰۲). بررسی و اولویت بندی مناطق گردشگری شهر لاهیجان به لحاظ شاخص های گردشگری پایدار شهری، مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی، ۱۸(۲)، ۱۴-۱.
- حسین نژاد دوین، ربابه. نادری میوان، رمضانعلی. معتمدی، محمد. (۱۴۰۳). نقش گردشگری شهری در توسعه پایدار شهرها (نمونه موردی: شهر شیروان)، جغرافیا و توسعه ناحیه ای، (۱)، -.
- حسینی، جواد. (۱۴۰۳). بررسی بازتاب های اقتصادی توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی شهر دماوند). جغرافیا و روابط انسانی، (۱۲).
- خدائی، یوسف. کارگر، بهمن. سرور، رحیم. (۱۴۰۲). گذر از گردشگری شهری به بازآفرینی شهری (مطالعه موردی شهر زنجان)، جغرافیا و توسعه ناحیه ای، ۲۱(۴)، ۱۲۴-۸۹.
- خزایی، مصطفی. (۱۳۹۸). گردشگری شهری و توسعه شهری پایدار. جغرافیا و روابط انسانی، ۲(۳)، ۲۹۱-۲۸۰.
- سیف اللهی، ناصر. (۱۴۰۳). تحلیل اثر آمیخته بازاریابی سبز و نگرش برند سبز بر گردشگری شهری با نقش میانجی سرمایه فکری سبز، گردشگری شهری، ۱۱(۳)، ۵۳-۳۷.
- صادقی، حمیدرضا. حقیقتیان، منصور. اسماعیلی، رضا. (۱۳۹۹). بازنمایی هویت ملی در جاذبه های گردشگری تاریخی شهر اصفهان. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۹(۳۲)، ۱۶۰-۱۴۵.
- صفری، مجتبی. رورده، همت اله. عباس نژاد سرستی، رحمت. (۱۴۰۳). امکان سنجی توسعه گردشگری فرهنگی در بافت سنتی شهر آمل با تأکید بر بناهای تاریخی. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱۳(۴۹)، ۱۹۲-۱۶۷.
- گله دار، شبنم. گله دار، شادی. میرزایی، عنایت. مسعودی راد، ماندانا. (۱۴۰۳). شناسایی پیشران های کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری شهر خرم آباد: با تأکید بر زیرساخت های گردشگری. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، (۱)، -.
- مظفری، سوما. ایرانزاده، سلیمان. قره بیگلو، حسین. رنج پور، رضا. (۱۴۰۳). ارائه مدل بازاریابی محتوا در رسانه های اجتماعی با تأکید بر توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی شهر تهران، گردشگری شهری، ۱۱(۳)، ۱۰۵-۸۹.
- ملکی، سعید. ایزدزاد، سلمان. (۱۴۰۳). نقش حکمروایی خوب شهری بر درآمدهای پایدار گردشگری شهر اهواز. جغرافیا و روابط انسانی، (۱۰).
- مهدوی توکلی، آرمان. (۱۴۰۰). راهبردهای توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی بر پایه برنامه ریزی راهبردی مشارکتی(مورد: شهرهای قبله، لاهیج، خینالیق در کشور آذربایجان)، نگرش های نو در جغرافیای انسانی، ۱۳(۲)، ۲۷۱-۲۹۱.
- نوری کرمانی، علی. ذوقی، ایوب. یاری حصار، ارسطو. علایی، مسعود. (۱۳۸۸). گردشگری شهری و پیوند عملکرد آن با اکوتوریسم(مطالعه موردی: استان کردستان)، فضای جغرافیایی، ۹(۲۶)، ۱۵۶-۱۳۷.

-وفاداری کمارعلیا، داود. یوسف پور دخانیه، افسانه. حیدری، اسدالله. نظم فر، حسین. (۱۴۰۳). آینده پژوهی عوامل موثر بر مقبولیت

پارک های شهری با تاکید بر پارک بانوان. مهندسی جغرافیایی سرزمین، (۰)، -.

-Abdoun, O., Abouchabaka, J. (2012). A comparative study of adaptive crossover operators for genetic algorithms to resolve the traveling salesman problem.

-Almeida, J., Costa, C., Nunes da Silva, F. (2017). A framework for conflict analysis in spatial planning for tourism, *Tourism Management Perspectives*, 24, 94-106.

-Asmelash, A.G., Kumar, S. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigray, Ethiopia. *Heliyon*, 5, e01335.

-Babajanova, D., Isakov, B., Tilabaev, S., Muminov, A. (2022). Interaction of Tourism Development in Uzbekistan with Types of Historical and Cultural Monuments. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, 1730-1739.

-Bianchi, R. (2018). The political economy of tourism development: A critical review, *Annals of Tourism Research*, 70, 88-102.

-Chen, C.-F., Chen, P.-C. (2010). Resident attitudes toward heritage tourism development. *Tour. Geogr.* 12, 525–545.

-De la Calle Vaquero, M., Hernandez, M. G. (1998). Ciudades historicas: Patrimonio cultural y recurso turistico. *Ería: Revista cuatrimestral de geografía*, (47), 249–266.

-De Simone, E., Canale, R. R., Di Maio, A. (2019). Do UNESCO world heritage sites influence international tourist arrivals? Evidence from Italian provincial data. *Social Indicators Research*, 146(1–2), 345–359.

-Gunn, C., Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*, Psychology Press.

-Heslinga, J., Groote, P., Vanclay, F. (2018). Understanding the historical institutional context by using content analysis of local policy and planning documents: Assessing the interactions between tourism and landscape on the Island of Terschelling in the Wadden Sea Region, *Tourism Management*, 66, 180-190.

-Huang, G. I., Karl, M., Wong, I. A., Law, R. (2023). Tourism destination research from 2000 to 2020: A systematic narrative review in conjunction with bibliographic mapping analysis. *Tourism Management*, 95(September 2022), 104686.

-Jurabekovna, VN. (2024). STRUCTURAL-SEMANTIC METHODS OF INTRODUCTION TO HISTORICAL MONUMENTS IN CHINESE-UZBEK TOURIST DISCOURSE. *Western European Journal of Linguistics and Education*, 2(4), 96-101.

-Lusetyowati, T. (2015). Preservation and Conservation through Cultural Heritage Tourism. Case Study: Musi Riverside Palembang. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 184(August 2014), 401–406.

-Megeirhi, H. A., Woosnam, K. M., Ribeiro, M. A., Ramkissoonee, H. R., Denley, T. J. (2020). Employing a value-belief-norm framework to gauge Carthage residents' intentions to support sustainable cultural heritage tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(9), 1351–1370.

-Nguyen, T. H. H., Cheung, C. (2014). The classification of heritage tourists: A case of hue city, vietnam. *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), 35–50.

-Rahmafritia, F., Pearce, Ph., Oktadiana, H., Putro, H. (2020). Tourism planning and planning theory: Historical roots and contemporary alignment, *Tourism Management Perspectives*, 35, 100703.

-Sabadash, Julia., Petrova, Iryna., Oriekhova, Svetlana., Polishchuk, Liudmyla., Haidukevych, Kateryna., Otrishko, Maryna. (2020). Historical, Cultural and Tourist Monuments as a Factor in the Development of Territories (2020). *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*, 11(6), 485-493.

- Selim, M., Anwar Abdel-Fattah, N., Sabry Hegazi, Y. (2021). A composite index to measure smartness and competitiveness of heritage tourism destination and historic building, *Sustainability*, 13(23), 13135
- Szemkovics, L.-Ş., Teodorescu, C., Grecu, A., Gruia, K., Mareci, A.N., Bira, N, (2018). The Relevance of the Historical Monuments in the Development of Cultural Tourism in the Main Cities of the Region of Oltenia, Romania. *Quaestus J.* 2018, 12, 42–54.
- Tanggu Hana, F., Wutun, M., Stella, S., Mandaru, E., Pietriani, I., Sanga, A. (2023). Communication Model for Promoting Historical Tourism in Kupang City, *International Journal of Humanities Education and Social Sciences.* 3 (2).
- Tu, H. M. (2020). The attractiveness of adaptive heritage reuse: A theoretical framework. *Sustainability (Switzerland)*, 12(6).
- Yankholmes, A.K., Akyeampong, O.A. (2010). Tourists' perceptions of heritage tourism development in Danish-Osu, Ghana. *Int. J. Tour. Res.* 12, 603–616.
- Zhang, H., Duan, Y., Han, Z. (2021). Research on spatial patterns and sustainable development of rural tourism destinations in the yellow river basin of china. *Land*, 10(8), 1–23.
- Zhang, Sh., Lin, J., Feng, Zh., Wu, Y., Zhao, Q., Liu, Sh., Ren, Y., Li, H. (2023). Construction of cultural heritage evaluation system and personalized cultural tourism path decision model: An international historical and cultural city, *Journal of Urban Management*, 12(2), 96-111.