



## تحلیل نقش و اثرات جاذبه های تاریخی در توسعه گردشگری شهری (مطالعه

### موردی: بناهای تاریخی شهر قزوین)

نازی خمسه نژاد \* ، علی علیمرادی

۲- نازی خمسه نژاد ، دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم واحد رشت، رشت، ایران ( [nazikhamsenejad@yahoo.com](mailto:nazikhamsenejad@yahoo.com) )

۲- علی علیمرادی ، استادیار گروه جغرافیا واحد رشت، رشت، ایران ( [ALI\\_lgi@yahoo.com](mailto:ALI_lgi@yahoo.com) )

### چکیده

گردشگری، سفر موقت پاره ای از مردمان است به مقصدی غیر از محل زندگی عادی و خود. فرهنگ، جاذبه اصلی گردشگر است بدون فرهنگ که تفاوت هارا ایجاد می کند، همه جاها شبیه به هم به نظر می رسد. بازدید از منابع فرهنگی و تاریخی شهرها یکی از بزرگترین، فراگیرترین و روبه رشدترین بخشهای صنعت گردشگری عصر حاضر است. در حقیقت، این چنین به نظر می رسد که گردشگری تاریخی رشد بسیار سریعتری از سایر اشکال گردشگری، خصوصا در کشورهای در حال توسعه، داشته و باید آنرا به عنوان ابزار بالقوه مهمی برای کاهش فقر و توسعه اقتصادی جامعه به حساب آورد. هدف این تحقیق که شهر قزوین محدوده، مورد مطالعه آن می باشد، تاثیر جاذبه های تاریخی در توسعه گردشگری شهری این منطقه است، به همین جهت پرسشنامه ای بر طبق جدول مرگان (۳۸۴) و براساس طیف لیکرت تدوین و توسط گردشگران تکمیل گردید و در انتها به کمک آزمون خی دو ضریب همبستگی مورد ارزیابی قرار گرفت. با توجه به نتایج به دست آمده می توان، اینگونه بیان داشت که شناخت هر چه بهتر جاذبه های تاریخی گامی جهت ازدیاد گردشگران به سوی این مناطق می باشد، این امر نیز مستلزم برنامه ریزی بلند مدت و از طریق تبلیغات، احداث تاسیسات گردشگری، ایجاد راههای مناسب و استاندارد و... در اینگونه از بافت های تاریخی است که می توان امیدوار بود که اینگونه مکانها در شهر قزوین با خیل عظیم گردشگر مشتاق و با فرهنگ روبرو گردد.

**واژه های کلیدی:** شهر، جاذبه های تاریخی، توسعه گردشگری شهری، شهر قزوین



## مقدمه

گردشگری به مثابه یک پدیده تمدنی تأثیرات متعدد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی دارد که در گذر زمان از یک حالت تفریحی به یک نیاز اساسی بدل شده است و در چند سال اخیر به عنوان یک رفتار مشخص انسانی ظهور کرده است. طبیعت جهانگردی در هر جامعه، متأثر از عوامل پیچیده و در هم تنیده اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است. علی رغم پیامدهای اقتصادی چشمگیر و قابل توجه صنعت جهانگردی، بسیاری از صاحب نظران معتقدند، جهانگردی بیش از آن که یک فعالیت اقتصادی باشد، پدیده ای فرهنگی است. در طی قرون انسانها با استفاده از عقل، امید و سخت کوشی محیط زیست طبیعی را به چشم اندازی از میراث فرهنگی تبدیل کرده اند. این چشم اندازها که آثار و میراث فرهنگی بی قیمتی هستند که تقریباً غیر قابل جایگزین می باشند. شهرها زاینده فرهنگ هستند اما خود، تمدن هارا بوجود می آورند، تمدن هایی که در عین حال که یکسان نیستند و گوناگونی شهرها در تاریخ و جغرافیای جهان، بیش از هر چیز معلول این تفاوت است.

صاحب نظران، پرمشتری ترین انواع گردشگری را گردشگری شهری می دانند. به عبارت بهتر مسافرت های شهری پله اول توسعه گردشگری بوده و ایجاد و توسعه فضاهای شهری مناسب، بازسازی فضاهای متروک به قصد زنده کردن جنبه های کهن جامعه از جمله آثار توسعه گردشگری شهری است. بدین منظور اکنون بسیاری از شهرها با پی بردن به آثار پایدار توسعه گردشگری، درصددند تا از ویژگی های وامکانات شهر خود سودبرده و از مزایای جلب توریست شهری بهره بگیرند.

کشور ایران، از میراث فرهنگی ۵۰۰۰ ساله ای برخوردار است که در بر گیرنده تمدن های ادوار مختلف تاریخ بشری است و از نظر وجود بناهای تاریخی کمتر کشوری قابل مقایسه با ایران است به طوری که از طرف سازمان جهانی یونسکو، ایران به عنوان یکی از ۱۰ کشور مهم جهان با آثار ارزنده تاریخی معرفی شده است امروزه، پدیده هایی چون جهانگردی از حالت نوعی ابزار سیاسی خارج شده و به یک جریان طبیعی مبادله فرهنگی بدل گردیده اند.

یکی از نقاطی که آثار تاریخی فراوانی را در خود جای داده است، شهر تاریخی قزوین می باشد که در این تحقیق به چالشهای پیش روی آن می پردازیم، باشد که با برنامه ریزی مناسب این آثار ارزشمند تاریخی گردشگر بیشتری را جذب نماید. برای شناخت آنچه که از این میراث بزرگ مانده است، باید گامهای استوار برداشت و دستاورد پژوهش ها و تحقیقات اندیشمندان را گرد آورد و به نسل جوان و نسلی که فردای این دیار از آن اوست، سپرد.

## روش تحقیق

شهرتاریخی قزوین تمامی شرایط را برای توسعه توریسم در سطح ملی و بین المللی داراست، برای رسیدن به توسعه، شناخت گردشگری شهری در این منطقه ضروری است.

هدف از نگارش این مقاله، پژوهشی است برای تعیین اثرات جاذبه های تاریخی به عنوان یکی از عوامل مهم در توسعه گردشگری شهری این منطقه.

تحقیق حاضر ترکیبی از روشهای میدانی و توصیفی بارویکرد کاربردی می باشد که از دوروش گردآوری اطلاعات اسنادی-کتابخانه ای و مطالعات میدانی نیز استفاده گردیده است. پس از جمع آوری داده ها و منابع و طبقه بندی و ساماندهی آنها با استفاده از روش های کمی و آماری از طریق نرم افزار SPSS و روشهای کیفی به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخته شده است. و برای اثبات فرضیه نیز از ضریب همبستگی و آزمون خی دو استفاده گردیده شده است. جامعه آماری در این تحقیق گردشگرانی هستند که در تعطیلات عید نوروز



سال ۱۳۹۳ به این منطقه سفر نموده اند. که براساس جدول مرگان ۳۸۴ پرسشنامه و برطبق طیف لیکرت ۵ گزینۀ ای تدوین و در بین مسافران توزیع گردیده است.

در این مقاله به فرضیه های زیر پاسخ داده شد.

-جاذبه های تاریخی می توانند در توسعه گردشگری منطقه موثر باشند.

-بناهای تاریخی شهر قزوین می توانند امکان جذب گردشگر را در طول سال فراهم سازند.

## مروری بر ادبیات موضوع

در رابطه با موضوع مورد مطالعه پژوهش های زیر انجام گرفته است:

-باقری ۱۳۸۵، در تحقیق (بررسی نقش قابلیت های فرهنگی و تاریخی در جذب گردشگر داخلی و خارجی) به این نتیجه دست پیدا نموده است که جاذبه های تاریخی جاذب گردشگر خارجی می باشد و موجب ارزآوری و سود اقتصادی می گردد.

-بردبار، ۱۳۸۶، در پژوهشی به نام (بررسی توریسم فرهنگی-تاریخی در گیلان و راهکارهای توسعه آن) به ارزیابی نقش این گونه از جاذبه ها در توسعه توریسم استان گیلان پرداخته است.

-زرننگار ۱۳۸۷، در پایان نامه (بررسی توریسم شهری در رشت به منظور ارائه راهکارهایی جهت ماندگاری گردشگران) به این نتایج دست یافته است که با شناسایی قابلیت ها و جاذبه های شهری می توان گردشگر بیشتری را در شهر رشت جذب نماید.

-سلطانی، ۱۳۸۸، در مقاله بازآفرینی مرکز شهر، توسعه گردشگری بر محور مرکز تاریخی شهرها به این مقوله می پردازد خاکبان، ۱۳۹۰، در مقاله خود تحت عنوان آسیب های مردمی در بناهای تاریخی، لزوم آشتی با مردم و کمک طلبیدن از آنان در حفظ و حراست از میراث عظیم برجای مانده از گذشتگان را مهم ارزیابی نموده است، اما گام برداشتن در این سو، کاری سخت و دشوار و نیازمند پیدا نمودن راهکارهای اجرایی دانسته است

-حقدوست، ۱۳۹۱، در مقاله ای تحت عنوان، بازسازی محله های قدیمی شهر رشت به منظور توسعه جاذبه های گردشگری شهری (مطالعه موردی، محله ساغریسازان) به این نتایج دست پیدا کرده است که جاذبه های مذهبی و بافت تاریخی محله ساغریسازان در کنار معماری قدیمی موجود، می توانند عوامل مثبتی در جذب گردشگران محسوب شوند.

جاذبه های فرهنگی عبارت است از کلیه تجلی ها و تبلورهای بیرونی و رسمی فرهنگ یک کشور که می توان آنها را دید، نمایش داد یا اجرا کرد. این خود بخشی از محصول جهانگردی است. جاذبه های فرهنگی معنوی و یا مادی هستند. (داس ویل، ۱۳۸۴، ۲۲۵)

دو ویژگی مهم، جاذبه های تاریخی و فرهنگی را از سایر جاذبه های گردشگری متمایز می کند؛ نخست، وجود آگاهی و اطلاعات قبلی در مورد این جاذبه هاست که انگیزه سفر گردشگری را برای بازدی از این آثار فراهم می آورد و گردشگر به منظور معرفت شناسی بیشتر سفر می کند. در همین خصوص، دومین ویژگی گردشگری فرهنگی، به ویژه گردشگری زیارتی، اندک بودن ضایعات زیست محیطی و آسیبهای اجتماعی آن برای جامعه میزبان است. (علی اکبری، ۱۳۹۲، ۷۰)

مواریث فرهنگی بر حسب نحوه انتقال آنها بردونوع هستند:

-مواریث فرهنگی غیر منقول: شامل تپه ها، محوطه ها، بناها، کتیبه ها، نقش برجسته ها، گورستان های باستانی، شهرها و بافت شهری است.

این آثار قابل نقل و انتقال نیستند و باید در محل خود حفظ و نگهداری شوند. البته گاه ضرورت ایجاب می‌کند که با یاری گرفتن از تکنولوژی جدید برای حفاظت بهتر، برخی از این آثار به جایگاه‌های امن منتقل شوند. انتقال معبد و هیولای سنگی ابولهول سمبل مصر که به دلیل احداث سد اسوان و بالا آمدن آب دریاچه در پشت سد ضرورت یافت و با همکاری یونسکو و چند کشور به مکان امن منتقل شدند، از این دست تلاش‌ها است. در ایران نیز سد سنگی دوره ی هخامنشیان در درودزن استان فارس و کلیسای زرز در خوی از محل اصلی خود منتقل شدند.

-موراث فرهنگی منقول؛ شامل اشیای باستانی و تاریخی و هنری است که در گنجینه‌های ملی و شخصی نگه‌داری و به اشیای زیرخاکی و روی‌خاکی یا موروثی و هنری تقسیم می‌شوند. (توحیدی، ۱۳۸۸، ۹)

## محصول گردشگری میراث (جاذبه‌های تاریخی)

محققان و مدیران به منظور آسان کردن تحقیق، خلق دانش، بازاریابی، برنامه‌ریزی و مدیریت تاثیرات گردشگری آن را به انواع مختلفی تقسیم می‌کنند. همانگونه که گردشگری غالباً به اشکالی چون طبیعت محور، میراث، سلامت و ماجراجویانه تقسیم می‌شود، گردشگری میراث را نیز می‌توان به بخش‌ها و گونه‌هایی تقسیم کرد تا از این طریق بتوان پیچیدگی‌های آنرا نشان داد و ویژگی‌های متمایزش را درک نمود. این تقسیم‌بندی، معمولاً از هر دو دیدگاه عرضه و تقاضا صورت می‌پذیرد. بدین معنی، که انواع گردشگری میراث (و گردشگری به طور عام) را می‌توان به وسیله مکان‌ها، رویدادها و مصنوعات بشری که مشاهده یا بازدید (یعنی مصرف) می‌شوند و همچنین بوسیله انگیزه و فعالیت‌های گردشگرانی که آنها را بازدید (مصرف) می‌کنند، تعریف کرد. تحقیقات حاکی از این است که در بیشتر موارد، مردم به منظور افزایش یادگیری، ارضای حس کنجکاوی، رشد معنوی، تسلاهی خاطر، دور شدن از خانه، گذران اوقات باغریزان و یا خودیابی از مکان‌های میراث دیدن میکنند.

گردشگری شهری یکی از نخستین اشکال گردشگری است که تقریباً در بازه‌ی زمانی دهه ۱۹۵۰ تا دهه ۱۹۸۰ میلادی جای خود را به گردشگری‌هایی چون ساحلی، روستایی و کوهستان داد. بنابراین گردشگری شهری شکل نوینی از گردشگری نیست بلکه درحالاتی که در آن گردشگری مجدداً مطرح شده است. بیشتر شهرها فعالیت‌های متنوعی را برای استفاده‌ی بازدیدکنندگان عرضه می‌نمایند. (برای مثال، گردشگران تجاری ممکن است در تورهایی فرهنگی شرکت کنند و گردشگران فرهنگی نیز از خرید کردن لذت ببرند). گردشگری شهری از بزرگترین و مهم‌ترین اشکال گردشگری است و یکی از پیچیده‌ترین انواع گردشگری از نظر مدیریتی می‌باشد. با وجود این، هر روز بر شمار شهرهایی که خواستار جذب گردشگر هستند، افزوده می‌شود. حتی شهرهای صنعتی پیشین نیز در حال بازساخت و جایگاه‌یابی مجدد خود به عنوان مقصدهای گردشگری هستند.

محیط‌های شهری از دو منظر در صنعت گردشگری اهمیت دارند. کانون‌های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آنها و فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و تلاش و فعالیت، مبدا مسافرت‌های گردشگری (بانقش گردشگر فرست) محسوب می‌شوند. از سوی دیگر به علت وجود امکانات معیشتی و رفاهی، فعالیت‌های اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، فرهنگی، سیاسی، بهداشتی، ارتباطی، فراغتی و داشتن جاذبه‌های تاریخی و گردشگری می‌توانند همچون کانون‌های گردشگرپذیر متنوع نیز عمل کنند. (طلایی، ۱۳۹۲، ۲۲۲)

گردشگری شهری می‌تواند شامل فعالیت‌های زیر باشد:

- بازدید از مکان‌های دیدنی (برای مثال بناهای تاریخی، باستان‌شناختی، معماری)



- بازدید از موزه ها

- شرکت در تئاترها، کنسرت ها و مراسم رقص

- بازدید به دلایل آموزشی

- خرید

- شرکت در جشنواره ها و رویدادها

- شرکت در همایش ها و ملاقات های تجاری

- رفتن به رستوران ها، کافه ها، کلوب های شبانه و غیره

- دیدار دوستان و اقوام.

بازدید کنندگان شهری به طور فزاینده ای به دنبال فعالیت هایی خارج از مناطق سنتی گردشگری هستند تا از این طریق به جای تجربه ی چیزهایی که غالباً به طور مصنوعی و خاص برای آنان ساخته می شوند، چیزهایی را تجربه کنند که خاص یک شهر است و بومی آنجاست. این پدیده ممکن است برای مردم محلی امری ناخوشایند با خوشایند باشد.

هر چند تفکیک انگیزه های گردشگران شهری دشوار است ولی مقصدهای گردشگری شهری از ویژگی های خاص خود به عنوان وعده های منحصر بفرد فروش استفاده می کنند تا نسبت به سایر شهرها، مزیت رقابتی پیدا کنند. در زیر گونه شناسی مقصدهای گردشگری شهری آمده است:

- شهرهای جهانی مانند لندن و نیویورک

- پایتختها مانند آنکارا و بخارست

- شهرهای فرهنگی مانند بوداپست، پراگ و وین

- شهرهای هنری مانند ونیز، آکسفورد و کراکو

- شهرهای خلاق مانند هلسینکی و بارسلون

- شهرهای صنعتی مانند گلاسکو و بیلباو

- شهرهای ورزشی مانند ملبورن و کاردیف

- شهرهای جشنواره ای مانند ریو و نیواورلئان

- شهرهای فوق مدرن مانند دبی و توکیو (پاپیری، ۱۳۹۱، ۱۹۱)

## توسعه

اندیشمندان متعددی در علوم مختلف سعی نموده اند برای این فرایند تعریف جدیدی ارائه دهند. مایکل تودارو در کتاب توسعه اقتصادی در جهان سوم از توسعه چنین تعریف دارد: جریانی است که مستلزم تغییرات اساسی اجتماعی، طرز تلقی عامه مردم و نهادهای ملی و نیز تسریع رشد اقتصادی، کاهش نابرابری و ریشه کن کردن فقر مطلق است. توسعه ها، با تغییر همراه هستند. (داس

ویل، ۱۳۸۷، ۲۰۰)



## توسعه گردشگری

توسعه گردشگری یعنی تغییر و تحول گردشگری در طول زمان و در مقیاس‌های گوناگون جغرافیایی می‌باشد. (ضیایی، ۱۳۸۸، ۲۲)

جدول ۱- توسعه گردشگری براساس منابع فرهنگی

منبع	نمونه‌هایی از توسعه
قبل از تاریخ، باستانشناسی	مراکز تفسیری بازدیدکننده، محل حفاریهای باستانشناسی، پارک‌ها و مناطق حفاظت‌شده پیش از تاریخ، سایت‌های باستان‌شناسی دریایی، مکان برگزاری جشن‌های پیش از تاریخ، نمایش‌ها و آداب و رسوم مربوط به پیش از تاریخ.
سایت‌های تاریخی، معماری تاریخی، مکان‌های مقدس تاریخی، موزه تاریخی، بشر، مراکز فرهنگی، نمایش‌های تاریخی، جشن‌ها، نقاط حساس تاریخی و پارک‌های تاریخی.	
قومیت گرای، دانش سنتی و آموزشی	مکان‌های مهم مربوط به افسانه‌ها و علوم سنتی، مکان‌های قومی مهم (آداب و رسوم، هنر، غذاها، لباس و اعتقادات)، مراکز فرهنگی، قومی و فرهنگی، نقاط حساس تاریخی، جشنواره‌ها، مزارع تفریحی، باغ‌ها، دهکده‌های سالمندان و دانشگاهها
صنعت، تجارت و حرفه ای گرای	موسسات تولیدی و پردازشگر، بنگاههای کوچک و بزرگ، مراکز برگزاری کنفرانس، موسسات آموزشی، تحقیقاتی، مراکز برگزاری اجلاس‌ها، هنرهای نمایشی، موزه‌ها و گالری‌ها.
سرگرمی، سلامتی، مذهب و ورزش‌ها	چشمه‌های آب معدنی، مراکز سلامتی، تفرجگاههای سلامتی، رستوران‌های اماکن مذهبی، میادین ورزشی، کلوب‌های شبانه، مراکز اجرای تئاتر، موزه‌ها (تاریخ، هنر، تاریخ طبیعی، علوم کاربردی، بچه‌ها، فرهنگ عامه و گالری هنری)

ماخذ: - سازمان جهانی گردشگری (۲۰۰۱)

## معرفی محدوده مورد مطالعه

شهر قزوین دارای ارتفاع ۱۲۲۵ متر از سطح دریا است. قزوین در عرض جغرافیایی ۳۶°۴ درجه و طول جغرافیایی ۵۰°۳۵ درجه قرار دارد. طول شهر ۵ کیلومتر و شیب عمومی زمین از شمال به جنوب کمتر از یک درصد فاقد شیب شرقی غربی بوده و هدایت آب‌های سطحی در آن از طریق دو رودخانه شمالی، جنوبی در شرق و غرب شهر صورت می‌پذیرد.

## یافته‌های تحقیق

### جنسیت گردشگران

با توجه به اطلاعات استخراج شده از ۳۸۴ پرسشنامه، ۶۴٫۳٪ از گردشگران را مرد و ۳۵٫۷٪ را زنان تشکیل می‌دادند.

### میزان جذب جاذبه‌های تاریخی



بررسی مطالعات نشان می‌دهد که ۴۸,۲٪ از گردشگران جاذبه‌های تاریخی را در حد خیلی زیاد در جذب گردشگر موثر می‌دانند، ۴۲,۷٪ از گردشگران نیز در حد زیاد اینگونه از جاذبه‌ها را در ازدیاد گردشگر در این منطقه دخیل می‌دانند.

## میزان نقش تبلیغات و... در شناساندن جاذبه‌های تاریخی

نیک می‌دانیم تبلیغات و بازاریابی از عوامل مهمی در جذب گردشگری است، نتایج این تحقیق حاکی از این است که ۳۹,۸٪ گردشگران در حد خیلی زیادی این عامل را در جذب گردشگر به این شهر دخیل می‌دانند. ۳۳,۱٪ از آنان این عامل را در حد زیاد موثر می‌دانند. ۲۱,۶٪ در حد متوسط می‌باشد که این امر بیانگر تاثیر غیر قابل انکار نقش اطلاع‌رسانی در توسعه توریسم می‌باشد.

## میزان تاثیر مدیریت صحیح در توسعه توریسم

بر طبق نتایج تحقیقات ۴۱,۴٪ از گردشگران در حد زیاد، ۳۷,۵٪ در حد خیلی زیاد و ۱۵,۹٪ در حد متوسط مدیریت کارآمد را در توسعه توریسم منطقه موثر می‌دانند. با توجه به اینکه شهرقزوین یکی از شهرهایی است که دارای جاذبه‌های بسیار است از نظر بیش از ۵۰٪ گردشگران می‌تواند در توسعه توریسم فرهنگی-تاریخی سهم بسزایی داشته باشد.

## تاثیر میزان حضور گردشگر در تخریب سایت‌های تاریخی

۴۲,۴٪ از گردشگران منطقه مورد مطالعه میزان حضور بازدیدکننده از سایت‌ها را در حد خیلی زیاد در تخریب بناهای تاریخی این منطقه سهیم می‌دانند، ۳۶,۵٪ در حد زیاد، ۱۵,۴٪ در حد متوسط، ۴,۹٪ در حد کم و ۰,۸٪ در حد خیلی کم ترکیب این دو را موثر میدانند. گردشگران، به این امر واقف هستند که چون بافت‌های تاریخی بسیار آسیب‌پذیر هستند استفاده مداوم از آنها می‌تواند بقای آنها را تهدید نماید.

## میزان برگزاری تورهای گردشگری جهت معرفی بناهای تاریخی

گردشگران در پاسخ به این پرسش اینگونه نظر داده‌اند: ۳۹,۳٪ از آنان تا تیر این مقوله را در جذب گردشگر در حد خیلی زیاد دانسته‌اند. ۲۸,۶٪ تاثیر تورهای گردشگری در معرفی بناهای تاریخی را در حد زیاد می‌دانند، از نظر ۶,۵٪ در حد کم و ۱,۸٪ در حد خیلی کم به نقش تورهای تخصصی در جذب گردشگر به این منطقه پرداخته‌اند. مجموع نتایج نشان می‌دهد که برگزاری تورهای گردشگری در جذب گردشگر به این شهر می‌تواند موثر باشد.

## میزان تاثیر امکانات گردشگری در توسعه توریسم

زیرساختها یکی از ارکان سیستم گردشگری می‌باشند و نقش بسیار زیادی در جذب و توسعه گردشگری دارند، ۵۱٪ گردشگران به این پرسش در حد خیلی زیاد جواب داده‌اند و وجود زیرساختهای گردشگری را در امر توسعه دخیل می‌دانند. ۳۳,۹٪ در حد زیاد



به این امر بها داده اند مجموع نتایج بیانگر این موضوع است که بیش از ۸۰٪ از گردشگران وجود زیر ساختها را در جذب و توسعه گردشگری لازم و ضروری می دانند.

### میزان تاثیر افراد متخصص و ماهر در احیای بناهای تاریخی

می دانیم بناهای تاریخی به مرور زمان تحت تاثیر عوامل محیطی نظیر باد و برف و عوامل انسانی به مرور آسیب می بینند در این زمان افراد متخصصی نیاز است که بتوانند با مرمت جلوی تخریب بنا را بگیرد. گردشگران به این پرسش اینگونه پاسخ داده اند: ۴۰٫۱٪ در حد زیاد، ۳۱٫۲٪ در حد خیلی زیاد و ۱۸٫۵٪ در حد متوسط.

### میزان تاثیر حفاظت از بناهای تاریخی در جذب گردشگر

در صنعت گردشگری، مناطقی که توسط گردشگران مورد بازدید قرار می گیرند غالباً پر از زباله می گردد لازم است با برنامه ریزی مانع این امر شویم زیرا صدمات جبران ناپذیری بر بناهای تاریخی و در نهایت بر توسعه توریسم وارد می گردد ۵۵٫۷٪ از گردشگران با گزینه خیلی زیاد به این پرسش پاسخ داده اند. ۳۴٫۴٪ گزینه زیاد و ۷٫۶٪ گزینه متوسط را مد نظر قرار داده اند.

### میزان جذب سرمایه گذاری...

۴۰٫۶٪ گردشگران در حد خیلی زیاد و ۳۱٫۵٪ در حد زیاد میزان جذب سرمایه گذاری را در توسعه توریسم شهر قزوین موثر می دانند. ۲۲٫۱٪ گردشگران نیز به این پرسش پاسخ متوسط داده اند. مجموع نتایج مبین این موضوع می باشد که نقش سرمایه گذاری بر توسعه توریسم لازم و ضروری می باشد.

### میزان نقش عدم برنامه ریزی در توسعه گردشگری

برنامه ریزی برای توسعه توریسم در این شهر مانند نقاط مختلف امری ضروری است، شهر قزوین با داشتن توانها و جاذبه های بیشمار در صورت برنامه ریزی کلان می تواند نقش مهمی در توسعه توریسم ایفا نماید. ۵۷٪ گردشگران برنامه ریزی را در حد خیلی زیاد و ۳۴٫۶٪ در حد زیاد برنامه ریزی را در بسط و گسترش توریسم موثر می دانند.

### نقش بناهای تاریخی در شهر قزوین در توسعه توریسم تاریخی

۶۴٫۱٪ از گردشگران اذعان داشته اند که وجود بناهای بیشمار تاریخی یکی از علل مسافرت به این نقطه بوده است و اگر این منطقه فاقد جاذبه تاریخی می بود به این نقطه از استان سفر نمی کردند. برای ۱۹٫۵٪ از گردشگران این اولویت خیلی زیاد بوده است. و برای ۱۶٫۴٪ نیز جاذبه ها عامل مهمتری جهت سفر بوده است.

به منظور ارائه راهکار توسعه توریسم شهرستان قزوین شناخت عوامل چهارگانه SWOT در جهت رفع ضعف ها و تهدید ها و بهبود قوت ها و فرصت ها امری اجتناب ناپذیر تلقی می شود. بر این مبنای راهکار توسعه با فهرست نمودن مهمترین نقاط قوت و فرصت به ارائه آن پرداخته می شود.

### جدول ۲- نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها





نقاط ضعف	نقاط قوت
w1 وجود بناهای تاریخی در شهر و تاثیر آلودگی های شهری بر آن	S1 دارا بودن نقاط جاذب گردشگری
w2 عدم اطلاع رسانی محدوده های تاریخی	S2 اقلیم مناسب برای فعالیتهای گردشگری
w4 عدم برنامه ریزی جهت جمع آوری زباله های گردشگران	S3 وجود مناظر بدیع و باغات
w5 عدم کارکنان آموزش دیده در سایتها	S4 وجود جاذبه های فرهنگی، مذهبی و تاریخی جهت جذب گردشگر
w6 فقدان عزمی راسخ جهت احیای مناطق آلوده شده	S5 تنوع محیط های طبیعی و بکر بودن آن
w7 خلا آماري عمیق در زمینه عرضه و تقاضای گردشگری	S6 ترکیب اکو سیستم های مختلف در منطقه
w8 عدم توجه ساکنین بومی	S7 برخورداری از فضای جذاب شهری
w9 کمبود پارکینگ	S8 آداب و رسوم بومی و محلی
w10 کیفیت غیر استاندارد و نامطلوب برخی از تاسیسات گردشگری	
w11 کمبود سرویسهای بهداشتی	
عدم توجه گردشگران و افراد بومی نسبت به آسایش محیط زیست	
نقاط تهدید	نقاط فرصت
t1 کشیدن جاده آسفالتی در ناهمواریها	o1 موقعیت نسبی
t2 تخریب محیط زیست ناشی از زباله های غیر قابل جذب در طبیعت	o2 برخورداری از جاذبه های مذهبی
t3 عدم امکانات بهداشتی در نزدیکی سایتها	o3 برخورداری از جاذبه های طبیعی
t4 ساخت وسازهای روستایی در محدوده های فاقد طرح هادی	o4 برخورداری از جاذبه های تاریخی ، یادمانی
t5 نابودی گونه های جانوری و گیاهی در رودخانه ها و ت ناشی از آلودگی	o5 نزدیکی با استان تهران
t6 عدم تخصیص بودجه کافی از طرف دولت	o6 بهره مندی از اقلیم مناسب
t7 نبود سرمایه گذار در بخش گردشگری	o7 همجواری با تفرجگاههای استان
t8 کمبود طرحهای پژوهشی در رابطه با سایتهای تاریخی	o8 مرکز استان
t9 عدم وجود کمپینگ در مناطق اکو توریستی	o9 برخورداری
t10 کمبود امکانات خدماتی و رفاهی	

### تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

با توجه به نتایج جدول در شهر قزوین، در زمینه توریسم تعداد ۸ قوت داخلی در برابر ۱۱ ضعف داخلی و ۹ فرصت خارجی در برابر ۱۰ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است و در مجموع ۱۷ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و ۲۱ ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش‌رو در این منطقه قابل شناسایی می‌باشد. لذا در یک جمع‌بندی و تحلیل ساده می‌توان نتیجه گرفت که ضعف داخلی و تهدیدات خارجی در این منطقه بالاست و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب در جهت رفع ضعف‌ها و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصت می‌باشد.

### اثبات فرضیه‌ها

فرضیه ۱- به نظر می‌رسد بناهای تاریخی شهر قزوین امکان جذب گردشگر در طول سال را دارد.  
برای فرضیه اول تحقیق از آزمون آماری  $\chi^2$  دو تک متغیره استفاده شده است مقدار آلفا آزمون ۰/۰۵ و میزان درستی آزمون ۹۵ درصد است.  
میزان سطح معناداری آزمون نشان می‌دهد که از میزان آلفا کوچکتر است بنابراین فرضیه تحقیق تایید می‌گردد از طرفی میزان خیلی زیاد و زیاد مقدار مشاهده شده از مقدار مورد انتظار بیشتر است که این امر نشان دهنده میزان تاثیر جاذبه‌های تاریخی در جذب گردشگر در طول سال می‌باشد.

جدول ۳- فرضیه اول

Residual	میزان مورد انتظار	میزان مشاهده شده
57.0	128.0	185
36.0	128.0	164
-93.0	128.0	35
		Total 384

منبع: نگارنده

جدول ۴- آزمون  $\chi^2$

آزمون $\chi^2$ دو	
Chi-Square (مقدار $\chi^2$ )	1.031E2 <sup>a</sup>
Df (درجه آزادی)	2

Asymp. Sig. (سطح معناداری) .0001

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 128.0.

ماخذ مطالعات میدانی ۱۳۹۲

جدول ۵- ضریب همبستگی

همبستگی فرضیه اول			
		F1	Fkol
F1	ضریب همبستگی	1	.930**
	سطح معنی داری		.000
	تعداد	384	384
Fskol	ضریب همبستگی	.930**	1
	سطح معنی داری	.000	
	تعداد	384	384

\*\*ضریب همبستگی در ۱ درصد

فرضیه ۲- به نظر می‌رسد جاذبه‌های تاریخی شهر قزوین می‌تواند در توسعه گردشگری منطقه موثر باشد. برای فرضیه دوم تحقیق از آزمون آماری خی دو تک متغیره استفاده شده است مقدار آلفا آزمون ۰/۰۵ و میزان درستی آزمون ۹۵ درصد است. میزان سطح معناداری نشان می‌دهد که از میزان آلفا کوچکتر است بنابراین فرضیه تحقیق تایید می‌گردد از طرفی میزان خیلی زیاد و زیاد مقدار مشاهده شده از مقدار مورد انتظار بیشتر است که این امر نشان دهنده میزان تاثیر جاذبه‌های تاریخی در توسعه گردشگری منطقه است.

جدول ۶- فرضیه دوم

Residual	میزان انتظار	مورد مشاهده شده	میزان مشاهده شده
67.2	76.8	144	خیلی زیاد
82.2	76.8	159	زیاد
-15.8	76.8	61	متوسط
-67.8	76.8	9	کم
-65.8	76.8	11	خیلی کم
		384	جمع

جدول ۷- آزمون خی ۲

آزمون خی دو	
	s16
Chi-Square (مقدار خی دو)	2.663E2 <sup>a</sup>
Df (درجه آزاد)	4
Asymp. Sig. (سطح معناداری)	.0001
<b>a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 76.8.</b>	

جدول ۸- ضریب همبستگی

همبستگی فرضیه دوم			
		Fkol	F1
F	ضریب همبستگی	1	.892**
k	سطح معنی داری		.000
ol	تعداد	384	384
F	ضریب همبستگی	.892**	1
1	سطح معنی داری	.000	
	تعداد	384	384

\*\*ضریب همبستگی در ۱ درصد



## نتیجه‌گیری

امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج داده و در صدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند. ایران با توجه به پیشینه کهن فرهنگی و تمدنی برخوردار از فرهنگ شهرنشینی، همواره شاهد پیدایش شهرهای زیادی در نقاط حوزه‌های مختلف تمدنی خود بوده است؛ شهرهایی مانند اصفهان، یزد، کرمان، قزوین و... هرکدام شاهکارهایی از دوره‌های مختلف شهرنشینی و شهرسازی را در خود جای داده‌اند.

بافت‌های تاریخی کانون وهسته مرکزی شهرهای تاریخی ایران بوده و حیات این بافت‌ها طی سده‌های گذشته پایه بسیاری از آداب و رسوم و حتی فرهنگ موجود و نیز رونق اقتصادی شهر و منطقه بوده است. فضاهای شهری تاریخی قبل از همه وظیفه دارند تاریخ، هویت عینی و ذهنی شهر را حفظ کنند و در زندگی جاری سازند. پاسدار همه خاطره‌ها و یادمان‌ها بوده و از این رو باید فعالیت‌هایی را در کالبد خود جای دهند که با هدف یادشده انطباق یابد.

در نقاط مختلف کشور ایران آثار تاریخی به چشم می‌خورد که هزاران سال قدمت دارد یکی از مناطقی که آثار تاریخی غنی دارد شهر قزوین می‌باشد.

متأسفانه آثار تاریخی در کشور ما از اهمیت کمتری نسبت به جاذبه‌های دیگر برخوردار است، شهر قزوین نیز از این قاعده مستثنی نیست. آثار تاریخی در این شهر نیز به دلیل برخی از نابسامانی‌ها با تهدید نابودی روبروست که اگر بر طبق برنامه ریزی اصولی و مدیریت صحیح نتوان این مشکلات را برطرف نمود با از بین رفتن این سرمایه‌های گذشتگان عملاً باعث نابودی گذشته این مرز و بوم خواهد گردید.

از مشکلات عمده‌ای که این مکانها با آن روبرو هستند ضعف مدیریتی کلان و عدم یک برنامه ریزی مدون و جامع برای حفظ و احیاء اینگونه از بافت‌های تاریخی می‌باشد.

تخریب و فرسایش این مکانها به وسیله شرایط محیطی تحمیل شده بر بافت‌ها نظیر باران و باد و... و آلودگی‌ها نظیر آلودگی هوا، سوخت ناقص کارخانجات صنعتی، سوخت ناقص و مصرف بی‌رویه وسایل آلاینده بنزین سوز و گازوئیل سوز مانند انواع خودروهای سبک و سنگین، مصرف دخانیات و روشن نمودن شمع در فضای بسته تاریخی می‌باشد که نتیجه آلودگی هوا تولید گازهای مخربی چون دی‌اکسید کربن، دی‌اکسید سولفور، اوزون، مونواکسید کربن و... است که در طی واکنش شیمیایی تبدیل به اسید شده و آسیب‌های جبران‌ناپذیری به اثر وارد می‌نماید. آلودگی صوتی و ارتعاشات حاصل از خودروها و... به شدت آثار تاریخی را در خطر تخریب قرار می‌دهد. کثرت بازدیدکنندگان از یک فضای تاریخی تماس مستقیم مردم با آثار تاریخی موجب به وجود آمدن آسیب‌های به بنا می‌گردد از جمله ساییدگی و تخریب اثر و افزایش درصد رطوبت در اطراف و داخل بنا و...

از آنجاییکه حفاظت از میراث فرهنگی صرفاً منحصر به کارشناسان سازمان میراث نیست بلکه تکیه بر افکار عمومی دارد، مدیران محلی که بخش اعظم تصمیم‌گیریهای مهم بر عهده آنان است همگی مسئول حفاظت از میراث فرهنگی بوده‌اند.



با توجه به پرسشنامه‌های تجزیه و تحلیل شده می‌توان اینگونه بیان داشت که شناخت هر چه بهتر جاذبه‌های میراث فرهنگی گامی جهت ازدیاد گردشگران به سوی این مناطق می‌باشد این امر نیز مستلزم برنامه‌ریزی بلندمدت و از طریق تبلیغات، احداث تاسیسات گردشگری، ایجاد راه‌های مناسب و استاندارد و... در اینگونه از بافت‌های تاریخی می‌توان امیدوار بود که اینگونه مکانها در شهر قزوین با خیل عظیم گردشگر مشتاق و با فرهنگ روبرو گردد. در ادامه پیشنهادهای چندارائه می‌گردد:

- توسعه زیرساختها و تسهیلات گردشگری برای گردشگران داخلی و خارجی از طرف دولت و بخش خصوصی و کاهش نرخ بهره سرمایه گذاری در کشور و منطقه؛

- افزایش ضریب امنیت در ابعاد داخلی و خارجی به عنوان مهمترین عامل تاثيرگذار بر رشد و توسعه صنعت گردشگری در کشور و منطقه؛

- ایجاد و افزایش قدرت جاذبه، ارزش ذاتی یک مکان فرهنگی به خودی خود موجب جذابیت آن نمی‌شود؛  
- ایجاد گشتهای موضوعی مثلا رویدادهای خاص و عرضه زنده تاریخ نیز یکی از راههای افزایش تعداد بازدید کنندگان از یک محل است؛

- برجسته ساختن و مشخص کردن ویژگی‌های خاص فرهنگ یک مکان در گذشته و حال می‌تواند گزینه معقول و مناسبی باشد؛  
- ایجاد تسهیلات مناسب مانند ایجاد یک اقامتگاه مناسب مطابق با شرایط محیطی منطقه، وجود امکانات بازی برای افراد با سنین مختلف، ایجاد مسیرهای شیب دار برای معلولین، وجود صندلی به تعداد کافی، پارکینگ برای اتومبیل و همینطور ایجاد یک شبکه مناسب حمل و نقل تاثیر زیادی بر توانایی یک مکان برای جذب بازدید کنندگان دارد؛

- جلوگیری از وندالیسم و تخریب مکانهای تاریخی از طریق دستورالعمل‌های قانونی؛  
- جلوگیری از ساخت و سازهای غیر اصولی در مجاورت بافت‌های تاریخی؛

- پیشگیری از آلودگی‌های زیست محیطی و... که موجب تخریب اینگونه از فضاها می‌گردد؛  
- جلوگیری از بازدید مکرر و غیر اصولی گردشگران از بافت‌ها؛

- آموزش گردشگران و افراد محلی جهت درست استفاده نمودن از این مکانها؛  
- ترمیم و بازسازی به موقع این محلهها برای جلوگیری از فرسوده شدن و از بین رفتن اینگونه از سرمایه‌ها؛

- اختصاص بودجه سالانه از سوی دولت برای حفظ و نگهداری اینگونه از سرمایه‌های ملی؛  
- هماهنگی بین مسوولین محلی و نمایندگان سازمان میراث فرهنگی جهت ارائه تمهیداتی در زمینه کاهش آسیب‌های مردمی و فراهم نمودن زمینه‌های اجرایی آن؛

## مراجع

- تودارو، مایکل، ۱۳۷۰، توسعه اقتصادی در جهان سوم، مجموعه برنامه و توسعه تهران، سازمان برنامه و بودجه، جلد اول
- ضیایی، محمود، ۱۳۸۸، جغرافیای گردشگری، تهران، دانشگاه پیام نور
- طلایی، شهاب، عبدیان، صبا، ۱۳۹۲، راهنمای عمومی گردشگری، تهران، مهکامه
- پاپیری، جعفر، ۱۳۹۱، مفاهیم کلیدی در مطالعات گردشگری، تهران، مهکامه
- حافظ‌نیا، محمدرضا، ۱۳۸۷، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت



-داس ویل، راجر، ۱۳۸۴، مدیریت جهانگردی: مبانی، راهبردها و آثار، ترجمه: سید محمد اعرابی، داوود ایزدی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران

-سازمان جهانی گردشگری (۲۰۰۱)

-فرج زاده اصل، منوچهر، ۱۳۸۴، سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه ریزی توریسم، انتشارات سمت

-حیدری چیانه، رحیم، ۱۳۸۹، مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، انتشارات سمت

-توحیدی، فائق، ۱۳۸۸، آشنایی با میراث فرهنگی، انتشارات سبحان نور، تهران

## Abstract

Tourism is a trip of some people to a destination except the usual place they live the main attraction of tourism is culture. Without considering culture which causes differences, everywhere is the same. Today, visiting historical and cultural sources, is one of the greatest, most universal and developing parts of tourism industry. In fact, the tourism of cultural heritage seems to have had a faster growth than the other forms of tourism, specially in developing countries, and should be taken in to account as an important potential tool in order to decrease poverty and expand the community's economy. The aim of this study that its investigable boundary is the central district of Ghazvin county, is the study of the effect of the planning of cultural heritage on the development of tourism in this area. For this a questionnaire was compiled based on Morgans table (384) and on the basis of Likert's spectrum, and then was completed by tourists, and at the end, was examined by

Considering the field results, one can say that better recognition of the attraction of cultural heritage is a step to increase the attraction of cultural heritage. It is a step to increase the number of tourism in these areas, and this requires long-term planning via advertising, developing tourism installation, constructing convenient roads etc. in these historical structures, so we can be hopeful to see the major number of enthusiast and cultured tourists who will come to visit these places in Ghazvin county.

**Key words:** planning, development of tourism, tourism of cultural heritage. the central district of Ghazvin county.