

## تدوین راهبردهای توسعه گردشگری در خانه های تاریخی به عنوان عناصر باز زنده ساز بافت های تاریخی (نمونه موردی: خانه های تاریخی اصفهان)

صدیقه کیانی سلمی<sup>1</sup>، آسیه عباسیان<sup>2</sup>، پریناز زورمند<sup>3</sup>، علی یزدانی<sup>4</sup>

### چکیده

خانه های تاریخی و معماری سنتی آن متأثر از فرهنگ پدیدآورندگان و فرهنگ و رفتار ساکنان است و با توجه به نقش مهم آن در حیات مادی و معنوی مردمان، نیازمند نگرش اساسی در حفظ، نگهداری و احیا است. پژوهش حاضر با هدف تدوین راهبردهای توسعه گردشگری در خانه های تاریخی به عنوان عناصر باز-زنده ساز بافت های تاریخی به انجام رسیده است. حجم نمونه مورد بررسی 40 نفر از کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری است که به پرسشنامه تحقیق پاسخ گفته اند. روایی پرسشنامه با نظر متخصصان و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ به میزان 0/739 به تأیید رسیده است. نتایج حاصل از تشکیل ماتریس ارزیابی و تبیین استراتژی حاکی از آن است که در استراتژی SO بهترین راه برای معرفی مناسب بنا افزایش شهرت و آگاهی از این خانه تاریخی است. در استراتژی WO افزایش اطلاعات و تبلیغات به همراه ورود سرمایه مهم ترین استراتژی ممکن می باشد. در قسمت راهبردهای ST، مطلوبترین راهکار آشنایی مردم با معماری ویژه و کاهش حجم ترافیک بین ابنیه موجود در منطقه تشخیص داده شد. در نهایت استراتژی WT افزایش بازدید بنا با تغییر کاربری مناسب بنا را پیشنهاد می دهد و بر افزایش اطلاعات و آگاهی مردم تأکید دارد.

واژگان کلیدی: راهبرد، گردشگری، خانه های تاریخی، خانه تاریخی شهشهان، ماتریس کمی SWOT.

1- استادیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان (نویسنده مسئول) (s.kiani@kashanu.ac.ir)

2- کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه کاشان (asiyeh.abbasian@yahoo.com)

3- کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه کاشان (parinazzoomand@yahoo.com)

4- کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه کاشان (Aliyazdani5310@yahoo.com)

## مقدمه

تحلیلگران اقتصادی حاضر، سرمایه را به سه‌گونه مادی، طبیعی و انسانی تقسیم کرده‌اند. تراسبی<sup>1</sup> اقتصاددان برجسته استرالیایی فرهنگ را به عنوان نوع چهارم سرمایه بیان می‌کند که میراث فرهنگی، نمونه شاخص سرمایه فرهنگی است و مواردی مانند آثار هنری، معماری، دستاوردهای فرهنگی، اندیشه، هنجارها و فهم مشترک محیط زندگی نسل‌های گذشته را شامل می‌گردد. تمامی موارد بیان شده، این خصوصیت مشترک را دارند که به دست نسل حاضر فراهم نیامده و میراث نسل‌های گذشته هستند (تراسبی، 1389: 79). در بین آثار میراثی، خانه‌های تاریخی به عنوان میراث فرهنگی غیرمنقول، جایگاه ویژه‌ای دارند زیرا این خانه‌ها ضمن پاسخگویی به نیازهای اقلیمی هر منطقه، رابطه مستقیمی با اصالت‌های فرهنگی، مذهبی و سنتی مردم داشته (محمد مرادی و امیرکبیریان، 1381: 15) و به ریشه‌های معماری در گذشته دور و نزدیک اشاره می‌کند (زرآبادی پور، 1393).

خانه‌های تاریخی ایران بر اساس شیوه زندگی، منش و الگوهای ارزشی، دانش و هنر مبتنی بر هویت اسلامی ایرانی، بنا شده‌اند (بیدرام و همکاران، 1393: 1) که در سراسر ایران بنا به اقلیم هر منطقه و همچنین بنا به نیاز هر جامعه، دارای فضاهای سرباز و سرپوشیده و نیمه باز بوده است (کیانی سلمی، زورمند، 1394: 4). این خانه‌های با ارزش تاریخی، به عنوان میراث فرهنگی غیرمنقول، سرمایه‌های فرهنگی جامعه هستند که حفاظت از آن‌ها، حفاظت از ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی، زیباشناختی و معنوی است و به عنوان کالای عمومی به شمار می‌روند که استفاده شخصی از آن‌ها مانع بهرمندی سایر افراد جامعه از ارزش‌های نهفته نمی‌شود (محمدی و همکاران، 1393: 2) خانه‌های تاریخی اصفهان بر اساس نیازهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی انسان به عنوان کاربر فضا و همچنین در ارتباط با بستر طبیعی، بنا شده است (پدرام و همکاران، 1395: 74). براساس رویکردی اقتصادی، خانه‌های تاریخی بیشتر دارای مالکیت شخصی هستند و مالکان آن‌ها به علت قوانین حفاظت از آثار ارزشمند تاریخی، حق توسعه ملک خود را ندارند. ضمناً با توجه به آن که ملک، جزء سرمایه افراد به شمار می‌رود و محدودیت توسعه آن موجب کاهش منفعت ناشی از سرمایه می‌گردد، هزینه فرصت حفاظت از اثر تاریخی بر مالکان تحمیل گردیده که در نتیجه نادیده گرفتن منفعت مالک، زمینه تخریب ملک ارزشمند تاریخی فراهم می‌گردد (محمدی و همکاران، 1393: 2). حال آن‌که، حفاظت از آن‌ها دارای منفعت اجتماعی است. بنابراین سیاست‌گذاران حوزه میراث فرهنگی باید در راستای حفاظت از سرمایه فرهنگی جامعه، به ازای منفعت اجتماعی اثر، از مالکان پشتیبانی کنند (بیدرام و همکاران، 1393: 2). و با توجه به نقش مهم آن در

1 - Throsby

حیات مادی و معنوی مردمان، نیازمند نگرش اساسی در حفظ، نگهداری و احیا است. یکی از راهکارهای جلب رضایت مالکان و حفاظت از این بناهای تاریخی توسعه گردشگری است. خانه‌های تاریخی و معماری سنتی آن به عنوان یکی از زمینه‌های گردشگری انسان ساخت بی‌تردید تجلی‌گر فرهنگ، آداب و رسوم ساکنان، ذوق، مهارت و خلاقیت معماران و استادکارانشان است. این معماری متأثر از فرهنگ پدیدآورندگان و فرهنگ و رفتار ساکنان است (ملازاده، 1386: 12). آشنایی با فرهنگ‌های گوناگون به ویژه فرهنگ گذشتگان و کردهای کالبدی آن در قالب میراث فرهنگی، ابنیه و بافت‌های تاریخی، انگیزه‌ای اساسی در حوزه گردشگری به شمار می‌آید و این امر گردشگری را به صنعتی پر رونق در حوزه ابنیه و بافت‌های تاریخی بدل کرده است (Chen & Chen, 2010).

شهر تاریخی اصفهان با برخورداری از شاخص‌ترین ابنیه‌های تاریخی به عنوان یکی از مقاصد گردشگری شناخته شده کشور، در دنیا مطرح است. چنانچه در عصر شاه عباس و به خصوص در اصفهان، ساختن آثار و ابنیه رشد یافت و حکام صفوی در دیگر شهرهای ایران در زمینه معماری و سایر هنرها به رشد قابل ملاحظه‌ای دست یافتند (جوادی، 1385: 4). با توجه به قدمت و ویژگی‌های خاص جغرافیایی، شیوه‌های معماری، ساختاری و کالبد شهر تاریخی اصفهان، نقش بسیار مهمی در توسعه گردشگری بر عهده دارد. به طوری که هر ساله پذیرای تعداد زیادی گردشگر داخلی و خارجی است (کردوانی، 1390: 10). محورهای تاریخی گردشگری شهر اصفهان قابلیت‌ها و توان بالایی جهت جذب گردشگر داشته و مرمت، نوسازی، احیا و باززنده‌سازی بناهای تاریخی محورها با تغییر یا بدون تغییر کاربری نقش بسیار مهمی در زمینه گردشگری شهر خواهد داشت (کردوانی، 1390: 10). از آنجا که خانه‌های تاریخی از عناصر باززنده‌ساز بافت‌های فرسوده و تاریخی محسوب می‌گردند و با توجه به ارزش منحصر به فرد تاریخی و معماری بازمانده از اعصار و قرون و پتانسیل بالای آن در توسعه گردشگری، نگارندگان پژوهش حاضر با توجه به ضرورت ارائه رویکردی راهبردی به مسأله پژوهش، به تحلیل نقاط قوت و ضعف داخلی، فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی توسعه گردشگری در خانه‌های تاریخی و به عنوان نمونه خانه شهشهان با استفاده از ماتریس کمی SWOT پرداخته‌اند. بدین ترتیب حفاظت از آن‌ها به منزله پاسداشت هویت ملی فراهم آمده و با کسب منافع اقتصادی توسط مالکان خانه‌های تاریخی در راستای منفعت اجتماعی ایجاد شده، رضایت آنان فراهم می‌گردد. از سوی دیگر احیا آثار باقی‌مانده از گذشته تاریخی شهر موجب بازیابی هویت فراموش شده آن می‌شود (خدابنده‌لو و همکاران، 1396: 91).

خانه تاریخی شهشهان یکی از خانه‌های تاریخی اصفهان در سال 1276 هجری قمری تکمیل و در صحنه (میدان محلی) میرزا اسدالله خان وزیر در محله شهشهان اصفهان (خیابان ابن سینا، کوچه

### فصلنامه میراث و گردشگری

شهرید بصیری) واقع شده است. نگهداری و سرپرستی از این بنای ارزشمند از 90 سال پیش تا کنون نسل به نسل به عهده ی خانواده ی شهشهانی بوده است که زیر نظر سازمان میراث فرهنگی کشور اداره می‌شود. این خانه دارای تزئینات، گچ بری‌ها، نقاشی‌ها، طلاکوبی و دیگر ویژگی‌های منحصر به فرد معماری دوره ی قاجار است و متأسفانه در حال تخریب است. تحلیل و ارائه راهکارهای منتج از پژوهش حاضر به ارائه راهبردهای توسعه ی گردشگری خانه‌های تاریخی اصفهان با رضایت و همکاری مالکان بناهای تاریخی خواهد انجامید. بهره گیری از یافته‌های چنین پژوهش‌هایی حفظ بناهای تاریخی و بهبود ارتباط آن با گردشگری فرهنگی - تاریخی در شهر اصفهان را بهبود بخشیده و به بازنده‌سازی عناصر شهری کمک خواهد کرد. چرا که هویت شهرها مبتنی بر خاطراتی است که در آن شهرها شکل گرفته و به منظور پیشگیری از فراموشی این خاطرات در گذر زمان، لازم است پیوندی عمیق بین شهروندان و هویت شهری ایجاد گردد (کیانی سلمی و همکاران، 1394:3) و خانه‌های تاریخی از عناصر اثرگذار در هویت شهری است. به سبب اهمیت خانه‌های تاریخی، مطالعات بسیاری در سطح ملی و بین‌المللی در این رابطه صورت گرفته است که به نمونه‌هایی از آن‌ها در ادامه، اشاره شده است:

آروین و همکاران (1385) در پژوهش خانه‌های تاریخی کاشان، ویژگی‌های اقلیم شناختی معماری بومی شهر کاشان را تدوین کرده و در مورد خانه‌های تاریخی کاشان، نقش اقلیم در معماری بناهای شهر کاشان به عنوان شهری تاریخی را بررسی کرده است. ملازاده (1386) در تحقیقی با عنوان خانه‌های تاریخی، به اهمیت معماری خانه‌ها و طراحی آن‌ها اشاره کرده است. نوابخش و همکاران (1389) نگرشی جامعه شناسانه بر معماری خانه‌های تاریخی کاشان ارائه کرده‌اند. نتایج حاصل از مطالعه انجام شده بر پاسخ طبیعی انسان به جغرافیای کاشان با زیست اقلیمی خشک و حاکمیت گفتمان در هر دوره به موازات هم دارد. در واقع تلفیقی از ارزش‌های گفتمان حاکم با شرایط طبیعی و خلاقیت در ترکیب هنرمندانه، به منظور ایجاد کارکرد مناسب، بستری مناسب برای به وجود آمدن چنین خانه‌هایی را باعث گردیده‌اند. قاسمی سیچانی و همکاران (1389) در پژوهش گونه‌شناسی خانه دوره قاجار، به واسطه ی وجود نمونه‌های با ارزش از این دوره و در معرض تخریب قرار داشتن آن‌ها، خانه‌های تاریخی دوره قاجار را بر اساس ویژگی‌های معماری، سازه و تزئینات به سه گونه تقسیم کرده است. بی‌تی (1389) به بررسی نقش حیاط در سازماندهی خانه‌های تاریخی مطالعه موردی خانه‌های دوره قاجار تبریز پرداخته است. بدین منظور، ابتدا به مطالعه عناصر اصلی خانه ایرانی در دوره قاجار و بررسی الگوهای فضایی این خانه‌ها پرداخته، سپس به بازشناسی نقش حیاط در سازمان فضایی این خانه‌ها اقدام کرده است. شیره پز و نمکی (1389) در پژوهش موقعیت‌یابی استراتژیک اماکن تاریخی برای ایجاد ارزش و مزیت رقابتی

راهبردهای ارزش‌آفرین اماکن، به بررسی چگونگی ارزش‌آفرینی ابنیه تاریخی آران و بیدگل پرداخته‌اند. محققان این مقاله با استفاده از الگوی اصلاح شده سوات به تحلیل موقعیت‌یابی و ساماندهی راهبردی اماکن تاریخی آران و بیدگل در قالب زنجیره راهبردی دارایی‌ها برای خلق ارزش پرداخته‌اند. علی‌آبادی و همکاران (1391) در بازشناسی الگوهای آینه‌کاری در بناهای قاجاری شیراز، پس از مطالعه خاستگاه هنر آینه‌کاری و نقش آن در معماری دوره قاجار گونه‌های متفاوت این هنر را در سه دسته از بناهای قاجاری شامل خانه‌ها، مکان‌های زیارتی و باغ‌ها بررسی کرده‌اند. عادل (1391) در بررسی نگرش جامعه‌ی میزبان نسبت به گردشگری و پیامدهای آن در یک بافت زنده تاریخی، با تمرکز بر پایداری اجتماعی مقوله گردشگری و پیامدهای آن در بافت زنده تاریخی فهادان یزد از منظر جامعه‌ی میزبان با استناد بر رویکردی تحلیلی با استفاده از پرسشنامه نشان می‌دهد، و بر این اساس از دیدگاه جامعه‌ی میزبان، گردشگری در وضعیت پایداری قرار دارد. رضایی و همکاران (1391) در برنامه‌ریزی راهبردی مدیریت بحران در بافت تاریخی شهر یزد با استفاده از مدل SWOT، به بررسی و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای پیش روی بافت تاریخی شهر یزد و ارائه راهبرد جهت مدیریت بهینه و سریع بحران در این بافت پرداخته‌اند. مهجور و همکاران (1392) در پژوهشی با عنوان بافت تاریخی تهران، تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها، با بهره‌گیری از روش‌شناسی کیفی، ضمن بررسی میدانی بافت تاریخی تهران و شناخت معضلات آن، به ارائه راهبردها و راهکارهایی برای جلوگیری از تخریب آن و دستیابی به محیطی مطلوب می‌پردازند. بیدارم و همکاران (1392) در ارزش‌گذاری اقتصادی خانه‌های تاریخی محله ی جلفای اصفهان، با بررسی همه‌جانبه‌ی خانه‌های تاریخی جنبه‌ی اقتصادی آن را با رویکرد منفعت اجتماعی بیان کرده‌اند. همین نویسندگان (1392) به ارزیابی اثربخشی مشوق‌های محرک حفاظت از خانه‌های با ارزش تاریخی پرداخته و بیان کرده‌اند که با وجود اهمیت و ضرورت حفاظت از خانه‌های تاریخی باید مشوق‌ها و انگیزه‌ای لازم برای این حفاظت ایجاد شود. بیدرام و همکاران (1393) به ارزش‌گذاری اقتصادی خانه‌های تاریخی محله جلفای اصفهان براساس مفهوم تمایل به پرداخت با رویکرد منفعت اجتماعی پرداخته و در نتایج بیان می‌دارند 90 درصد شهروندان به خانه‌های تاریخی علاقه‌مند بودند و بیش از 70 درصد آن‌ها ابراز کرده‌اند که در صورت توان مالی، تمایل به خرید خانه‌هایی تاریخی در محدوده مطالعاتی دارند. محمدی و همکاران (1393) ارزیابی اثربخشی مشوق‌های محرک حفاظت از خانه‌های با ارزش تاریخی (مطالعه موردی: بناهای تاریخی شهر اصفهان) را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج، حاکی از آن است که با مقایسه هزینه - فرصت حفاظت و یارانه اعطایی ناشی از مصوبه مذکور در محدوده مطالعاتی، یارانه ارائه شده در مورد 47 درصد از املاک تاریخی، پاسخگوی هزینه - فرصت حفاظت است و در مورد مابقی املاک، با افزایش

فرصت بهره‌وری زمین، اختلاف بین هزینه - فرصت حفاظت و یارانه حمایتی، بیشتر می‌شود و این مصوبه، اثربخشی لازم جهت جبران هزینه - فرصت حفاظت را ندارد. ضمن این‌که، متوسط ارزش خانه‌های تاریخی این محدوده را در مقایسه با املاک غیرتاریخی مجاور 4/7 درصد بیشتر ارزیابی کردند. بدین معنی که ارزش کمی شده منفعته اجتماعی خانه‌های تاریخی، 4/7 درصد بیشتر از ارزش مالی آن‌ها در شرایط غیرتاریخی است. پدram و همکاران (1395) خانه‌های تاریخی با نقشی فراتر از مسکن در بافت تاریخی اصفهان را مورد ارزیابی و پژوهش قرار داده‌اند. نتیجه‌ی پژوهش نشان می‌دهد که می‌توان تقسیم بندی و گونه‌شناسی بر اساس عملکرد خاص در خانه‌های تاریخی با نقشی فراتر از مسکن ارائه کرد. همچنین تأثیرات ارتباط فضای کار و خانه را در فرم و کالبد بنا تبیین کرد. خداندوله و همکاران (1396) در راهکارهای احیای بناهای تاریخی معتقدند اثر تاریخی علاوه بر ارزش‌های هنری و عملکردی که در زمان خلق آن مدنظر بوده، با گذشت زمان و تغییرات به وجود آمده، ارزش‌های دیگری را نیز به همراه می‌آورد. بنابراین پرداختن به آن‌ها به منظور احیا از بعد تاریخی، فرهنگی و گردشگری موجب شکوفایی اقتصادی و اجتماعی می‌شود چرا که این فرآیند موجب جلوگیری از تخریب بافت، حفظ سرمایه ملی و در نتیجه ارتقاء ارزش‌های اقتصادی می‌شود. در عرصه بین‌المللی نیز پژوهش‌هایی در زمینه گردشگری تاریخی انجام شده است که به چند مورد از آن‌ها اشاره شده است.

رایپکما<sup>1</sup> (2008) در مقاله‌ای تحت عنوان حفاظت میراثی و اقتصاد بومی با هدف بیان ارزش‌های اقتصادی میراث فرهنگ تأکید می‌کند حفاظت میراث امری تک‌ارزشی نیست بلکه دارای ارزش‌های چندگانه است که عبارتند از: فرهنگی، زیباشناختی، آموزشی، اجتماعی، تاریخی؛ اما آخرین موردی که به این زنجیره ارزش‌ها اضافه شده، ارزش اقتصادی حفاظت میراثی است. رایپکما پیشنهاد می‌کند که ارزش‌های میراثی، وارد عرصه ارزش‌های اقتصادی بازار شوند. نالا جانسون (2010) در مقاله، گردشگری میراث فرهنگی و خانه بزرگ ایرلند، به بررسی گردشگری تاریخی و سیر تاریخی آن و ارتباط آن با هویت ملی پرداخته است و در این رابطه، گزینه تاریخی محبوب بین گردشگران (خانه بزرگ ایرلند) را مورد توجه قرار داده است. در نهایت دریافت که تصور فضایی افراد بومی و اتصال آن با گستره جغرافیایی ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی موجب محبوبیت این بنای تاریخی شده است. مارک ای بون و همکاران (2014) در پژوهش میراث فرهنگی و تاریخی: ایجاد محیط مناسب برای بازدید کنندگان میراث تاریخی و فرهنگی، به بررسی تأثیر برخی از عناصر محیطی بر نگرش بازدید کنندگان میراث فرهنگی و تاریخی پرداخته و دریافتند که این عوامل در ایجاد یک مزیت رقابتی برای جذب میراث تأثیر به‌سزایی دارد. گولنارا اسماگیلوا و همکاران (2015) استفاده از

1-Rypkema

میراث تاریخی به عنوان یک عامل توسعه گردشگری را بررسی کرده و در نتایج به این نکته توجه کرده‌اند که در بسیاری از مناطق از جمله روسیه استفاده از میراث تاریخی و فرهنگی فرصتی برای بهبود شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایجاد کرده است. همچنین ایشان در پژوهش خود کشورهای شرق اروپا را از منظر استفاده از میراث تاریخی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی بررسی و بازنگری کرده‌اند.

### مبانی و مفاهیم نظری پژوهش

در تحولات مداوم دهکده جهانی هر زمان به گروهی از فعالیت‌ها توجه می‌شود. از آن جا که گردشگری عاملی نوظهور و قدرتمند در دنیای امروز است می‌توان قرن 21 را عصر گردشگری خواند. توصیف اهمیت آن به قدری بی‌مانند است که آن را به عنوان پربازده‌ترین صنعت قرن 21 می‌خوانند (رنجبران و زاهدی، 14:1384). صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت به مثابه پدیده پویای اجتماع جهانی دارای پیچیدگی‌های خاص خود است (ellitt, 1997:4) سازمان جهانی گردشگری WTO در سال 1991 در کنفرانس بین‌المللی آمار سفر و گردشگری، گردشگری را این گونه تعریف کرد: گردشگری شامل کلیه فعالیت‌هایی است که گردشگران انجام می‌دهند و ایشان کسانی هستند که به قصد گذران اوقات فراغت، کسب و کار و اهداف دیگر مدتی کمتر از یک سال متوالی را در سفر و اقامت خارج از اقامتگاه معمول خود می‌گذرانند (رنجبران و زاهدی، 5:1384). گردشگری از عناصر و فعالیت‌هایی تشکیل می‌شود که به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر این صنعت تأثیر می‌گذارد. به بیان دیگر برای این که صنعت گردشگری در کشور متحول شود و توسعه یابد باید آن عناصر و فعالیت‌ها توسعه یابند (محسن طاهری و همکاران، 8:1389). این صنعت دارای شاخه‌ها و زیرشاخه‌های بسیاری است و از تنوع بی‌مانندی برخوردار است. هریک از صاحب-نظران، این صنعت را به گونه‌ای دسته‌بندی کرده‌اند اما، این تنوع چنان است که پرداختن به همه یا انواع آن میسر نیست. براساس انگیزه سفر می‌توان انواع گردشگری را دسته‌بندی کرد که یکی از این دسته‌ها، گروه فرهنگی و تاریخی است. در بحث گردشگری فرهنگی می‌توان موضوع را از دو زاویه اصلی مورد بررسی قرار داد. در واقع بخش نخست گردشگری فرهنگی به گردشگری مرتبط با میراث تاریخی یک جامعه باز می‌گردد. در حالی که در دومین بخش گردشگری فرهنگی محور موضوع، زمان حال است و فرهنگ جاری یک جامعه را به عنوان موضوع خود پی جویی می‌کند. گردشگری مبتنی بر میراث تاریخی شامل بازدید از موزه‌ها، بناهای تاریخی و باستانی، قصرها، یادمان‌های تاریخی، بناهای مذهبی، معماری سنتی، محل‌های مرتبط با وقایع و شخصیت‌های مهم تاریخی و گورستان‌های قدیمی است (رنجبریان و زاهدی، 64: 1386). آن چه که امروز بیشتر مورد

پسند جوامع گردشگری به ویژه گردشگران خارجی است، ابنیه تاریخی و معماری منحصر به فرد به کار رفته در آن است، که سالانه حجم انبوهی از گردشگران را از سراسر دنیا راهی کشورهایی با هویت اصیل و دارای آثار تاریخی و باستانی رهسپار می‌سازد (فتیحی و همکاران، 1392، 107). خانه‌های به جا مانده از قرون و اعصار گذشته نمونه‌ای از این آثار تاریخی محسوب می‌گردند. اهمیت خانه از آن جهت است که علاوه بر سرپناه بودن محیطی برای شکل‌گیری فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ... انسان‌ها به منظور تأمین نیازهای مادی و غیر مادی است. بر این اساس شرایط اجتماعی در تبعیت الگوهای فرمی خانه بسیار اثرگذار بوده است؛ اما آنچه الگوی تداخل مسکن با محیط کار در جوامع دیگر را از الگوی ایرانی آن جدا می‌کند، معیارهای اسلامی - ایرانی در تحقق الگوی مسکن بوده است (پدرام و همکاران، 1395: 75). احیای خانه‌های تاریخی با نقش فرامسکونی، ضمن بیان ارزش‌های معماری این بناها، نقش مهمی در بازآفرینی هویت بافت تاریخی شهر اصفهان و توسعه گردشگری آن دارد. بررسی‌های میدانی شرایط حفاظتی نامطلوب این گونه خانه‌های تاریخی را در کشور نشان می‌دهد. خانه‌هایی که به دلیل داشتن عملکرد فرامسکن در بافت‌های تاریخی می‌تواند با برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های باززنده‌سازی، به نهادی فرهنگی در راستای توسعه گردشگری مبدل گردد.

#### معرفی محدوده مورد مطالعه

اصفهان یکی از قطب‌های گردشگری است و هر گردشگری تمایل دارد زمان ماسبی را برای بازدید از اصفهان و دیدنی‌های آن اختصاص دهد. شهر اصفهان به عنوان یکی از سرمایه‌های ارزشمند بشر، با برخورداری از قدمت تاریخی و آثار فرهنگی و مذهبی گران‌بها و یکی از ده شهر برتر یونسکو (وارثی، 1387: 1) در قلمرو ملی و جهانی دارای شرایط ممتازی بوده و در میان مراکز عمده سیاحتی و گردشگری کشور و جهان شناخته شده است (خادم‌الحسینی و همکاران، 1391: 102) با توجه به آن‌که منطقه اصفهان در ایام قبل از اسلام و خصوصاً در عصر ساسانیان مرکز تجمع سپاه بوده است این محل را سپاهان، اسپاهان، اسپهان، صفاهان و اصفهان می‌گفته‌اند (میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اصفهان، 1394). امروزه آن‌چه از اصفهان می‌بینیم باغ شهری مصفا است که این شهر را به زیباترین شهر ایران زمین تبدیل کرده است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اصفهان، 1394). از عناصر به جامانده از دوره‌های تاریخی در این شهر خانه‌های تاریخی آن است. در حال حاضر حدود چهار هزار بنای تاریخی در اصفهان شناسایی شده است، تعداد خانه‌های تاریخی ارزشمند اصفهان حدود هفت صد خانه است. از این تعداد، حدود پنجاه



خانه توسط سازمان میراث فرهنگی و دیگر نهادها خریداری و احیاء شده، حدود یک صد خانه متروکه است و در پانصد و پنجاه خانه دیگر زندگی جریان دارد (دیبا، 1391:20).

### خانه تاریخی شهشهان

خانه شهشهان در موقعیت جغرافیایی 51 درجه و 41 دقیقه و 6 ثانیه طول شرقی و 32 درجه و 40 دقیقه و 30 ثانیه عرض شمالی واقع شده است. بانی بنا فردی به نام میرزا حسین اقاقلی داروغه بوده است و به استناد کتیبه اتاق سه دری، در سال 1276 هجری قمری بنا شده است. این خانه تاریخی نسبت به اکثر خانه‌های تاریخی کوچک است اما تنوعی از تزئینات در آن دیده می‌شود که تحسین هر انسانی را بر می‌انگیزد. این خانه دارای دو ورودی در جبهه شرقی و غربی است. هر دو در ورودی از طریق دو دالان پیچ به میانسرا متصل می‌شوند و هشتی در سلسله مراتب ورود این خانه نقش ندارد. شکل شماره (1) ورودی بنا را نمایش می‌دهد.



شکل شماره (1) ورودی بنای خانه شهشهان

در مرکز حیاط این خانه تاریخی یک حوض مستطیل شکل کشیده شده و دو باغچه در طرفین آن وجود دارد. میانسرا نیز ساده است. ضلع شمالی و شرقی این خانه نسبت به ضلع غربی و جنوبی از اهمیت بیشتری برخوردارند زیرا اتاق‌های این دوضلع مجلل و بزرگتر ساخته شده است. ضلع شمالی خانه شامل یک تالار در مرکز و دو اتاق گوشواره در دو طرف است که اتاق‌های جانبی هر کدام دارای یک ایوان با اتاق جناغی است. اتاق گوشه شمال غربی، از زیباترین اتاق‌های این خانه به شمار می‌رود. این اتاق در بین خانه‌های تاریخی اصفهان بی‌نظیر است زیرا تزئینات گچبری و آینه-کاری در خدمت ایجاد بنا قرار گرفته‌اند تا در جاهای مختلف اتاق قاب‌های تزئینی ایجاد نمایند و سپس در قاب ایجاد شده، یک تابلو نقاشی متأثر از فرهنگ غربی جای گرفته است. تالار نیز در نوع خود دارای تزئینات پرکاری است. استفاده از تکنیک‌های گچبری، نقاشی، قطاربندی و طلاکاری

موجب شکوه این فضای معماری شده است. اتاق گوشه شمال شرقی به وسیله گچبری، نقاشی و طلاکاری تزیین شده است. این اتاق شامل دو بخش است بخش اول قست رفهای فوقانی و سقف است که به وسیله ورقهای طلا پوشانده شده است. بخش دوم طاقچه و دیوارهای پایین است که به کمک ورقه‌های طلا، نقاشی و گچبری تزیین شده است. ضلع غربی خانه شهشهان جنبه خدماتی دارد. سادگی مهم‌ترین ویژگی این قسمت خانه است و هیچ‌گونه تزییناتی در فضاهای آن دیده نمی‌شود. در مرکز ضلع شرقی تالار پذیرایی بزرگ وجود دارد که به وسیله نقاشی مزین شده است. در ضلع جنوبی، صرفاً چند فضای کوچک خدماتی وجود دارد که به نظر مکان مناسبی برای نگه‌داری مواد غذایی در تابستان است. شایان ذکر است این خانه فاقد زیرزمین است، لذا ضلع جنوبی خانه به دلیل نسر بودن برای نگه‌داری مواد غذایی قابل استفاده است. به طور کلی تزیینات به کاررفته در خانه شهشهان شامل گچبری، نقاشی، قاب تصویر، مقرنس، قطار بندی، آینه کاری و طلاکاری است (میراث فرهنگی اصفهان، 1394).

### روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی و پیمایشی است. برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز از بررسی‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده و برای شناسایی عوامل اثرگذار بیرونی و درونی از مدل SWOT استفاده شده است. در مرحله اول برای کسب دیدی جامع و مبتنی بر واقعیت، پس از بازدیدهای میدانی و گردآوری اطلاعات در مورد خانه تاریخی شهشهان، مصاحبه‌هایی با افراد ذیربط در امر بافت‌های تاریخی صورت گرفت. سپس با استفاده از مبانی نظری تحقیق و مصاحبه با کارشناسان پرسشنامه‌ای طراحی گردید که روایی آن با نظر متخصصان و پایایی آن با بهره‌گیری از آزمون آلفای کرونباخ به میزان 0/739 تأیید گردید. حجم نمونه بر اساس روش تخمین شخصی برآورد شده است (حافظ‌نیا، 1386: 137). پاسخگویان شامل متخصصان و کارشناسانی هستند که در زمینه بافت‌های تاریخی تخصص داشته‌اند و به تعداد 40 نفر مورد پرسشگری قرار گرفته و در قالب طیفی از یک تا نه به پرسش‌های مطروحه پاسخ داده‌اند. سپس برای مجموع وزن‌های تخصیص - یافته، میانگین رتبه‌ای و وزن نسبی در هریک از مؤلفه‌های SWOT از دیدگاه کارشناسان مشخص گردیده است. در نهایت با ایجاد ماتریس کمی راهبردها، به تمامی استراتژی‌ها امتیازی از 1 تا 4 بنا به اهمیت هریک از عوامل در تدوین هر استراتژی، داده شده است که در این پژوهش تحت عنوان (AS) از آن یاد می‌شود. جهت ایجاد مجموع ضریب اهمیت TAS، امتیاز وزنی در ضریب اهمیت ضرب شده و در نهایت بهترین استراتژی از مجموع TAS مشخص گردیده است.

مدل استراتژیک SWOT یکی از روش‌های مهم در فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک روش SWOT است (Garrod, Carter, Reilly, 1999). این روش نتیجه مستقیم مدل دانشکده تجاری هاروارد (Garrod, 2003) و مخفف واژه‌های قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها است. SWOT از ابزارهای بسیار مهم برای سیاست‌گذاری بوده و اغلب به عنوان یک ابزار تحلیلی سیستماتیک از عوامل داخلی و خارجی سازمان بهره می‌گیرد (Horn-Haache, L., 2001). وقتی SWOT کاملاً به کار رود، می‌تواند پایه‌ای مناسب، برای فرمول‌بندی سیاست و خط‌مشی ارائه دهد (Liang Lee, K., ChihHuang, W., Yuan, 2009). به‌طور اجمالی می‌توان گفت که این تکنیک ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد است و رایج‌ترین کاربرد آن فراهم کردن یک چارچوب منطقی برای هدایت نظام‌مند بحث‌های سیستم، راهبردهای مختلف و در نهایت انتخاب راهبرد است (McDonald, M. H. B., 1993:13). این امور از طریق بازشناسی و طبقه‌بندی قوت‌ها و ضعف‌های درونی سیستم، بازشناسی و طبقه‌بندی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط خارج سیستم و سرانجام تکمیل ماتریس سوات و تدوین راهبردهای گوناگون برای هدایت سیستم در آینده صورت می‌گیرد (گلکار، 1384). برنامه‌ریزی استراتژیک<sup>1</sup> در توسعه گردشگری با توجه به شرایط عدم ثبات موجود در این بخش و ماهیت این‌گونه برنامه‌ریزی می‌تواند کاربرد داشته باشد (بهزادفر و زمانیان، 1387: 90). برنامه‌ریزی استراتژیک را می‌توان گونه‌ای از برنامه‌ریزی و در واقع شیوه‌ای نظام‌یافته جهت اخذ تصمیمات و اجرای فعالیت‌ها در خصوص شکل‌دهی و رهکرد یک سیستم، کارکرد و علل آن دانست (حکمت‌نیا و موسوی، 1385: 282) که فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف را ارزیابی می‌کند (نخعی کمال‌آبادی و امیرآبادی، 1389: 22). نقاط قوت و ضعف به آن دسته از عواملی گفته می‌شود که جنبه درونی و ذاتی دارد. فرصت‌ها و تهدیدها، جنبه خارجی داشته که عوامل دیگری، به غیر از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های منطقه وارد تحلیل می‌شوند (Hussey, 1991:16-18). از عوامل درونی و بیرونی می‌توان برای ارزیابی بهتر، وزن‌دهی و رتبه‌بندی استفاده کرد (ابوالحسنی و همکاران، 1391: 151).

### بحث و یافته‌ها

اولین قدم در تحلیل برنامه‌ریزی استراتژیک گردشگری در خانه‌های تاریخی، شناسایی ابعاد و عوامل تأثیرگذار بر توسعه این نواحی است (پیرز و رابینسون، 1383: 155). برای ساخت ماتریس نقاط قوت، ضعف و نقاط فرصت و تهدید به شرح زیر اقدام می‌گردد: 1- شناسایی اصلی‌ترین نقاط قوت، ضعف و ایجاد ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) 2- شناسایی اصلی‌ترین فرصت‌ها و تهدیدها و ایجاد ماتریس

1-Strategic Planning

## فصلنامه میراث و گردشگری

ارزیابی عوامل خارجی (EFE) 3- تدوین راهبردها و تشکیل ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط ضعف و نقاط قوت (TOWS) 4- ترسیم ماتریس داخلی-خارجی (IE) (رضایی و همکاران، 10:1391).

جدول شماره (1) ماتریس SWOT عوامل اصلی تأثیرگذار بر گردشگری خانه‌های تاریخی

داخلي	بيروني
<p><b>قوتها (S)</b></p> <p>S1= متراز</p> <p>S2= معماری درون گرا</p> <p>S3= بهره از فن قرینه سازی</p> <p>S4= بهره گیری از تزئینات گچبری و آینه کاری</p> <p>S5= استفاده از نقاشی های دیواری یا طرح و رنگ متفاوت</p> <p>S6= وجود ابنیه تاریخی دیگر در مجاورت خانه شهشهان</p> <p>S7= واقع بودن در بافت قدیمی شهر</p> <p>S8= نزدیکی به بازار سنتی</p>	<p><b>فرصت ها (O)</b></p> <p>O1= افزایش شهرت منطقه</p> <p>O2= ایجاد یک تجربه جدید ارزشمند برای گردشگر</p> <p>O3= توانایی جذب انواع گردشگر با سلايق متنوع</p> <p>O4= افزایش فرصت شغلی</p> <p>O5= افزایش درآمد ساکنین خانه تاریخی شهشهان</p> <p>O6= ارتقاء کیفیت زندگی ساکنان منطقه</p> <p>O7= بهبود ارزش اقتصادی بنا</p> <p>O8= ورود سرمایه</p> <p>O9= افزایش در آمد سازمان های دولتی</p> <p>O10= بستر سازی جهت جذب سرمایه گذار</p> <p>O11= ارتقاء زیر ساخت های موجود در منطقه</p> <p>O12= پاکیزگی، آسایش، استراحت، تفریح</p> <p>O13= بهبود امکان دسترسی به بنا</p>
<p><b>ضعف ها (W)</b></p> <p>W1= عدم استفاده مطلوب از فضا</p> <p>W2= کاربری نامناسب</p> <p>W3= کم رنگ شدن عرصه زندگی خصوصی ساکنان</p> <p>W4= تعداد بازدید کنندگان</p> <p>W5= وجود اطلاعات ناکافی</p> <p>W6= عدم وجود تبلیغات موثر</p> <p>W7= تخریب بافت</p> <p>W8= تشدید فرسایش ناخواسته توسط ساکنین</p> <p>W9= داشتن مالکیت شخصی</p> <p>W10= عدم توجه به وسایل و آثار باقی مانده</p>	<p><b>تهدیدها (T)</b></p> <p>T1= مخالفت ساکنان بومی با افزایش رفت و آمد ها به خانه تاریخی</p> <p>T2= افزایش رفت و آمد و ترافیک</p> <p>T3= تغییر الگو کاربری زمین و مسکن</p> <p>T4= مدیریت مشخص خانه تاریخی</p> <p>T5= محدودیت دسترسی</p> <p>T6= توجه برنامه ریزان</p> <p>T7= موانع قانونی میراث فرهنگی</p> <p>T8= عدم وجود بودجه کافی جهت حفاظت</p> <p>T9= تغییر در بنا متناسب با کاربری جدید</p>

با توجه به نتایج جدول شماره (1) در خانه تاریخی شهشهان تعداد 8 قوت داخلی در مقابل 10 ضعف داخلی و تعداد 13 فرصت خارجی و در برابر 9 تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است.

به طور کلی 21 نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت و 19 ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی خانه تاریخی در جهت توسعه گردشگری آن شناسایی شده است. در جمع‌بندی می‌توان به این نتیجه دست یافت که این خانه تاریخی از مزیت‌های مناسبی جهت گسترش گردشگری برخوردار است. جهت کمی، منطقی و اصولی‌تر شدن نتیجه، هریک از مؤلفه‌های «سوات»<sup>1</sup> در جدول شماره (1)، از نظرات 40 نفر از کارشناسان مسائل برنامه‌ریزی گردشگری در قالب طیفی از یک تا نه استفاده شده است. اولویت‌بندی صورت گرفته در خصوص هر کدام از عوامل در جدول شماره (2) ارائه شده است این جدول بیان‌گر مجموع وزن‌های داده‌شده، میانگین رتبه‌ای و وزن نسبی در هریک از مؤلفه‌های مورد بررسی از دیدگاه کارشناسان است.

#### ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

در این مرحله ابتدا اصلی‌ترین و مهم‌ترین نقاط قوت و ضعف خانه تاریخی شهشهان توسط پرسشنامه و مصاحبه از کارشناسان و متخصصین در زمینه بافت تاریخی اخذ و فهرست شده است. برای تشخیص میزان تأثیرگذاری هریک از عوامل، با توجه به نظر کارشناسان به هریک از معیارها ارزش و ضریب خاصی اختصاص یافت. پس از انجام محاسبات نتایج به صورت یافته‌های جدول شماره (2) حاصل شد. با توجه به نتایج تحقیقات انجام‌شده از میان نقاط قوت بیان‌شده در پرسشنامه نزدیکی به بازار سنتی با وزن نسبی 0/246127 و واقع‌بودن در بافت قدیمی شهر با وزن نسبی 0/240964 مهم‌ترین نقاط قوت این خانه تاریخی محسوب می‌شود. عدم استفاده مطلوب از فضا با وزن نسبی 0/29998 و داشتن مالکیت شخصی بنا با وزن نسبی 0,266781 از مهم‌ترین نقاط ضعف این بنا محسوب می‌شود.

جدول شماره (2) ماتریس اولویت‌سنجی مؤلفه‌ها SWOT از دید کارشناسان

رتبه	میانگین		مجموع وزن‌ها	تحلیل SWOT
	وزن نسبی	وزن‌ها		
رتبه	وزن نسبی	میانگین	وزن	قوتها
7	0,110978	وزن 1,85	13	S1= متراژ
6	0,102579	1,71	12	S2= معماری درون گرا
5	0,102579	1,71	12	S3= بهره از فن قرینه سازی
8	0,085183	1,71	10	S4= بهره گیری از تزیینات گچبری و آینه کاری
4	0,110978	1,85	13	S5= استفاده از نقاشی های دیواری با طرح و رنگ متفاوت
3	0,119976	2	14	S6= وجود ابنیه تاریخی دیگر در مجاورت

1- Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT)

## فصلنامه میراث و گردشگری

2	0,240964	1,82	13	S7= واقع بودن در بافت قدیمی شهر
1	0,246127	2,57	18	S8= نزدیکی به بافت سنتی
<b>ضعف ها (W)</b>				
1	0,29988	2,71	19	W1= عدم استفاده مطلوب از فضا
4	0,046333	3,42	24	W2= کاربری نامناسب
5	0,046333	2,85	20	W3= کم رنگ شدن عرصه زندگی خصوصی ساکنین
10	0,029988	2,71	19	W4= تعداد کم بازدید کنندگان
6	0,046333	3,14	22	W5= عدم وجود اطلاعات کافی
7	0,046333	0,143	22	W6= عدم داشتن تبلیغات موثر
8	0,044267	3	21	W7= تخریب بافت
9	0,044267	3	21	W8= تشدید فرسایش ناخواسته توسط ساکنین
2	0,266781	3,57	23	W9= داشتن مالکیت شخصی
3	0,157465	3,28	23	W10= عدم توجه به وسایل و آثار باقی مانده
<b>فرصت ها (O)</b>				
1	0,046333	2,14	22	O1= افزایش شهرت منطقه
4	0,037933	2,57	18	O2= ایجاد یک تجربه جدید ارزشمند برای گردشگر
5	0,037933	2,57	18	O3= توانایی جذب انواع گردشگر باسلايق متنوع
12	0,027298	1,85	13	O4= افزایش فرصت شغلی
10	0,029988	2,71	19	O5= افزایش درآمد ساکنین
9	0,031577	2,14	15	O6= ارتقا کیفیت زندگی ساکنین منطقه
13	0,023167	1,57	11	O7= بهبود ارزش اقتصادی بنا
6	0,037922	2,57	18	O8= ورود سرمایه
2	0,046333	2,14	22	O9= افزایش در آمد سازمان های دولتی
11	0,029512	2	14	O10= بسترسازی جهت جذب سرمایه گذار
3	0,042054	2,85	20	O11= ارتقا زیر ساخت های موجود در منطقه
7	0,035709	2,42	17	O12= پاکیزگی و آراستگی بافت
8	0,035709	2,71	19	O13= امکان دسترسی به بنا
<b>تهدیدها (T)</b>				
6	0,048399	3,28	19	T1= مخالفت ساکنان بومی با افزایش رفت و آمد ها به خانه تاریخی
7	0,044267	3	23	T2= افزایش رفت و آمد و ترافیک
3	178108	3,71	21	T3= تغییر الگو کاربری زمین و مسکن
			26	T4= مدیریت مشخص خانه تاریخی
2	0,178108	3,71	23	T5= محدودیت دسترسی
1	0,178108	3,71	26	T6= توجه برنامه ریزان
8	0,035709	2,24	19	T7= موانع قانونی حمایتی میراث فرهنگی
4	0,157465	3,28	23	T8= عدم وجود بودجه کافی جهت حفاظت
5	0,157465	3,28	23	T9= تغییر مناسب با کاربری جدید

### ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

در این مرحله مهم‌ترین فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی مدیریت در خانه تاریخی فهرست شده و برای تشخیص میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل با توجه به نظر کارشناسان، هر یک از گویه‌های تعریف شده ارزش گذاری شد. جداول شماره 3 و 4 یافته‌ها را نمایش می‌دهد. با توجه به نتایج، توجه برنامه‌ریزان و محدودیت دسترسی با وزن نسبی برابر 0/178108 از جمله اساسی‌ترین تهدیداتی است که بنا با آن‌ها روبه‌رو است. افزایش شهرت منطقه و افزایش درآمد سازمان‌های دولتی با وزن نسبی 0/46333 با اهمیت‌ترین فرصت‌های پیش روی این بنا است.

### تدوین استراتژی و ارائه راهبردهای توسعه گردشگری در خانه تاریخی شهشهان

تدوین استراتژی را می‌توان طراحی ماموریت و سیاست‌های مجموعه دانست (ابراهیم‌زاده و آقاسی-زاده، 1388). ماتریس سوات امکان تدوین چهار انتخاب یا راهبرد متفاوت را از طریق ترکیب ماتریس عوامل داخلی و ماتریس عوامل خارجی فراهم می‌آورد. البته در عمل، برخی از راهبردها با یکدیگر هم پوشانی داشته و یا به طور همزمان و هماهنگ با یکدیگر به اجرا در می‌آیند. استراتژی SO: استراتژی‌هایی رقابتی - تهاجمی هستند که بر اساس بررسی راه‌هایی که یک مجموعه می‌تواند از نقاط قوت خود و به منظور سود بردن از فرصت‌ها بییماید، طراحی و ساخته می‌شوند.

استراتژی ST: که از آن به عنوان راهبردهای تنوع‌بخشی نیز یاد می‌گردد، نقاط قوت را به عنوان روشی برای پرهیز از تهدیدها مورد توجه قرار می‌دهند.

استراتژی WO: یا بازنگری به بهره‌گیری از فرصت‌ها از طریق غلبه نقاط ضعف مجموعه تأکید می‌کنند.

استراتژی WT: اساساً ماهیت دفاعی دارند و بر حداقل کردن نقاط ضعف و پرهیز از تهدیدها تأکید می‌کنند (نوحه گر و حسین‌زاده، 1388، 165).

در این مرحله به حسب نمرات نهایی حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی خانه تاریخی شهشهان وضع گردیده است تا با بررسی هر یک از بخش‌های موجود به تدوین استراتژی مناسب اقدام شود.

فصلنامه میراث و گردشگری

جدول شماره 3- ماتریس کمی راهبردها و استراتژی‌ها جهت توسعه گردشگری در خانه‌های تاریخی

SO مؤلفه‌های استراتژی (قابلیت‌های تهاجمی)								
So1= ایجاد یک تجربه ارزشمند برای گردشگر به دلیل داشتن معماری زیبا	So2= جذب انواع گردشگر به دلیل داشتن معماری خاص	So3= ایجاد فرصت‌ها شغلی جدید به دلیل نزدیکی به بازار	So4= جذب سرمایه به دلیل نزدیکی به بازار	So5= ارتقاء زیر ساخت‌ها در بافت تاریخی شهر	So6= افزایش درآمد ساکنین متناسب با معماری منحصر به فرد	So7= افزایش شهرت بنا به دلیل داشتن آیین کاری و گنج‌بری		
0,0702505	0,702505	0,1367125	0,142024	0,141509	0,0713835	0,065758		
So8= افزایش شهرت بنا به دلیل داشتن نقاشی‌های دیواری	So9= دسترسی راحت به بنا به دلیل واقع شدن در بافت تاریخی شهر	So10= آراستگی و پاکیزگی بافت تاریخی شهر	So11= ارزش اقتصادی بنا در بافت تاریخی شهر	So12= ارتقاء بیشتر زیر ساخت‌ها به خاطر همجواری آیینی	So13= دسترسی راحت به بنا و نزدیکی به بازار سنتی	So14= سرمایه به دلیل معماری ویژه آن	So15= افزایش درآمد سازمان‌های دولتی مرتبط	
0,0786555	0,1383365	0,1383365	0,133065	0,081015	0,140918	0,078949	0,074456	
ST (مؤلفه‌های استراتژی تنوع)								
ST1= آشنایی بیشتر مردم با معماری ویژه بنا	ST2= جلب توجه میراث فرهنگی به آیین موجود در منطقه	ST3= کاهش حجم ترافیک بین آیینی موجود در منطقه	ST4= آشنایی بیشتر مردم با آیینی موجود در منطقه	ST5= کاهش محدودیت دسترسی به سایر آیینی موجود	ST6= کاهش هزینه‌های حفاظت و نگهداری آیینی منطقه			
0,0712835	0,1373735	0,0806875	0,1404775	0,841875	0,1992145			
WO (مؤلفه‌های استراتژی بازنگری)								
Wo1= افزایش اطلاعات درباره بنا با افزایش شهرت آن	Wo2= کاربری مناسب در جهت بهبود کیفیت زندگی ساکنان	Wo3= استفاده مطلوب از فضا موجب ارتقاء سطح کیفیت زندگی ساکنان	Wo4= کاهش تخریب با جذب سرمایه بیشتر	Wo5= افزایش تبلیغات با ورود سرمایه				
0,02548315	0,1235835	0,097072	0,0410945	0,023955				
Wo6= جذب بیشتر و افزایش تعداد بازدیدکنندگان	Wo7= افزایش تبلیغات در پی افزایش شهرت بنا	Wo8= بهبود زیرساخت‌ها موجب کاهش تخریب	Wo9= افزایش بازدیدکنندگان یا افزایش پاکیزگی و زیبایی بنا	Wo10= افزایش درآمد موجب حفظ آثار باقی مانده				
0,03396	0,46333	0,431605	0,0328485	0,0987265				
WT (مؤلفه‌های استراتژی تدافعی)								
WT1= استفاده مطلوب یا افزایش بودجه حفاظت	WT2= افزایش بازدید یا تغییر کاربردی مناسب بنا	WT3= کاهش فرسایش از طریق جلب توجه برنامه ریزان	WT4= حفظ میراث باقی مانده با حمایت میراث فرهنگی	WT5= افزایش اطلاعات و آشنایی بیشتر مردم	WT6= افزایش تعداد بازدیدکنندگان از طریق افزایش توجه برنامه ریزان	WT7= افزایش اطلاعات موجود با حمایت میراث فرهنگی	WT8= تخریب با حمایت میراث فرهنگی	WT9= کاهش کاربری نامناسب با توجه میراث فرهنگی
0,160016	0,0328485	0,1111875	0,157465	0,0431605	0,13898	0,101897	0,10086	0,179512

SWOT



## نتیجه‌گیری

در این پژوهش به منظور ارائه راهبرد و راهکارهایی مناسب جهت مدیریت و توسعه گردشگری خانه تاریخی شهستان اصفهان، نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش رو، به وسیله روش SWOT مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت و استراتژی‌هایی جهت بهبود شرایط بنای تاریخی شهستان تدوین گردید. نتایج حاصل از تشکیل ماتریس ارزیابی و تبیین استراتژی حاکی از آن است که در استراتژی SO بهترین راه برای معرفی بهتر بنا افزایش آگاهی از این خانه به دلیل داشتن آینه‌کاری و گچبری‌های منحصر به فرد است و بعد از آن برنامه‌ریزی جذب انواع گردشگران به دلیل داشتن معماری خاص این خانه است. در استراتژی WO افزایش اطلاعات و تبلیغات با ورود سرمایه مهم‌ترین استراتژی ممکن است. در راهبردهای ST، به نظر می‌رسد مطلوب‌ترین راهکار آشنایی مردم با معماری ویژه و کاهش حجم ترافیک بین ابنیه موجود در آن منطقه است. در نهایت استراتژی WT افزایش بازدید بنا با تغییر کاربری مناسب بنا را پیشنهاد می‌دهد و بر افزایش اطلاعات و آگاهی مردم تأکید دارد. در یک رویکرد سیستمی با ترکیب راهبردهای یاد شده از طریق افزایش تبلیغات و معرفی خانه تاریخی شهستان به انواع مختلف گردشگران زمینه جذب آنان فراهم می‌آید. بالتبع با فعلیت یافتن توان بالقوه جذب گردشگر بستر مناسب سرمایه‌گذاری ایجاد می‌گردد. نهایتاً تغییر کاربری بنای یاد شده از مسکونی به فعالیتهای متناسب با گردشگری به رونق خانه‌های تاریخی و باززنده‌سازی بافت‌های کمک شایانی خواهد کرد.

با توجه به نتایج ارائه شده می‌توان نتیجه گرفت مهم‌ترین و موثرترین استراتژی برای توجه و بهبود شرایط این بنا افزایش اطلاعات، تبلیغات و آگاهی مردم درباره این بنا است به طوری که در تمامی نتایج و تحلیل‌های صورت گرفته در پژوهش بر آن تأکید شده است. بدین طریق زمینه آشنایی و کسب آگاهی مردم با این بنا فراهم آمده و تمایل بیشتری نسبت به بازدید از آن خواهند داشت. لذا خانه تاریخی شهستان و خانه‌های تاریخی دیگر در سطح شهر اصفهان نیاز به توجه بیشتر و متعاقب آن نیاز به سرمایه‌گذاری بیشتری دارد، تا علاوه بر رسیدگی به خود بنا و حفظ این اثر شگفت در جهت افزایش آگاهی شهروندان و گردشگران از آن اقدامات لازم صورت پذیرد. حفاظت و بازسازی خانه‌های تاریخی زمینه‌ساز حضور فعال و پویای بناهای تاریخی در عرضه گردشگری خواهد بود و به باززنده‌سازی بافت‌های تاریخی و فرسوده شهری کمک شایانی خواهد کرد.

## منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی، آقاسی زاده، عبدالله، (1388)، «تحلیل عوامل موثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT»، مطالعات و پژوهش های شهری منطقه ای، شماره 1، صص 107-128.
- آروین، عباسعلی، نیازی، محسن، (1385)، «خانه های تاریخی کاشان ویژگی های اقلیم شناختی معماری بومی شهر کاشان»، فصل نامه کاشان شناخت، شماره 3، صص 83.
- امیرحاجلو، سعید، نیستانی، جواد، موسوی، سید مهدی، خطیب شهیدی، حمید، (1391)، «تأملی در علل توسعه و تخریب اقامتگاههای شاهی میانراهی دوران صفوی با نگاهی بر دولت آباد، علی آباد ریگ و دمبی در شمال اصفهان»، دوفصلنامه علمی پژوهشی مرمت، آثار و بافتهای تاریخی، فرهنگی، سال دوم، شماره سوم، صص 1-14.
- اطلاعات مندرج در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان اصفهان (1394).
- ابوالحسنی، فرحناز، کیانی سلمی، صدیقه، دارابی، مژگان، (1391)، «تدوین استراتژی توسعه گردشگری در مناطق کویری و بیابانی (مطالعه موردی: شهرستان خور و بیابانک)»، مجله علمی پژوهشی آمایش سرزمین، دوره چهارم، شماره دوم، صص 141-161.
- بهزادفر، مصطفی، زمانیان، روزبه، (1387)، «برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تأکید بر بخش محصول (نمونه موردی: شهرستان نیشابور)»، نشریه بین المللی علوم مهندسی دانشگاه علم و صنعت ایران، ویژه نامه مهندسی معماری و شهرسازی جلد 19، شماره 65، صص 89-103.
- بیٹی، حامد، (1389)، «نقش حیات در سازماندهی خانه های تاریخی: مطالعه موردی خانه های دوره قاجار تبریز»، کتاب ماه هنر، شماره 149، صص 58-64.
- بیدرام، رسول، محمدی، محمود، ناصری اصفهانی، هاجر، (1393)، «ارزش گذاری اقتصادی خانه های تاریخی محله جلفای اصفهان بر اساس مفهوم تمایل بر پرداخت با رویکرد منفعت اجتماعی»، مرمت و معماری ایران (مرمت آثار و بافت های تاریخی فرهنگ، دوره 4، شماره 7، صص 1-15).
- پدram، بهنام، حریری، آزاده، (1395)، «خانه های تاریخی با نقشی فراتر از مسکن در بافت تاریخی اصفهان»، فصلنامه پژوهش های معماری اسلامی، شماره یازدهم، سال چهارم، صص 74-91.
- تراسبی، دیوید، (1389)، هفت پرسش درباره اقتصاد میراث فرهنگی، مجموعه جنبه های اقتصادی میراث فرهنگی، ترجمه علی اعظم محمد بیگی، ویرایش مایکل هاتر وایلد ریزو، تهران: امیر کبیر.
- پیرز، جان، ایو ریچارد بی. رابینسون، (1383)، مدیریت راهبردی (برنامه ریزی، اجرا و کنترل)، تهران: سمت.
- حکمت نیا، حسن نیا، موسوی، میرنجف، (1385)، کاربرد تکنیک و مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه ریزی شهری و ناحیه ای، تهران: علم نوین، چاپ اول.
- جوادی، شهره، (1385)، «بررسی جایگاه هنر دوره ی صفوی»، باغ نظر، شماره 5، صص 6-18.

- خادم‌الحسین، احمد، قائد رحمتی، صفرعلی، بنائیان، زهرا، (1391)، «امکان سنجی مدارس شهر اصفهان به عنوان اقامتگاه موقت گردشگران نوروزی»، چشم انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)، سال هفتم، شماره 21، صص 101-111.
- خداپنده‌لو، مهسا، حکمت نیا، حسن، (1396)، «راهکارهای احیای بناهای تاریخی، فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی»، سال سوم، شماره هیجدهم.
- داراب، دیبا، ریوالت، فیلیپ، سانتلی، سرژ، (1391)، خانه‌های اصفهان، مترجم مریم قاسمی سیچانی، نشر دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان، اصفهان.
- رضایی، محمدرضا، حسینی، سید مصطفی، حکیمی، هادی، (1391)، «برنامه ریزی راهبردی مدیریت بحران در بافت تاریخی شهر یزد با استفاده از مدل SWOT»، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت بحران، شماره 1، صص 35-44.
- رنجبران، بهرام، محمد، زاهدی، (1384)، شناخت گردشگری، اصفهان، نشر چهارباغ، چاپ سوم.
- رنجبران، بهرام، زاهدی محمد، (1386)، خدمات صنعت گردشگری، اصفهان، نشر چهارباغ، چاپ اول.
- زرآبادی پور، پریرسا، (1393)، بررسی تطبیقی فضای ارتباطی در خانه‌های تاریخی قزوین، همایش ملی نظریه‌های نوین در معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین.
- شایسته، محمدرضا، قاسمی، منصور، (1383)، اصفهان بهشتی کوچک اما زمینی، اصفهان: نقش خورشید.
- شیره پز آرائی، علی اصغر، نمکی، مقداد، (1389)، «موقعیت یابی اماکن تاریخی برای ایجاد ارزش و مزیت رقابتی راهبردهای ارزش آفرینی اماکن تاریخی آران و بیدگل»، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی شناخت و معرفی مزیت‌ها و ظرفیت‌های احیاء و بهره‌برداری از اماکن تاریخی و فرهنگی، تهران: نشر سمیرا.
- طاهری دمنه، محسن، فرمانی، سکینه، مستوفی الممالکی، رضا، (1389)، «بررسی چالش‌های موجود در صنعت گردشگری شهر شیراز در ارتباط با محدودیت مراکز اقامتی»، مطالعات و پژوهش‌های علمی و منطقه‌ای، دوره 2، شماره 8، صص 102-117.
- عادل، سمیرا، (1391)، «بررسی نگرش جامعه‌ی میزبان نسبت به گردشگری و پیامدهای آن در یک بافت زنده‌ی تاریخی، پژوهش موردی: بافت تاریخی فهادان یزد»، نشریه‌ی هنرهای زیبا-معماری و شهرسازی، دوره 17، شماره 4، صص 81-94.
- علی‌آبادی، محمد، جمالیان، سمیه، (1391)، «بازشناسی الگوهای آینه‌کاری در بناهای قاجاری شیراز»، فصلنامه نگره، دوره 7، شماره 23، صص 17-29.
- قاسمی سیچانی، مریم، معماریان، غلام حسین، (1389)، «گونه‌شناسی خانه‌ی دوره‌ی قاجار در اصفهان»، نشریه هویت شهر، سال پنجم، شماره 7، صص 87-94.

## فصلنامه میراث و گردشگری

- فتحی، محمدحسین، شرفی، زهرا، خلیجی، محمدعلی، (1392)، «ارزیابی توانمندی گردشگری ابنیه تاریخی شهر تبریز»، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی شهری چشم انداز زاگرس، سال پنجم، شماره 18، صص 107-123.
- کردوانی، پرویز، مورد غفاری، ونوس، (1390)، «توریسم و رویکرد نوسازی در طراحی بافت های تاریخی شهری (مطالعه ی موردی: شهر اصفهان)»، فصلنامه ی جغرافیایی سرزمین، سال هشتم، شماره 30، صص 19-31.
- کیانی سلمی، صدیقه، زورمند، پریناز، عباسیان، آسیه، (1394)، «تحلیل پتانسیل ها و راهبردهای توسعه ی توریسم در خانه های تاریخی (نمونه ی موردی: خانه تاریخی عباسیان کاشان)»، همایش ملی بافت های فرسوده و تاریخی شهری؛ چالش ها و راهکارها، دانشگاه کاشان.
- کیانی سلمی، صدیقه، زورمند، پریناز، (1394)، «تحلیل عوامل موثر بر توسعه ی گردشگری در خانه های تاریخی (نمونه ی موردی: خانه سرتیپ سدهی شهرستان خمینی شهر)»، همایش ملی بافت های فرسوده و تاریخی شهری؛ چالش ها و راهکارها، دانشگاه کاشان.
- گلکار، کورش، (1384)، «مناسب سازی تکنیک تحلیلی swot برای کاربرد در طراحی شهری»، مجله صفا، شماره 41، صص 44-65.
- ملازاده، کاظم، (1386)، خانه های تاریخی، انتشارات تهران.
- مهجور، فیروز، خالدیان، ستار، (1392)، «یافت تاریخی تهران، تبدیل تهدیدها به فرصت ها»، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ی 46، شماره ی 1، صص 103-124.
- محمدی، محمود، بیدرام، رسول، ناصری اصفهانی، (1393)، «ارزیابی اثربخشی مشوق های محرک حفاظت از خانه های با ارزش تاریخی (مطالعه موردی: بناهای تاریخی شهر اصفهان)»، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ششم، صص 1-18.
- محمد مرادی، اصغر و امیرکبیریان، آتوسا، (1381)، معرفی تعدادی از ابنیه سنتی معماری ایران و تحلیلی بر ویژگی های فضایی آنها، تهران، مؤسسه تعاون سازمان میراث فرهنگی کشور.
- نوایخش، مهرداد، شیرازی، محمد، آقا محمدی، قربانعلی، (1389)، «نگرشی جامعه شناسانه بر معماری خانه های تاریخی کاشان»، هویت شهر، شماره بیستم، سال هشتم، صص 42-69.
- نوحه گر، احمد، حسین زاده، محمد مهدی، پیراسته، اسما، (1388)، «ارزیابی قابلیت های طبیعت گردی جزیره قشم با بهره گیری از مدل استراتژی SWOT»، فصل نامه جغرافیا و توسعه، شماره 15، صص 151-172.
- نجفی کمال آبادی، عیسی، ممیرآبادی، محمد، محمدی پور، هیرش، (1389)، «انتخاب استراتژی بهینه بر اساس تحلیل swot و روش فرآیند تحلیل شبکه ای (ANP) مطالعه موردی شرکت پتروشیمی اراک»، فصلنامه مدیریت صنعتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، سال پنجم، شماره 11، صص 21-34.

- وارثی، حمیدرضا(1387) جلوه های هنر و جاذبه های گردشگری با تأکید بر ساختار شهر اصفهان، دانشگاه اصفهان.

- Carter R. & Reilly. PO,(1993), A rapid appraisal methodology for environmental auditing. Journal of Tourism Studies,
- McDonald, M. H. B. Marketing plans. Oxford: Butterworth-Heinemann.578 pages.
- Chen, C. F. & Chen, F. S,(2010), Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists, Tourism Management, 29-35
- Elliott, Jams,(1997), Tourism: Politics and Public sector management, London: Routledge
- Garrod B(2003)Local participation in the planning and management of ecotourism: a revised model approach. Journal of Ecotourism;2(1)(1):33-53.
- Gulnara ismagilova& lenar safiullin & Ilshat cafuror,(2015), using historical heritage as a factor in tourism development.sodial and behavioral science .volume 188.
- Horn-Haacke.L,(2001), Usig SOWT for project Team Planig Sessions,.PN.3.
- Hussey, D,(1991), Strategy and Planning, John Wiley & Sons, New York
- Karimipoor A, Ismail M, Yarali N,(2009), Ecotourism and its role in development, Proceedings of the Eighth Congress of the Regional Conference on Vision of the Islamic Republic of Iran in 1404, Shahrekord: Islamic Azad University; 6.
- Mark,a, bonn.sacha ,m.joseph. Mathews.mo dai. Steve heyas,(2014), Heritage /cultural attraction,creating the right environment for thr heritage/cultural visitor.journal citation report.sport and tourism 4 out 43.
- Neale,c.jonnsion,(2010), Where geography and history meet:heritage tuoeism and the big house in irland.annals of the association of American geography.volume 86.issue 3.
- Rypkema, D,(2008), Heritage conservation and the local economy. Global Urban Development Maganize, 4(1), 1-8.