

کارکرد گردشگری مذهبی در توسعه‌ی اجتماعی نواحی روستایی استان خراسان جنوبی

محمود مرادی^۱

استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، ایران

جواد یوسفی

مربی مدیریت جهانگردی، دانشگاه پیام نور، ایران

سیده سمیه خاتمی

مدرس جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۵/۱۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۳/۰۷

چکیده

بسیاری از نواحی روستایی ایران به دلیل ناکارآمدی راهبردهای گذشته در زمینه توسعه، با مسائل و چالش‌های متعددی مواجه گردیده‌اند. از این رو در سال‌های اخیر نظریه پردازان و سیاستگذاران توسعه به بازنگری برنامه‌ها پرداخته و برخی از آنان، گردشگری را به عنوان راهبرد مطلوب توسعه روستایی مطرح نموده‌اند. لذا نقش گردشگری به طور عام و گردشگری مذهبی به عنوان یکی از اشکال گردشگری در نواحی روستایی به طور خاص، می‌تواند ضمن شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های پیش رو و برنامه‌ریزی اصولی، مورد ارزیابی قرار گیرد. خراسان جنوبی با دارا بودن مراکز متعدد مذهبی، دارای ظرفیت خوبی در این زمینه می‌باشد. به طوریکه می‌توان با سیاستگذاری درست، شاهد توسعه و رونق گردشگری مذهبی - زیارتی در این منطقه بود. هدف اصلی این پژوهش بررسی زمینه‌ها و راهکارهای برخورداری از منافع حاصل از گردشگری مذهبی و افزایش اثرات مثبت آن در راستای توسعه اجتماعی (اشتغالزایی، کاهش روند مهاجرت به شهرها و همچنین بهبود وضعیت امکانات خدماتی - رفاهی) در روستاها می‌باشد. روش پژوهش حاضر توصیفی - تحلیلی و رویکرد آن پیمایشی است که به شیوه کتابخانه‌ای - اسنادی و نیز میدانی به گردآوری اطلاعات از ۳۶۰ نفر از ساکنان روستاهای هدف گردشگری مذهبی به عنوان نمونه پرداخته‌است. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل آماری ضریب همبستگی پیرسون، استفاده گردیده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که هر چند ارتباط محکمی بین توسعه روستایی و رونق گردشگری وجود دارد؛ اما با قطعیت نمی‌توان گفت که چنین ارتباطی بین سه متغیر اشتغالزایی، کاهش مهاجرت و افزایش امکانات خدماتی - رفاهی با رونق گردشگری در روستاهای هدف این مطالعه، وجود دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، گردشگری مذهبی - زیارتی، توسعه روستایی، خراسان جنوبی.

۱. مقدمه

امروزه سیر و سفر تغییرات بزرگی را از جهات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در بین انسان‌ها به وجود آورده و اثرات فضایی - کالبدی شگرفی را نیز در مناطق بر جای گذاشته است. در این سیر و سفرها گروهی با هدف تفنن و تفریح و تعدادی از مشتاقان نیز برای دیدن مناظر زیبا، چشم‌اندازهای فرح بخش، جاذبه‌های تاریخی و مذهبی، میراث‌های فرهنگی، انگیزه‌های درمانی و... راهی سفر می‌گردند. از آن جایی که گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد و تجارت جهانی است، بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. در این راستا گردشگری روستایی به عنوان جزئی از صنعت گردشگری قادر است با شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های محیط روستایی و برنامه‌ریزی مناسب، نقش مؤثری در توسعه این مناطق و در نتیجه توسعه ملی و تنوع بخشی به اقتصاد ملی ایفا نماید (افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵: ۲۷).

تحقیق حاضر ضمن بررسی گردشگری مذهبی، در پاسخ به این سوال اصلی مطرح شده است که گردشگری مذهبی - زیارتی چه نقشی در توسعه اجتماعی روستاهای هدف دارد؟ و چگونه می‌توان در این روستاها زمینه معیشت پایدار روستایی را فراهم نمود؟ بدین منظور اهداف زیر از این پژوهش مدنظر می‌باشد:

- ۱- بررسی تاثیر گردشگری در ایجاد زمینه اشتغالزایی در نواحی روستایی،
- ۲- بررسی نقش گردشگری در زمینه کاهش مهاجرت روستائیان به شهرها،
- ۳- بررسی نقش گردشگری مذهبی در بهبود وضعیت امکانات خدماتی و رفاهی روستائیان.

۲. مبانی نظری - مفهومی پژوهش

امروزه از گردشگری به عنوان موتور محرکه‌ی اقتصاد یاد می‌شود که بخش‌های دیگر اقتصاد جوامع شهری و روستایی را به حرکت درمی‌آورد. پویایی اقتصادی نیز خود ارتقای سطح زندگی و رفاه مردم جامعه میزبان را به دنبال خواهد داشت. بنابراین برای رسیدن به این مهم درک واکنش ساکنان و مردم جامعه میزبان برای توسعه گردشگری الزامی می‌نماید (گورسوی و یوسال، ۲۰۰۱: ۸۵).

علاوه بر این توسعه گردشگری در نواحی روستایی و جوامع محلی به دلیل جهانی شدن، اهمیت روز افزونی یافته است. چرا که جهانی شدن، فرهنگ‌های سنتی، آداب و رسوم قدیمی و فولکلور جوامع سنتی را از بین می‌برد و تنها جایی که می‌تواند حافظ این سنت‌ها باشد محیط روستا، جوامع کوچک و محدود است. لذا با شناسایی و معرفی جاذبه‌های گردشگری در نواحی روستایی می‌توان زمینه گسترش گردشگری را ایجاد کرد (غفاری، مرادی و نیکبخت، ۱۳۹۰: ۹۹). البته گردشگری روستایی در صورتی می‌تواند خالق یا محرک یک فرایند توسعه برای حصول به پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در کلیه زیر شاخه‌های اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی و همچنین خود صنعت گردشگری باشد که به نحوی مناسب برنامه‌ریزی و مدیریت شود (شریف زاده و مرادی نژاد، ۱۳۸۱: ۵۳) و ضمناً افراد و گروه‌های ذینفع در فرآیند توسعه مشارکت داده شوند (زاهدی، ۱۳۸۵: ۱۱۲).

همچنین بر اساس دیدگاه‌های نظری مطرح شده پیرامون گردشگری و توسعه روستایی، می‌توان گفت اگر نقاط قوت و ضعف گردشگری شناخته شود، می‌تواند اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی در توسعه روستایی داشته باشد (مرادی و خاتمی، ۱۳۹۱: ۱۴۴).

نواحی روستایی با توجه به شرایط خاص زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن، منبعی برای توسعه گردشگری است. منبعی که می‌تواند گردشگران را به نواحی روستایی جذب و از آنها برای اهداف اقتصادی بهره‌برداری نماید. شکل گرفتن مفهوم گردشگری روستایی به معنای فعالیت‌های اوقات فراغت خارج از محل معمول زندگی در مناطق و جوامع روستایی (ناد، ۲۰۰۱: ۸) نیز حاکی از اهمیت این محل (روستا) و نوع فعالیت (گردشگری) برای توسعه دارد. در این میان وجود میراث فرهنگی (آداب و رسوم، صنایع دستی، غذاهای محلی و...) و جاذبه‌های گردشگری روستاها از مهمترین منابعی هستند که توانمندسازی اقتصادی جوامع محلی را به ارمغان می‌آورند (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۱: ۱۷۶). مطالعات صورت گرفته در این زمینه حاکی از آن است که گردشگری روستایی با مشارکت روستائیان و مدیریت محلی توانسته است فرصت‌های درآمدی و شغلی متنوعی را با توجه به ویژگی‌های مناطق روستایی فراهم سازد (مرادی و خاتمی، ۱۳۹۱: ۱۳۰). از این رو گردشگری هم در کشورهای درحال توسعه و هم در کشورهای توسعه یافته ابزار مهم و معتبری برای پایداری و متنوع سازی اقتصاد روستایی است. وجود سرمایه‌های طبیعی و مصنوعی متنوع در برخی از روستاهای استان خراسان جنوبی فرصتی برای مردم این مناطق است تا از این موهبت الهی برای رفاه زندگی خود استفاده کنند. برای این منظور گراد^۳ و همکاران (۲۰۰۴) ترکیبی از عناصر تشکیل‌دهنده‌ی سرمایه نواحی روستایی را ارائه دادند که بر اساس آن می‌توان فعالیت‌های مقصد گردشگری روستایی را مشخص کرد. اما نکته‌ی مهمی که باید به آن توجه داشت این است که کسب و کارهای گردشگری برای موفقیت باید از تمامی ویژگی‌های مقصد استفاده بهینه را ببرند تا بتوانند برای گردشگران ارزش آفرینی کنند. به عبارت دیگر باید از قابلیت‌های منطقه در طی مراحل مختلف زنجیره ارزش گردشگری استفاده شود. از طرف دیگر چنانچه گردشگری خوب هدایت و برنامه‌ریزی شود می‌تواند سهم بسزایی در ایجاد فرصت‌های شغلی، توزیع ثروت، کاهش فقر، ارتقاء سطح زندگی و معیشت افراد جامعه و همچنین تعاملات مثبت فرهنگی ایفا نماید (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۵). اماکن متبرکه مذهبی همواره در کشور ایران به عنوان قطب جاذبه‌ی گردشگری شناخته می‌شوند، به ویژه اگر ناحیه‌ی جغرافیایی از چشم‌اندازهای طبیعی و زیبا برخوردار باشد می‌تواند جذابیت بیشتری را برای جهانگردان فراهم کرده و زائرانی را از فاصله‌های دور و نزدیک به خود جذب نماید. لذا از این منابع باید به عنوان فرصت‌هایی یاد کرد که نه تنها اثرات مثبت اقتصادی برای کشور به همراه دارند، بلکه می‌توان با معرفی ابنیه‌ی مذهبی و تاریخی زمینه‌ی ارتباط با جهانیان را ایجاد کرد (چمران، ۱۳۸۳: ۲) و به انتقال ارزش‌های اصیل دینی و فرهنگی پرداخت.

^۲ - Knowd

^۳ - Garrod

آنچه بطور کلی جوامع میزبان از توسعه‌ی گردشگری انتظار دارند از یک طرف منافع اقتصادی مانند اشتغالزایی و کسب درآمد بیشتر، منافع اجتماعی مانند کاهش مهاجرت از روستاها به شهرها و از سوی دیگر ایجاد زیرساخت‌ها و توسعه امکانات ارتباطی، بهداشتی و... است.

نقش پر رنگ فرهنگ در گردشگری روستایی باعث شده برخی همانند مک دونالد و جولیفه^۴ (۲۰۰۳: ۳۰۸) عنوان «گردشگری روستایی فرهنگی» را مطرح نمایند که مبین این واقعیت است که منابع فرهنگی، توسعه گردشگری روستایی را به همراه دارد. البته این موضوع به معنای عدم وجود تمایز بین گردشگری فرهنگی و روستایی نیست بلکه بیان می‌دارد ارتباط نزدیکی بین گردشگری روستایی و گردشگری فرهنگی وجود دارد و یکی از محصولات که این قرابت به همراه دارد امامزاده‌ها، زیارتگاه‌ها و اماکن مذهبی است (شریفی تهرانی و یوسفی، ۱۳۹۱: ۲۰).

گردشگری مذهبی

در صورت طبقه‌بندی انواع گردشگری بر مبنای ماهیت فعالیت گردشگران، یکی از گونه‌ها گردشگری فرهنگی خواهد بود (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۱: ۲۲). با توجه به اینکه در گردشگری فرهنگی از منابع مختلف (ملموس و غیرملموس) مرتبط با زمان گذشته و حال استفاده می‌شود تا نیازهای مختلف گردشگران، تأمین شود، بنابراین می‌توان گردشگری مذهبی را به عنوان زیرمجموعه گردشگری فرهنگی قلمداد کرد (شریفی تهرانی و یوسفی، ۱۳۹۱: ۲۴)؛ که البته یکی از قدیمی‌ترین و رایج‌ترین اشکال گردشگری در جهان محسوب می‌شود (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۸: ۷۴). نتایج کاوش‌ها نیز نشان داده است در دوران باستان و قرون وسطی بازدید از مکان‌ها و شهرهای مقدس یکی از مهمترین انگیزه‌های سفر به حساب می‌آمده است (افخمی، ۱۳۸۶: ۴۶). همچنین تیموثی و نیاپان^۵ (۲۰۰۹: ۸) گردشگری مذهبی را به عنوان یکی از متداول‌ترین اشکال گردشگری میراث فرهنگی در کشورهای در حال توسعه معرفی می‌کنند. مذهب به عنوان یک موضوع جهت جابجایی اجتماعی همواره از اهمیت بالایی برخوردار بوده است. سفرهایی که مایه‌ی مذهبی دارند، بر روی طیفی گسترده قرار می‌گیرند که در یک انتهای آن مکان‌های مقدس بخش بزرگی از مردم را به خود جذب می‌کنند و در انتهای دیگر طیف کسانی به این مکان‌ها روی می‌آورند که می‌خواهند شفا یابند (گی، ۱۳۸۲: ۱۸۲).

در حال حاضر یکی از جلوه‌های گردشگری در سرزمین‌های پهناور جهان اسلام اماکن مذهبی و مساجد هستند که مورد توجه ویژه جهانگردان نیز می‌باشند. گردشگری مذهبی و زیارتی عبارت از سفرهایی است که با انگیزه‌ی بازدید از اماکن متبرکه نظیر زیارتگاه‌ها، امامزاده‌ها و نظایر آنها صورت می‌گیرد و عموماً هدف از این گونه سفرها تزکیه نفس و دستیابی به حالات معنوی متعالی است (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۱: ۲۳). از طرفی با توجه به این که یکی از مهمترین و کهن‌ترین عوامل و انگیزه‌های مسافرت انسان، باورهای مذهبی و احساسات دینی وی بوده است، جابجایی و حرکت انسان‌ها به منظور زیارت و دیدار از اماکن متبرکه، به جز تأثیرات عمیق روحی، فرهنگی و انجام فرایض و مناسک، ثمرات عظیم اقتصادی، اجتماعی را نیز برای سرزمین‌ها به ارمغان می‌آورد. سالانه هزاران تن

^۴ - MacDonald and Jolliffe

^۵ - Timothy and Nyaupane

از مسلمانان، گردشگری را به نیت زیارت اماکن مقدسه و حضور در مساجد مهم و قدیمی و آشنا شدن با تاریخ کهن و بنای آن‌ها آغاز می‌کنند. مسیحیان نیز بیش از ۲۰ قرن است که به زیارت زادگاه عیسی مسیح (ع) در بیت اللحم می‌روند، و اتیکان کانون توجه کاتولیک‌ها است در حالی که هندوان در کرانه‌های رود گنگ مراسم مذهبی خود را بجا می‌آورند (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۸: ۷۵). مثال‌هایی این چنینی تقریباً برای تمامی ادیان و مذاهب وجود دارد و هر کس با توجه به اعتقادی که دارد همه ساله سعی می‌کند در مراسم مذهبی و معنوی دین و مسلک خود شرکت کند. به عبارت دیگر شرکت مردم در این گونه مراسم و مجالس ریشه در فرهنگ مردم کشورها دارد. به طور کلی می‌توان انگیزه‌های گردشگری مذهبی را در سه دسته زیارت، بازدید از معماری و هنر مذهبی، و ارتباط و آشنایی با شخصیت‌ها و مراسم مذهبی خلاصه کرد (راج و مورپث، ۲۰۰۷: ۸۳).

در ایران از مجموع مساجد ثبت شده در آثار ملی حدود ۴۲/۵ درصد در روستاها قرار دارد و همچنین از ۹۴۸۷ زیارتگاه موجود در کشور تعداد ۷۹۳۳ واحد آن در نواحی روستایی است. همچنین لازم به ذکر می‌باشد در بین زیارتگاه‌های روستایی؛ ۵۳۹۲ امامزاده، ۱۰۲۹ زیارتگاه سایر بزرگان دینی، و ۱۱۴۷ نظرگاه یا قدمگاه، وجود دارد. بعلاوه حدود ۱۵۱ مکان مذهبی سایر ادیان نیز در کشور واقع شده که ۳۶ مورد آن در روستاها است. بدین ترتیب باید اذعان داشت یکی از الگوهای رایج گردشگری روستایی در ایران گردشگری مذهبی است (رضوانی، ۱۳۸۷: ۳۰۲ و ۳۱۵). در استان خراسان جنوبی نیز ۶۷ مکان متبرکه اسلامی، ۱۵۱۶ مسجد، ۵۷۳ تکیه و حسینیه (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۹: ۵۷۳) و حدود ۱۶۳ امامزاده وجود دارد که در گردشگری مردم بومی منطقه نقش فعالی ایفا می‌کنند. نکته قابل توجه آن است که بیش از ۵۰ درصد این امامزاده‌ها در روستاها واقع‌اند (شریفی تهرانی و یوسفی، ۱۳۹۱: ۲۰ به نقل از وب‌سایت راسخون).

از این جهت در خراسان جنوبی می‌توان به روستاهایی اشاره کرد که از دیرباز به دلیل وجود زیارتگاه و امامزاده از موقعیت گردشگری برخوردار بوده‌اند. برخی از این روستاها عبارت‌اند از: کارشک - آفریز - کاهین - شادان (مزار شاه سلیمان علی) - سید علی - دهک (مزار سیدالحسین) - آبگرم درمیان - چنشت و...، که هر ساله پذیرای جمع کثیری از مشتاقان و دوستداران اهل بیت می‌باشند. لذا با برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت‌ها در جوار این اماکن، می‌توان باعث افزایش سهم گردشگران مذهبی در استان شد.

گردشگری و اشتغالزایی

منافع اجتماعی - اقتصادی گردشگری بسیار است اما مهمترین اثر توسعه این صنعت ایجاد اشتغال و درآمد است (زاهدی، ۱۳۸۵: ۳۹). صنعت گردشگری هنوز به عنوان یکی از منابع مهم اشتغالزایی در کشورهای فقیر و ثروتمند به حساب می‌آید (گی، ۱۳۸۲: ۵۸). یکی از خصایص مهم این اشتغالزایی آن است که طیف وسیعی از نیروها را از نظر تخصصی، تحصیلات، و جنسیت در بر می‌گیرد (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۸: ۲۰). در سال ۲۰۰۸ میزان اشتغال (مستقیم و غیرمستقیم) صنعت گردشگری ۲۳۸، ۲۷۷، ۰۰۰ شغل، معادل ۸/۴ درصد کل اشتغال دنیا یا به عبارت

دیگر ۱ شغل از هر ۱۱/۹ شغل دنیا تخمین زده شد. همچنین پیش بینی شده است تا سال ۲۰۱۸ این مقدار به ۹/۲ درصد یعنی ۱ شغل از هر ۱۰/۸ شغل دنیا خواهد رسید (گولدنر و ریچی، ۲۰۰۹: ۲۶). آمار و اطلاعات شورای جهانی سفر و گردشگری^۷ در سال ۲۰۱۱ نیز نشان می‌دهد، گردشگری ۶/۷ درصد کل شاغلین دنیا (یک شغل از هر ۱۳/۱ شغل) را به خود اختصاص داده است (دبلیو. تی. تی. سی، ۲۰۱۱: ۶). درحالیکه در ایران این مقدار در سال ۲۰۱۰ بر اساس آمار همین شورا معادل ۴.۵ درصد بوده است که به معنای عدم استفاده‌ی مناسب ایران از فرصت‌ها و پتانسیل‌های صنعت گردشگری است.

گردشگری و کاهش مهاجرت

از آنجا که در مناطق روستایی، مهاجرت به شهرها رو به تزاید است و فقر اقتصادی در این مناطق به عنوان انگیزه‌ای قوی برای مهاجرت به شهرها به شمار می‌رود، افزایش فرصت‌های توسعه‌ی روستایی از جمله توسعه گردشگری روستایی، می‌تواند از رشد مهاجرت روستایی بکاهد و این اطمینان را برای ساکنان روستاها فراهم آورد که آن‌ها می‌توانند در محل زندگی خود بمانند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۲۰۶). اما نکته‌ای که باید به آن توجه داشت برنامه‌ریزی مناسب برای توسعه صنعت گردشگری است چرا که بر اساس مطالعات صورت گرفته توسط رضوانی (۱۳۸۲) و همچنین خانی و همکاران (۱۳۸۸)، توسعه گردشگری در نواحی روستایی نتوانسته موجب کاهش مهاجرت ساکنان شود.

گردشگری و افزایش امکانات خدماتی - رفاهی

توسعه گردشگری نیازمند ایجاد زیرساخت‌ها و روساخت‌های مورد نیاز این صنعت است. ماهیت این ساختارها به گونه‌ای است که هم گردشگران و هم جامعه میزبان می‌توانند از آن‌ها بهره‌مند شوند (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۸: ۱۴۰)، به همین دلیل اغلب، دولت‌ها عهده دار تهیه‌ی این خدمات و ساختارها هستند (لی، ۱۳۷۸: ۴۶). زیرساخت‌ها با هدف ارائه خدمات به گردشگران به وجود نیامده است، اما این تأسیسات به گردشگران نیز خدمات ارائه می‌دهند. روساخت‌های گردشگری به منظور تأمین نیاز گردشگران ایجاد می‌شوند و ساکنان منطقه نیز می‌توانند از آن‌ها استفاده کنند (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵: ۷۴). در سیستم گردشگری روستایی نیز امکانات خدماتی و زیرساختی به عنوان یک جزء ساختاری بسیار مهم مطرح است (غفاری، مرادی و نیکبخت، ۱۳۹۰: ۱۰۱). همین طور از دیدگاه بازاریابی، زمانی می‌توان یک محصول گردشگری طراحی نمود که امکانات خدماتی - رفاهی در مقصد وجود داشته باشد.

از انواع خدمات و تسهیلاتی که در محصول نهایی گردشگری مشارکت دارند می‌توان به هتل‌ها و تسهیلات اسکان و پذیرایی، رستوران‌ها و خدمات تغذیه، خدمات اطلاع رسانی، تورهای داخلی، جاذبه‌ها و ...، اشاره کرد (داس ویل، ۱۳۷۹: ۸۸) که عمدتاً با هدف توسعه گردشگری ساخته می‌شوند ولی مردم منطقه میزبان نیز از این امکانات می‌توانند استفاده کنند.

⁷ - World Travel and Tourism Council

⁸ - WTTC

با عنایت به مباحث مطرح شده، در تحقیق پیش رو فرضیه‌های پژوهش را به شکل زیر می‌توان متصور بود:
 بین گردشگری مذهبی- زیارتی و اشتغال‌زایی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
 بین گردشگری مذهبی و تمایل به ماندن در روستا و کاهش مهاجرت روستائیان به شهرها، رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

بین رونق گردشگری و افزایش امکانات خدماتی- رفاهی موجود رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۳. روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت، روش و نحوه جمع‌آوری اطلاعات از نوع تحقیقات توصیفی- تحلیلی با رویکرد پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر را روستاهای هدف گردشگری مذهبی استان خراسان جنوبی تشکیل می‌دهند که شامل روستاهای کارشک- آفریز- کاهین- شادان (مزار شاه سلیمان علی)- سید علی- دهک (مزار سیدالحسین)- آبگرم درمیان- چنشت و... می‌باشند.
 برای انتخاب نمونه مورد بررسی از فرمول کوکران^۹ استفاده شده است که بر اساس آن و با توجه به حجم جامعه آماری (۶۱۴۳ نفر)، و مقدار خطای ۰/۰۵، تعداد ۳۶۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. سپس به نسبت درصد و سهم جمعیت هر روستا تعداد نمونه‌ها در هر روستا مشخص گردیده است (جدول ۱). ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه و مقیاس سنجش شاخص‌های مورد استفاده ترتیبی و ابزار سنجش، طیف لیکرت^{۱۰} بوده است. برای داده‌ها نیز از روش ضریب همبستگی پیرسون^{۱۱} استفاده شده است.

جدول ۱. اطلاعات جمعیتی روستاهای هدف گردشگری مذهبی در استان خراسان جنوبی

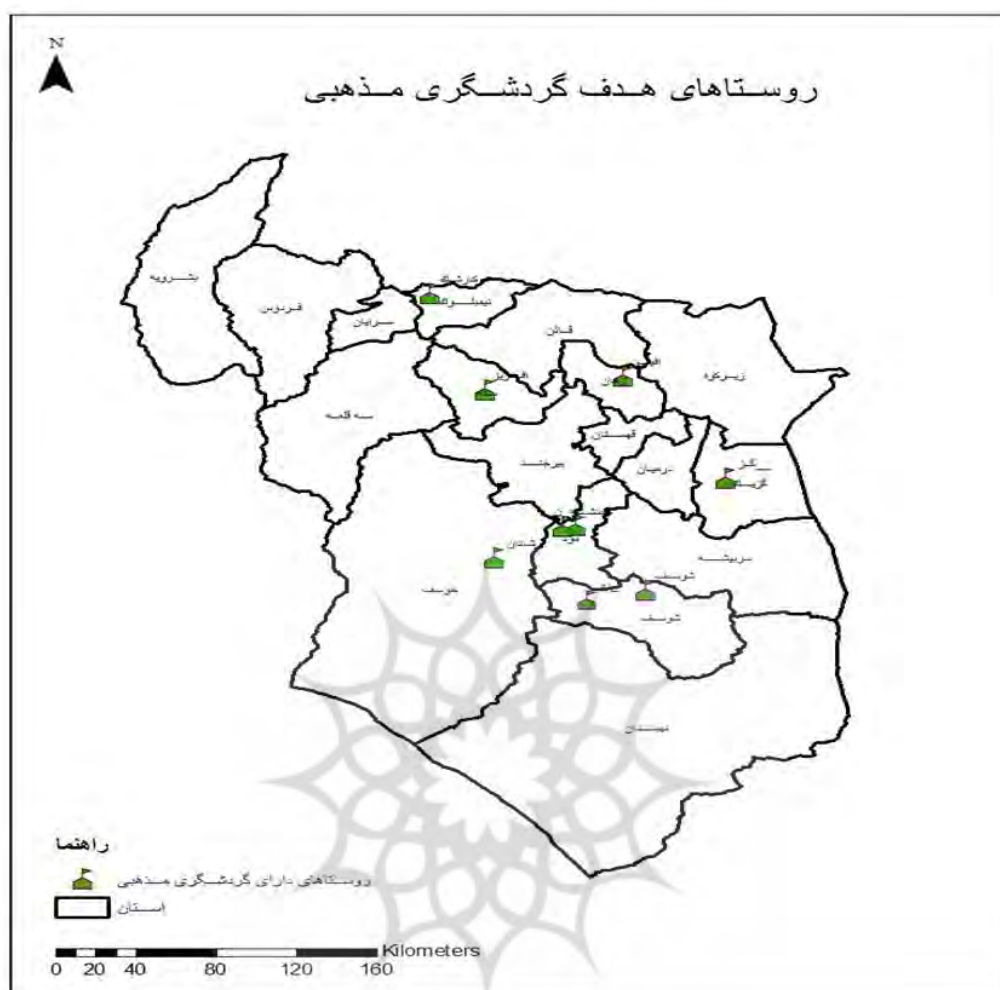
ردیف	نام روستا	خانوار	جمعیت	بعد خانوار	حجم نمونه
۱	آبگرم درمیان	۸۶	۳۳۴	۳/۹	۲۰
۲	کاهین	۱۶	۴۳	۲/۷	۳
۳	کارشک	۷۰	۱۶۹	۲/۴	۱۰
۴	آفریز	۳۸۱	۱۲۷۲	۴/۵	۷۴
۵	سید علی	۱۵۵	۸۴۱	۳/۵	۴۹
۶	چنشت	۳۳۱	۱۱۶۳	۳/۵	۶۸
۷	افین	۳۹۷	۱۲۵۶	۳/۲	۷۴
	شادان				۳
۸	(مزار شاه سلیمان علی)	۱۴	۴۸	۳/۴	
۹	دهک (مزار سیدالحسین)	۲۴۳	۱۰۱۷	۴/۲	۵۹
	جمع	۱۶۹۳	۶۱۴۳	۳/۶	۳۶۰

منبع: مرکز آمار ایران (۱۳۹۱) و یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱.

^۹ - Cochran

^{۱۰} - Lickert

^{۱۱} - Pearson's correlation coefficient



شکل ۱. روستاهای هدف گردشگری مذهبی در استان خراسان جنوبی
منبع: نگارندگان، یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

۴. یافته‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق

در این مبحث ابتدا نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی تحقیق ارائه و سپس هر کدام از فرضیات فرعی تحقیق مورد آزمون قرار می‌گیرد.

تأثیر رونق گردشگری بر توسعه اجتماعی روستاها

برای بررسی تأثیر رونق گردشگری بر توسعه اجتماعی روستاهای مورد مطالعه سه متغیر اشتغال، مهاجرت و تسهیلات و امکانات خدماتی - رفاهی مورد مطالعه قرار گرفتند. جهت شناسایی نوع رابطه‌ی بین رونق گردشگری و متغیرهای توسعه‌ی اجتماعی روستاها از ضریب همبستگی گشتاوری پیرسون استفاده شده است. از آنجا که محاسبه این ضریب یکی از مناسب‌ترین روش‌ها برای شناسایی رابطه‌ی بین دو متغیر کمی است، ۱۴ سؤال پرسشنامه با استفاده از طیف لیکرت به متغیرهای کمی تبدیل شدند. اما قبل از محاسبه هر یک از فرضیه‌های مطرح شده ابتدا باید بررسی شود آیا به طور کلی بین رونق گردشگری و توسعه اجتماعی در جوامع روستایی ارتباط

معنی‌داری وجود دارد یا خیر؟ برای این منظور از آمار و اطلاعات حاصل از پرسشنامه که بین ساکنین روستاها توزیع شده است استفاده گردیده است. فرضیه‌های مربوط به این آزمون به شرح زیر است:

H0: رونق گردشگری بر توسعه اجتماعی جوامع روستایی اثر مثبت ندارد.

H1: رونق گردشگری بر توسعه اجتماعی جوامع روستایی اثر مثبت دارد.

بر اساس نتایج جدول ۲، چون معنی‌داری آزمون برابر با $0/044$ و کمتر از $0/05$ است می‌توان نتیجه گرفت فرضیه صفر (H0) در سطح معنی‌داری $0/05$ رد شده و بنابراین ضریب همبستگی به دست آمده بین دو متغیر رونق گردشگری و توسعه اجتماعی جوامع روستایی معنی‌دار خواهد بود. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود این ضریب برابر با $0/721$ بوده که یک همبستگی مثبت یا مستقیم است. از آن‌جا که در مباحث آماری وجود ضریب همبستگی بین $0/6$ تا $0/8$ را نشان‌گر رابطه نسبتاً قوی قلمداد می‌کنند پس می‌توان نتیجه گرفت که رابطه ی قوی و معناداری بین دو متغیر فوق‌الذکر حاکم است.

جدول ۲. بررسی روابط بین متغیرهای رونق گردشگری و توسعه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری

	رونق گردشگری	توسعه اجتماعی
ضریب همبستگی پیرسون	۱	۰.۷۲۱
سطح معناداری ۱۲		۰.۰۴۴
تعداد	۳۶۰	۳۶۰
ضریب همبستگی پیرسون	۰.۷۲۱	۱
سطح معناداری	۰.۰۴۴	
تعداد	۳۶۰	۳۶۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱.

بنابراین باید گفت رونق گردشگری بر توسعه اجتماعی جوامع روستایی اثرگذار است. حال می‌توان با علم به این، هر یک از فرضیات مرتبط با شاخص‌های توسعه اجتماعی که پیشتر به آن‌ها اشاره شد را مورد آزمون قرار داد.

فرضیه‌های فرعی

فرضیه اول: اثر رونق گردشگری بر اشتغالزایی

H0: رونق گردشگری بر اشتغالزایی اثر مثبت ندارد.

H1: رونق گردشگری بر اشتغالزایی اثر مثبت دارد.

جدول ۳. بررسی روابط بین متغیرهای رونق گردشگری و اشتغال

	رونق گردشگری	اشتغال
ضریب همبستگی پیرسون	۱	۰.۴۷۹
سطح معناداری		۰.۲۲۹
تعداد	۳۶۰	۳۶۰
ضریب همبستگی پیرسون	۰.۴۷۹	۱
سطح معناداری	۰.۲۲۹	
تعداد	۳۶۰	۳۶۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

بر اساس تحلیل داده‌های استخراج شده از پرسشنامه‌ها؛ ضریب همبستگی بین رونق گردشگری و میزان اشتغال ۰/۴۷ است که نشان‌دهنده یک رابطه ی متوسط بین دو متغیر است. اما از آنجا که سطح معناداری آزمون ۰/۲۲۹ به دست آمده است، نمی‌توان فرضیه صفر را رد کرد زیرا $0/229 < 0/05$ است. بنابراین هر چند رابطه ی نسبتاً متوسطی بین دو متغیر اشتغال و رونق گردشگری وجود دارد اما این رابطه از نظر آزمون آماری معنی‌دار نیست؛ به عبارت ساده‌تر علی‌رغم اینکه گردشگری بر اشتغالی تأثیر دارد اما در روستاهای مورد مطالعه بر اساس پاسخ‌های دریافت شده از ساکنان نمی‌توان این اثر را مثبت ارزیابی نمود.

فرضیه دوم: اثر رونق گردشگری بر کاهش مهاجرت

H0: رونق گردشگری بر کاهش مهاجرت اثر مثبت ندارد.

H1: رونق گردشگری بر کاهش مهاجرت اثر مثبت دارد.

برای سنجش رابطه بین رونق گردشگری و میزان مهاجرت نیز مبنای محاسبه سؤالات مرتبط با مهاجرت بوده است که نتایج آن در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. بررسی رابطه بین متغیرهای رونق گردشگری و مهاجرت

	مهاجرت	رونق گردشگری
ضریب همبستگی پیرسون	۰/۱۷۱-	۱
سطح معناداری	۰/۶۸۶	
تعداد	۳۶۰	۳۶۰
ضریب همبستگی پیرسون	۱	۰/۱۷۱-
سطح معناداری	۰/۶۸۶	
تعداد	۳۶۰	۳۶۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

صرف نظر از علامت منفی، ضریب همبستگی بین رونق گردشگری و میزان مهاجرت ۰/۱۷۱ است که باتوجه به شاخص‌های موجود این همبستگی بسیار ضعیف (و یا نبود رابطه) تلقی می‌شود. از طرف دیگر از نظر آزمون آماری نیز چون سطح معنی‌داری $0/68 < 0/05$ است باید گفت نوع رابطه‌ای که وجود دارد معنی‌دار نبوده پس می‌توان گفت رونق گردشگری در حقیقت تأثیری بر میزان مهاجرت افراد از روستاهای مورد مطالعه به شهر نداشته است.

فرضیه سوم: اثر رونق گردشگری بر افزایش امکانات خدماتی - رفاهی

H0: رونق گردشگری بر افزایش امکانات خدماتی - رفاهی اثر مثبت ندارد.

H1: رونق گردشگری بر افزایش امکانات خدماتی - رفاهی اثر مثبت دارد.

برای تعیین همبستگی بین متغیر رونق گردشگری و متغیر افزایش امکانات خدماتی - رفاهی در روستاها، همانند موارد قبل آزمون مربوطه انجام شد که نتایج آن به شرح جدول ۵، ارائه شده است. در اینجا ضریب همبستگی بین متغیر رونق گردشگری و افزایش امکانات خدماتی - رفاهی ۰/۳۴۵ است که رقم بالایی از نظر تحلیل همبستگی نمی‌باشد. بعلاوه در این آزمون نیز چون سطح معنی‌داری بیشتر از $0/05 < 0/403$ شده است (۰/۴۰۳ < ۰/۰۵)، باید اذعان کرد که رابطه‌ای که بین دو متغیر آزمون وجود دارد از نظر آماری معنی‌دار نبوده و بنابراین نمی‌توان فرض صفر را رد

کرد؛ به این معنا که از نظر ساکنان روستاهای مورد مطالعه رونق گردشگری باعث افزایش امکانات خدماتی - رفاهی برای آن‌ها نشده است.

جدول ۵. بررسی رابطه بین متغیرهای رونق گردشگری و امکانات خدماتی - رفاهی

امکانات خدماتی - رفاهی		رونق گردشگری	
ضریب همبستگی	رونق گردشگری	۱	۳۴۵.۰
سطح معناداری			۴۰۳.۰
تعداد		۳۶۰	۳۶۰
امکانات خدماتی - رفاهی		رونق گردشگری	
ضریب همبستگی	امکانات خدماتی - رفاهی	۳۴۵.۰	۱
سطح معناداری		۴۰۳.۰	
تعداد		۳۶۰	۳۶۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

۵. بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به تجزیه و تحلیل‌های انجام شده بر روی داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها و نتایج کلی پژوهش باید گفت در روستاهای هدف مطالعه، هر چند ضریب همبستگی بالایی بین متغیرهای رونق گردشگری و توسعه اجتماعی نواحی روستایی وجود دارد اما در مورد سه متغیر تعیین شده برای توسعه اجتماعی نواحی روستایی (اشتغال، کاهش مهاجرت، و افزایش امکانات خدماتی - رفاهی) نتایج آزمون‌های صورت گرفته در مورد روستاهای مورد مطالعه، معنی‌دار نمی‌باشد و نمی‌توان قطعاً اعلام داشت که رونق گردشگری بر این سه متغیر اثرات مثبتی دارد. هر چند در مورد اشتغال و افزایش امکانات خدماتی - رفاهی ضریب‌های به دست آمده در سطح متوسط بوده است.

با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت در حقیقت گردشگری مذهبی صورت گرفته در روستاهای هدف این پژوهش، تقریباً تأثیر چندانی بر ارتقای سطح رفاهی زندگی مردم نداشته است؛ هر چند مردم روستا به اهمیت گردشگری برای توسعه واقفند. بنابراین سؤال اساسی این است که چرا گردشگری صورت گرفته در روستاهای مورد مطالعه عملاً کارکرد خود را از دست داده است؟ برای پاسخ به این سؤال باید گفت گردشگری در یک منطقه، زمانی می‌تواند منشاء خیر و برکت باشد که مبتنی بر جامعه و مشارکت اعضای جامعه میزبان باشد و از طرفی زمانی می‌تواند از منافع اقتصادی گردشگری برای توسعه اجتماعی استفاده نمود که محصول گردشگری مناسبی جهت ارائه به گردشگران طراحی شود تا نیازهای آن‌ها را برآورده کند و بعلاوه بتواند پاسخی از نیازهای مردم جامعه میزبان را بدهد. همانطور که در یافته‌های تحقیق مشخص شد رونق گردشگری در محدوده روستایی مورد مطالعه، تأثیری بر اشتغالی ساکنان نداشته است. بنابراین گردشگری نتوانسته به تنوع بخشی فعالیت‌های اقتصادی و درآمدزایی جامعه محلی در این مناطق کمک کند، از این رو کارکرد خود را در این زمینه از دست داده است. در رابطه با امکانات و تسهیلات رفاهی و خدماتی نیز باید گفت علی‌رغم رونق گردشگری در برخی از روستاهای مورد مطالعه از جمله: کاهین، افین و آفریز، امکانات و تسهیلات رفاهی مناسبی برای گردشگران و ساکنان فراهم نشده است. این موضوع به معنای بهره‌برداری جمعیت بیشتر از امکانات موجود است که قاعدتاً سطح رفاه ساکنان را کاهش داده و به همین جهت گردشگری مذکور برای جامعه بومی مثبت ارزیابی نمی‌شود. برای پیشگیری از این

اتفاق بیش از همه مسئولیت بر عهده دستگاه‌های دولتی متولی گردشگری است، زیرا ایجاد امکانات و زیرساخت‌های مناسب غالباً از عهده جوامع به تنهایی خارج است و دولت بایستی با سرمایه‌گذاری، نسبت به تأمین آن‌ها مبادرت ورزد. به این ترتیب هم گردشگران و هم جوامع محلی می‌توانند از امکانات فراهم شده استفاده کنند. علاوه بر موارد فوق، از نظر ماهیت گردشگری صورت گرفته در روستاهای مورد مطالعه، باید گفت این گردشگری عمدتاً از نوع انبوه بوده که توجهی به خواست‌ها و نیازهای گردشگران نشده و دلیل آن بیشتر به نبود ساختارهای عرضه مناسب خدمات به گردشگران برمی‌گردد. البته در کنار این موضوع، آموزش جامعه محلی نیز برای مشارکت در طرح‌های خدمت‌رسانی از اهمیت بالایی برخوردار است.

بنابراین می‌توان اذعان داشت که اولویت اول برای بهره‌برداری مناسب از صنعت گردشگری در روستاهای دارای جاذبه مذهبی استان خراسان جنوبی، ایجاد زیرساخت‌های متناسب و مطلوب عرضه خدمات است. سپس آموزش جامعه میزبان برای مشارکت و مدیریت تقاضای گردشگران که در اولویت دوم قرار دارد. بدین ترتیب گردشگری جامعه محور شکل خواهد گرفت که با اشتغالزایی و افزایش سطح رفاهی زندگی مردم، زمینه را برای کاهش مهاجرت از نواحی روستایی به شهرها فراهم کرده و در نتیجه توسعه همه جانبه و پایدار روستاها را به دنبال خواهد داشت.

منابع

الوانی، سید مهدی و معصومه پیروبخت (۱۳۸۵). *فرآیند مدیریت جهانگردی*، چاپ اول، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. افخمی، بهروز (۱۳۸۶). *ارتباط باستانشناسی و گردشگری فرهنگی*. تهران: پژوهشکده سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، پژوهشکده گردشگری.

پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۶). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*، چاپ دوم، تهران: انتشارات سمت.

تولایی، سیمین (۱۳۸۶). *مروری بر صنعت گردشگری*، تهران: دانشگاه تربیت معلم.

چمران، نصراله (۱۳۸۳). *اماکن متبرکه منبع جذب گردشگر و توسعه فرهنگی*، تهران: نشریه اطلاعات.

خانی، فضیله، ابوطالب قاسمی و سمه‌جانی و علی قنبری نسب (۱۳۸۸). *بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستای چمخاله، شهرستان لنگرود)*، فصلنامه علمی - پژوهشی جغرافیای انسانی، سال اول، شماره چهارم، پاییز، صص ۵۱-۶۴.

داس ویل، راجر (۱۳۷۹). *مدیریت جهانگردی: مبانی، راهبردها، آثار*، چاپ دوم، ترجمه‌ی سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۲). *تحلیل روند ایجاد و گسترش خانه‌های دوم در نواحی روستایی (مطالعه‌ی موردی: نواحی روستایی شمال استان تهران)*، مجله پژوهش‌های جغرافیایی، سال سی و پنجم، شماره ۴۵، صص ۷۳-۵۹.

رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷). *توسعه گردشگری روستایی (با رویکرد گردشگری پایدار)*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

رکن‌الدین افتخاری، عبد الرضا و داود مهدوی (۱۳۸۵). *راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک، فصلنامه مدرس، دوره ۱۰، شماره ۲، تابستان، صص ۳۰-۱.*

رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی (۱۳۸۸). *شناخت گردشگری*، چاپ هفتم، اصفهان: انتشارات چهارباغ.

- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵). *مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تأکید بر محیط زیست)*، چاپ اول، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- شریف زاده، ابوالقاسم و همایون مرادی نژاد (۱۳۸۱). توسعه پایدار و گردشگری روستایی، *ماهنامه جهاد*، سال بیست و دوم، شماره ۲۵۱، خرداد و تیر، صص ۶۳-۵۲.
- شریفی تهرانی، محمد و جواد یوسفی (۱۳۹۱). بررسی ارتباط بین گونه‌های گردشگری مذهبی، روستایی و بوم‌شناختی با گردشگری فرهنگی، مورد مطالعه: استان خراسان جنوبی، *فصلنامه مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان*، سال هفتم، شماره اول، شماره پیاپی ۲۵، پاییز، صص ۳۳-۱.
- ضرغام بروجنی، حمید (۱۳۹۱). *برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی: رویکرد هم‌پیوند و پایدار*، چاپ دوم، تهران: مهکامه.
- ضیایی، محمود و مزگان تراب احمدی (۱۳۹۱). *شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی*، چاپ اول، تهران: نشر علوم اجتماعی.
- غفاری، سید رامین، محمود مرادی و داوود نیک بخت (۱۳۹۰). سطح‌بندی و برنامه‌ریزی فضاهای گردشگری روستایی بخش مرکزی شهرستان بويراحمد، *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، سال سوم، شماره یازدهم، زمستان، صص ۱۱۸-۹۷.
- گی، چاک وای (۱۳۸۲). *جهانگردی در چشم‌اندازی جامع*، ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی، چاپ دوم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- لی، جان (۱۳۷۸). *گردشگری و توسعه در جهان سوم*، ترجمه عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و معصومه السادات صالحی امین، چاپ اول، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- مرادی، محمود و سمیه خاتمی (۱۳۹۱). بررسی نقش گردشگری در توسعه روستایی با استفاده از مدل SWOT، مورد مطالعه: شهرستان خوسف، *فصلنامه مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان*، سال هفتم، شماره دوم، شماره پیاپی ۲۶، زمستان، صص ۱۴۸-۱۲۹.
- مرکز آمار ایران (۱۳۸۹). *سالنامه آماری استان خراسان جنوبی*. تهران: مرکز آمار ایران.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۱). *جمعیت و خانوار تا سطح آبادی، بر اساس سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۰*، بیرجند: استانداری خراسان جنوبی.
- Garrod & J. C. Wilson, (2004), **Marine Ecotourism in Peripheral Coastal Areas**, JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM, Vol. 12, No. 2. pp: 95 – 120 .
- Goeldner, Charles R, J. R. Brent Ritchie, (2009). **Tourism: principles, practices, philosophies**. Eleventh edition, John Wiley & Sons, Inc .
- Goursoy, Jurdowski & Uysal (2001). **Resident attitudes: A structural modeling approach**. Annals of tourism research, Vol, 29, No 1, pp: 79-105 .
- Knowd, Lan (2001). **Rural tourism: panacea and paradox**. Sydney: School of Environmental Western Sydney .
- McDonald, Roberta; Jolliffe, Lee (2003). "Cultural rural tourism: evidence from Canada". **Annals of Tourism Research**, Vol. 30, No. 2, pp: 307-322 .
- Raj, R. ; Moepeth, N. D. (2007). **Religious tourism and pilgrimage management**. London: CABI press .

Timothy, Dallen J. ; Nyaupane, Gyan P. (2009). **Cultural heritage and tourism in the developing world: A regional perspective**. London: Routledge .
“**Travel and tourism economic impact**” (2011). London: World Travel and Tourism Council (WTTC) .



Function of Religious Tourism in Social Development of Rural Areas in Southern Khorasan Province

Mahmoud Moradi*

Assistant Prof. in Geography & Urban Planning, University of Payam-e-Noor, Iran

Javad Yousefi

Lecturer of Tourism Management, University of Payam-e-Noor, Iran

Seyedeh Somayeh Khatami

M.A. in Geography & Rural Planning, University of Payam-e-Noor, Iran

Abstract

Today, rural development faces many issues and challenges, because past strategies in rural development were not successful. Therefore in recent years, theory makers and policymakers proposed tourism development as a proper strategy to reduce problems faced rural areas. One approach which is most considered in the world is developing tourism in rural areas. Religious tourism is a kind of tourism that can have an effective role in developing rural areas. Proper planning for tourism development and identifying advantages and limitations of this development can be effective in developing of regional and national zones and also growing of economic diversity. There are some number of Shrines, holy Tombs and religious centers which have a very high capacity in Southern Khorasan province. Therefore by implementing correct policies and creating tourism infrastructure we can see religious and pilgrimage tourism development that could be caused rural development. So the main objective of this research is investigating the importance of religious tourism and increases its benefits in social development (employment, decreasing migration, and increasing welfare services and amenities) of rural areas. The method of this research is practical and descriptive – analytic. Data collection from 360 persons in target villages was done by considering the rural population in each area. Then we test correlation between three factors that cause social development in rural areas, and tourism by Pearson's correlation coefficient method. Findings show that although there is a correlation between tourism and rural development but correlations between the three factors and tourism are not significant.

Keywords: Tourism, Rural tourism, Religious and pilgrimage tourism, rural development, Southern Khorasan.

Received Date: 28 May 2015

Accepted Date: 5 August 2015

* (Corresponding author) moradi_m@pnu.ac.ir