

اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصاد محلی (مورد مطالعه: روستای امام زاده هاشم، دهستان سراوان، شهرستان رشت)

سیاوش ایمنی قشلاق^۱، پونه آروند^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۸/۱۱، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۱۰

چکیده

گردشگری در دهه های اخیر به عنوان یکی از مهمترین فعالیت های جهان تبدیل شده، و علی رغم تمامی اتفاقات همواره رشد سریعی در توسعه اقتصادی جوامع و مناطق مختلف ایجاد کرده است. گردشگری مذهبی نیز یکی از رایج ترین اشکال گردشگری در سراسر جهان است. جاذبه های مذهبی، زیارتگاهها و اماکن مقدسه هر ساله تعداد زیادی از گردشگران را به سوی خود جلب می کنند. تحقیق حاضر با هدف بررسی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصاد محلی انجام شده است. این تحقیق از نوع کاربردی است که به روش مطالعات میدانی و با استفاده از پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری تحقیق، مردم روستای امامزاده هاشم می باشد. براساس فرمول کوکران تعداد ۲۲۳ نفر به عنوان نمونه تحقیق مشخص و به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آزمون دو جمله ای استفاده شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که با توجه به موقعیت روستای امام زاده هاشم و زیارتگاه و امکانات موجود در آن باعث رونق گردشگری مذهبی گردیده و توسعه گردشگری موجب اشتغالزایی، افزایش درآمد، متنوع سازی اقتصاد روستایی، کاهش بیکاری و فقر در روستای امام زاده هاشم شده است، بنابراین نتیجه می گیریم که گردشگری مذهبی در توسعه اقتصاد محلی و کاهش فقر موثر می باشد.

واژگان کلیدی: گردشگری مذهبی، توسعه، اقتصاد محلی، کسب و کار، روستای امام زاده هاشم

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱ عضو هیات علمی گروه اکوتوریسم، دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران imeni@usc.ac.ir

^۲ کارشناس ارشد طبیعت گردی (اکوتوریسم) دانشگاه علم و فرهنگ تهران

۱. مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به عنوان صنعتی پویا و با ویژگی‌های منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است (سازمان جهانی گردشگری^۱، ۲۰۰۷، ۱۱). گردشگری صنعتی است که می‌تواند فرصت‌های اشتغال طولانی مدتی را برای جوامع و نواحی مجاور آن فراهم نماید و جوامع محلی می‌توانند از فرصت‌های اشتغال بسیار زیادی که با توسعه صنعت گردشگری بوجود می‌آید، بهره‌مند گردند. گردشگری روستایی می‌تواند کیفیت زندگی درصد بیشتری از مردمان فقیر روستایی را ارتقاء دهد (کومار^۲، ۲۰۱۲، ۶۷-۶۵).

طبق نظر راگرسون (۲۰۰۱) گردشگری در خط مقدم توسعه اقتصاد محلی (LED)^۳ در جوامع آفریقای جنوبی قرار گرفته است. کریستین و راگرسون (۲۰۰۶) نشان دادند در یک دهه گذشته، کشورهای زیادی گردشگری را وسیله‌ای برای اشتغالزایی، کاهش فقر و رشد و توسعه اقتصادی می‌بینند و این اصلی‌ترین عامل رشد گردشگری و تبدیل شدن آن به دومین صنعت بزرگ جهان است (راموکومبا و همکاران^۴، ۲۰۱۲، ۳۹). طبق برآورد انجمن جهانی مسافرت و گردشگری^۵، در سال ۲۰۱۳ گردشگری بطور مستقیم ۲/۹ درصد و در کل (مستقیم و غیرمستقیم) ۹/۵ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان (GGDP)^۶ را به خود اختصاص داده است (انجمن جهانی مسافرت و گردشگری، ۲۰۱۴، ۱۰-۸). گردشگری موجب سرمایه‌گذاری، گسترش بازارهای محلی، ایجاد اشتغال جدید و تنوع بخشی به اقتصاد روستایی می‌گردد (ایمنی و همکاران، ۱۳۹۱، ۲۲۶).

بر طبق برآوردها هر سال ۳۰۰ میلیون نفر، با انگیزه‌های مذهبی و دینی، در سراسر جهان مسافرت

می‌کنند. تنها در ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۱۰ تعداد گردشگران مذهبی ۴.۵ میلیون نفر بوده، و انتظار می‌رود این تعداد تا سال ۲۰۱۲ دو برابر شود (راندکوئیست^۷، ۲۰۱۰، ۴۴). لذا این نکته قابل درک است که چرا بیشتر کشورها، توسعه گردشگری مذهبی را به عنوان یکی از زمینه‌های مهم فراهم کننده اشتغال و درآمد می‌بینند (اگریسی و همکاران^۸، ۲۰۱۲، ۷).

جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدسه هر ساله تعداد زیادی از گردشگران را به سوی خود جلب می‌کنند. تاسیسات اقامتی و پذیرایی، کسب و کارهای مرتبط با ارائه خدمات مختلف، مانند مسافرخانه‌ها و زائرسراها، فروشگاه‌های مواد غذایی، فروشگاه‌های صنایع دستی و... همچنین با توجه به بافت اجتماعی، فرهنگی و عقیدتی گردشگران دارای ویژگی‌های خاص خود است که در هر کشوری از تنوع بسیار زیادی برخوردار است. کشور ما نیز توانایی بسیار بالایی در جذب گردشگری مذهبی دارد. وجود حرم مطهر امام هشتم (ع)، شهر مقدس قم و امامزاده‌ها، مساجد قدیمی و تاریخی و اماکن متبرکه و کلیساهای قدیمی می‌توانند هر ساله مسافران بسیاری را از جاهای مختلف کشور و دنیا جذب کند.

نگاهی به آمارهای فقر در کشورهای در حال توسعه نشان می‌دهد که هر چند فقر در هر دو جامعه شهری و روستایی به چشم می‌خورد، لیکن اغلب افراد فقیر در روستاها ساکن اند و شدت فقر در مناطق روستایی غالباً بیشتر از مناطق شهری است (مومنی و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۰۰). یکی از مشکلات اصلی نواحی روستایی، پایین بودن سطح درآمد، نبود تنوع شغلی و فرصت‌های شغلی محدود است. امروزه گردشگری روستایی ابزاری برای ایجاد تنوع شغلی، افزایش درآمد و کمک به توسعه پایدار نواحی روستایی مطرح است. در این میان گردشگری مذهبی به عنوان یکی از انواع گردشگری می‌تواند نقش مهمی را ایفا کند. زیرا بسیاری از امامزاده‌ها در نواحی روستایی قرار دارد این

⁷ - Rundquist

⁸ - Egresi, et al

¹ - UNWTO

² - Kumar Kundu

³ - Local Economic Development

⁴ - Ramukumba, et.al

⁵ - World Travel and Tourism Council (WTTC)

⁶ - Global Growth Domestic Product

امامزاده‌ها علاوه بر قابلیت معنوی، فرصت مناسبی برای ایجاد فضای جمعی، گردشگری، توسعه کسب و کار و اقتصاد محلی است. یکی از اماکن مقدسی که بدلیل موقعیت مذهبی و مکانی مورد شناخت بسیاری از مسافران می باشد، بقعه امام زاده هاشم(ع) رشت است. بارگاه امامزاده هاشم و اکوسیستم زیبایی که در اطراف و نزدیکی روستا است باعث بوجود آمدن پتانسیل بالای گردشگری مذهبی و سیاحتی در این روستا شده است. تحقیق حاضر با هدف بررسی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصاد محلی و درصد یافتن پاسخی برای این سؤال اصلی است که «گردشگری مذهبی چه تاثیری بر توسعه اقتصاد محلی دارد؟» برای یافتن پاسخ به سؤال فوق، چند نمونه از شاخص های اقتصادی در روستای امامزاده هاشم مورد سوال و سنجش قرار می گیرد.

۲. پیشینه تحقیق

مومنی و صرافی (۱۳۸۷) به ویژگیهای خاص گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد، کارکردهای متنوع و عام‌المنفعه، مشارکت داوطلبانه و خیرخواهانه مردمی و جلب دسته‌های مختلف مذهبی در طول سال به ویژه در ایام خاص مذهبی، باستانی و اوقات فراغت، انبوه زائران و گردشگران از اقشار متفاوت جامعه اشاره می‌کنند. آنها در کنار بهره‌مندی مشهد از اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی/ فرهنگی گردشگری مذهبی - فرهنگی به گرفتاری ناپایداری‌های مختلف این شهر از نظر زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی از جمله اسکان غیررسمی را بیان کرده‌اند (مومنی و صرافی، ۱۳۸۷، ۱۴-۱۳).

مهدوی، قدیری و قهرمانی (۱۳۸۷) اثرات گردشگری بر توسعه روستایی را در دره کن و سولقان بررسی و نتیجه گرفتند که گردشگری در زمینه اقتصادی اثرات محدودی از نظر اشتغال‌زایی و درآمدزایی داشته و موجب بالا رفتن قیمت زمین و سوداگری زمین شده است. در زمینه اجتماعی اثرات مثبت بیشتری نظیر افزایش سواد، بهداشت فردی و عمومی، افزایش تعامل با نواحی همجوار و کاهش مهاجرت را داشته و در زمینه زیست محیطی منجر به

نابودی گونه‌های گیاهی و جانوری، افزایش آلودگی و تخریب محیط زیست شده است (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷، ۳۹).

تقوایی، موسوی و غلامی (۱۳۸۹) با تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی در شهرستان نورآباد ممسنی به جایگاه مناسب کشور از لحاظ اماکن مذهبی و اعتقاد مردم به امامزاده‌ها که باعث توجه مردم به این مکان‌ها می‌شود، اشاره و عوامل و زمینه‌هایی که نقش مهمی در میزان ورودی گردشگران به اماکن مذهبی دارند را بررسی و به ضعف امکانات و زیرساخت‌های موجود در منطقه مورد مطالعه تأکید کردند (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۹، ۶۴).

ابراهیم زاده، کاظمی‌راد، اسکندری ثانی (۱۳۹۰) برای توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری مذهبی در شهر قم، به ایجاد و تقویت فضاهای سرگرمی و تفریحی، فضای سبز و تقویت جاذبه‌های طبیعی به عنوان مکمل گردشگری مذهبی در تمام طول سال، و برای از بین بردن فصلی شدن گردشگری و افزایش مدت اقامت گردشگران اشاره کرده‌اند (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰، ۱۳۷).

اگرسی^۱، بایرام، کارا، عارف کسبک (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای با عنوان گردشگری مذهبی پتانسیلی مغفول در ترکیه به اثرات منفی گردشگری انبوه^۲ و لزوم توجه به انواع گردشگری جایگزین همچون اکوتوریسم، گردشگری روستایی، گردشگری درمانی، گردشگری فرهنگی و گردشگری مذهبی اشاره می‌کنند. علاوه بر این، به تفاوت‌های سفرهای مذهبی و زیارتی امروزی با گذشته و همچنین نیاز گردشگران مذهبی به امکانات و خدمات رفاهی و تفریحی متفاوت با گذشته پرداخته اند. گردشگری می‌تواند منافع درآمدی و اشتغال زیادی ایجاد کند اما آن نیازمند برنامه‌ریزی دقیق در جهت کاهش اثرات منفی گردشگری است (اگرسی و همکاران، ۲۰۱۲، ۳-۴).

کومار (۲۰۱۲) به اهمیت رو به رشد گردشگری و همچنین به پتانسیل بالای انواع گردشگری در نواحی

¹ - Egresi

² - Mass Tourism

بسیاری از مشکلات اجتماعی مدرن که از مادی گرایی نشأت می‌گیرند به کمک گردشگری مذهبی قابل حل هستند (ویجایاند^{۱۰}، ۲۰۱۲، ۳۳۱ - ۳۳۰).

گردشگری زیارتی نقش بسیار مهمی در تغییرات اجتماعی و اقتصادی دارد. با توجه به تمایلات و احساسات مذاهب مختلف جهان، می‌توان گفت مردم جهان از مراکز مذهبی و زیارتی برای کسب فضیلت و معنویت استفاده می‌کنند. نمونه‌هایی از این مراکز مقدس در کشور هندوستان یافت می‌شود (راج^{۱۱}، ۲۰۱۰، ۱۰۳). رویکرد شفابخشی محیطی^{۱۲} گردشگری زیارت را یک روش پست مدرن می‌بیند که در آن زیارت پلی میان تفریح و معنویت، و گردشگری زیارتی جایگزینی مناسب برای آگاهی فرهنگی و استراتژی برای کاهش فقر است (سینگ^{۱۳}، ۲۰۱۳، ۳۰۵).

گردشگری مذهبی به عنوان یک رویداد ویژه تأثیر بسیار پیچیده‌ای بر جوامع محلی دارد. طبق نظر کوهن^{۱۴} (۱۹۸۴)، گردشگران در طول اقامت خود در مقصد، با ساکنان محلی در تعامل هستند و در نتیجه ارتباط و تعامل آنها تغییراتی در افراد میزبان و کیفیت زندگی جامعه میزبان، نظام‌های ارزشی، تقسیم کار، روابط خانوادگی، نگرش‌ها، الگوهای رفتاری ایجاد می‌کنند. ارزیابی کمی و کیفی اثرات گردشگری مذهبی نشان می‌دهد که این نوع گردشگری می‌تواند عاملی برای توسعه محلی باشد (گیل و کوریل^{۱۵}، ۲۰۰۸، ۴۲۰). امروزه گردشگران زیادی با دلایل مختلف عمدتاً فرهنگی و آموزشی از مکان‌های مذهبی بازدید می‌کنند. در بسیاری از مکان‌ها و سایت‌های مذهبی، حتی گردشگران غیرمذهبی هم دیده می‌شوند که ممکن است دیدار آنها نه تنها برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد آن مکان، بلکه برای تحقق برخی از نیازهای شخصی و یا معنوی خود انجام می‌گیرد (شارپلی و ساندرام، ۲۰۰۵، کولینز -

روستایی در هند اشاره می‌کند. به فرصت‌های بسیار زیاد اشتغال در گردشگری که جوامع محلی می‌توانند از آن بهره‌مند شوند و سهم ۶.۲۳ درصدی صنعت گردشگری در تولید ناخالص داخلی هند و ۶.۴ درصدی آن در اشتغال مستقیم و غیرمستقیم در هند را بیان می‌کند. در نهایت با بررسی گردشگری مذهبی در تاراپیس^۱ و اثرات آن بر اقتصاد و جوامع محلی می‌پردازد (کومار، ۲۰۱۲، ۶۵).

۳. مبانی نظری و ادبیات تحقیق

اگرچه مذهب به عنوان انگیزه سفر، یک امر بسیار قدیمی است، اما اخیراً گردشگری مذهبی به بازار بسیار بزرگتری تبدیل شده است (راینسکده^۲، ۱۹۹۲، ۵۷). گردشگری با انگیزه‌های مذهبی در بسیاری از نقاط جهان یک امر بسیار مهمی است (تایموتی و اولسن^۳، ۲۰۰۶، ۲۵). میلیون‌ها نفر هر ساله در سراسر جهان برای انجام امور دینی، عبادت یا برای کسب معنویت شخصی به مکان‌های مقدس سفر می‌کنند. دین یکی از انگیزه‌های منحصر به فرد برای سفر به مدت طولانی است (جاکوسکی و اسمیت^۴، ۱۹۹۲). افراد زیادی تلاش کرده‌اند گردشگری مذهبی^۵ و زیارت^۶ را تعریف و مقایسه کنند (اسمیت، ۱۹۹۲، شینده^۷، ۲۰۰۷، اگری و همکاران، ۲۰۱۲، ۲۰۱۲، ۶). زیارت معمولاً به عنوان سفر به حرم یا به یک مکان با اهمیت مذهبی با هدف انجام مناسک و آیین‌های مذهبی و یا برای انجام یک نیاز معنوی تعریف شده است. اما انگیزه گردشگران مذهبی می‌تواند دلایل فرهنگی بسیار گسترده‌ای داشته باشد (اگری و همکاران، ۲۰۱۲، ۶). داس گوپتا^۸ (۲۰۰۶) گردشگری زیارتی نقش زیادی در تغییرات اجتماعی و اقتصادی جوامع دارد. میشر^۹ (۲۰۰۰) توریسم مذهبی می‌تواند برای توسعه منطقه‌ای، ایجاد اشتغال، و احیاء ارزشهای فرهنگی بسیار مفید باشد.

¹ - Tarapith

² - Rinschede

³ - Timoty & Olsen

⁴ - Jackowski and Smith

⁵ - Religious Tourism

⁶ - Pilgrimage

⁷ - Shinde

⁸ - Das gupta

⁹ - Mishra

¹⁰ - Vijayand

¹¹ - Raj

¹² -eco-healing approach

¹³ - Singh

¹⁴ - Chohn

¹⁵ - Gil & Curiel

¹⁶ - Sharpley & Sundaram , Collins-Kreiner

۲۰۱۰، ۲۶۹). از نظر نولان^۱ (۱۹۹۲) جاذبه‌های

مذهبی به سه گروه زیر تقسیم می‌شوند:

۱- زیارتگاه‌هایی هستند که دارای اهمیت مذهبی بسیار بالایی برای زائران و افراد مذهبی می‌باشد و جذابیت کمتری برای جذب گردشگران غیرمذهبی^۲ دارند.

۲- زیارتگاه‌هایی هستند که هم برای زائران و هم برای گردشگران غیرمذهبی جذاب هستند چرا که این سایت‌ها از نظر تاریخی، هنری و یا منظره و چشم‌انداز نیز جاذبه دارند.

۳- سایت‌ها (مکان‌ها)یی که جاذبه اصلی آنها، برگزاری مراسم مذهبی است (اگرسی و همکاران، ۲۰۱۲، ۷).

گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال حاضر در سراسر جهان است که قدمت آن به فرهنگ دینی می‌رسد (مومنی، ۱۳۸۷، ۱۴). فرهنگ به عنوان نقطه مرکزی و کانون هر تمدنی است و مذهب نیز بعنوان قلب فرهنگی هر جامعه‌ای است. مذهب بیش از هر عامل دیگری، درک واقعیت را در معنا و مفهوم وسیعتری به فرهنگ منتقل می‌کند و رویدادهای تاریخی را تبیین و جایگاه انسان را در طول تاریخ مشخص می‌سازد (گابریل و الکساندر^۳، ۲۰۱۰، ۱۳۰). گردشگری فرهنگی و مذهبی می‌تواند منافع گسترده و طولانی مدتی را به عنوان یک عامل توسعه محلی ایجاد کند و اقتصاد محلی را تقویت و به توسعه پایدار کمک کند. برای نیروی کار ماهر و غیرماهر اشتغال ایجاد کند و کیفیت زندگی در مناطق شهری و روستایی را ارتقاء دهد. دلایل اصلی توسعه گردشگری فرهنگی و مذهبی را می‌توان به دو گروه زیر طبقه بندی کرد:

از طرف عرضه:

۱. گردشگری فرهنگی و مذهبی برای موفقیت در بازار پست مدرن و افزایش سهم خود در بازار رقابتی نیاز به یک تمایز بزرگی از محصولات دارد.

۲. مقامات دولتی به این نوع از گردشگری که به منابع طبیعی کمتری نیاز دارد، آلودگی کمتری ایجاد می‌کند (اوقات فراغت آرام تر، سر و صدای کمتر) و ضررهای کمتری به آداب و رسوم محلی وارد می‌کند، علاقه مند هستند.

۳. علاوه بر این، گردشگری فرهنگی و مذهبی دو جنبه اساسی حفاظت از میراث فرهنگی و توسعه محلی که همواره مورد توجه مقامات دولتی است را تأمین می‌کند.

از طرف تقاضا:

۱. تأکید بر حفظ هویت محلی در شرایطی که یکنواختی اجتماعی در اثر جهانی شدن ایجاد می‌شود.

۲. تحریک انسان برای جستجوی منابع سنتی و اصالتی به دلیل تحمل رنج و عذاب از تغییرات مداوم و زودگذر در جامعه معاصر.

۳. ارتقاء سطح فرهنگی مردم منجر به افزایش تقاضای گردشگری فرهنگی شده است.

۴. بخش مهمی از طبقه متوسط به دنبال اوقات فراغت نخبه‌گرا^۴ به عنوان راهی برای افزایش سرمایه انسانی خود، همچنین به عنوان یک راه تمایز و اعتبار هستند.

۵. تجاری شدن رو به رشد فرهنگ منجر شده تا فرهنگ به جای منبع دانش، مصرف انبوه نشان داده شود.

۶. رواج ارزش‌های محلی و منطقه‌ای و همچنین بازگشت به ارزش‌های مذهبی بدون شک یکی دیگر از ویژگی‌های پست مدرن در مواجهه با جهانی شدن و ریشه کن کردن آن است (گیل و کوریل، ۲۰۰۸، ۴۲۳ - ۴۲۱).

گردشگری مذهبی نقش بسیار مهمی در کاهش عدم تعادل اقتصادی دارد. بسیاری از مکان‌ها، به ویژه در مناطق روستایی و مناطقی که قابلیت و امکان کسب و کار چندانی ندارد، گردشگری مذهبی می‌تواند در فراهم

¹ - Nolan

² - secular

³ - Gabriela & Alexandra

⁴ - elitist Leisure

گردشگری برای "رونق اقتصادی"^۳ خود هستند، جوامع اطراف مکان‌ها و شهرک‌های مقدس می‌توانند از صنعت گردشگری بهره‌مند شوند. در خصوص مسائل تجاری است عمدتاً با فروش برخی از اشیاء و سوغاتی‌های مذهبی ارزش اقتصادی قابل توجهی نصیب آنها می‌شود. فروش سوغاتی‌های مذهبی به صدها میلیون دلار در هر سال می‌رسد. گوپتا^۴ (۱۹۹۹) اشاره می‌کند که تقریباً در همه مکانهای زیارتی هند صنایع دستی محلی مورد توجه گردشگران است و این یکی از تأثیرات اقتصادی گردشگری مذهبی است (فلايشر^۵، ۲۰۰۰، ۳۱۴). از آنجا که اقتصاد گردشگری مذهبی، بسیار سود آور است، بنابراین بسیاری از گروه‌های مذهبی مایل به پذیرفتن گروه‌های مختلف گردشگری در مراکز مذهبی خود هستند. به همین علت برای ارائه خدمات مواد غذایی، رستورانها و کافه‌های بسیاری در مکان‌ها و شهرکهای مذهبی وجود دارد. زائران مانند هر گردشگر دیگری باید برای استراحت و یا گذراندن شب جایی را داشته باشند. امکانات اسکان می‌تواند چادر، خانه‌های کوچک، مهمان‌سرا، زائر سرا تا هتل‌های لوکس باشد.

گردشگری مذهبی و توسعه پایدار

گردشگری مذهبی، ممکن است نقطه شروعی برای توسعه گردشگری پایدار باشد. گردشگری پایدار باید منجر به تنوع بخشی اقتصاد محلی، بهینه‌سازی (ارتقاء) رشد اقتصادی، بهبود همکاریهای محلی و منطقه‌ای و توزیع عادلانه منافع اقتصادی به ساکنین جوامع و صنعت گردشگری محلی گردد (چوی و سیراکایا^۶، ۲۰۰۵، ۳۸۲).

برخی از دلایل اصلی حمایت از گردشگری برای دستیابی به اصول توسعه پایدار به شرح زیر است:

- استفاده از منابع جامعه از قبیل: آداب و رسوم، فرهنگ، امکانات اوقات فراغت؛
- استفاده از منابع غیر مصرفی اعم از منابع طبیعی یا انسانی؛

آوردن امکان کسب و کار و فرصت‌های شغلی به مردم محلی کمک کند (ویجایاند، ۲۰۱۲، ۶-۳۳۵).

در حال حاضر، گردشگری مذهبی از سوی بسیاری از مقامات به عنوان راه حلی برای متنوع‌سازی و حل برخی از مسائل و مشکلات اقتصادی مطرح می‌شود. جاکوسکی و اسمیت^۱ (۱۹۹۲) معتقدند که گردشگری مذهبی می‌تواند به یک منبع مهم درآمد و اشتغال در لهستان تبدیل شود به شرطی که مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها رفع گردد

سفر و زیارت‌های مذهبی در طول تاریخ موتور توسعه اقتصادی مناطق مورد بازدید بوده است در این مناطق خدمات متنوعی برای پاسخگویی به نیازهای این نوع سفرها توسعه یافته است. امروزه در بسیاری از مقاصد، سایت‌های مذهبی، جاذبه‌های اصلی گردشگری و در برخی از مواقع کل اقتصاد آن‌ها را تشکیل می‌دهد. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که گردشگری مذهبی در آینده‌ای نزدیک افزایش قابل ملاحظه‌ای خواهد داشت (جاکوسکی، ۲۰۰۰، سان فیلیپو^۲، ۲۰۰۱). برخی منافع اقتصادی گردشگری در شهرهای مذهبی عبارتند از، به دست آوردن منابع مالی از راه تجارت، هزینه‌های ورودی، ارائه غذا (کنترینگ)، راهنمایی یا ارائه خدمات اقامتی و مسکن.

گردشگران مذهبی امروزی بیشتر علاقمند به دیدار از سایر مقاصد گردشگری موجود در منطقه نیز هستند همچنین آنها بیشتر علاقمند به استفاده از هتل‌های محلی، رستوران‌ها و یا حمل و نقل محلی می‌باشند این مسئله گردشگری مذهبی را به عنوان یک بخش مهم اقتصادی، به ویژه برای مناطقی که فرصت‌های دیگری برای توسعه ندارند، معرفی می‌کند (اگرسی و همکاران، ۲۰۱۲، ۷). درخواست‌های گردشگران مذهبی روز به روز پیچیده‌تر و متنوع‌تر می‌گردد و این گردشگران حاضر به پرداخت بیشتر برای کسب تجارب مطلوب و استفاده از امکانات مدرن هستند. تقریباً همه جوامع خواهان توسعه صنعت

³ - boom economic

⁴ - gupta

⁵ - Fleischer

⁶ - Choi and Sirakaya

¹ - Jackowski & Smith

² - San, Filippo

- ایجاد فرصت های واقعی برای کاهش فقر، ایجاد مشاغل جدید و حمایت از جوامع محروم؛
- ایجاد ظرفیت احیای فرهنگ ها و سنت ها به منظور تشویق توسعه منطقه ای؛
- ایجاد انگیزه اقتصادی برای حفظ میراث فرهنگی و طبیعی؛

در سال ۲۰۰۵، سازمان جهانی گردشگری در جهت همراهی با برنامه های محیط زیست سازمان ملل متحد راهنمای گردشگری پایدار را منتشر کرد، که با تمرکز بر ۱۲ اصل زیر در سطح جهانی می توان به گردشگری پایدار دست یافت:

ثبات اقتصادی^۱، رفاه محلی^۲، کیفیت اشتغال^۳، عدالت اجتماعی^۴، رضایت بازدید کنندگان^۵، کنترل محلی^۶، رفاه اجتماعی^۷، غنای فرهنگی^۸، سلامت جسمانی (یکپارچگی فیزیکی)^۹، تنوع زیستی^{۱۰}، استفاده از منابع کارآمد^{۱۱} و پاکي محیط زیست^{۱۲}.

گردشگری مذهبی را می توان بعنوان یکی از اشکال گردشگری که در سطح بالایی با این شرایط انطباق دارد، بیان کرد اما این مستلزم هماهنگی آن با ابعاد اساسی (بعد روحانی) این نوع سفرهاست (گابریل و الکساندر، ۲۰۱۰، ۱۳۲).

بیکاری یکی از جدی ترین مشکلات کشورهای در حال توسعه است و علیرغم رشد اقتصادی هنوز بیکاری در میان زنان و جوانان وجود دارد (مازیم حاکا^{۱۳}، ۲۰۰۶، ۱۹). گردشگری به عنوان یک صنعت خدماتی اغلب به عنوان گزینه ای مؤثر برای متنوع سازی اقتصاد و اشتغالزایی بحساب می آید (جنکینز^{۱۴}،

۲۰۰۰، ۱۲۵). گردشگری می تواند در تمامی بخش های اقتصادی کشورها، خصوصا کمک به کاهش فقر و اقتصاد پایدار و متنوع مشارکت مهمی داشته باشد. گردشگری اغلب به عنوان ابزار محرک اقتصاد حاشیه ای و ترویج و تقویت توسعه از طریق ایجاد اشتغال و درآمد یاد می شود (لیو و وال^{۱۵}، ۲۰۰۴، ۱).

اشلی، بوید و گودوین^{۱۶} (۲۰۰۰) برخی از منافع گردشگری داخلی به کشورهای در حال توسعه را می توان به طور خاص در کمک به توسعه اقتصاد محلی اشاره کرد. آپرمان و کوهن^{۱۷} (۱۹۹۷) انگیزه اصلی سفرهای داخلی در کشورهای در حال توسعه شامل دیدار از دوستان و آشنایان، سفرهای تفریحی، تجاری و سفرهای مذهبی و زیارتی می شود. گردشگران داخلی مشتریان مهمی برای فروشندگان و صاحبان کسب و کار و بنگاه های اقتصادی کوچک هستند و نسبت به گردشگران خارجی تمایل بیشتری برای خرید از فروشندگان محلی دارند (مازیم حاکا، ۲۰۰۶، ۹).

گردشگری امروزه یکی از بزرگترین و سریع ترین صنایع رو به رشد جهان است. گردشگری تأثیر اقتصادی گسترده ای بر منطقه میزبان دارد که می تواند بطور مستقیم یا غیرمستقیم تأثیر داشته باشد از جمله درآمد و ایجاد اشتغال مستقیم در صنعت گردشگری همچون حمل و نقل، مسکن و غذا، رستوران ها و هتل ها و ... و یا بصورت غیر مستقیم با استفاده از کالاها و خدمات سایر بخش ها. گردشگری، تجارت، درآمد و کارآفرینی را تحریک می کند و در توسعه اقتصاد محلی کمک می کند گردشگری پتانسیل زیادی برای کمک به کاهش فقر دارد (تاپا^{۱۸}، ۲۰۱۲، ۱۲).

1 - economic viability

2 - local prosperity

3 - employment quality

4 - social equity

5 - visitors' satisfaction

6 - local control

7 - community welfare

8 - cultural richness

9 - physical integrity

10 - biological diversity

11 - resource efficient use

12 - environment purity

13 - Mazimhaka

14 - Jenkins

15 - Liu & Wall

16 - Ashley, Boyd and Goodwin

17 - Opperman & Chon

18 - Thapa

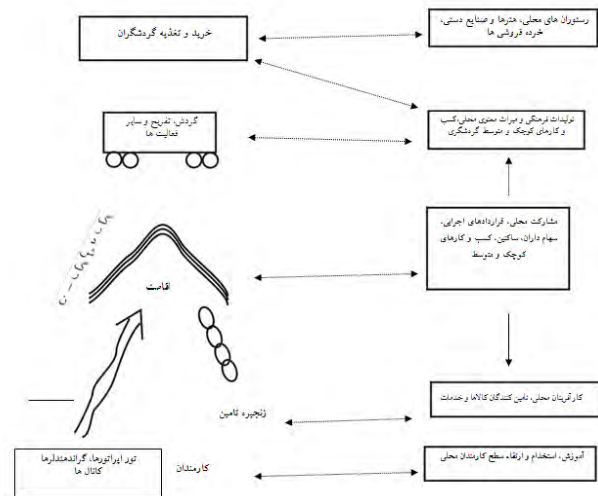
تأثیر گذاشته و منجر به رفاه و ارتقاء کیفیت زندگی آنها می‌شود.

شکل ۲) فرصت‌های مشارکت مردم محلی در گردشگری

مشارکت غیر مستقیم در گردشگری از طریق بخش‌های مرتبط	مشارکت مستقیم در گردشگری
<ul style="list-style-type: none"> ✓ تامین غذا و نوشیدنی ✓ صنایع دستی ✓ فرودگاهی ✓ باغبانی ✓ امنیت ✓ حفظ (نگهداری) منابع طبیعی ✓ تولید و توزیع مواد غذایی ✓ ساخت و ساز، تعمیر و نگهداری 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ اقامت گاه ✓ رستوران‌ها ✓ راهنمای تور ✓ استخدام) ✓ مدیران، پذیرش و پیشخدمت‌ها) ✓ فعالیت‌های فرهنگی ✓ حمل و نقل

ماخذ: اسپنسی، اشلی و کوک، ۲۰۰۹، ۱۸

شکل ۱) ارتباطات و پیوندهای مختلف در گردشگری



ماخذ: گودوین و اشلی^۱، ۲۰۰۴، ۳

گردشگری در مقایسه با دیگر بخش‌های غیرکشاورزی، عموماً کاربر است و می‌تواند تعداد زیادی از کارکنان پاره وقت و تمام وقت، ماهر و غیر ماهر، و نیروی کار قابل توجهی از زنان را بکار گیرد. گردشگری می‌تواند بازارهای مناسبی برای توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط محلی فراهم نماید. گردشگری بیشتر به سرمایه‌های طبیعی (مانند حیات وحش، مناظر زیبا) و جاذبه‌های فرهنگی وابسته است. و این دارایی‌هایی است که برخی از فقرا دارند (اسپنسی، اشلی و کوک^۲، ۲۰۰۹، ۱۹ - ۱۷).

گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی در حال رشد سریع در سراسر جهان است. گردشگری می‌تواند منبع قابل ملاحظه‌ای برای توسعه و اشتغال، به خصوص برای کسانی که دسترسی محدود به بازار کار، مانند زنان، جوانان، کارگران مهاجر و جمعیت روستایی باشد. و می‌تواند به میزان قابل توجهی به توسعه اجتماعی و اقتصادی و کاهش فقر کمک کند (سازمان بین‌المللی کار^۳، ۲۰۱۱، ۳).

گردشگری میراث فرهنگی، بخش مهمی از بازار گردشگری بین‌المللی است. دارایی‌های میراث فرهنگی

امروزه راه‌های مختلفی وجود دارد که صنعت گردشگری می‌تواند مردم فقیر را بکار گیرد، به توسعه اقتصاد محلی کمک کند، یا محیط فیزیکی و اجتماعی آنها را تحت تأثیر قرار دهد. تغییرات و تأثیرات گردشگری اعم از مالی و غیرمالی به دو صورت فوری و طولانی مدت می‌باشد. سه نوع تأثیر اصلی در این زمینه را بشرح زیر می‌توان بیان کرد:

۱- مشارکت کنندگان فقیر با شرکت در گردشگری و یا بخش‌های مرتبط با گردشگری درآمد کسب می‌کنند. با احساس رضایت از گردشگری، پول نقد به جیب خانواده‌های فقیر واریز می‌شود (شکل ۲).

۲- گردشگری اثرات طولانی مدت زیادی برای توسعه اقتصاد محلی و معیشت مردم فقیر دارد. این کار ممکن است درآمد، فرصت‌ها و امنیت آنها را تحت تأثیر قرار دهد.

۳- گردشگری بر محیط زیست طبیعی که مردم در آن زندگی می‌کنند، و محیط اجتماعی و فرهنگی آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. خواه ناخواه این امر به طور مستقیم بر معیشت آنها

² - Spenceley, Ashley & Kock

³ - ILO

¹ - Harold Goodwin & Caroline Ashley

شامل دارایی‌های ملموس مانند اماکن تاریخی، و دارایی‌های نامشهود، مانند سبک‌ها و شیوه‌های فرهنگی است. گردشگری مذهبی نوع خاصی از گردشگری میراث فرهنگی است (شاکلی^۱، ۲۰۰۱، ۱۷).

حفاظت از میراث دینی و استفاده مداوم از آن، یک اصل مهم در پایداری ارزشهای فرهنگی است (مک کرچر و دو کروس^۲، ۲۰۰۲، ۳۳) به بسیاری از سایت‌های مذهبی برای جبران اثرات گردشگری کمک‌های مالی می‌شود، اما این کمک‌های مالی به ندرت هزینه‌های تعمیر، نگهداری و حفظ آنها را پوشش می‌دهد (اولسن، ۲۰۰۶، ۱۰۸).

۴. روش تحقیق

این پژوهش از نوع کاربردی است که با روش پیمایشی و با استفاده از مطالعات میدانی انجام شده است. در بررسی داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی و در تجزیه و تحلیل آنها از روش‌های توصیفی - تحلیلی استفاده شده است. داده‌های مورد نیاز پژوهش با پرسشنامه گردآوری شده و قبل از اجرای پرسشنامه‌ها پایایی و روایی آن مورد بررسی قرار گرفته که پایایی آن با آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۱ است. این پرسشنامه حاوی ۲۶ سوال بوده که تعداد ۲۰ سوال برای سنجش شاخص‌های و تعداد ۶ سوال دیگر نیز برای بررسی ویژگی‌ها و اطلاعات فردی طراحی شده بودند. جامعه آماری تحقیق حاضر روستاییان امام زاده هاشم هستند که بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵ برابر با ۲۳۹۵ نفر جمعیت داشته، برای برآورد حجم نمونه تحقیق از فرمول کوکران استفاده شده و تعداد ۲۲۳ نفر به عنوان نمونه تحقیق به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. برای سنجش اثرات بارگاه امام زاده هاشم و گردشگران مذهبی بر اقتصاد محلی سؤالات ۵ گزینه‌ای در طیف لیکرت طراحی و دامنه پاسخ‌ها از خیلی کم تا خیلی زیاد تعیین گردید. برای آزمون، تجزیه و تحلیل و استنباط شاخص‌ها و یافته‌های تحقیق از آزمون نسبت یا آزمون دوجمله‌ای استفاده شده است. برای این آزمون پاسخ‌ها از ۱ تا ۵ کدگذاری و وارد نرم افزار SPSS شده و برای انجام آزمون، پاسخ‌ها در دو گروه

۱ عدم تأثیرگذار (گروه ۱ ≥ 3) یعنی پاسخ‌های خیلی کم (۱)، کم (۲) و متوسط (۳) و گروه ۲ مؤثر (گروه ۲ < 3) یعنی پاسخ‌های زیاد و بسیار زیاد تقسیم شده و مورد آزمون قرار گرفتند.

تعریف عملیاتی مفاهیم و متغیرهای تحقیق

متغیر مستقل این تحقیق، گردشگری مذهبی است و متغیر وابسته آن اقتصاد محلی که شامل مولفه‌های اشتغال، کسب و کارهای جدید، افزایش درآمد، تنوع شغلی، افزایش تولید و فروش محصولات روستایی، جذب سرمایه‌گذاری، توسعه زیرساخت‌ها و بهبود امکانات می‌باشد.

گردشگری مذهبی: منظور از گردشگری

مذهبی در این تحقیق شامل تمامی گردشگرانی است که از امام زاده هاشم دیدن می‌کنند.

اقتصاد محلی: منظور از اقتصاد محلی، تمامی

فعالیت‌های تولیدی و خدماتی است که به طور مستقیم یا غیر مستقیم به گردشگران روستای امام زاده هاشم در ارتباط هستند و از آن متاثرند.

منطقه مورد مطالعه

روستای امام زاده هاشم در دهستان سراوان در ۱۷ کیلومتری جنوب غربی شهر سنقر و ۲۷ کیلومتری شهر رشت قرار دارد. روستای امامزاده هاشم، از دو بخش جلگه‌ای و کوهپایه‌ای تشکیل شده است. مردم روستای امامزاده دین اسلام دارند و پیرو مذهب شیعه جعفری هستند. براساس نتایج سرشماری سال ۱۳۷۵، روستای امامزاده هاشم ۱۹۱۰ نفر جمعیت داشته است که در سال ۱۳۸۵ به ۲۳۹۵ نفر و در سال ۱۳۹۰ به ۲۴۳۷ نفر افزایش یافته است. اقتصاد روستایی امامزاده هاشم، بر پایه فعالیت‌های زراعی، دامداری و خدمات استوار است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰).

¹ - Shackley

² - McKercher & du Cros

جاذبه‌های گردشگری روستا

جنگل انبوه، مهم‌ترین جاذبه طبیعی روستای امامزاده هاشم است. سفیدرود، بزرگترین رودخانه استان گیلان، در ضلع شرقی روستای امامزاده هاشم جریان دارد و سواحل آن پذیرای گردشگران در فصول بهار و تابستان است. چشم‌انداز رودخانه و شالیزارهای پیرامون آن، بسیار تماشایی است. پارک جنگلی سردار جنگل در ضلع جنوبی روستا با امکاناتی نظیر پارک کودک و سرویس بهداشتی برای گردشگران جالب توجه است. جلوه‌های بسیار زیبای طبیعی روستای امامزاده هاشم آن را به یکی از قطب‌های گردشگری طبیعی بدل کرده است. اهمیت گردشگری روستای امامزاده هاشم، مدیون طبیعت بکر و زیارتگاه هاشم بن محمد از نوادگان علی‌بن‌ابی‌طالب (ع) است. زیارتگاه امامزاده هاشم، در بلندترین نقطه روستا با مساحت

۷۵۰۰ مترمربع ساخته شده است که ۱۲۰۰ متر آن حرم و مابقی آن گورستان و فضای باز است.

۵. یافته‌های تحقیق

در این مطالعه از مجموع ۲۲۳ نفر نمونه آماری تحقیق تعداد ۱۴۰ نفر یعنی ۶۲/۸ درصد مردان و ۸۳ نفر معادل ۳۷/۲ درصد زنان هستند (جدول ۱).

جدول ۱) نمونه آماری تحقیق به تفکیک جنسیت

جنسیت	مرد	زن	جمع کل
تعداد	۱۴۰	۸۳	۲۲۳
درصد	۶۲/۸	۳۷/۲	۱۰۰

ماخذ: مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۹۱

از نظر سنی، تعداد ۵۰ نفر در گروه سنی ۲۹ - ۱۵ ساله، ۸۹ نفر در گروه سنی ۴۵ - ۳۰ ساله، ۶۷ نفر در گروه سنی ۶۰ - ۴۶ ساله و ۱۷ نفر نیز در گروه سنی ۶۱ به بالا قرار داشتند.

جدول ۲) نمونه آماری تحقیق به تفکیک گروه‌های سنی

گروه‌های سنی	۱۵-۲۹ سال	۳۰-۴۵ سال	۴۶-۶۰ سال	۶۱ سال به بالا	جمع کل
تعداد	۵۰	۸۹	۶۷	۱۷	۲۲۳
درصد	۲۲/۴	۴۰	۳۰	۷/۶	۱۰۰

ماخذ: مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۹۱

میزان تحصیلات آنها نیز بدین ترتیب بود که ۳ نفر بی سواد، ۹ نفر ابتدایی، ۵۰ نفر راهنمایی، ۱۰۵ نفر دیپلم، ۲۳ نفر فوق دیپلم و تعداد ۲۹ نفر نیز تحصیلات لیسانس و بالاتر می باشند.

جدول ۳) نمونه آماری تحقیق به تفکیک سطح تحصیلات

میزان تحصیلات	بی سواد	ابتدایی	راهنمایی	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس و بالاتر	نامشخص	جمع کل
تعداد	۳	۹	۵۰	۱۰۵	۲۳	۲۹	۴	۲۲۳
درصد	۱/۳	۴	۲۲/۴	۴۷	۱۰/۳	۱۳	۱/۸	۱۰۰

ماخذ: مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۹۱

از نظر وضعیت اشتغال تعداد ۱۶۷ نفر یعنی ۷۴/۹ درصد شاغل و ۵۲ نفر یعنی ۲۳/۳ درصد بیکار و ۴ نفر نیز پاسخی نداده‌اند. شغل اصلی تعداد ۶۸ نفر

جدول ۴) نمونه آماری تحقیق به تفکیک وضعیت اشتغال

وضعیت اشتغال	شاغل			بیکار	نامشخص	جمع کل
	کشاورزی	صنعت	خدمات			
تعداد	۶۸	۳۵	۶۴	۵۲	۴	۲۲۳
درصد	۴۰/۷	۲۱	۳۸/۳	۲۳/۳	۱/۷	۱۰۰

ماخذ: مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۹۱

از نظر میزان درآمد خانوار در ماه تعداد ۴۱ نفر کمتر از ۳۰۰ هزار تومان، ۸۳ نفر ۳۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان، ۴۶ نفر نیز بین ۶۰۰ تا ۹۰۰ هزار تومان و ۴۱ نفر نیز بین ۹۰۰ تا یک میلیون و دویست هزار تومان اعلام کرده و تعداد ۱۲ نفر نیز به این سوال پاسخی نداده‌اند.

جدول ۵) نمونه آماری تحقیق به تفکیک میزان درآمد خانوار

میزان درآمد	کمتر از ۳۰۰	۳۰۰ - ۶۰۰	۶۰۰ - ۹۰۰	۹۰۰ - ۱۲۰۰	نامشخص	جمع کل
تعداد	۴۱	۸۳	۴۶	۴۱	۱۲	۲۲۳
درصد	۱۸/۳	۳۷/۲	۲۰/۶	۱۸/۴	۵/۴	۱۰۰

ماخذ: مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۹۱

تأثیر گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصاد محلی، شاخص‌هایی همچون ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، متنوع‌سازی اقتصادی و ایجاد کسب و کارهای جدید، افزایش در تولید و فروش محصولات روستایی، افزایش جذب سرمایه‌گذاری، بهبود امکانات و خدمات روستایی، و میزان تأثیرپذیری اقتصاد روستا از فعالیت گردشگری و ... مورد سنجش قرار گرفت که نتایج حاصل در جدول ۶ آورده شده و در ادامه به توضیح و تفسیر یکایک شاخص‌ها خواهیم پرداخت.

طبق تحقیقات و مطالعات در نقاط مختلف جهان گردشگری تأثیر بسیار زیادی بر اقتصاد جوامع میزبان دارد که از جمله آنها می‌توان به ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، ایجاد کسب و کارهای جدید، و همچنین اثرات غیرمستقیم دیگری نیز دارد. از سوی دیگر بر اساس همین تحقیقات گردشگری مذهبی از دیرباز یکی از انگیزه‌های اصلی مسافرت بوده است و طبق آمارها درصد بسیار زیادی از گردشگران را به خود اختصاص داده و همچون سایر گردشگری اثرات مختلفی بر جوامع میزبان دارد لذا، در این تحقیق برای بررسی

جدول ۶) آزمون میزان تأثیرگذاری گردشگری مذهبی بر شاخص‌های اقتصادی روستای امام زاده هاشم

شاخص‌ها	گروه‌بندی	تعداد	نسبت مشاهده شده	نسبت مورد آزمون	معنی‌داری
اشتغالزایی برای روستاییان	گروه ۱ ≥ 3	۲۱	۰/۰۹	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۲۰۲	۰/۹۱		
اشتغالزایی برای زنان	گروه ۱ ≥ 3	۱۲۰	۰/۵۴	۰/۵۰	۰/۲۵۴
	گروه ۲ < 3	۱۰۲	۰/۴۶		
ایجاد کسب و کارهای جدید	گروه ۱ ≥ 3	۵۷	۰/۲۶	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۶۶	۰/۷۴		
افزایش درآمد روستاییان	گروه ۱ ≥ 3	۷۵	۰/۳۴	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۴۸	۰/۶۶		
ایجاد تنوع در مشاغل	گروه ۱ ≥ 3	۷۱	۰/۳۲	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۵۲	۰/۶۸		
افزایش در تولید و فروش محصولات روستایی	گروه ۱ ≥ 3	۶۳	۰/۲۸	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۶۰	۰/۷۲		
جذب سرمایه‌گذاری بیرونی	گروه ۱ ≥ 3	۳۷	۰/۱۷	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۸۶	۰/۸۳		
تأثیر گردشگران امامزاده در توسعه زیرساخت‌های روستا	گروه ۱ ≥ 3	۲۴	۰/۱۱	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۹۸	۰/۸۹		
حضور افراد غیربومی جهت کار و سرمایه‌گذاری در روستا	گروه ۱ ≥ 3	۶۷	۰/۳۰	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۵۵	۰/۷۰		
کمتر بودن میزان بیکاری نسبت به روستاهای همجوار	گروه ۱ ≥ 3	۵۸	۰/۲۶	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۶۳	۰/۷۴		
باعث افزایش قدرت مالی مردم روستا	گروه ۱ ≥ 3	۴۰	۰/۱۸	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۸۲	۰/۸۲		
بهبود بودن امکانات و خدمات نسبت به روستاهای همجوار	گروه ۱ ≥ 3	۳۴	۰/۱۵	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۸۸	۰/۸۵		
تأثیرپذیری اقتصاد روستا از گردشگری	گروه ۱ ≥ 3	۴۸	۰/۲۲	۰/۵۰	۰/۰۰۰
	گروه ۲ < 3	۱۷۴	۰/۷۸		

ماخذ: مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۹۱

دامی، صنایع دستی تاثیر زیاد و بسیار زیادی داشته است. هفتمین شاخص بررسی شده، نقش گردشگری مذهبی در کمک به جذب سرمایه‌گذاری بیرونی است. نتیجه آزمون نشان از معنی دار بودن تفاوت در پاسخ‌ها و تعداد و نسبت مشاهده شده نشان از موثر بودن گردشگری مذهبی در جذب سرمایه‌گذاری بیرونی در روستا و کمک به اقتصاد محلی بوده است. با توجه به اهمیت زیرساخت‌ها در توسعه اقتصاد، یکی از شاخص‌های مورد بررسی تحقیق نیز تاثیر گردشگری مذهبی بر توسعه زیرساخت‌های روستایی بود. نتیجه حاصل از آزمون همانطوری که در جدول نیز مشخص است معنی دار بودن تفاوت پاسخ‌ها به نفع گروه ۲ با نسبت مشاهده ۰/۸۹ و موثر بودن گردشگری مذهبی در توسعه زیرساخت‌های روستایی است. یکی از اثرات گردشگری و توسعه اقتصاد را می‌توان در حضور افراد غیربومی جهت سرمایه‌گذاری و یا کار در مقصد گردشگری دید لذا در این تحقیق نیز موضوع حضور افراد غیربومی برای کار و سرمایه‌گذاری مورد سؤال و بررسی قرار گرفته است. نتیجه حاصل از آزمون نشان می‌دهد که تفاوت پاسخ‌ها به نفع گروه ۲ معنی دار بوده و تعداد و نسبت مشاهده شده پاسخ‌های گروه ۲ با ۰/۷۰ بیانگر تاثیر زیاد و بسیار زیاد گردشگری بر حضور افراد غیربومی جهت سرمایه‌گذاری و یا کار در این روستا است. یکی از اثرات افزایش اشتغال را می‌توان در کاهش بیکاری دانست، بنابراین در این تحقیق نیز موضوع کاهش بیکاری مورد سوال و بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد تفاوت معنی داری بین دو گروه پاسخ‌ها و نظرات وجود دارد و این تفاوت نیز به نفع گروه ۲ یعنی تاثیر زیاد و بسیار زیاد با نسبت مشاهده با ۰/۷۴ می‌باشد و این نشان می‌دهد که گردشگری در کاهش بیکاری و پایین بودن بیکاری نسبت به روستاهای همجوار در این روستا مؤثر است. یکی از نشانه‌ها و اثرات بهبود اقتصاد محلی، بالا رفتن قدرت مالی و قدرت خرید مردم است. در تحقیق حاضر این امر نیز به عنوان یکی از شاخص‌ها مورد بررسی قرار گرفت، نتایج حاصل از تحقیق نشان

وجود بارگاه امام زاده هاشم در روستا موجب رونق گردشگری مذهبی شده است. طبق جدول ۶، نتیجه آزمون در مورد شاخص اول یعنی تاثیر گردشگری مذهبی بر ایجاد و افزایش اشتغال در روستا حاکی از تفاوت معنی دار در دو گروه بوده و با توجه به نسبت مشاهده شده در گروه ۲ (۰/۹۱) نتیجه می‌گیریم که گردشگری مذهبی در اشتغال زایی روستاییان موثر بوده است. در مورد شاخص دوم نتیجه آزمون نشان می‌دهد که تفاوت معنی داری بین دو گروه پاسخ‌ها نیست و با توجه به نسبت‌های مشاهده شده در دو گروه مشخص است که گردشگری مذهبی تاثیر چندانی در اشتغال زنان نداشته است. در مورد تاثیر گردشگری مذهبی در ایجاد کسب و کارهای جدید نتیجه حاصل از آزمون نشان می‌دهد که تفاوت معنی داری در بین دو گروه پاسخ‌ها وجود دارد و بررسی نتایج نسبت‌های مشاهده شده نشان می‌دهد که گردشگری مذهبی در ایجاد کسب و کارهای جدید در روستا مؤثر بوده است. شاخص بعدی بررسی تاثیر گردشگری بر افزایش درآمد روستاییان است نتیجه آزمون در مورد این شاخص نیز نشان از معنی دار بودن تفاوت در ۲ گروه پاسخ‌ها و نظرات است. نسبت مشاهده شده در گروه ۲ (تأثیر زیاد و بسیار زیاد) با ۰/۶۶ نشان می‌دهد که از نظر مردم محلی گردشگری مذهبی در افزایش درآمد روستاییان موثر بوده است. پنجمین شاخص بررسی شده تاثیر گردشگری مذهبی بر متنوع سازی فعالیت‌ها و مشاغل روستایی است که نتیجه آزمون نشان از تفاوت معنی دار در بین گروه پاسخ‌ها و نظرات و نسبت مشاهده شده با ۰/۶۸ حاکی از موثر بودن آن است. شاخص بعدی مورد بررسی طبق جدول شماره ۶، تاثیر گردشگری در تولید و فروش محصولات روستایی است. نتیجه حاصل نشان می‌دهد که تفاوت معنی داری در بین دو گروه پاسخ‌ها وجود دارد و همچنین نسبت مشاهده شده نیز نشان می‌دهد که گروه دوم با نسبت مشاهده ۰/۷۲ بوده و امام زاده هاشم و گردشگری مذهبی در افزایش میزان تولید و فروش محصولات روستایی اعم از محصولات کشاورزی، باغی،

می‌دهد از نظر مردم محلی قدرت مالی مردم روستا بالا بوده و امام زاده هاشم و گردشگری مذهبی نیز در این امر موثر بوده، نتایج حاصل از آزمون و نسبت مشاهده شده برای گروه دوم (۰/۸۲) نشانگر تاثیر زیاد و بسیار زیاد گردشگری بر قدرت مالی مردم محلی است. آخرین موردی که مورد سنجش قرار گرفت میزان تاثیرپذیری اقتصاد روستا از گردشگری مذهبی بود که نتایج حاصل از تحقیق در این مورد نیز نشان از تفاوت معنی دار در پاسخ‌های دو گروه است و تعداد و نسبت مشاهده شده بیانگر آن است که میزان تاثیرپذیری اقتصاد روستا از امامزاده هاشم و گردشگری مذهبی در حد زیاد و بسیار زیاد است.

۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بررسی‌های این تحقیق نشان می‌دهد موقعیت روستا و وجود بارگاه امام زاده هاشم باعث حضور گردشگران زیادی در این روستا شده و حضور گردشگران اثرات اقتصادی متعددی بر روستا و روستاییان به دنبال داشته است. طبق نتایج تحقیق حاضر از جمله این تاثیرات می‌توان به ایجاد و افزایش اشتغال در روستا، افزایش درآمد روستاییان، ایجاد کسب و کارهای جدید، متنوع سازی فعالیت‌ها و مشاغل روستا، افزایش در تولید و فروش محصولات روستاییان اعم از تولیدات کشاورزی و صنایع دستی،

منابع و ماخذ:

ابراهیم‌زاده، عیسی، کاظمی‌راد، شمس‌الله، اسکندری‌ثانی، (۱۳۹۰)، محمد، برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی، شهر قم)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۶، صص ۱۴۱ - ۱۱۵.

ایمنی‌قشلاق، سیاوش، خانی، فضیله، هاشمی، سیدسعید، ۱۳۹۱، نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه تطبیقی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)، مجله علمی پژوهشی جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۱۸، صص ۲۳۸ - ۲۱۷.

جذب سرمایه و افزایش سرمایه‌گذاری در اقتصاد محلی، کاهش نرخ بیکاری و افزایش قدرت مالی و خرید روستاییان و کاهش فقر اشاره کرد. همچنین نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که گردشگری مذهبی در این روستا در ایجاد اشتغال برای زنان چندان موثر نبوده است.

با توجه به سبک زندگی امروزی، انسانها نیازمند استراحت، تفریح و سرگرمی و همچنین آرامش روحی و روانی و توجه به معنویت هستند در این میان اماکن متبرکه می‌توانند هر دو نیاز را در کنار هم برآورده نمایند زیرا بسیاری از این اماکن و زیارتگاه‌ها در نواحی روستایی و شهرهای کوچک قرار دارند که به دلیل طبیعت زیبا، آرام، و ساده خود می‌توانند فضای آرامش و استراحت و معنویت را در صورت برنامه‌ریزی مناسب و تامین امکانات و خدمات فراهم نمایند. به دلیل وجود اماکن متبرکه بسیار زیاد و پراکندگی آنها در سراسر کشور اعم از امام زاده‌ها، مساجد تاریخی و قدیمی، کلیساها می‌توان از این پتانسیل بسیار بالا جهت رونق گردشگری مذهبی و به تبع آن توسعه اقتصاد محلی و کاهش فقر جوامع محلی استفاده کرد. چون این امر باعث متنوع سازی اقتصاد روستاها و جوامع محلی می‌گردد که همواره مورد تاکید صاحب‌نظران توسعه روستایی است.

تقوایی، مسعود، موسوی، سید علی، غلامی، بیمرغ، یونس، ۱۳۸۹، تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهرستان نورآباد ممسنی)، فصلنامه علمی - پژوهشی فضای جغرافیایی، سال دهم، شماره ۳۱، صص ۶۴ - ۳۹.

مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰، نتایج سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰، شناسنامه آبادیها.

مهدوی، مسعود، قدیری معصوم، مجتبی، قهرمانی، نسرین، ۱۳۸۷، اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستاییان دره کن و سولقان، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۱، شماره ۲، صص ۶۰ - ۳۹ -

Settlements as a Way to Maintain the Sustainable Development of Religious Tourism in Romania, Amfiteatru

Economic, Vol XII • No. 27 • February 2010, pp 129 – 144.

Gil, Angeles Rubio, Curiel, Javier de Esteban, (2008), ***Religious Events as Special Interest Tourism***. A Spanish Experience, Vol 6, N 3, PP 419 – 433.

Goodwin, Harold, Ashley, Caroline, (2004) ***harnessing tourism for local economic development: strategies for pro poor tourism***, Presentation 1: overview of linkages and the case for change, <http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/events/presentations/509.pdf>.

ILO, (2011), ***Toolkit on Poverty Reduction through Tourism***, First published 2011, ISBN 978-92-2-125707-3 (print) - ISBN 978-92-2-125708-0 (web pdf).

Jackowski, A. & Smith, V.L., (1992). ***Polish pilgrim-tourist***, Annals of Tourism Research, Vol.19 (1), pp. 92-106.

Kumar Kundu, Suman, (2012), ***Economic empowerment through rural tourism: The case of Tarapith – A religious tourism destination in Birbhum District of West Bengal, India***, GEOGRAFIA Online TM Malaysia Journal of Society and Space 8 issue 7 (65 - 74).

Mazimhaka, Joan, (2006), ***The Potential Impact of Domestic Tourism on***

مؤمنی، فرشاد، یوسفی، محمدقلی، مبارک اصغر، ۱۳۸۹، بررسی عوامل تعیین کننده رشد بهره وری و فقر در مناطق روستایی ایران، فصلنام پژوهش های روستایی، صص ۹۹-۱۲۰.

مؤمنی، مصطفی، صرافی، مظفر، ۱۳۸۷، ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۱، صص ۳۸ - ۱۳.

Ashley, C., Roe, D. and Goodwin, H (2001) ***Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor***, London: Overseas Development Institute, International Institute for Environment and Development, and Centre for Responsible Tourism, University of Greenwich.

Choi, H.S. & Sirakaya, E., (2005).

Measuring resident attitudes toward sustainable tourism: development of a sustainable tourism attitude scale. Journal of Travel Research, vol. 43(4), pp. 380-94.

Collins-Kreiner, V., (2010), ***Current Jewish Pilgrimage Tourism: Modes and Models of Development***, Tourism: Preliminary Communication 58 (3), 259-270.

Egresi, Istvan; Bayram, Büşra; Kara, Fatih; Arif Kesik, Ozan, (2012), ***Unlocking the Potential of religious Tourism in Turkey***, GeoJournal of Tourism and Geosites, no.1, vol. 9.

Fleischer, A., (2000) ***The Tourist Behind the Pilgrim in the Holy Land***, Hospitality Management 19, pp 311-326.

Gabriela Cecilia, Stănciulescu¹, and Alexandra-Maria Țîrca, (2010) ***Implication of Commercial Activity Within Monastic***

http://www.jewishtravelagency.com/JewishTravel/ASTA0810_040_REV-FINAL.pdf.

San Filippo, M., (2001) *the religious niche*, Travel Weekly, vol.60 (18), pp.12.

Shackley, M. (2001) *Managing sacred sites*, Padstow, UK: Thomson.

Sharpley, R., Sundaram, P., (2005), *Tourism: A Sacred Journey, The case of Ashram tourism India*, International Journal of Tourism Research 7, 161-171.

Shinde, K., A., (2007), *Case Study 6: Visiting Sacred Sites in India: Religious Tourism or Pilgrimage*, In, R. Rajand N. Morpeth, Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective, pp. 184-197. Wallingford, UK: CABI Publishing.

Singh, Rana P.B. (2013), *Pilgrimage - Tourism: Perspectives and Vision, Hindu Tradition of Pilgrimage: Sacred Space and System*, Dev Publishers, New Delhi, ISBN (13): 978-93-81406-25-0; pp. 305-332.

Smith, V., (1992), *the Quest in Guest*, Annals of Tourism Research, 19, 1-17.

Thapa, Mek Bahadur,(2012), *Tourism and Sustainable Community Development in Nepal*, Central Ostrobothnia University of Applied Sciences-Unit for Technology and Business, Kokkola-Pietasaari.

Timothy, D. & Olsen, D.,(2006) *Tourism and religious journeys*, in D.Timothy & D.Olsen(eds.) *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*, Routledge, London.

Rwanda's Tourism Economy, A research report submitted to the Graduate School of Humanities, University of the Witwatersrand, Johannesburg, in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts by coursework in Tourism Studies.

McKercher, B. & du Cros, H. (2002) *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: Haworth Hospitality Press.

Olsen, D. (2006) *Management issues for religious heritage attractions*, In D. Timothy & D. Olsen (Eds.) *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp 104-118)). New York: Routledge.

Raj, Kamla, (2010), *Impact of Pilgrim Tourism at Haridwar*, 12(2): 99-105

Ramukumba, T., Mmbengwa, V. M., Mwamayi, K. A. and Groenewald, J. A.,

(2012), *Analysis of the socio-economic impacts of tourism for emerging tourism entrepreneurs: The case of George municipality in the Western Cape Province, South Africa*, Journal of Hospitality Management and Tourism Vol. 3(3), pp. 39-45.

Rinschede, G.,(1992). *Forms of religious tourism*, Annals of Tourism Research, vol.19 (1), Pp.51-67.

Rundquist, K., (2010), *Leap of Faith. Religious Tourism Report*, ASTA Network, autumn 2010,

WTO, 2005, *Cultural Tourism and Poverty Alleviation: The Asia Pacific Perspective*, Vol. 1, No. 1, 2005a, pp 1-265.

Vijayand, S, (2012), *Socio-Economic Impacts in Pilgrimage Tourism*, Zenith International Journal of Multidisciplinary Research, Vol.2, Issue 1, January 2012, issn2231 5780.
World Travel and Tourism Council (2014). *Travel & Tourism Economic Impact 2014 world*.

