

ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه

موردی بافت تاریخی شهر یزد)

محمد رضا رضایی^۱، مریم اسدی^۲

چکیده

جاذبه‌های گردشگری مذهبی نقش مؤثری در بازسازی حیات شهرها در طول تاریخ و امروز داشته است. هدف از پژوهش حاضر ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی بافت تاریخی شهر یزد است. روش پژوهش در این مقاله، توصیفی از نوع پیمایشی است که همراه پرسش‌نامه انجام شده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش ساکنان و فعالان اقتصادی و کسبه، برابر با ۳۳۹۵۸ نفر است که از فرمول کوکران استفاده و حجم نمونه برابر با ۳۸۰ نفر انتخاب شد. به منظور به دست آوردن سنجش دیدگاه ساکنان در خصوص مؤلفه‌های ذکر شده از آزمون‌های آماری میانگین پاسخ‌ها و واریانس و آزمون تی تک‌نمونه‌ای و آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج یافته‌های این پژوهش نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین گردشگری مذهبی و مؤلفه‌های اقتصادی پژوهش وجود داشته است؛ به گونه‌ای که گردشگری مذهبی بیشترین تأثیر را بر بالا رفتن قیمت زمین و املاک و کمترین تأثیر را بر اشتغال‌زا شدن جامعه محلی داشته است.

واژگان کلیدی: گردشگری مذهبی، توسعه اقتصادی، بافت تاریخی، یزد.



مقدمه و بیان مسئله

صنعت گردشگری ماهیت پیچیده‌ای دارد و این صنعت بخش‌های بسیاری را در برمی‌گیرد که هرکدام به‌گونه‌ای متفاوت تحت تأثیر قرار می‌گیرند. گردشگری علاوه بر تبدیل شدن به یکی از سودآورترین صنایع اقتصادی جهان معاصر، با ویژگی‌های متمایز و منحصر به فرد خود، بستری را برای تغییرات در فضای جغرافیایی فراهم کرده است؛ بنابراین برای توسعه مؤثر لازم است تأثیرات و اجزای مختلف سیستم گردشگری و دامنه روابط و تأثیرات آنها شناسایی شود. هرچه اجزای این سیستم با جزئیات بیشتر، هویت و روابط آنها عمیق‌تر تحلیل شود، شناسایی و تدوین سیاست‌ها برای حل مشکلات و موانع توسعه موفق‌تر خواهد بود (اسدیان اردکانی، ۱۳۹۷).

صنعت گردشگری تنها یک راه سرگرمی از زندگی روزمره نیست، بلکه با استفاده از برنامه‌ریزی راهبردی و رعایت اصول توسعه پایدار در گردشگری می‌توان اقتصاد یک کشور را توسعه داد (شریفی تهرانی و یوسفی، ۱۳۹۲:۱۷).

در حال حاضر گردشگری به‌عنوان صنعتی پویا تأثیر مهمی در دستیابی به توسعه پایدار در جوامع مختلف دارد (کول^۱ و همکاران، ۲۰۱۲؛ کاستنهایز^۲ و همکاران، ۲۰۱۲:۲۰۱۲). همچنین می‌توان گفت که گردشگری سیاستی اجتماعی و اقتصادی است که تأثیر مهمی در توسعه کشور دارد (استاسیوکیناسم^۳ و همکاران، ۲۰۱۳:۹۲۹)؛ به‌گونه‌ای که به دلیل تأثیرهای بی‌شمار و روابط پیچیده با سایر بخش‌های اقتصادی، نه تنها به‌عنوان موتور رشد، بلکه به‌عنوان یک فرصت‌آفرین نیز عمل می‌کند (محمدزاده و همکاران ۱۳۹۵:۶۵)؛ بنابراین صنعت گردشگری یکی از مؤثرترین رویکردها در بازسازی و توسعه مناطق با بافت تاریخی است (نظریان و همکاران، ۱۳۸۴:۱۳۸). صنعت گردشگری از ابتدای شکل‌گیری تا به امروز، به تدریج، در تمامی عرصه‌های جامعه بشری رسوخ کرده است تا آنجا که ارتباط صنعت

1. Kol et al
2. Kastenhoiz et al
3. Stasiukynasm et al



ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

گردشگری با جامعه و ابعاد مختلف فرهنگ بشری به پیدایش جهات مختلف منجر شده است. گردشگری یکی از آن روندها، بخش گردشگری است (زال^۱ و همکاران، ۲۰۱۵: ۲). دین و معنویت متداول ترین انگیزه‌های سفر هستند و همان گونه که با آخرین تخمین‌های منتشرشده توسط سازمان تجارت جهانی نشان داده شده است، تعداد گردشگران علاقه‌مند به شخصیت‌ها، اماکن و رویدادهای مقدس آماری قابل توجه و مداوم در حال رشد است (ترونو^۲، ۲۰۱۷: ۱۷).

در سال‌های اخیر بر بهبود بافت تاریخی از طریق اماکن گردشگری مذهبی ایران تأکید شده است. در بافت تاریخی ایران جاذبه‌های گردشگری فراوانی وجود دارد که یکی از آنها جاذبه‌های فرهنگی و مذهبی است مانند امامزاده‌ها، مقبره‌ها، مساجد و مقبره‌هایی که تجربیات جهانی، مراسم مذهبی یا اعتقاد به زیارتگاه‌ها را به تصویر می‌کشند. افراد جامعه ریشه‌های عمیقی دارند و از گرایش‌هایی هستند که جذابیت ایجاد می‌کنند (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۸)؛ بنابراین هزینه‌های گردشگری یکی از مهم‌ترین ابعاد مرتبط با اقتصاد گردشگری است (بدری و طیبی، ۱۳۹۱: ۱۶۳). گردشگری مذهبی نیز می‌تواند تغییرات جدی در شرایط اقتصادی جوامع محلی ایجاد کند. گفتنی است که دو عنصر عرضه و تقاضا در صنعت گردشگری اهمیت بالایی دارند (رضوانی و مرادی، ۱۳۹۱: ۱۶). در حوزه گردشگری نیز این رویکرد تأثیر چشمگیر خود را بر اقتصاد مقاصد گردشگری و جذابیت آن جامعه محلی نشان می‌دهد.

توسعه گردشگری بستری را برای پاسخگویی به نیازهای متنوع گردشگران مختلف و همچنین توانمندی گردشگری و فضای عملکرد هر منطقه در سطح منطقه‌ای و ملی فراهم می‌کند. (تقوایی و غفاری، ۱۳۸۹: ۸۳) اکنون با توجه به موضوع این مقاله می‌توان در نظر گرفت که در دنیای امروز، توسعه گردشگری یکی از موارد مهمی است که دولت‌ها باید برای توسعه اقتصادی جوامع خود به آن توجه کنند. کشور ایران نیز با برخورداری از فرهنگی کهن و



با جاذبه‌های گردشگری متنوع، همواره یکی از مقاصد محبوب گردشگران خارجی و داخلی بوده است و با حمایت و سرمایه‌گذاری برای توسعه خود می‌تواند خود را رستگار کند.

ایران یکی از کشورهایی است که با داشتن اماکن تاریخی و مذهبی می‌تواند توانمندی بالایی برای جذب گردشگران مذهبی داشته باشد. چندین شهر ایران از جمله مشهد، قم، شیراز، یزد، گنبدکاووس و... از شهرهای مذهبی و تاریخی هستند که هر ساله تعداد زیادی گردشگر به این شهرها می‌روند. استان یزد یکی از مهم‌ترین این شهرهاست. از عوامل تأثیرگذار این است که استان یزد نیز توانمندی بالایی برای توسعه گردشگری مذهبی دارد و در سال‌های اخیر گردشگران داخلی و خارجی بسیاری را به خود جذب کرده است که علاقه‌مند به آشنایی با آداب و رسوم مسلمانان در برگزاری مراسم عزاداری محرم، دعا و نخل‌گردانی، اعیاد، به خصوص اعیاد مذهبی هستند (قانع عزآبادی، ۱۳۹۸).

یزد از دیرباز به عبادتگاه‌ها و مردم متدین معروف بوده و اکنون با ثبت جهانی بافت تاریخی استان یزد، توجه کشور را در صحنه بین‌المللی به خود جلب کرده است. این شهر در سال‌های اخیر به عنوان «حسینیة ایران» نیز مطرح شده و از نظر برگزاری مراسم مذهبی از توانمندی بالایی برای جذب گردشگر برخوردار است (خورشیدی، ۱۳۹۶). یزد با توجه به تاریخ و تمدن کهن خود آثار تاریخی و مذهبی بسیاری دارد. آثار تاریخی و بناهای بسیاری متعلق به گذشته در نقاط مختلف این شهر وجود دارد. در محدوده تاریخی شهر آثار، بناها و مکان‌های تاریخی بسیاری از جمله مسجد جامع وجود دارد. اماکن زیارتی موجود در بافت‌های تاریخی شهر یزد از ارزش خاصی برخوردار هستند؛ به گونه‌ای که بررسی میزان تراکم کاربری اراضی موجود در اطراف اماکن مذهبی در بافت‌های تاریخی با بیشترین میزان فشردگی نشان‌دهنده نقش هسته‌ای بودن این مراکز در روند شکل‌گیری و رشد فیزیکی این شهر است و این بافت می‌تواند میزبان گردشگران داخلی و خارجی مختلف باشد. یکی از توان‌های گردشگری در استان یزد، در برگزاری مراسم عزاداری ماه محرم، به خصوص مراسم روزهای تاسوعا و عاشورا است که شاخص‌ترین آن، آیین نخل‌گردانی است که تاریخچه‌ای طولانی دارد (رضائی و همکاران، ۱۳۹۳). افزون بر این زرتشتیان در استان زیارتگاه‌های متعددی دارند که گردشگران هر ساله برای بازدید از آتشکده‌ها، اماکن مقدس و آشنایی با



ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

آداب و رسوم زرتشتیان وارد این استان می‌شوند و این توانمندی بزرگی برای رونق گردشگری مذهبی در استان یزد محسوب می‌شود (موسوی و همکاران، ۱۳۹۳).

در نتیجه مساجد و حسینیه‌های شهر یزد به لحاظ تأثیرات و پیامدهای مثبت در زمینه‌های مختلف اجتماعی، هنری، مذهبی، تاریخی، اقتصادی و روان‌شناسی در سبک زندگی شهری یزد اهمیت بسیاری دارند؛ بنابراین با توجه به توضیح‌های ارائه شده و همچنین ظرفیت‌های بالقوه و توانمندی‌های بسیار خوب استان یزد در مسئله گردشگری مذهبی و لزوم وارد شدن به این حوزه به دلیل ارزش‌آفرینی و درآمدزایی بسیار زیاد و همچنین نبود پژوهشی در این خصوص، ضرورت انجام این پژوهش برای شبیه‌سازی ماهیت پیچیده توسعه گردشگری مذهبی اجتناب‌ناپذیر است؛ از این رو هدف از انجام این پژوهش، ارزیابی نقش گردشگری بر توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی در بافت تاریخی شهر یزد است تا بتوان نقش ارزنده‌ای در کمک به مدیران، به منظور توسعه گردشگری مذهبی ایفا کرد.

پیشینه پژوهش

با در نظر گرفتن پیشینه‌ها، سال‌هاست پژوهش‌های متنوع و گوناگونی در حوزه نقش گردشگری انجام شده است، اما کمتر پژوهشی را می‌توان یافت که نقش گردشگری را در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی مورد ارزیابی قرار داده باشد؛ بنابراین مطالعه و بررسی نقش گردشگری مذهبی ضروری به نظر می‌رسد و به کارگیری شاخص‌های مختلف و... شکاف تحقیقاتی را پر می‌کند و جنبه نوآوری پژوهش را نشان می‌دهد و می‌تواند برای پژوهش‌های بعدی مورد استفاده قرار بگیرد.

در دهه‌های اخیر در حوزه گردشگری و گردشگری مذهبی، به ویژه از دهه ۱۹۸۰، پژوهش‌های داخلی و خارجی بسیاری در زمینه‌های مختلف صورت گرفته است از هرکدام از این طرح‌های پژوهشی با توجه به شرایط خاص آن مناطق نتایج متفاوتی به دست آمده است. این پژوهش‌ها بسیاری از مسائل و مشکلات را مشخص کرده است و در حال حاضر با نگاهی به گسترش روزافزون گردشگری مذهبی در قرن بیست و یکم و جایگاه آن در اقتصاد ملی و جهانی، پژوهش‌ها در این زمینه روبه پیشرفت است.



در جدول ۱ برخی از مطالعات انجام شده و نتایج آنها ذکر شده است.

جدول ۱. پیشینه پژوهش

| پژوهشگر | عنوان پژوهش | یافته‌های پژوهش |
|--------------------------|---|---|
| حیاتی و همکاران (۱۴۰۲) | تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در شهرهای مذهبی | نتایج نشان داد که عوامل امنیت، اقتصاد، تبلیغات، زیرساخت، عوامل طبیعی محیطی و عوامل اجتماعی فرهنگی بر توسعه گردشگری مذهبی مؤثر هستند. |
| باقری و همکاران (۱۴۰۰) | بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی | نتایج نشان می‌دهد که عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی را می‌توان به دو بعد اقتصادی و اجتماعی فرهنگی عمده تقسیم کرد که شامل سیاست/حکومت؛ مدیریت اجتماعی فرهنگی تأمین پیش نیازها/زیرساخت‌های لازم و عوامل و محدودیت‌های تسهیل سفر اجزای اقتصادی می‌شود و باید مدیریت رعایت نکردن الزامات اساسی زیست محیطی و ضروری طبقه بندی شود. |
| فتحی و همکاران (۱۳۹۹) | ارزیابی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری گردشگری مذهبی | نتایج نشان می‌دهد که سیاست گردشگری، منابع فرهنگی و منابع طبیعی مؤثرترین شاخص برای افزایش رقابت پذیری صنعت گردشگری هستند. از سوی دیگر، معیارهای زیرساخت و پشتیبانی بیشتر به معیارهای دیگر وابسته هستند و تحت تأثیر آنها هستند. |
| دادکانی و همکاران (۱۳۹۷) | تحلیلی بر پتانسیل‌های گردشگری شهرستان خاش با استفاده از مدل تحلیلی SWOT | نتایج پژوهش نشان داد که «راهبرد تدافعی» مهم‌ترین راهبرد مدیریتی در توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه است و مهم‌ترین راهکار اتکای حداکثری به قوت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری داخلی |



ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

| | | |
|---|---|----------------------------|
| شهرستان خاش است که چنین فرصت طلبی برای گردشگری شهرستان خاش توسعه ای و زاینده باشد. | | |
| نتایج آنها نشان داد که گردشگری در روستاهای جالیکند نقش مؤثری در افزایش اشتغال در روستاها دارد. ایجاد مشاغل جدید در زمینه خرید و فروش محصولات کشاورزی و باغی و... و در نهایت فروش صنایع دستی بود؛ علاوه بر این بیش از ۶۰ درصد از پاسخ دهندگان گفتند که شرکت های تأسیس شده توسط جمعیت محلی اداره می شوند. | نقش گردشگری در اشتغال زایی مناطق روستایی، مطالعه موردی: شهرستان فیروزکوه | سیر و همکاران (۱۳۹۶) |
| بر اساس یافته های پژوهش در بهترین راهبرد تحرک بخشی به اقتصاد استان با ایجاد فرصت های شغلی جدید در صنعت گردشگری انتخاب شده است که نشان می دهد توسعه گردشگری می تواند از بخش های محرک در اقتصاد استان یزد محسوب شود. | برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری با استفاده از مدل SWOT و ارتباط آن با رشد اقتصادی | راشد صفوی و همکاران (۱۳۹۶) |
| نتایج نشان داد که گردشگری مذهبی تأثیر یکسانی بر توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی روستای اوجی آباد ندارد و بُعد اقتصادی تأثیر اصلی آن است. | اثرات گردشگری مذهبی بر فضاهای روستایی، مطالعه موردی روستای اوجی آباد شهرستان آمل | ذال و همکاران (۱۳۹۵) |
| نتایج نشان داد که بین گردشگری مذهبی و ابعاد کیفیت زندگی رابطه معناداری وجود دارد و مدل نهایی لیزرل نیز نشان داد که گردشگری مذهبی بیشترین تأثیر را بر ابعاد اقتصادی و محیطی داشته است. | بررسی تأثیر گردشگری مذهبی بر ارتقای کیفیت زندگی روستاییان؛ مطالعه موردی حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد | عنابستانی محمودی (۱۳۹۵) |
| با روش توصیفی تحلیلی و با استفاده از ابزار | بررسی نقش گردشگری در | اکبر شربتی |



| | | |
|---|--|---|
| <p>مصاحبه و پرسش نامه از کارشناسان و صاحب نظران سازمان ها و مؤسسه های دولتی و خصوصی فعال در حوزه گردشگری استان گلستان به این نتیجه دست یافتند که گردشگری در ایجاد و توسعه اشتغال، افزایش میزان سرمایه گذاری، ارتقای سطح درآمد و بهبود شاخص های کیفیت زندگی مردم استان گلستان تأثیر مثبت و مؤثر دارد.</p> | <p>توسعه اقتصادی استان گلستان</p> | <p>(۱۳۹۴)</p> |
| <p>نویسنده کوشیده است ضرورت توجه به مقوله گردشگری را بیان کند، زیرا بر این اعتقاد است که توسعه گردشگری دینی و جذب گردشگران مذهبی، فرصت های مادی، معنوی و فرهنگی را برای هر کشوری به ارمغان می آورد. همچنین رونق گردشگری مذهبی در این کشورها و جوامع اسلامی و گشت و گذار مسلمانان جهانگرد در سایر کشورهای اسلامی موجب نزدیکی و آشنایی ملل مسلمان با یکدیگر می شود.</p> | <p>گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: ایران)</p> | <p>معصومه آقاجانی و سعید فراهانی فرد (۱۳۹۴)</p> |
| <p>نتایج نشان داد که نظام زیستی گردشگری مذهبی باعث بهبود زیرساخت های اساسی منطقه، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و بهبود وضعیت اقتصادی شهرهای دوستدار گردشگری می شود.</p> | <p>تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران (فرا تحلیل از تحقیقات موجود)</p> | <p>فیروزجائیان و همکاران (۱۳۹۳)</p> |
| <p>نتایج نشان داد که مکان های مذهبی فرصتی عالی برای توسعه کارآفرینی هستند که به طور مستقیم به بهبود سلامت، آموزش و تغذیه صاحبان مشاغل و خانواده هایشان کمک می کند.</p> | <p>بررسی گردشگری مذهبی و کارآفرینی</p> | <p>گوتمام (۲۰۲۳)</p> |
| <p>نتایج نشان داد که نقش گردشگران در</p> | <p>بررسی نقش گردشگران در</p> | <p>آریونو و همکاران</p> |



ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

| | | |
|---|---|----------------------------------|
| <p>بازدید از اماکن گردشگری مذهبی، فرصت‌های کسب درآمد را برای جامعه اطراف اماکن مذهبی فراهم می‌کند تا مردم اطراف اماکن گردشگری مذهبی بتوانند درآمد خود را از طریق تجارت کالاهای مذهبی افزایش دهند.</p> | <p>افزایش درآمد جامعه منطقه گردشگری مذهبی</p> | <p>(۲۰۲۳)</p> |
| <p>نتایج نشان داد که با توسعه مداوم صنعت گردشگری، فرهنگ و شرایط اجتماعی سنتی در بسیاری از میراث‌های جهانی به طرز چشمگیری تغییر کرده است. با مقایسه تغییرات در فرهنگ اجتماعی در سه دهه گذشته باستانی در چین مشخص شد که توسعه گردشگری مهم‌ترین عامل تغییر در ارزش‌های اخلاقی ساکنان محلی است.</p> | <p>تأثیرات اجتماعی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان در سایت‌های فرهنگی میراث جهانی در چین</p> | <p>ژوانگ و همکاران (۲۰۱۹)</p> |
| <p>نتایج نشان داد که گردشگری از بُعد اجتماعی تغییراتی را در هنجارها، ارزش‌ها و شرایط اقتصادی منطقه داشته است.</p> | <p>تأثیرات گردشگری مذهبی بر جامعه میزبان</p> | <p>گرونک (۲۰۱۶)</p> |
| <p>نتایج نشان داد که در شرایط کنونی، با توسعه گرایش‌های نوآورانه در زمینه اقتصاد بومی گردشگری، با ارائه محصولات ویژه گردشگری مذهبی، می‌توان در آینده‌ای نزدیک قدم به عرصه بین‌المللی نهاد.</p> | <p>گردشگری مذهبی پدیده‌ای اجتماعی فرهنگی در دنیای امروز</p> | <p>ایزمایلو و همکاران (۲۰۱۴)</p> |

مبانی نظری

گردشگری مذهبی را می‌توان به عنوان «پایدارترین نوع گردشگری» معرفی کرد، چون زیارت و گردشگری مذهبی ریشه در باورهای دینی و مذهبی دارد و بیش از تکیه بر زمان و اوقات فراغت، عامل مهمی در جغرافیای انسانی در توسعه سفر، ایجاد کانون و نگاه فرهنگی به شمار می‌رود. در بین گردشگران مذهبی دو گروه قابل ذکر است؛ یکی زائرانی که انگیزه سفر آنها صرفاً جنبه مذهبی دارد و زمان و مدت اقامت آنها به اوقات فراغت بستگی ندارد و گروه



دیگر گردشگران مذهبی که ضمن انجام زیارت و شرکت در مراسم مذهبی، از سایر اماکن گردشگری، اعم از مذهبی و غیر زیارتی نیز بازدید می‌کنند و به عبارتی سفرشان چندمنظوره با اولویت زیارت بود (شارما^۱ و همکاران، ۲۰۲۳).

گردشگری مذهبی گونه‌ای از گردشگری است که شرکت‌کنندگان در آن فقط با انگیزه‌های مذهبی یا مجموعه‌ای از انگیزه‌ها از اماکن مقدس نظیر معابد، کلیساها، مساجد، مقابر و امامزاده‌ها بازدید می‌کنند (جمالی نژاد، ۱۳۹۱: ۴۷). گردشگری مذهبی یکی از شکل‌های اصلی گردشگری است که شامل بازدید از اماکن مذهبی و انجام فرایض دینی می‌شود (حیدری چپانه، ۱۳۹۶) که عمدتاً با واژه «بقعه» در کشور به کار می‌رود. «بقعه» در فرهنگ معین قطعه زمینی است غیر از زمین اطراف قبور ائمه و بزرگان دین، قبرستان متبرکه، قطعه زمینی که در آن زیارتگاه قرار دارد (نادعلی پور: ۱۳۹۰).

جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن متبرکه هرساله بسیاری از گردشگران را به خود جذب می‌کند. امکانات اقامتی و پذیرایی این نوع گردشگری از جمله مسافرخانه‌ها و عبادتگاه‌ها با توجه به بافت فرهنگی اجتماعی و عقیدتی گردشگران و جامعه میزبان، ویژگی‌های خاص خود را دارند که در هر کشور به صورت بسیار گسترده‌ای متنوع هستند (ایلیف^۲، ۲۰۲۰).

صنعت گردشگری در دنیای امروز، به سمت تعطیلات و سفرهایی می‌رود که نیازمند تفریح و روان است و گردشگری فرهنگی یکی از این شکل‌های جدید گردشگری است (ابوالحسنی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴۲). در این نوع گردشگری، عناصر فرهنگی یکی از جاذبه‌های اصلی در مطالعات گردشگری مردم‌شناسی، به ویژه در جوامع مقصد گردشگری فرهنگی هستند (گرونوالد، ۲۰۰۲: ۱۰۰۴). اماکن مذهبی و زیارتی نیز از دیگر جاذبه‌های فرهنگی هستند که نقش بسیار مهمی در تحولات اجتماعی و اقتصادی دارند (موسوی و کبیری، ۱۳۹۲: ۷۷۲). همچنین گردشگران مذهبی که به مقاصد شهری سفر می‌کنند، عامل

ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

ارتقای زیرساخت‌های شهری، ایجاد اشتغال، افزایش درآمدها و بهبود اقتصادی شهرهای گردشگری هستند (حیاتی و همکاران، ۱۴۰۲).

از نظر اینسکیپ^۱ گردشگری و بازار گردشگران داخلی و خارجی به‌عنوان بستر تمامی فعالیت‌های گردشگری و خدماتی است. در این بستر گردشگران داخلی و خارجی استفاده‌کنندگان خدمات و زیرساخت‌ها و محیط طبیعی و اقتصادی و اجتماعی و اجزای آن به‌صورت نظامی یکپارچه در حال خدمات‌رسانی به گردشگران هستند. از نظر اینسکیپ تأسیسات حمل‌ونقل و زیرساختی به‌صورت جداگانه و در ارتباط با دیگر عناصر محیط طبیعی و اقتصادی بسترساز حضور گردشگران در مقاصد گردشگری هستند.

با توجه به جنبه‌های فراوان اماکن متبرکه در مناطق کشور، گردشگری مذهبی به‌عنوان یکی از الگوهای مهم گردشگری به‌شمار می‌رود (رضوانی، ۱۳۹۶: ۳۱۵). امروزه گردشگری مذهبی با هدف کسب درآمد و حفظ میراث فرهنگی مورد توجه کشورهای مختلف قرار گرفته است. در بعد داخلی، توسعه گردشگری مذهبی می‌تواند به توسعه منطقه‌ای، افزایش اشتغال و در بعد ملی منجر به افزایش درآمد و حفظ میراث فرهنگی شود (محمدی یگانه و همکاران، ۱۳۹۱: ۳). گردشگری مذهبی نیز نقش مهمی در بهبود کیفیت زندگی دارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که وقتی جامعه‌ای محلی به مقصد گردشگری تبدیل می‌شود، کیفیت و ساختار زندگی به‌طور قابل توجهی تغییر می‌کند (گنوت و زین، ۲۰۱۱: ۱).

گردشگری مذهبی از بسیاری جهات مزایای بلندمدت به همراه دارد و توسعه پایدار در مناطق شهری را ارتقا می‌دهد. بررسی تجربه‌های بسیاری از کشورها، از جمله کشورهای درحال توسعه نشان می‌دهد که انواع گردشگری از جمله گردشگری مذهبی می‌تواند به‌عنوان ابزاری مؤثر برای ارتقا و بهبود کیفیت زندگی اقتصادی شهری تلقی شود (هندرسون، ۲۰۱۰: ۵۴۲)؛ درنهایت می‌توان گفت که گردشگری مذهبی مبتنی بر باورها و باورهای دینی، به‌ویژه فراغت و سرگرمی، عنصری از طبیعت انسان در شکل‌گیری گردشگری، ایده‌آفرینی و مفهومی فرهنگی است (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۷).



گردشگری مذهبی به معنای وسیع، هر نوع سفری است که چه به طور انحصاری یا جزئی، به سبب دلایل مذهبی باشد؛ با این حال موضوع‌های مذهبی تنها مواردی نیستند که توسط بازدیدکنندگان در اماکن یا رویدادهای مذهبی مورد توجه قرار می‌گیرند و انگیزه آنها از الگوهای مذهبی، فرهنگی، سنتی، معنوی و چشم‌انداز تشکیل شده است که غالباً در نیت و تصمیم برای تعیین سفر باهم تعامل دارند. عموماً اذعان می‌شود که انگیزه گردشگری چندوجهی است، یعنی گردشگران حتی در یک سفر انگیزه‌های مختلفی برای مسافرت دارند (دوران - سانچز^۱ و همکاران، ۲۰۱۸: ۲).

در زمینه تأثیرات گردشگری، نظریه‌ها و الگوها و رویکردهای مختلفی وجود دارد. الگوی داکسی یکی از معروف‌ترین الگوهایی است که مربوط به پیش‌بینی روند روابط مهمان و میزبان می‌شود. داکسی^۲ معتقد است حضور فیزیکی گردشگران و تفاوت‌های بین گردشگران و مالکیت بومی یا خارجی منابع محلی عوامل اصلی بروز تأثیرات اجتماعی هستند.

شاخص داکسی چهارچوب مفیدی از ارتباطات پیچیده ارائه می‌کند و مجموعه نگرش‌هایی که بین گردشگران و جامعه میزبان به وجود می‌آید نشان می‌دهد نگرش‌های شکل گرفته از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است و هرکدام توسط مجموعه عواملی از جمله نوع گردشگران، مدت زمان اقامت، فاصله فرهنگی بین مهمان و میزبان تعیین می‌شود (دلبری، ۱۳۹۰: ۴۴ - ۴۵). چرخه عمر مقصد گردشگری باتلر^۳ یکی دیگر از مدل‌ها و نظریه‌های مطالعه گردشگری است که فرض می‌کند مقاصد گردشگری معمولاً پنج مرحله مجزا از رشد کاوش، مشارکت، توسعه، تثبیت و رکود را می‌گذرانند.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی تحلیلی است. شیوه گردآوری داده‌ها با استفاده از پژوهش پیمایشی و ابزار پرسش‌نامه و توزیع آن به صورت تصادفی از میان ساکنان بافت

1. Durán -Sánchez et al
2. Doxy
3. Butler



ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

تاریخی شهر یزد صورت گرفته است؛ به گونه‌ای که منابع و اطلاعات مورد نیاز در بخش ادبیات پژوهش، از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و پیشینه تحقیق انجام شده است و شاخص‌های مورد بررسی عبارت‌اند از: سرمایه‌گذاری، درآمد، ایجاد شغل و بالا رفتن قیمت زمین و املاک. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق شامل جمعیت ساکن در منطقه بافت تاریخی شهر یزد است که با توجه به جامعه خاص، از فرمول کوکران برای استخراج حجم نمونه استفاده کرده است. حجم نمونه ۳۸۰ نفر انتخاب شد. معیارهای آزمون توسط پژوهشگران تدوین و روایی پرسش‌نامه‌ها توسط گروهی از خبرگان تأیید و برای تعیین روایی پرسش‌نامه‌های تهیه شده از نظر فیزیکی، از استادان متخصص بسیاری در رشته‌های تحصیلی جغرافیا، شهرسازی، اقتصاد، مدیریت و گردشگری دانشگاه یزد استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون آماری میانگین پاسخ و آزمون تی در نرم‌افزار SPSS استفاده شد. همچنین برای سنجش پایایی ابزار پژوهش از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار ضریب آلفای محاسبه شده در نمونه مطالعاتی به شرح جدول شماره ۲ تعیین شده است که نمایانگر پایایی و دقت سنجش پرسش‌نامه است.

جدول ۲. ضرایب آلفای کرونباخ

| شاخص‌ها | ضریب آلفای کرونباخ |
|-----------------------------|--------------------|
| درآمد | ۰/۸۳۵ |
| سرمایه‌گذاری | ۰/۷۵۸ |
| بالا رفتن قیمت زمین و املاک | ۰/۷۳۱ |
| اشتغال‌زا شدن | ۰/۸۵۱ |

معرفی مؤلفه‌های پژوهش

مؤلفه‌های این پژوهش بر اساس مطالعات، پیشینه پژوهش‌های انجام شده و مبانی نظری مرتبط با موضوع استخراج شده‌اند که هرکدام از مؤلفه‌ها با گویه‌های آنها را در جدول ۳ مشاهده می‌کنید.



جدول ۳. مؤلفه‌های اصلی و فرعی پژوهش

| تعداد گویه | زیرمجموعه‌ها | مؤلفه اصلی |
|------------|---|--------------------------------|
| ۱۰ | کاهش احساس فقر | درآمد |
| | میزان مصرف کالاهای لوکس | |
| | افزایش قدرت خرید ساکنین | |
| | افزایش میزان درآمد ساکنان | |
| | ارتقای درآمد ناشی از فعالیت‌های گردشگری | |
| | افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی | |
| | درآمدزایی از بخش سنتی | |
| | ایجاد تعادل بین مزایای فعالیت‌های گردشگری مذهبی در مقابل هزینه‌ها | درآمد |
| | به حداکثر رساندن درآمد گردشگری | |
| | افزایش مالیات شورا و سایر نهادها | |
| ۵ | افزایش سرمایه‌گذاری | سرمایه‌گذاری |
| | سرمایه‌گذاری بازنشستگان شهری در بخش سنتی | |
| | تحرك سرمایه‌گذاری در اماکن مذهبی و زیارتی با ورود گردشگران | |
| | افزایش سرمایه‌گذاری برای بهبود کیفیت حمل و نقل | |
| | سرمایه‌گذاری برای افزایش کیفیت خدمات | |
| ۴ | بالا رفتن قیمت زمین بخصوص در کنار اماکن مذهبی | بالا رفتن قیمت زمین و املاک |
| | سوداگری زمین و زمین‌خواری | |
| | تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی | |
| | ارتقای استانداردهای زندگی | |
| ۷ | بهبود اشتغال و حمایت از صنایع کوچک | اشتغال‌زا شدن |
| | ایجاد موقعیت‌های شغلی جدید | |
| | بالا رفتن انگیزه و تلاش برای ایجاد موقعیت جدید اقتصادی در میان اهالی | |



ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

| |
|---|
| افزایش شغل‌های کاذب به خصوص دست‌فروشی |
| ایجاد مشاغل مکمل برای ساکنان روستایی |
| ایجاد مشاغل جذاب و مطلوب برای ساکنان محلی |
| ایجاد تنوع شدید چشمگیر در مشاغل |

یافته‌های توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی

یافته‌های توصیفی در بافت تاریخی شهر یزد نشان داد که ۵۷/۳۶ درصد پاسخگویان مرد و ۴۲/۶۳ درصد زن هستند و از لحاظ سنی ۳۹/۴۷ درصد بیشترین پاسخگویان بین ۳۱ - ۴۰ سال و پاسخ‌دهندگان مجرد ۶۲/۸۹ درصد بیشترین درصد و از لحاظ سطح سواد ۴۲/۸۹ درصد با مدرک تحصیلی دیپلم بیشترین درصد هستند. میزان اشتغال ساکنان که ۲۷/۸۹ درصد مربوط به شغل آزاد بیشترین درصد است. همچنین میزان مالکیت پاسخگویان ۶۶/۳۱ بیشترین درصد مالک هستند که بیشترین عمر واحد مسکونی ۳۲/۱۰ درصد بالای ۲۰ سال است و بیشترین میزان مدت سکونت، ۲۸/۶۸ درصد بین ۱۰ تا ۱۵ سال است جدول شماره (۴).

جدول ۴. توزیع فراوانی متغیرهای جمعیت شناختی

| جنسیت | مرد | زن | جمع | - | - |
|-----------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| فراوانی | ۲۱۸ | ۱۶۲ | ۳۸۰ | - | - |
| فراوانی به درصد | ۵۷/۳۶ | ۴۲/۶۳ | ۱۰۰ | - | - |
| وضعیت تأهل | متأهل | مجرد | جمع | - | - |
| فراوانی | ۱۴۱ | ۲۳۹ | ۳۸۰ | - | - |
| فراوانی به درصد | ۳۷/۱۰ | ۶۲/۸۹ | ۱۰۰ | - | - |
| سن | زیر ۲۰ سال | ۲۰-۳۰ سال | ۳۱-۴۰ سال | ۴۱-۵۰ سال | ۵۱-۶۰ سال |
| فراوانی | ۲۰ | ۱۷ | ۱۵۰ | ۱۲۷ | ۶۶ |
| فراوانی به درصد | ۵/۲۶ | ۴/۴۷ | ۳۹/۴۷ | ۳۳/۴۲ | ۱۷/۳۶ |



| | | | | | | |
|-----|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|---------------------------------|-----------------|
| | | | | | | درصد |
| جمع | دکترا | فوق لیسانس | لیسانس | دیپلم | زیر دیپلم | وضعیت سواد |
| ۳۸۰ | ۱ | ۲۴ | ۶۲ | ۱۶۳ | ۱۳۰ | فراوانی |
| ۱۰۰ | ۱/۲۷ | ۶/۳۱ | ۱۶/۳۱ | ۴۲/۸۹ | ۳۴/۲۱ | فراوانی به درصد |
| جمع | کارمند | دانشجو | بیکار | بازنشسته | آزاد | وضعیت اشتغال |
| ۳۸۰ | ۶۲ | ۴۱ | ۹۴ | ۷۷ | ۱۰۶ | فراوانی |
| ۱۰۰ | ۱۶/۳۱ | ۱۰/۷۸ | ۲۴/۷۳ | ۲۰/۲۶ | ۲۷/۸۹ | فراوانی به درصد |
| - | جمع | خانه های موقوفی | منازل مشترک | مالک | استیجاری | مالکیت |
| - | ۳۸۰ | ۲ | ۶۳ | ۲۵۲ | ۶۳ | فراوانی |
| - | ۱۰۰ | ۱/۵۲ | ۱۶/۵۷ | ۶۶/۳۱ | ۱۶/۵۷ | فراوانی به درصد |
| جمع | زیر ۵ سال سکونت | بالای ۲۰ سال | بین ۵ تا ۱۰ سال | بین ۱۵ تا ۲۰ سال | واحد مسکونی با عمر ۱۰ تا ۱۵ سال | عمر واحد مسکونی |
| ۳۸۰ | ۱۴ | ۱۲۲ | ۳۲ | ۹۲ | ۱۲۰ | فراوانی |
| ۱۰۰ | ۳/۶۸ | ۳۲/۱۰ | ۸/۴۲ | ۲۴/۲۱ | ۳۱/۵۷ | فراوانی به درصد |
| - | جمع | کمتر از ۵ سال | بین ۵ تا ۱۰ سال | بین ۱۰ تا ۱۵ سال | بالای ۱۵ سال | مدت سکونت |
| - | ۳۸۰ | ۷۰ | ۹۷ | ۱۰۹ | ۱۰۴ | فراوانی |
| - | ۱۰۰ | ۱۸/۴۲ | ۲۵/۵۲ | ۲۸/۶۸ | ۲۷/۳۶ | فراوانی به درصد |



معرفی منطقه مورد مطالعه

بافت تاریخی یزد از بافت‌های مسکونی دست‌نخورده در تاریخ ایران به‌شمار می‌رود که وسعت آن هفت صد هکتار است. این بافت تاریخی زیبا از مهم‌ترین جاهای دیدنی یزد محسوب می‌شود و حدود ۱۷۰۰ بنای خشتی در آن وجود دارد. بافت تاریخی یزد از سمت جنوب به خیابان کاشانی، از شمال به دولت‌آباد، از غرب به خیابان مطهری و از سمت شرق به محله فهادان منتهی می‌شود. بافت تاریخی یزد ترکیب متوازی از کوه‌های قدیمی از جنس خشت به نام «ساباط» است و آثار تاریخی دیدنی و جذابی در آن دیده می‌شود. امکانات زندگی اجتماعی در این بافت تاریخی وجود دارد و گردشگرانی که به بازدید این جاذبه دیدنی یزد می‌روند، از همه امکانات موجود در آن بهره‌مند می‌شوند.

نقش گردشگری مذهبی در سرمایه‌گذاری

در این پژوهش نقش گردشگری مذهبی در سرمایه‌گذاری‌ها بر اساس نظر جمعیت محلی از پنج نقطه بررسی شده است. تحلیل میانگین پاسخ‌ها نشان می‌دهد که تمامی اقسام این مؤلفه، یعنی سرمایه‌گذاری‌ها، به‌طور معناداری بالاتر از میانگین است، از جمله اقسام سرمایه‌گذاری مستمری‌بگیران شهری در بخش سنتی با (۳/۳۹) تحرک سرمایه‌گذاری در حوزه مذهبی و اماکن زیارتی با ورود گردشگران (۳/۲۳) به‌طور قابل‌توجهی بالاتر از میانگین محاسبه‌شده بوده و نشان‌دهنده تحرک سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در روستاها است. گفتنی است که افزایش سرمایه‌گذاری‌ها برای بهبود ترافیک و افزایش سرمایه‌گذاری در بافت تاریخی و سرمایه‌گذاری برای بهبود کیفیت خدمات در بافت تاریخی کمی بالاتر از میانگین است؛ جدول شماره ۵.

جدول ۵. میانگین و رتبه پاسخ‌های بدست آمده مرتبط با گویه‌های مؤلفه سرمایه‌گذاری

| مؤلفه | گویه‌ها | میانگین | انحراف از معیار | واریانس | رتبه |
|--------------|---------------------|---------|-----------------|---------|------|
| سرمایه‌گذاری | افزایش سرمایه‌گذاری | ۳/۱۰ | ۱/۵۹ | ۲/۵۳ | ۳ |
| | سرمایه‌گذاری | ۳/۳۹ | ۱/۵۱ | ۲/۲۹ | ۱ |



| | | | | |
|---|------|------|------|--|
| | | | | بازنشسته‌های شهری در بخش سنتی |
| ۲ | ۲/۴۱ | ۱/۵۵ | ۳/۲۳ | تحرک سرمایه‌گذاری در محدوده اماکن مذهبی و زیارتی با ورود گردشگران |
| ۴ | ۲/۱۲ | ۱/۴۵ | ۳/۹ | افزایش سرمایه‌گذاری برای بهبود کیفیت حمل‌ونقل |
| ۵ | ۲/۴۳ | ۱/۵۶ | ۳/۶ | سرمایه‌گذاری برای افزایش کیفیت خدمات |

نقش گردشگری مذهبی در بالا رفتن قیمت زمین و املاک

در این قسمت از پژوهش با توجه به مؤلفه‌های منتخب منطقه مورد مطالعه، چهار مورد برای مؤلفه افزایش قیمت زمین و ملک طراحی شده است که عبارت‌اند از اقلام افزایش قیمت زمین، به‌ویژه اماکن مذهبی مجاور (۶۳/۳)؛ سوداگری زمین و زمین‌خواری (۳/۳۵) و تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی (۳/۲۴) بود که نشان می‌دهد تحرک بسیاری از مکان‌هایی که از گردشگری مذهبی بهره می‌برند کمی بالاتر از حد متوسط است؛ جدول ۶.

جدول ۶. میانگین و رتبه پاسخ‌های به دست آمده مرتبط با گویه‌های مؤلفه بالا رفتن قیمت زمین و املاک

| رتبه | واریانس | انحراف از معیار | میانگین | گویه‌ها | مؤلفه |
|------|---------|--------------------|---------|---|------------------------|
| ۱ | ۲/۴۷ | ۱/۵۷ | ۳/۶۳ | بالا رفتن قیمت زمین به خصوص در کنار اماکن مذهبی | بالا رفتن قیمت زمین |
| ۲ | ۱/۲۶ | ۱/۱۲ | ۳/۳۵ | سوداگری زمین و زمین‌خواری | |



ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

| | | | | |
|---|------|------|------|-------------------------------|
| ۳ | ۱/۳۲ | ۱/۱۴ | ۳/۲۴ | تغییر کاربری زمین های کشاورزی |
| ۴ | ۱/۰۶ | ۱/۰۳ | ۳/۴ | ارتقای استانداردهای زندگی |

نقش گردشگری مذهبی بر اشتغال‌زا شدن جوامع بافت تاریخی

هفت مورد از نظرسنجی برای آزمایش این عامل حذف شد. این عوامل شامل افزایش فعالیت‌های جعل به ویژه دست‌فروشی (۳/۴۴/۱)، بهبود اشتغال و حمایت از صنایع کوچک (۳/۲۸) و افزایش انگیزه برای نوآوری است. وضعیت اقتصادی جدید ساکنان ۳ بسیار بالاتر از میانگین محاسبه شده بود و نکته آخر ایجاد موقعیت‌های جدید و ایجاد مشاغل مرتبط و جذاب کمی بالاتر از نرخ انتخابی است که نشان‌دهنده تأثیر مثبت عناصر این پژوهش بر اقتصاد پیشینه تاریخی آن است؛ جدول ۷.

جدول ۷. میانگین و رتبه پاسخ‌های به دست‌آمده مرتبط با گویه‌های مؤلفه اشتغال‌زا شدن

| رتبه | واریانس | انحراف از معیار | میانگین | گویه‌ها | مؤلفه |
|------|---------|-----------------|---------|--|---------------|
| ۲ | ۱/۰۶ | ۱/۰۳ | ۳/۲۸ | بهبود اشتغال و حمایت از صنایع کوچک | اشتغال‌زا شدن |
| ۵ | ۰/۷۶۶ | ۰/۸۷۵ | ۲/۶۸ | ایجاد موقعیت‌های شغلی جدید | |
| ۳ | ۱/۲۲ | ۱/۱۰ | ۳/۰۰ | بالا رفتن انگیزه و تلاش برای ایجاد موقعیت جدید اقتصادی در میان اهالی | |
| ۱ | ۱/۱۰۲ | ۱/۰۵ | ۳/۴۴ | افزایش شغل‌های کاذب به خصوص دست‌فروشی | |



| | | | | |
|---|------|------|------|---|
| ۶ | ۱/۳۵ | ۱/۱۶ | ۲/۵۹ | ایجاد مشاغل مکمل برای ساکنان |
| ۷ | ۱/۱۴ | ۱/۰۷ | ۲/۵۷ | ایجاد مشاغل جذاب و مطلوب برای ساکنان محلی |
| ۴ | ۱/۶۱ | ۱/۲۷ | ۲/۶۹ | ایجاد تنوع شدید چشمگیر در مشاغل |

نقش گردشگری مذهبی در افزایش درآمد جوامع بافت تاریخی

بررسی عوامل ذیل در افزایش درآمد ساکنان بافت تاریخی یزد نشان داد که ارتقای درآمد ناشی از فعالیت‌های گردشگری با میانگین (۳/۶۵) بیشترین عامل بوده و پس از آن افزایش میزان درآمد ساکنان با میانگین (۳/۵۵) است؛ بنابراین هرچه فعالیت‌های گردشگری در بافت تاریخی فعال باشد، سبب افزایش درآمد ساکنان می‌شود؛ جدول ۸.

جدول ۸. میانگین و رتبه پاسخ‌های به دست‌آمده مرتبط با گویه‌های مؤلفه درآمد

| رتبه | واریانس | انحراف از معیار | میانگین | گویه‌ها | مؤلفه |
|------|---------|--------------------|---------|--|-------|
| ۷ | ۱/۳۳ | ۱/۶ | ۳/۴ | کاهش احساس فقر | درآمد |
| ۶ | ۰/۶۴۲ | ۰/۴۵۱ | ۳/۹ | میزان مصرف کالاهای لوکس | |
| ۲ | ۱/۳۶ | ۱/۲۳ | ۳/۵۵ | افزایش میزان درآمد ساکنان | |
| ۱ | ۱/۵۱۲ | ۱/۱۱ | ۳/۶۵ | ارتقای درآمد ناشی از فعالیت‌های گردشگری | |
| ۴ | ۱/۷۹ | ۱/۱۸ | ۳/۳۲ | افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی | |
| ۳ | ۱/۱۷ | ۰/۶۶ | ۳/۴۰ | درآمدزایی از بخش سنتی | |
| ۵ | ۱/۱۹ | ۱/۴۶۲ | ۳/۱۵ | افزایش مالیات شورا و سایر نهادها | |



ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

نتایج کلی آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان می‌دهد که میانگین مؤلفه‌های پژوهش همچون افزایش ارزش زمین و املاک ۳/۶۵، درآمد ۳/۵۶، سرمایه‌گذاری ۳/۳۲، ایجاد اشتغال ۳/۵ است؛ بنابراین نتایج جدول ذیل مشخص شد مؤلفه اشتغال‌زایی کمترین میانگین است و به سرمایه‌گذاری در این زمینه نیاز مبرم است؛ جدول ۹.

جدول ۹ تحلیل آماری آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای مؤلفه‌های پژوهش

| با سطح اطمینان ۹۵ درصد | | | | | | مؤلفه‌ها |
|------------------------|---------|--------|---------|-----|-------|-------------------|
| معناداری | بیشترین | کمترین | میانگین | df | t | |
| ۰/۰۰۰ | ۲۴/۶۷ | ۲۳/۶۳ | ۳/۵۶ | ۳۷۹ | ۹۱/۵۰ | درآمد |
| ۰/۰۰۰ | ۱۸/۰۹ | ۱۷/۳۸ | ۳/۵ | ۳۷۹ | ۹۸/۸۳ | اشتغال |
| ۰/۰۰۰ | ۱۰/۹۲ | ۱۰/۳۹ | ۳/۶۵ | ۳۷۹ | ۷۸/۸۶ | قیمت زمین و املاک |
| ۰/۰۰۰ | ۱۲/۴۱ | ۱۱/۶۹ | ۳/۳۲ | ۳۷۹ | ۶۶/۱۷ | سرمایه‌گذاری |

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری به‌عنوان یک فعالیت و حتی فراتر از آن به‌عنوان یک علم و صنعت شناخته شده است که خود می‌تواند موجب توسعه و رشد یک کشور از لحاظ مختلف شود. گردشگری علاوه بر منافع بسیاری که از نظر اقتصادی دارد می‌تواند بخشی از نیازهای ارزی کشور را تأمین کند و در کشور ما جایگزین مناسبی برای درآمدهای نفتی باشد. استان یزد از نظر مذهبی جاذبه‌های گردشگری فراوانی دارد که می‌تواند رونق خاصی به گردشگری استان بدهد و بالطبع اثرات قابل‌توجهی در زمینه اشتغال، درآمدزایی و توسعه اقتصادی فراهم کند. گفتنی است با توجه به بررسی‌های منابع موجود در پژوهش مشخص شد که گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین نوع گردشگری است که به تاریخ فرهنگ دینی گره خورده است و سابقه آن به قرون و اعصار گذشته برمی‌گردد که هدف اصلی آن تجربه‌ای مذهبی از سفر بوده است مانند سفر ایرانیان باستان به معابد و آتشکده‌ها. اماکن مقدسه شامل مساجد، امامزاده‌ها، بقاع متبرکه، آرامگاه‌ها، تکیه‌ها و حسینیه‌ها، آتشکده‌ها، کلیساها، صومعه‌ها و خانقاه‌ها می‌شود که جاذبه‌های مذهبی هستند و زائران به‌منظور ارتباط با خالق به‌عنوان تجربه‌ای مذهبی به‌سوی این اماکن معنوی روان می‌شوند. در شهر یزد مکان‌های مقدس



مذهبی متعلق به مسلمانان، زرتشتیان و یهودیان وجود دارد که برنامه‌ریزی مناسب برای بازدید گردشگران از این اماکن در قالب معرفی مسیرهای گردشگری مذهبی در میزان مشارکت گردشگران در مراسم مذهبی تأثیرگذار خواهد بود.

در این پژوهش برای بررسی تأثیر گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصادی در یک بافت تاریخی، چهار حوزه درآمدزایی، اشتغال‌زایی، سرمایه‌گذاری و افزایش ارزش زمین و ملک مورد توجه قرار گرفت. به منظور دستیابی به اهداف پژوهش و سطح تأثیر، از آزمون‌های آماری بر روی میانگین پاسخ، واریانس و تی تک‌نمونه استفاده شد. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای تمایل و تأثیر مثبت گردشگری مذهبی در توسعه اقتصادی اماکن تاریخی منتخب را با دسته‌بندی میزان میانگین افزایش ارزش زمین و املاک (۳/۶۵)، درآمد (۳/۵۶)، سرمایه‌گذاری (۳/۳۲)، ایجاد اشتغال (۳/۵) نشان می‌دهد؛ بنابراین گردشگری مذهبی به افزایش درآمد محلی از گردشگری، سرمایه‌گذاری در پانسیون شهری در بخش فرهنگی، فعالیت‌های سرمایه‌گذاری در اماکن مذهبی و زیارتی به دلیل ورود گردشگران، افزایش ارزش زمین، به‌ویژه در مناطق نزدیک به دین و افزایش سود، به‌ویژه خودرو، توسعه کسب‌وکار و حمایت از صنایع کوچک می‌شود و درنهایت می‌توان پیشنهاد کرد با توجه به مشخص شدن عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی داخلی در شهر یزد این موضوع می‌تواند در برنامه‌ریزی و مدیریت مقصد برای مدیران و کارشناسان بخش گردشگری استان، اعم از دولتی و خصوصی موردنظر قرار گیرد. اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دفترهای خدمات مسافرتی و گردشگری و کمیته گردشگری مذهبی از مهم‌ترین ذی‌نفعان این موضوع هستند؛ بنابراین نتایج این پژوهش با پژوهش‌های شربتی (۱۳۹۴)، فیروزجائیان و همکاران (۱۳۹۳) هم‌سو است؛ چراکه در نتایج پژوهش‌های ذکرشده گردشگری مذهبی باعث بهبود زیرساخت‌های اساسی منطقه، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و بهبود وضعیت اقتصادی شده است. در آخر پژوهش حاضر با مقاله آریونو و همکاران (۲۰۲۳) هم‌راستا است؛ چراکه در آن مقاله مشخص شد نقش گردشگران در بازدید از اماکن گردشگری مذهبی، فرصت‌های کسب درآمد را برای جامعه اطراف اماکن مذهبی فراهم می‌کند.

انجام موارد ذیل و توجه به آنها سبب رونق بیشتر اقتصاد در استان یزد را فراهم می‌آورد.



ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

- اعطای وام از سوی بانک‌ها و مؤسسه‌های مربوط برای توسعه کسب‌وکارهای مرتبط با صنعت گردشگری.
- تقویت زیرساخت‌های ارتباطی و خدماتی، از جمله بهسازی راه‌ها و ارتقای سطح خدمات عمومی.
- آموزش کافی به مردم و تبلیغات گسترده در زمینه گردشگری با توجه به فرهنگ غنی شهر یزد و مهمان‌نوازی مردم منطقه.
- به‌کارگیری نیروهای متخصص گردشگری مذهبی برای هدایت گردشگران.
- اتخاذ سیاست‌ها و برنامه‌های معرفی هرچه بیشتر و بهتر آیین نخل‌گردانی برای جذب بیشتر گردشگران مذهبی به یزد به منظور ایجاد اشتغال و درآمد.
- تبلیغ و پوشش گسترده مراسم در شبکه‌ها و رسانه‌های بین‌المللی برای جذب گردشگران خارجی.



منابع

- ابوالحسنی، فرحناز، کیانی، صدیقه، و موسوی، میر نجف (۱۳۹۱). تدوین استراتژی توسعه گردشگری در مناطق کویری و بیابانی (مطالعه موردی شهرستان خور و بیابانک). *مجله آمایش سرزمین*، ۷: ۱۴۱-۱۶۱.
- اسدیان اردکانی، فائزه (۱۳۹۷). طراحی مدل پویای توسعه گردشگری دینی در جمهوری اسلامی ایران. پایان نامه دکتری، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- بدری، سید علی، و طیبی، صدر الله (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر هزینه‌های گردشگری مذهبی؛ مطالعه موردی شهر مقدس مشهد. *فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱: ۱۵۳-۱۷۷.
- تقوایی، مسعود، موسوی، سید علی، و غلامی بيمرغ، یونس (۱۳۸۹). تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی. *نشریه فضای جغرافیایی*، سال ۱۰، ۳۱: ۳۹-۶۴.
- تقوایی، مسعود، و غفاری، سید امین (۱۳۸۹). برنامه‌ریزی فضایی در توسعه صنعت گردشگری، مطالعه موردی استان چهارمحال و بختیاری، محور بازفت. *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی*، ۱۱ (۱۱): ۳۱-۲۱۱.
- جمالی‌نژاد، مهدی، (۱۳۹۱)، گردشگری اسلامی، تهران: نشر آرما.
- حیدری چپانه، رحیم، (۱۳۸۷)، مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، تهران: انتشارات سمت.
- خورشیدی، هما (۱۳۹۷). طراحی مدل توسعه گردشگری مذهبی با رویکرد FCM (مورد مطالعه: شهر یزد). پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علم و هنر.
- دادگانی، منیره، و دوستی مقدم، فاطمه (۱۳۹۷). تحلیلی بر پتانسیل‌های گردشگری شهرستان خاش با استفاده از مدل تحلیلی SWOT. *فصلنامه پژوهش‌های نوین علوم جغرافیایی*، معماری و شهرسازی، ۲ (۱۷): ۱۰۹-۱۲۸.
- دلبری، سید علی، و رجبی، محمدهادی، (۱۳۹۰). مدیریت مقصد توریسم. تهران: انتشارات مهکامه.
- ذال، محمدحسین، تبریزی، نازنین، و مهرعلی تبار فیروزجانی، مرتضی (۱۳۹۵). اثرات گردشگری مذهبی بر فضاهای روستایی. *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، سال پنجم، ۵ (۱۵): ۸۳-۱۰۲.
- رحمانی، خلیل، پورطاهری، مهدی، و رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی؛ مطالعه موردی روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج. *فصلنامه برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، ۱۷ (۱): ۴۳-۶۴.



ارزیابی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی با تأکید بر گردشگری مذهبی

- رضائی، محمدرضا، خاوریان گرمسیر، امیررضا، و علیان، مهدی (۱۳۹۳). تحلیلی بر برنامه ریزی راهبردی گردشگری آیین‌های شیعی با تأکید بر توان‌های بالقوه مراسم محرم، مطالعه موردی شهر تفت. *فصلنامه برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۳: ۸۳-۱۶۶-۱۸۵.
- رضوانی محمدرضا، و مرادی، مهرنوش (۱۳۹۱). امکان‌سنجی توسعه گردشگری با رویکرد سیستمی در روستاهای حاشیه کویر میقان اراک. *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*. ۱ (۲): ۱۵-۴۰.
- شربتبی، اکبر (۱۳۹۴). بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی استان گلستان. *مجله آمایش جغرافیایی فضا*، ۵ (۱۵): ۴۳-۵۹.
- صفوی، راشد، محمدی نوده، و عادل ابراهیمی، آرام (۱۳۹۶). «برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری با استفاده از مدل SWOT و ارتباط آن با رشد اقتصادی (مطالعه موردی: استان یزد)». کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت اقتصاد، توانمندی صنعت جهانگردی در توسعه. - قانع عزآبادی، محیا (۱۳۹۹). بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی در توسعه گردشگری مذهبی شهر یزد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علم و هنر.
- محمدزاده، پرویز، پناهی، حسین، و صمدزاده، سعید (۱۳۹۶). تبیین عوامل مؤثر بر سطح حمایت ساکنان شهر تبریز از توسعه گردشگری (با تأکید بر ابعاد اجتماعی - فرهنگی). *فصلنامه گردشگری و توسعه*، سال ششم، ۱۰: ۶۳-۷۷.
- محمدی یگانه، بهروز، چراغی، مهدی، و والایی، محمد (۱۳۹۲). نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی با تأکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی؛ مطالعه موردی روستایی قپچاق شهرستان میاندوآب. *فصلنامه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۱۳ (۳۰): ۷-۲۵.
- مطیعی لنگرودی، سید حسن، و کاتب ازگمی، زهرا (۱۳۹۶). پیامدهای اقتصادی توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی در شهرستان بندر انزلی: مورد مطالعه دهستان لیچارکی حسن رود. *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۲۱: ۱-۱۶.
- موسوی، میرنجنف، کبیری، افشار، (۱۳۹۲). «بررسی نقش امامزادگان در توسعه گردشگری زیارتی». اولین کنگره بین‌المللی امامزادگان، سازمان اوقاف و امور خیریه اصفهان.
- نادعلی پور، مریم، (۱۳۹۱). «آثار و برکات فرهنگی زیارت بقاع متبرکه»، مجموعه مقالات دومین همایش بین‌المللی گردشگری دینی و توسعه فرهنگ زیارت، سازمان اوقاف و امور خیریه استان گلستان.



- نظریان، اصغر، زال نژاد، کاوه، و میزاد نژاد، رضا (۱۳۹۴). تحلیل اثرات گردشگری بر روند توسعه روستا شهرها، مورد: سرعین. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۳: ۱۳۷-۱۵۲.

Durán-Sánchez, Amador; Álvarez-García, José; Cruz Del Río-Rama, María de la and Oliveira

Cristiana (2018), Religious Tourism and Pilgrimage: Bibliometric Overview, religions, 9)9 : (249.1-15.

Gnoth, J and Zins, A. 2011, Developing a tourism cultural contact scale, journal of business research.

Henderson, J.C, 2010, Religious tourism and its management, International Journal of Tourism Research, Vol.13, pp 541-552.

Grunewald, Rodrigo de Azeredo 2002, Tourism and Cultural Revival, Annals of Tourism Research, Vol.29, No.4.

Stasiukynas, A., Raslanas, S., Jurgelaityte, E. 2013, Sustainability Assessment Studies of Recreational Buildings, procedia Engineering, No 57, pp929-937.

Sharma, N., & Timothy, D. (2023). Endurance rituals, performativity, and religious tourism. Annals of Tourism Research, 100(1). 10-35. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103552>

Trono, Anna (2017), politics, policy and the practice of religious tourism, in: Raj, Razaq and Griffin, Kevin, Religious Tourism and Pilgrimage Management, India: CABI

Zhuang, X., Yao, Y., & Li, J. J. (2019). "Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China". Sustainability, 11(3), 840.

Gerung, R. (2016). Marketing religious tourism destination (Case study: The Birthplace of Gautama Buddha, Lumbini, Nepal. CENTRIA university of applied science.



Evaluating the role of tourism in economic development with an emphasis on religious tourism: A case study of the historical land of Yazd

Mohammad Reza Rezaei, Maryam Asadi

Abstract

Religious tourism attractions have played a significant role in revitalizing urban life throughout history and continue to do so today. This study aims to evaluate the role of tourism in economic development, with a particular focus on religious tourism in the historical district of Yazd. The research method employed in this article is descriptive and survey-based, conducted through questionnaires. The statistical population for this study includes residents, economic participants, and merchants, totaling 33,958 individuals. Using Cochran's formula, a sample size of 380 people was selected. To assess residents' views on the mentioned components, statistical tests such as mean responses, variance, one-sample t-test, and Pearson correlation were utilized. The findings of this study indicate a positive and significant relationship between religious tourism and the economic components examined. Specifically, religious tourism had the greatest impact on increasing land and property prices, and the least impact on job creation within the local community.

Keywords: religious tourism, economic development, historical land of Yazd

