

Competitive Strategies for the Development of Religious Tourism Case Study: Rezvanshahr City

Seyyed Yousef Hashem¹⁻

1- Assistant Professor in Urban Planning, Technical and Vocational University, Ramsar, Iran

Received: 2 October 2020

Accepted: 24 January 2021

Extended Abstract

Introduction

Iran has a special capability in the development of tourism services due to its rich environmental resources and the use of several thousand years of historical-cultural support, but due to the single-product economy based on oil revenues, it has prevented attention to this part of the country's economy. Meanwhile, the country, with its religious cities such as Mashhad, Qom, Shahr-e-Rey, etc., is one of the important centers for attracting religious tourism, which annually attracts countless religious tourists with the aim of visiting holy places. Despite religious attractions, this type of tourism faces problems such as lack of planning. Therefore, comprehensive planning is needed to develop coordinated strategies for organizational development that are consistent with predictable and unpredictable future conditions and requirements and also it is essential in order to better manage tourism development, planning and providing appropriate strategies at all levels. Because experience has shown that wherever tourism develops randomly and without specific planning and strategy, it creates many environmental and social problems, and in the long-time, the problems of tourism outweigh the benefits. Also, unplanned tourism destinations cannot compete effectively with planned ones. Meanwhile, Rezvanshahr city with its holy places and religious monuments and buildings such as the White Mosque in terms of historical antiquity, Aq Mosque and Sultan Barzkuh in terms of up-country location, Gharib-Bandeh and Seyyed Sharaf al-Din tomb and having special and original religious ceremonies of Ta'zieh in the days of Tasu'a and Ashura have long been considered by religious tourists, especially tourists in the northern region of the country. Therefore, due to the existence of tourism attractions in this city, it has the potential to become one of the poles of religious tourism (at least at the regional level).

Methodology

The present study is an applied research in terms of purpose and also descriptive-analytical one in aspects of method. The paradigm of the present research is quantitative and qualitative. The information and data has been collected in the form of field, library and documentary. In such a way that studies related to theoretical foundations have been done in a documentary way and a questionnaire tool has been used for data related to the findings. Data collection is based on the Delphi method. The statistical population of the study is a group of experts. As a sample, 20 people who have studied in the field of tourism and are familiar with the urban environment of Guilan province were selected as the statistical sample size. Then, the designed questionnaire was provided to the statistical sample of the research in order to assess its validity. Then, for reliability, it was evaluated by Cronbach's alpha test, which was equal to 0.832 and was confirmed. Meta-SWOT software was exerted to analyze the findings.

– Corresponding Author (Email: drhashemi2010@yahoo.com)

Results and discussion

All the inputs of this research are based on objectives such as introducing the religious attractions of Rezvanshahr city at the provincial, regional and national levels, increasing the presence of religious tourists, developing religious tourism, and economic prosperity of the region. In order to weight these goals, the opinions of a group of experts have been used and the results have been entered in Meta-SWOT software. Then, resources and capabilities were identified and evaluated, and according to them, the existing competitors in the region were obtained. And it was found that the five cities of Rasht, Shaft, Someh Sara, Amlash and Langarud are the main competitors in the region for the city of Rezvanshahr. Based on this information, a competitive map was drawn. After these steps, with the help of expert opinions, strategies for the development of religious tourism have been presented. After weighing and drawing a strategic plan, it was determined that the establishment of tourism camps and villages with tourism and recreational facilities on the outskirts of the religious place of Sultan Barzkuh, the establishment of tourism residential camps on the marginal lands of the Chafroud and Shafaroud rivers in front of religious places of Sheikh Kamel Naqshbandi and Agha Mohammad Shafie, providing low-fee banking facilities to interested investors in creating tourism spaces in the up-country religious areas (Sultan Barzkuh, Aq Mosque Rineh) and foothill areas (Sheikh Abolmaali), information through preparation broadcasting documentaries, maps and brochures, specialized magazines, publications and official sites for interested tourists in visiting religious and historical monuments, renovation of the old places of White and Aq Mosque are the most important factors as the attractions of religious tourism.

Conclusion

The results show that the resources and capabilities of Rezvanshahr city have different weights. As the fame of holding special religious ceremonies in shrines such as mourning and Ta'zieh ceremonies on the day of Ta'soa in Hazrat Seyyed Sharaf al-Din (Darsara) tomb, the existence of religious places in the beautiful landscapes of up-country and mountainous areas, foothills and plains, holding weekly markets in Rezvanshahr, Pareh-e-Sar and Chouka as the economic and cultural symbol of the region, special cultural attractions of different regions such as the customs and livelihood of the Gilakis, Talyshs and Turks, the existence of historical monuments and cultural sites such as the old mosques of White Mosque along the Dinachal River and the ancient cemetery of Mianroud and Vaskeh are the most important resources and capabilities of Rezvanshahr city for tourism development, respectively.

Keywords: Religious Tourism, Development Strategies, Rezvanshahr, Meta-SWOT.

راهبردهای رقابت‌پذیری توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: شهرستان رضوان شهر

سید یوسف هاشمی^۱ - استادیار شهرسازی، دانشگاه فنی و حرفه‌ای ملامصدرا، رامسر، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۰۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۱

چکیده

گردشگری مذهبی گونه‌ای از گردشگری است که به دلیل شرایط ویژه و ریشه داشتن در فرهنگ دینی نقش مهمی در پایداری فرهنگی و اقتصادی سکونتگاه‌های دارای اماکن مذهبی دارد و همچنین ظرفیت‌های زیادی برای توسعه خدمات گردشگری در مناطق فراهم می‌نماید که برای استفاده از آن نیاز است که شرایط موجود بررسی و برنامه‌ریزی راهبردی با تکیه بر نقاط قوت و امکانات مناطق مذکور تدوین شود. مسئله پژوهش حاضر تدوین راهبردهای رقابت‌پذیر و توسعه گردشگری مذهبی در شهرستان رضوانشهر می‌باشد. جهت انجام این پژوهش از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شد و برای گردآوری داده‌ها ابتدا از مصاحبه‌ها و مشاهدات و پرسشنامه‌ها بهره گرفته شده است و سپس داده‌های به دست آمده با روش کمی و نرم‌افزار متاسوات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. جامعه آماری تحقیق گروه خبرگان می‌باشند که ۲۰ نفر از خبرگان از مدیران، مسئولان و خبرگان استان که در حوزه گردشگری فعالیت داشته‌اند و با محیط مورد مطالعه آشنایی دارند به روش گلوله برفی انتخاب گردیدند. نتایج نشان داد که شهرستان‌های شفت، رشت، صومعه‌سرا، املش و لنگرود رقبای اصلی شهرستان رضوان شهر در زمینه گردشگری محسوب می‌شوند در بخش اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری نیز مشخص گردید که راهبردهای عواملی نظیر ایجاد اردوگاه‌ها و دهکده توریستی با امکانات توریستی و تفریحی در حاشیه مکان مذهبی، ایجاد کمپین‌های اقامتی، توریستی در زمین‌های حاشیه رودخانه چافرود و سفارود نزدیک با اماکن مذهبی، ارائه تسهیلات بانکی با کارمزد کم به سرمایه‌گذاران علاقه‌مند جهت ایجاد فضاهای گردشگری در مناطق مذهبی بیلاقی (سلطان برزکوه آق مسجد رینه) و مناطق کوهپایه‌ای (شیخ ابوالعالی)، اطلاع‌رسانی از طریق تهیه برنامه‌های مستند صداوسیما، نقشه و بروشور، مجلات تخصصی، نشریات و سایت‌های رسمی برای گردشگران علاقه‌مند به بازدید از بناهای مذهبی و تاریخی، مرمت و بازسازی اماکن قدیمی اسپیه مزگت و آق مسجد دارای بیشترین تأثیرگذاری بوده و بیشترین وزن را در بین سایر عوامل دارند.

واژگان کلیدی: گردشگری مذهبی، راهبردهای توسعه، شهر رضوان شهر، متاسوات.

مقدمه

صنعت گردشگری در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است (حیدری و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۴۴). ایجاد اشتغال، ارز آوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاه‌های حیات وحش، توسعه نواحی دارای جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از برون‌کوچی جمعیت، از جمله مزایای این صنعت بوده است (غلامی و خلجی، ۱۳۹۶: ۱۸؛ UNWTO, 2017: 2). و با فراهم کردن بستر رقابت بین شهرهای گردشگر ایزاری مهم برای توسعه محسوب می‌شود. در این میان گردشگری مذهبی به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های صنعت بزرگ و متنوع گردشگری جهانی از جایگاه ویژه‌ای در رشد اقتصادی کشورها برخوردار است (موسوی و سلطانی، ۱۳۹۳: ۷۸). بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، سالانه ۳۰۰ تا ۳۲۰ میلیون زائر از مکان‌های زیارتی جهان دیدن می‌کنند (Syamala & Kakoti, 2016: 115). این گونه از گردشگری که با اعتقادات و باورهای مذهبی بازدیدکنندگان یا قدمت و جاذبه تاریخی مکان‌های مذهبی گره خورده است و ریشه در تاریخ ایجاد مذاهب دارد و ظرفیت عظیمی را برای جذب گردشگر در مناطق مختلف ایجاد می‌کند. کشور ایران به دلیل برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی - فرهنگی چند هزارساله، قابلیت ویژه‌ای در توسعه خدمات گردشگری دارد، اما به دلیل اقتصاد تک‌محصولی متکی بر درآمدهای نفتی، مانع از توجه به این بخش از اقتصاد در کشور شده است (حاتمی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۰). این در حالی است که کشور با داشتن شهرهای مذهبی مانند مشهد، قم، شهرری و ... یکی از مراکز مهم جذب توریسم مذهبی است و سالانه گردشگران مذهبی بی‌شماری را با هدف زیارت اماکن متبرکه به خود اختصاص داده است. اما علیرغم برخورداری از جاذبه‌های گردشگری مذهبی این نوع از توریسم با مشکلاتی چون نبود برنامه‌ریزی روبروست؛ به همین دلیل است که بیش‌ازپیش توجه به صنعت گردشگری مذهبی در پهنه سرزمین‌های مقدس اسلامی ضرورت می‌یابد تا در دنیای مدرن، ملت اسلامی نیز بتواند در رابطه با این صنعت درآمدزا حرف‌هایی برای گفتن داشته باشد (آقاجانی و فراهانی فرد، ۱۳۹۴: ۴۴). بنابراین برنامه‌ریزی جامعی لازم است تا راهبردهای هماهنگ شده‌ای را برای توسعه‌سازمانی تدوین کند که با شرایط و الزامات قابل پیش‌بینی و غیرقابل پیش‌بینی آینده منطبق و سازگار باشد (بهرامی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲). بر این اساس برای مدیریت بهتر توسعه گردشگری برنامه‌ریزی و ارائه راهبردهای مناسب در تمامی سطوح آن ضروری است. چراکه تجربه نشان داده است هرکجا گردشگری به‌طور اتفاقی و بدون برنامه‌ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد، مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی متعددی به وجود می‌آورد و در درازمدت، مشکلات گردشگری بیش از فوایدش می‌شود (رکن‌الدین افتخاری و داوود، ۱۳۸۵: ۹). همچنین مناطق گردشگری بدون برنامه نمی‌توانند به‌طور مؤثر با مناطق گردشگری برنامه‌ریزی شده رقابت کنند.

استان گیلان نیز در شمال کشور با دارا بودن بقاع متبرکه متعدد با قدمتی طولانی که رقم آن به بیش از ۹۰۰ بقعه می‌رسد، جلوه‌ای معنوی به طبیعت گیلان بخشیده و از برکت وجود این اماکن مذهبی اقتصاد منطقه نیز رونق یافته و می‌تواند از لحاظ جذب توریسم توجه عده زیادی از گردشگران و زوار را به خود جلب نماید. در این میان شهرستان رضوانشهر با دارا بودن اماکن متبرک و آثار و ابنیه مذهبی مانند مسجد سفید به لحاظ قدمت تاریخی، آق مسجد و سلطان برزکوه به لحاظ قرار گرفتن در موقعیت بیلاقی، مقبره غریب بنده و بقعه سید شرف‌الدین و برخورداری از مراسم‌های خاص و اصیل مذهبی تعزیه در روزهای تاسوعا و عاشورای حسینی از دیرباز مورد توجه گردشگران مذهبی به‌ویژه گردشگران خطه شمال کشور بوده است. بنابراین با توجه به وجود جاذبه‌های گردشگری در این شهرستان پتانسیل تبدیل شدن به یکی از قطب‌های گردشگری مذهبی (حداقل در سطح منطقه‌ای) را دارا می‌باشد. تاکنون در این زمینه برنامه‌ریزی مدون و دقیقی صورت نگرفته و این شهر از ظرفیت‌های موجود بی‌بهره مانده است، بر این اساس با توجه به اهمیت برنامه‌ریزی استراتژیک در توسعه گردشگری، این مسئله ضرورت بررسی‌های بیشتر در این زمینه را آشکار می‌سازد. تدوین برنامه راهبردی ضمن شناسایی رقبای موجود در منطقه و ارائه راهکارهای راهبردی مؤثر برای توسعه این نوع از گردشگری به‌منظور تبدیل شدن به قطب گردشگری از ضروریات مهم این پژوهش می‌باشد. در این راستا نیاز است که شرایط موجود بررسی و برنامه‌ریزی راهبردی با تکیه بر نقاط قوت و امکانات مناطق مذکور تدوین شود. در این

راستا تحقیق حاضر با برنامه‌ریزی راهبردی برای توسعه گردشگری مذهبی به دنبال پاسخ‌گویی به سؤال زیر است: شهر رضوانشهر دارای چه منابع و قابلیت‌های در زمینه توسعه گردشگری می‌باشد؟ این شهر در مقایسه با رقبای خود در چه جایگاهی قرار دارد؟ راهبردها توسعه گردشگری مذهبی برای این شهر کدام‌اند؟

بررسی سوابق تحقیق با حوزه گردشگری مذهبی نشان می‌دهد که تاکنون تحقیقاتی در این زمینه انجام شده است که در ادامه مهم‌ترین تحقیقات مرتبط با حوزه گردشگری و به‌ویژه راهبردهای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری به روش متاسوات آورده می‌شود:

ده‌ده‌جان و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به مطالعه راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: حرم حضرت بی‌بی حکیمه (ع) پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که راهبردهای بهبود و کیفیت زیرساخت‌ها و افزایش مراکز خدمات رستوران و مراکز پذیرایی و برگزاری مراسم‌های مذهبی در حرم به‌عنوان بهترین استراتژی برای محدوده مورد مطالعه انتخاب شدند. در نهایت با توجه به نتایج حاصله، راهکارها و تدابیر لازم به‌منظور بهره‌گیری از قوت‌ها و فرصت‌های گردشگری مذهبی در حرم مطهر بی‌بی حکیمه (س) جهت توسعه گردشگری مذهبی بیان شده است. پیرعلی و سیادت (۱۳۹۷) در پژوهشی راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی در کلان‌شهر شیراز را مورد مطالعه قرار داده و بعد از بررسی‌ها توسعه سرمایه‌گذاری در امکانات و خدمات در جاذبه‌های گردشگری با رویکرد ملی و بین‌المللی، تشویق و ترغیب توره‌های گردشگری و زیارتی برای جذب گردشگران و زائران خارجی و داخلی به سفر به شیراز؛ برپایی نمایشگاه‌ها، گردهمایی‌ها و همایش‌های سالانه علمی، مذهبی و فرهنگی را پیشنهاد داده‌اند. نوری و سرایی (۱۳۹۵) در پژوهش خود برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی برای شهر شیراز را انجام داده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که شهر شیراز استعداد‌های بالقوه و بالفعل فراوانی در بخش گردشگری مذهبی دارد وجود آرامگاه حضرت شاه‌چراغ و امامزاده‌های دیگر مهم‌ترین نقطه قوت این نوع گردشگری است اما ضعف مدیریتی و فقدان ثبات در مدیریت گردشگری مهم‌ترین ضعف در توسعه گردشگری مذهبی این شهر است و ارتقای نقش حرم احمد بن موسی (ع) به‌منزله مهم‌ترین عامل و فرصت توسعه گردشگری مذهبی به شمار می‌رود. در نهایت این که راهبردهای رقابتی - تهاجمی به‌عنوان مهم‌ترین راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی شهر شیراز را دانسته‌اند. آقاجانی و فراهانی‌فرد (۱۳۹۴) در پژوهشی گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن را در ایران مورد مطالعه قرار داده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگری از نگاه اسلام اهمیت بسیاری دارد و می‌توان آینده گردشگری مذهبی در ایران را مثبت ارزیابی کرد که با راهکارها و تدابیر لازم جهت افزایش درآمدهای ناشی از صنعت جهانگردی مذهبی در ایران یکی از بهترین راه‌های خارج شدن از اقتصاد تک‌محصولی نفت خواهد بود.

بدری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی مدل متاسوات به‌عنوان ابزاری استراتژیک برای برنامه‌ریزی گردشگری پایدار در روستای میغان پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان داده است مؤلفه بهبود قوانین بالادستی در جهت حمایت از گردشگری روستایی، افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در منطقه، بهبود وضعیت معیشتی مردم و در نهایت افزایش سفر، حضور مسئولین بومی در سطوح مختلف مدیریتی که آشنا به شرایط جغرافیایی منطقه می‌باشند، کاهش تخصیص ریالی و ارزی به گردشگری، ایجاد اختلاف بین دستگاه‌های اجرایی کشور، سیاست‌های کلان کشور بر توجه تک‌قطبی به توسعه از راه صنعت، ترویج نادرست رسانه‌ها علیه فرهنگ روستایی، توجه به بخش کشاورزی به‌عنوان محور اصلی توسعه و در نهایت مؤلفه افزایش انگیزه دولت در سرمایه‌گذاری در این مناطق دارای بیشترین وزن بوده و تأثیر بر توسعه گردشگری روستا خواهند داشت. تقوایی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی به اهمیت وجودی مکان‌های مذهبی در جذب گردشگران تأکید می‌کنند و به این نتیجه رسیده‌اند که مکان‌های مذهبی در جذب گردشگران و توسعه مناطق مختلف نقش و تأثیر قابل‌ملاحظه‌ای دارند. شایند (۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان نقش دولت و مدیریت در توسعه گردشگری مذهبی در کشور هند به این نتیجه رسیده است که با توجه به مشارکت فعالان مذهبی در توسعه و مدیریت اقتصاد گردشگری مذهبی در سطوح محلی و عدم مسئولیت و بر عهده گرفتن رسیدگی به اثرات منفی آن همواره یک خلاء نهادی در برخورد با اثرات مستقیم و غیرمستقیم گردشگری مذهبی

وجود دارد. مینتر^۱ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود با هدف شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای گردشگری مذهبی در استان نونگ خای تایلند به این نتیجه رسیدند دارا بودن برنامه اقامت در معبد این پتانسیل را دارد که گردشگری مذهبی به عنوان محصول گردشگری مذهبی به گردشگران فرهنگ بودایی تایلندی معرفی شود. ایری میاس و میچالکو^۲ (۲۰۱۳) در پژوهشی به دنبال این هستند که چارچوب یکپارچگی گردشگری مذهبی مسیحی و جنبه‌های فرهنگی آن را در مجارستان مورد بحث قرار دهند. بررسی پیشینه تحقیق در داخل و خارج کشور نشان می‌دهد، تاکنون مطالعات مختلفی در مورد ارائه راهبرد گردشگری و برنامه‌ریزی راهبردی صورت گرفته است اما در راستای راهبردهای رقابت‌پذیری برای توسعه گردشگری مذهبی با روش متاسوات به صورت جامع و کامل تاکنون مطالعه‌ای صورت نگرفته است. مقاله حاضر نیز قصد دارد تا مهم‌ترین عوامل و راهبردهای تأثیرگذار در برنامه‌ریزی گردشگری مذهبی به صورت موردی در شهر رضوانشهر واقع در استان گیلان را بررسی و مورد سنجش قرار دهد و در نهایت فرایند رسیدن به یک الگویی از برنامه‌ریزی راهبردی را با استفاده از مدل متاسوات ارائه دهد.

مبانی نظری

با توجه به اینکه گردشگری، مفهومی میان‌رشته‌ای و چندوجهی است؛ می‌توان آن را از دیدگاه‌های مختلفی همچون جغرافیایی، اقتصادی، جامعه‌شناختی و مدیریتی مورد بررسی قرار داد بدین سبب تعاریف متعددی نیز از این دیدگاه‌ها برای گردشگری صورت گرفته است (پورنگ و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۵۵). گردشگری، به نسبت سایر صنایع، فرصت‌های بیشتری را برای بهبود پیوندها و ارتباطات در سراسر اقتصاد محلی ارائه می‌دهد؛ فرصت‌هایی شامل پیوند مستقیم (گسترش صنعت کشاورزی محلی برای تهیه غذا برای هتل‌ها و رستوران‌ها، تغییر قیمت کالاها، تحول در کیفیت و کمیت خدمات، و سایر آثار اجتماعی و محیطی) و پیوند غیرمستقیم (توسعه زیرساخت‌ها، صنعت ساخت‌وساز و ...) (Gugushvili et al, 2017) و در عین حال می‌تواند فرصت‌های تجاری، سرمایه‌گذاری خارجی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های خصوصی و عمومی و توسعه محلی را افزایش دهد (Jucan & jucan, 2013). از نظر بیشتر مردم، عبارت گردشگری بر سفرهای تفریحی دلالت می‌کند و از نظر سازمان گردشگری یعنی مسافرت با اهداف مختلف به استثنای سفر به منظور کار، مهاجرت و فعالیت‌های محلی و منطقه‌ای (حاجی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۰). گردشگری مذهبی به عنوان یکی از اشکال عمده گردشگری شامل دیدار از اماکن مذهبی و انجام فرایض دینی و مذهبی (حیدری چپانه، ۱۳۸۷: ۸۵) از دیگر اشکال گردشگری در جهان به شمار می‌رود که خاستگاه آن در زیارت نهفته است (Kreiner, 2010: 155). این نوع از گردشگری در زمره قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال سراسر جهان قرار دارد (حسام و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰۲) که دشواری‌های اقلیمی یا بدی آب‌وهوا نیز مانع آن نمی‌شود (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۳۹). گردشگری مذهبی را می‌توان گونه‌ای از گردشگری دانست که گردشگران در آن با انگیزه‌های دینی و مذهبی (به صورت صرف یا ترکیب با دیگر انگیزه‌ها) از مکان‌های مقدس نظیر مسجدها، امامزاده‌ها، کلیساها، مقبره‌ها و مانند آن‌ها بازدید می‌کنند (Meyer, 2004: 42). گردشگران مذهبی، جهانگردان فرهنگی هستند که برای زیارت آثار و یادمان‌های مذهبی، اماکن، اجرای فریضه‌های مذهبی، آموختن نکات دینی و سپری کردن اوقات فراغت به مکان‌ها و مراکز مذهبی جهان سفر می‌کنند (Shinde, 2017: 133). خداوند در قرآن کریم در آیه‌های بسیاری همچون آیات ۱۳۷ آل عمران، ۳۶ نحل، ۶۹ نمل، ۱۱ انعام، ۲۰ عنکبوت، ۹ و ۴۲ رم، ۱۸ سبأ، ۱۰۹ یوسف، ۴۶ حج، ۴۴ فاطر، ۲۱ و ۸۲ غافر، ۱۰ محمد (ص)، ۲۲ یونس و ۱۵ الملک (Zamani et al, 2010: 81) بر سیروسفر تأکید داشته است. اهداف و منافع که قرآن از گردشگری بیان می‌دارد عبارت‌اند از: دیدن آثار گذشتگان و عبرت‌آموزی و پندگیری، مسئله سپاس‌گزاری، خداشناسی، برای آگاهی از چگونگی آفرینش، برای خردورزی در مسائل و آگاهی از وضعیت گذشتگان، برای آگاهی از سنت‌های گذشتگان که بیانیه‌ای برای مردم و سبب هدایت است، برخورداری تجاری و بازرگانی از سیر و سیاحت و گردش سرمایه و اقتصاد پویا

^۱Maneenetr

^۲Irimias & Michalko

و زنده، انتقال فرهنگی و علم و تمدن (آقاجانی و فراهانی‌فرد، ۱۳۹۴: ۴۸). بنابراین در گردشگری مذهبی، باورهای دینی به‌عنوان هدف اصلی فعالیت گردشگری شناخته می‌شود (Zhang et al, 2007: 32). وجود پدیده گردشگری مذهبی، نقش مؤثری در بازسازی حیات شهرها در طول تاریخ و امروز داشته است که همچون یک شبکه گسترده اجتماعی از اعتماد و مشارکت گرفته تا بحث هنجارها و امنیت، اغلب مسائل و مشکلات شهری را پوشش می‌دهد، امری که بسیار ارزشمند و حیاتی است (موسوی و سلطانی، ۱۳۹۳: ۸۳). در این ارتباط امامزاده‌ها، مظهر پیوند بین زمان، مکان و مردم هستند و به دلیل فضای شهری بودنشان، نه تنها در قیاس با مکان‌های هم عملکرد خویش در سایر کشورها هویتی متمایز می‌یابند، بلکه به‌عنوان تنها فضاهای باز شهری با عملکرد مذهبی در فرهنگ شهرسازی مسلمین منحصر به فرد می‌باشند (امین زاده، ۱۳۸۹: ۱۲). مورای و گراهام، زیارت را پدیده‌ای مذهبی و انگیزه گردشگر مذهبی تعریف می‌کنند که در آن، فرد یا گروه در سفر به محلی متعلق به فرقه‌ای خاص، به دنبال شفاعت از خدا و قدیسان آن مکان در مجموعه‌ای از شرایط است (پیرعلی و سیادت، ۱۳۹۷: ۱۱۷). طراحی و تدوین برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری پایدار که در برگزیده مراحل عمده‌ای چون زمینه‌سازی و تسهیلگری، درگیری و مشارکت مؤثر، تحول و توسعه، انسجام و ثبات و همچنین نوسازی کارکردی است، ضرورت می‌یابد (Dann, 1996). مذهب عنصری مهم از گردشگری فرهنگی محسوب می‌شود (Jafari, 2000: 65) و گردشگری مذهبی، گونه‌ای مهم از گردشگری فرهنگی می‌باشد، زیرا در ارتباط مستقیم با ویژگی‌های معنوی، عقلایی و احساسی و همچنین سنت‌ها، آیین‌ها و ارزش‌های یک اجتماع یا جامعه است که میان گروه کثیری مشترک و از نسلی به نسل دیگر نیز منتقل می‌شود (ICOMOS, 2002: 32). با عنایت به مطالب بیان‌شده درمی‌یابیم که در بسیاری از کشورهای موفق، شهرها و به‌ویژه شهرهای که دارای جاذبه‌های گردشگری هستند از پایه‌ها و اساس توسعه صنعت گردشگری هستند که نقش مهمی در افزایش رفاه، بهبود تحرک جامع، بازسازی و توسعه پایدار دارند. در این راستا مدیران، مسئولان و پژوهشگران بایستی با مدیریت و برنامه‌ریزی و به‌کارگیری استراتژی‌های مدون در جهت توسعه گردشگری تلاش کنند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی است. پارادایم پژوهش حاضر به‌صورت کمی و کیفی می‌باشد. جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها به‌صورت اسنادی-کتابخانه‌ای و میدانی بوده است. به‌گونه‌ای که مطالعات مربوط به مبانی نظری به شیوه اسنادی و داده‌های مربوط به یافته‌ها از ابزار پرسشنامه بهره گرفته شده است. در بخش کیفی پژوهش اهداف، منابع و قابلیت‌ها به‌وسیله مطالعات و کتابخانه‌ای و مصاحبه به‌صورت ساختار یافته با ۲۰ تن از خبرگان در زمینه گردشگری مذهبی جهت تدوین پرسشنامه شناسایی شدند. جمع‌آوری اطلاعات بر اساس روش دلفی انجام شده است. انتخاب تیم دلفی بر اساس روش نمونه‌گیری هدفمند بوده است. مطالب استخراج‌شده از مصاحبه‌ها مجدد به تأیید افراد مصاحبه‌شونده رسید و در این مرحله مطالب برای تهیه پرسشنامه تأیید شد. ملاک انتخاب خبرگان تسلط نظری (دارا بودن پژوهش علمی) و عملی در زمینه گردشگری مذهبی، آشنایی با محیط مورد مطالعه و تمایل به مشارکت در پژوهش بود (این گروه شامل اساتید دانشگاه، کارمندان اداره کل میراث فرهنگی، و دانشجویان مقطع دکتری و ارشد بودند). ملاک انتخاب این تعداد اشباع نظری در زمینه پژوهش بوده است. در ادامه روایی پرسشنامه به‌صورت روایی صوری به دست آمد بدین منظور پرسشنامه طراحی شده در اختیار گروه خبرگان قرار گرفت، پس از تأیید روایی پرسشنامه توسط خبرگان، به‌منظور پایایی با آزمون آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت که مقدار به‌دست‌آمده برابر با ۰/۸۳۲ بود و مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به اینکه روش تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس نرم‌افزار متاسوات صورت می‌گیرد، در این راستا از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا در مرحله اول اهداف را در سه سطح بالا، متوسط و پایین اولویت‌بندی کنند و عوامل را به‌گونه‌ای وزن دهی کنند که مجموع اوزان آن‌ها برابر با ۱۰۰ شود و در ادامه بر اساس طیف لیکرت پنج گزینه‌ای به ادامه سؤالات پرسشنامه بپردازند. در پژوهش حاضر با استفاده از تئوری VRIO محدوده

مورد مطالعه در مقایسه با رقبا مورد ارزیابی قرار گرفته است. برای بررسی جایگاه شهرستان رضوان شهر در میان رقبا از روش متاسوات بهره گرفته شده است. مدل متاسوات در برنامه ریزی گردشگری معتقد است مناطق جهت جذب گردشگر به عنوان یک بنگاه اقتصادی باید رقابت پذیر باشند، باید رقبا و مزیت های منحصر به فرد خود را بشناسد و با استفاده از این مزیت های منحصر به فرد برنامه ها و استراتژی های خود را تدوین نمایند، این نظریه نگاهی از داخل به بیرون در رابطه با توسعه گردشگری دارد و در جستجوی عملکردها با ویژگی های فوق العاده است (بدری و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۱). اساس این روش بر سه عنصر کمیایی، تقلیدناپذیری و غیرقابل جایگزینی استوار است که ساماندهی منابع و قابلیت های داخلی یک سازمان را در مقایسه با رقبا ارزیابی می کند. در این روش تناسب راهبردی مطرح می شود و تمامی مراحل و خروجی ها بر اساس محاسبات صورت گرفته با نرم افزار متاسوات انجام می شود و بر اساس نمره میانگین داده ها که نرم افزار محاسبه می کند، خروجی ها به دست می آید. از این تحلیل برای شناسایی فرصت های پیشرو همچنین خطرات احتمالی گسترش هر مجموعه مؤثر است؛ در نتیجه، با یک کار سازمانی اقدام به کاهش خطرات محتمل از سوی ابعاد ناشناخته محیط می کند (Bloomberg, 2012: 2).

محدوده مورد مطالعه

شهرستان رضوان شهر یکی از شهرستان های استان گیلان در شمال ایران است. مرکز این شهرستان شهر رضوان شهر است. شهر رضوان شهر در مختصات جغرافیایی مدار ۳۷ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۳۷ درجه و ۴۰ دقیقه عرض شمالی و نصف النهار ۴۸ درجه و ۱۳ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۴۰ دقیقه طول شرقی قرار دارد. این شهرستان در بین سواحل دریای خزر و رشته کوه های تالش قرار دارد و از دو بخش جلگه ای و کوهستانی تشکیل شده است. این شهرستان از شمال به دریای خزر و شهرستان طولش، از غرب به شهرستان خلخال، از جنوب به شهرستان های صومعه سرا و ماسال و از شرق با شهرستان بندر انزلی هم جوار است. مساحت این شهرستان ۷۴۸ کیلومتر مربع و جمعیت آن برابر با ۶۹۸۶۵ نفر می باشد. این شهرستان از نظر مذهب تقریباً ۵۰ درصد شیعه و ۵۰ درصد سنی می باشد (کشور دوست و فاخته، ۱۳۸۵: ۱۳۱). شهرستان رضوان شهر دارای جاذبه های مذهبی زیادی است که از مهم ترین آن ها می توان به موارد زیر اشاره کرد:

اسپیه مزگت (سفید مسجد): نویسنده کتاب از آستارا تا استرآباد این بنا را یکی از عجایب هفت گانه استان گیلان نامیده است، این اثر تاریخی که تاریخ بنای آن را در سده پنجم هجری قمری نوشته اند با قدمت بیش از هزار سال قدیمی ترین مسجد در گیلان می باشد. این اثر تاریخی در حدود ۲۰ کیلومتری شهرستان رضوان شهر واقع شده و با جاده ای خاکی و جنگلی، زیبایی آن چشم هر بیننده ای را خیره می سازد (کشور دوست و فاخته، ۱۳۸۵: ۱۳۱).

بقعه حضرت سید شرف الدین (پیر شرفشاده دولایی): این بقعه که از زیارتگاه های مشهور قسمت غرب گیلان است، در ۵ کیلومتری جنوب شرقی رضوان شهر و در روستای دارسرا جای دارد. پیر شرف شاه از شاعران و عارفان معروف قرن هشتم (ه. ق) است. بر اساس شجره نامه موجود، نسب وی به امام موسی کاظم (ع) می رسد.

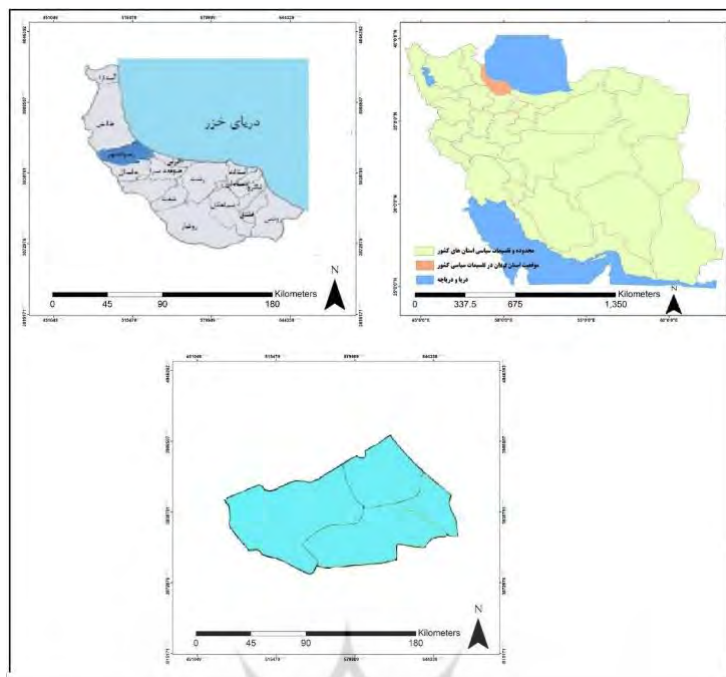
مزار سید امین السلطان غریب بنده: این بنا، در چهارراه رضوان شهر به تالش دولا ب جای دارد. نام اصلی غریب بنده، سید امین السلطان بن موسی بن جعفر (ع) است (کشور دوست و فاخته، ۱۳۸۵: ۱۳۰).

مقبره شیخ سلیمان بزرگ: مزار شیخ سلیمان بزرگ که از اماکن مقدس اهل تسنن می باشد در روستای پیلیمرا واقع در ۱۳ کیلومتری جاده رضوان شهر به تالش می باشد.

امامزاده آقا سید قاسم: مکان مقدس امامزاده آقا سید قاسم در حاشیه ساحلی دریای خزر واقع در روستای خیمه سر از توابع شفارود رضوان شهر می باشد. مسیر زیبای ساحلی منتهی به امامزاده چشم انداز دریایی دارد.

مزار آقا محمد شفیع: در روستای ساحلی شفارود در فاصله ۸ کیلومتری از مرکز رضوان شهر بنا مسجد و آرامگاه

خانوادگی سادات کمالی معروف به آقا محمد شفیق قرار دارد که مورد احترام اهالی می‌باشند.



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه در کشور و استان

بحث و یافته‌ها

تمامی ورودی‌های این پژوهش بر اساس اهدافی چون معرفی جاذبه‌های مذهبی شهرستان رضوانشهر در سطح استانی، منطقه‌ای و ملی، افزایش حضور گردشگران مذهبی، توسعه گردشگری مذهبی، رونق اقتصادی منطقه می‌باشد. برای وزن دهی به این اهداف از نظرات گروه کارشناسان و خبرگان آشنا با محدوده مورد مطالعه استفاده شده و نتایج آن در نرم‌افزار متاسوات وارد شد. لازم به ذکر است این اهداف در سه سطح بالا، متوسط و پایین ارزیابی گردیدند. (جدول ۱).

جدول شماره ۱. اهداف تعیین شده در جهت توسعه گردشگری مذهبی شهرستان رضوانشهر

اولویت	اهداف
اولویت بالا	معرفی جاذبه‌های مذهبی شهرستان رضوانشهر در سطح استانی، منطقه‌ای و ملی
اولویت بالا	افزایش حضور گردشگران مذهبی
اولویت بالا	توسعه گردشگری مذهبی
اولویت متوسط	رونق اقتصادی منطقه

در قدم بعدی با کمک کارشناسان منابع و قابلیت‌های گردشگری مذهبی شهرستان که در راستای رسیدن به اهداف تأثیرگذار هستند، شناسایی شده و سپس میزان تأثیری آن‌ها در توسعه گردشگری مذهبی موردسنجش قرار گرفته‌اند.

جدول شماره ۲. منابع و قابلیت‌های محدوده مورد مطالعه در توسعه گردشگری

درصد	منابع و قابلیت‌ها
۹	وجود آب‌وهوای معتدل و مرطوب و شرایط اقلیمی خوب
۸	وجود اماکن مذهبی در چشم‌اندازهای زیبای مناطق بیلاقی و کوهستانی، کوهپایه‌ای و جلگه‌ای
۶	چشم‌انداز فعالیت‌های کشاورزان شالی‌کار و مزارع سرسبز برنج
۸	شرایط مستعد اراضی حاشیه‌ای برای فعالیت‌های خاص در اطراف برخی از اماکن مذهبی رضوانشهر مانند وجود رودخانه
۱۳	وجود جاذبه‌های مذهبی در جوار شهرستان از جمله بقعه حضرت سید شرف‌الدین، مزار امین السلطان غریب بنده، آق مسجد رینه، مقبره شیخ

	سلیمان بزرگ و ...
۸	تنوع اکوسیستمی آبی و خشکی وجود گونه‌های مختلف گیاهی و جانوری
۷	قابلیت توسعه صنایع دستی در زمینه‌های مختلف بخصوص صنایع چوبی و بافندگی
۱۱	وجود آثار و یادمان‌های تاریخی، فرهنگی مانند مساجد قدیمی اسپیه مزگت (مسجد سفید) در کنار رودخانه دیناچال و گورستان باستانی میان‌رود و سکه
۱۰	برگزاری بازارهای هفتگی در رضوانشهر، پره سر و چوکا به‌عنوان نماد اقتصادی و فرهنگی منطقه
۸	جاذبه‌های خاص فرهنگی مختلف منطقه مانند آداب‌ورسوم و معیشت گیلک‌ها، تالشی‌ها و ترک‌ها
۱۲	شهرت برگزاری مراسم ویژه مذهبی در امامزاده‌های مانند مراسم عزاداری و تعزیه روز تاسوعا در بقعه حضرت سید شرف‌الدین (دارسرا)

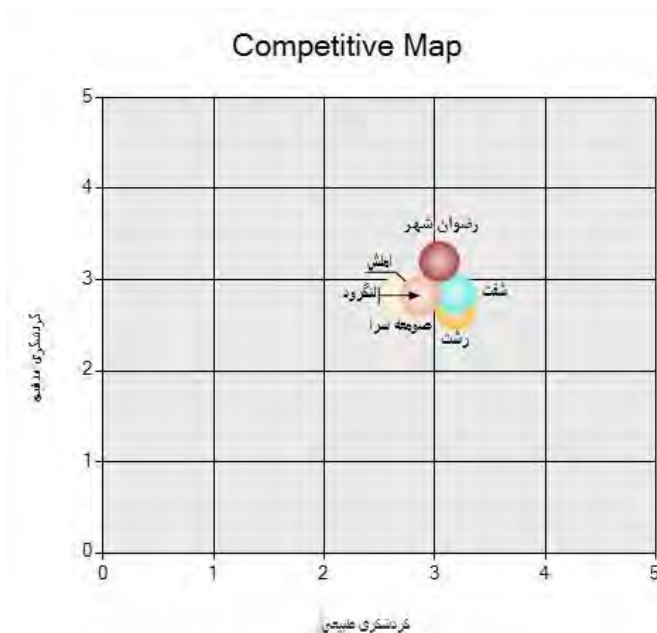
همان‌طور که از جدول ۲ مشخص است وجود جاذبه‌های مذهبی و شهرت برگزاری مراسم‌های ویژه مذهبی از جمله مهم‌ترین قابلیت‌های توسعه گردشگری مذهبی شهرستان رضوانشهر می‌باشند. در ادامه با توجه به منابع و قابلیت‌های موجود ابعاد رقابتی در آن (برای بررسی در نرم‌افزار متاسوات) در دودسته گردشگری طبیعی و گردشگری مذهبی دسته‌بندی شدند. به دلیل اینکه ماهیت کار مبتنی بر رقابت است، در ادامه شهرستان‌های که در استان گیلان از نظر این قابلیت‌ها در وضعیت برتری قرار دارند و به‌عنوان رقیب برای این شهرستان به شمار می‌روند، شناسایی شدند. پنج شهرستان رشت، شفت، صومعه‌سرا، املش و لنگرود رقبای اصلی در منطقه برای شهرستان رضوانشهر به شمار می‌روند. در مرحله بعدی پژوهش جایگاه شهرستان رضوانشهر بر اساس قابلیت‌های شناخته‌شده نسبت به دیگر شهرستان‌ها رقیب مورد بررسی قرار گرفت.

جدول شماره ۳. مقایسه شهرستان رضوانشهر با شهرستان‌های رقیب از نظر منابع و قابلیت‌ها

منابع و قابلیت‌ها	رشت	شفت	صومعه‌سرا	املش	لنگرود
وجود آب‌وهوای معتدل و مرطوب و شرایط اقلیمی خوب	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر
وجود اماکن مذهبی در چشم‌اندازهای زیبای مناطق بیلاقی و کوهستانی، کوهپایه‌ای و جلگه‌ای	فراتر	فراتر	پایین‌تر	پایین‌تر	پایین‌تر
چشم‌انداز فعالیت‌های کشاورزان شالی‌کار و مزارع سرسبز برنج	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر
شرایط مستعد اراضی حاشیه‌ای برای فعالیت‌های خاص در اطراف برخی از اماکن مذهبی رضوانشهر مانند وجود رودخانه	پایین‌تر	تقریباً برابر	پایین‌تر	پایین‌تر	پایین‌تر
وجود جاذبه‌های مذهبی در جوار شهرستان از جمله بقعه حضرت سید شرف‌الدین، مزار امین السلطان غریب بنده، آق مسجد رینه، مقبره شیخ سلیمان بزرگ و ...	فراتر	فراتر	پایین‌تر	پایین‌تر	پایین‌تر
تنوع اکوسیستمی آبی و خشکی وجود گونه‌های مختلف گیاهی و جانوری	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر
قابلیت توسعه صنایع دستی در زمینه‌های مختلف بخصوص صنایع چوبی و بافندگی	پایین‌تر	پایین‌تر	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر
وجود آثار و یادمان‌های تاریخی، فرهنگی مانند مساجد قدیمی اسپیه مزگت (مسجد سفید) در کنار رودخانه دیناچال و گورستان باستانی میان‌رود و سکه	فراتر	فراتر	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر
برگزاری بازارهای هفتگی در رضوانشهر، پره سر و چوکا به‌عنوان نماد اقتصادی و فرهنگی منطقه	پایین‌تر	پایین‌تر	تقریباً برابر	فراتر	فراتر
جاذبه‌های خاص فرهنگی مختلف منطقه مانند آداب‌ورسوم و معیشت گیلک‌ها، تالشی‌ها و ترک‌ها	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر	تقریباً برابر
شهرت برگزاری مراسم ویژه مذهبی در امامزاده‌های مانند مراسم عزاداری و تعزیه روز تاسوعا در بقعه حضرت سید شرف‌الدین (دارسرا)	پایین‌تر	پایین‌تر	پایین‌تر	پایین‌تر	پایین‌تر

نقشه رقابتی و اولویت‌بندی رقبا با استفاده از نرم‌افزار متاسوات ترسیم گردید. در ادامه در شکل ۲ نقشه رقابتی و جایگاه

شهرستان رضوانشهر نسبت به سایر رقبا نشان داده شده است.



شکل شماره ۲. نقشه رقابتی، استراتژی توسعه گردشگری مذهبی شهرستان رضوانشهر

جدول شماره ۴. وزن مزیت رقابتی هریک از شهرستان ها رقیب

	Absolute	Nomalzed	Absolute	Nomalzed	Absolute	Nomalzed	Absolute	Nomalzed
رشت	۳/۱۸۵۱۸۵	۱/۰۷۶۳۴۶	۲/۶۷۳۹۱۳	۰/۹۵۴۹۶۸۹	۵/۸۵۹۰۹۸	۲/۰۳۱۳۱۴	۴	۴
شفت	۳/۱۸۵۱۸۵	۱/۰۷۶۳۴۶	۲/۸۴۷۸۲۶	۱/۰۱۷۰۸۱	۶/۰۲۳۰۱۱	۲/۰۹۳۴۲۶	۵	۵
صومعه سرا	۲/۶۸۵۱۸۵	۰/۹۰۷۳۸۴	۲/۸۲۶۰۸۷	۱/۰۰۹۳۱۷	۵/۵۱۱۳۷۲	۱/۹۱۶۷۰۱	۱	۱
املش	۲/۸۷۰۳۷	۰/۹۶۹۹۶۲	۲/۸۲۶۰۸۷	۱/۰۰۹۳۱۷	۵/۶۹۶۴۵۷	۱/۹۷۹۲۷۹	۲	۲
لنگرود	۲/۸۷۰۳۷	۰/۹۶۹۹۶۲	۲/۸۲۶۰۸۷	۱/۰۰۹۳۱۷	۵/۶۹۶۴۵۷	۱/۹۷۹۲۷۹	۲	۲

به توجه به بررسی های صورت گرفته از نظر گردشگری طبیعی شهرستان های شهرستان شفت با وزن $2/84$ بزرگ ترین رقیب در منطقه برای شهرستان رضوانشهر است و شهرستان های صومعه سرا، املش و لنگرود به ترتیب با وزن $2/82$ در رتبه بعدی و شهرستان رشت با $2/67$ به عنوان رقبای بعدی این شهرستان به شمار می روند. در بعد گردشگری مذهبی نیز شهرستان های شفت و رشت با وزن $3/18$ و شهرستان های املش و لنگرود با وزن $2/87$ و شهرستان صومعه سرا با وزن $2/68$ با شهرستان رضوانشهر در رقابت هستند.

در مرحله بعدی به ارزیابی منابع و قابلیت ها بر اساس تئوری مبتنی بر منابع می پردازیم. در این گام بر اساس این تئوری کمیایی، تقلیدناپذیری و غیرقابل جایگزینی (RIO) (بر اساس نرم افزار متاسوات) را در یک طیف پنج تایی (خیلی موافقم، موافقم، خنثی، مخالفم و خیلی مخالفم) مورد ارزیابی قرار می گیرد. منظور از کمیایی یا R: یعنی رقبای ما قادر به انجام این کار نیستند؟ تقلیدپذیری یا I یعنی رقبای ما قادر به تقلید این قابلیت نیستند؟ و غیرقابل جایگزینی یا O: یعنی ما از این عامل به واسطه خط مشی جبران خود بهره می بریم؟ در ادامه جدول ارزیابی منابع و قابلیت های شهرستان مورد هدف بر اساس دیدگاه مبتنی بر منابع آورده شده است.

جدول شماره ۵. ارزیابی منابع و قابلیت‌ها بر اساس دیدگاه تئوری منابع

منابع و قابلیت‌ها	کمیابی	تقلیدپذیری	غیرقابل جایگزینی
وجود آب‌وهوای معتدل و مرطوب و شرایط اقلیمی خوب	مخالقم	مخالقم	موافقم
وجود اماکن مذهبی در چشم‌اندازهای زیبای مناطق بیلاقی و کوهستانی، کوهپایه‌ای و جلگه‌ای	مخالقم	مخالقم	موافقم
چشم‌انداز فعالیت‌های کشاورزان شالی کار و مزارع سرسبز برنج	موافقم	خنثی	موافقم
شرایط مستعد اراضی حاشیه‌ای برای فعالیت‌های خاص در اطراف برخی از اماکن مذهبی رضوانشهر مانند وجود رودخانه	موافقم	موافقم	موافقم
وجود جاذبه‌های مذهبی در جوار شهرستان از جمله بقعه حضرت سید شرف‌الدین، مزار امین السلطان غریب بنده، آق مسجد رینه، مقبره شیخ سلیمان بزرگ و ...	موافقم	موافقم	موافقم
تنوع اکوسیستمی آبی و خشکی وجود گونه‌های مختلف گیاهی و جانوری	خنثی	خنثی	موافقم
قابلیت توسعه صنایع دستی در زمینه‌های مختلف بخصوص صنایع چوبی و بافندگی	خنثی	مخالقم	مخالقم
وجود آثار و یادمان‌های تاریخی، فرهنگی مانند مساجد قدیمی اسپیه مزگت (مسجد سفید) در کنار رودخانه دینچال و گورستان باستانی میان‌رود و سکه	موافقم	خنثی	موافقم
برگزاری بازارهای هفتگی در رضوانشهر، پره سر و چوکا به‌عنوان نماد اقتصادی و فرهنگی منطقه	خنثی	موافقم	بسیار موافقم
جاذبه‌های خاص فرهنگی مختلف منطقه مانند آداب و رسوم و معیشت گیلک‌ها، تالشی‌ها و ترک‌ها	خنثی	خنثی	موافقم
شهرت برگزاری مراسم ویژه مذهبی در امامزاده‌های مانند مراسم عزاداری و تعزیه روز تاسوعا در بقعه حضرت سید شرف‌الدین (دارسرا)	موافقم	موافقم	بسیار موافقم

در مرحله بعدی عوامل بیرونی تأثیرگذار در دستیابی به اهداف را با کمک گروه خبرگان شناسایی کردیم و سپس میزان ایستایی و پویایی، میزان تأثیرگذاری، احتمال افزایش و درجه اضطراری بودن عوامل بیرونی شناسایی شده را مورد ارزیابی قرار دادیم. (جدول ۶)

جدول شماره ۶. عوامل محیطی مؤثر خارج از کنترل سازمان

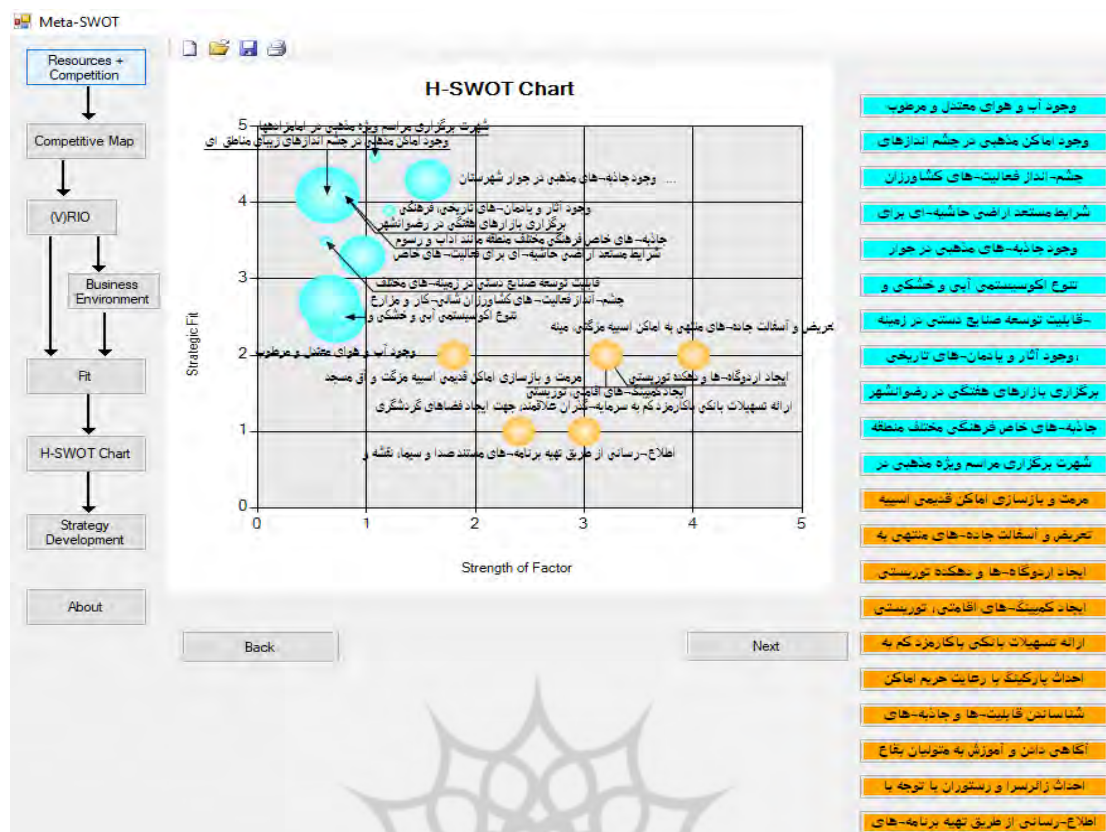
عوامل	وزن	تأثیر	احتمال افزایش	درجه اضطرار
مرمت و بازسازی اماکن قدیمی اسپیه مزگت و آق مسجد به‌عنوان جاذبه گردشگری مذهبی تاریخ	متوسط	متوسط	بالا	فوری
تعریض و آسفالت جاده‌های منتهی به اماکن اسپیه مزگت، آق رینه، شیخ ابوالمعالی، گورستان مینه روسکه.	بسیار مهم	قوی	بالا	فوری
ایجاد اردوگاه‌ها و دهکده توریستی با امکانات توریستی و تفریحی در حاشیه مکان مذهبی سلطان برزکوه واقع در بیلاق برزکوه و در ارتفاعات	خیلی مهم	قوی	بالا	فوری
ایجاد کمپین‌های اقامتی، توریستی در زمین‌های حاشیه رودخانه چافرود و سفارود که در مقابل اماکن مذهبی شیخ کامل نقش‌بندی و آقا محمد شفیع	خیلی مهم	قوی	خیلی بالا	فوری
ارائه تسهیلات بانکی با کارمزد کم به سرمایه‌گذاران علاقه‌مند، جهت ایجاد فضاهای گردشگری در مناطق مذهبی بیلاقی (سلطان برزکوه آق مسجد رینه) و مناطق کوهپایه‌ای (شیخ ابوالمعالی).	متوسط	خیلی قوی	بالا	فوری
احداث پارکینگ با رعایت حریم اماکن مذهبی برای کلیه اماکن بخصوص بقاع متبرک حضرت سید شرف‌الدین و امین‌السلطان غریب بنده به دلیل حوزه نفوذ خارج استانی و برگزاری مراسم ویژه مذهبی	بسیار مهم	خیلی قوی	بالا	فوری
شناساندن قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری مذهبی رضوانشهر با تهیه بروشورها و نقشه‌های راهنمای گردشگری	بسیار مهم	خیلی قوی	بالا	فوری
آگاهی دادن و آموزش به متولیان بقاع متبرک و ساکنین اطراف، به‌منظور آماده‌سازی آن‌ها برای پذیرش مطلوب مسافران و زائران	بسیار مهم	خیلی قوی	بالا	فوری
احداث زائرسرا و رستوران با توجه با بهره‌گیری از معماری بومی و استفاده از مصالح موجود محلی برای اماکن مذهبی کوهپایه‌ای و بیلاقی	بسیار مهم	قوی	بالا	فوری
اطلاع‌رسانی از طریق تهیه برنامه‌های مستند صداوسیما، نقشه و بروشور، مجلات تخصصی، نشریات و سایت‌های رسمی برای گردشگران علاقه‌مند به بازدید از بناهای مذهبی و تاریخی	متوسط	قوی	خیلی بالا	فوری

در مرحله بعدی پژوهش به بررسی تناسب بین عوامل منابع و قابلیت‌ها و اهداف پژوهش پرداخته شده است. در این راستا از کارشناسان کمک گرفته شده است تا میزان تأثیر منابع و قابلیت‌ها را بر روی اهداف پژوهش موردسنجش قرار دهند. به عبارتی دیگر در این مرحله به دنبال این هستیم که به چه میزان منابع و قابلیت‌ها اهداف پژوهش را پشتیبانی می‌کنند. در جدول زیر میزان این تأثیرگذاری آورده شده است.

جدول شماره ۷. ارزیابی تأثیر منابع و قابلیت‌ها بر اهداف

معرفی جاذبه‌های مذهبی شهرستان رضوانشهر	افزایش حضور گردشگران	توسعه گردشگری مذهبی منطقه	رونق اقتصادی
وجود آب‌وهوای معتدل و مرطوب و شرایط اقلیمی خوب	قوی	بسیار قوی	قوی
وجود اماکن مذهبی در چشم‌اندازهای زیبای مناطق بیلاقی و کوهستانی، کوهپایه‌ای و جلگه‌ای	بسیار قوی	بسیار قوی	بسیار قوی
چشم‌انداز فعالیت‌های کشاورزان شالی‌کار و مزارع سرسبز برنج	قوی	بسیار قوی	بسیار قوی
شرایط مستعد اراضی حاشیه‌ای برای فعالیت‌های خاص در اطراف برخی از اماکن مذهبی رضوانشهر مانند وجود رودخانه	بسیار قوی	قوی	بسیار قوی
وجود جاذبه‌های مذهبی در جوار شهرستان از جمله بقعه حضرت سید شرف‌الدین، مزار امین السلطان غریب بنده، آق مسجد رینه، مقبره شیخ سلیمان بزرگ و ...	بسیار قوی	بسیار قوی	بسیار قوی
تنوع اکوسیستمی آبی و خشکی وجود گونه‌های مختلف گیاهی و جانوری	قوی	بسیار قوی	قوی
قابلیت توسعه صنایع دستی در زمینه‌های مختلف بخصوص صنایع چوبی و بافندگی	قوی	بسیار قوی	بسیار قوی
وجود آثار و یادمان‌های تاریخی، فرهنگی مانند مساجد قدیمی اسپیه مزگت (مسجد سفید) در کنار رودخانه دیناچال و گورستان باستانی میان‌رود و سکه	بسیار قوی	بسیار قوی	بسیار قوی
برگزاری بازارهای هفتگی در رضوانشهر، پره سر و چوکا به‌عنوان نماد اقتصادی و فرهنگی منطقه	قوی	بسیار قوی	بسیار قوی
جاذبه‌های خاص فرهنگی مختلف منطقه مانند آداب و رسوم و معیشت گیلک‌ها، تالشی‌ها و ترک‌ها	بسیار قوی	بسیار قوی	قوی
شهرت برگزاری مراسم ویژه مذهبی در امامزاده‌ها مانند مراسم عزاداری و تعزیه روز تاسوعا در بقعه حضرت سید شرف‌الدین (دارسرا)	بسیار قوی	بسیار قوی	بسیار قوی

در ادامه برای ترسیم نقشه راهبردی توسط نرم‌افزار، منابع و قابلیت‌ها و عوامل خارجی بر مبنای سه معیار مورد تحلیل قرار گرفت. الف: نزدیکی منابع و قابلیت‌ها با عوامل خارجی ب: سمت افقی و عمودی عوامل؛ ج: اندازه حباب‌ها. بر روی نقشه استراتژیک منابع و قابلیت‌ها داخلی با حباب‌های آبی نشان داده شده است. عوامل خارجی نیز با حباب‌های نارنجی مشخص شده‌اند. محور افقی (x) میزان قدرت عوامل را نشان می‌دهد و محور عمودی (y) میزان درجه تناسب راهبردی عوامل را نشان می‌دهد.



شکل شماره ۳. نقشه راهبردی توسعه گردشگری مذهبی شهرستان رضوانشهر

نتایج نشان می‌دهد منابع و قابلیت‌های شهرستان رضوانشهر از اوزان متفاوتی برخوردار است. به گونه‌ای که شهرت برگزاری مراسم ویژه مذهبی در امامزاده‌های مانند مراسم عزاداری و تزییه روز تاسوعا در بقعه حضرت سید شرف‌الدین (دارسرا)، وجود اماکن مذهبی در چشم‌اندازهای زیبای مناطق بیلاقی و کوهستانی، کوهپایه‌ای و جلگه‌ای، برگزاری بازارهای هفتگی در رضوانشهر، پره سر و چوکا به‌عنوان نماد اقتصادی و فرهنگی منطقه، جاذبه‌های خاص فرهنگی مختلف منطقه مانند آداب‌ورسوم و معیشت گیلک‌ها، تالشی‌ها و ترک‌ها، وجود آثار و یادمان‌های تاریخی، فرهنگی مانند مساجد قدیمی اسپیه مزگت (مسجد سفید) در کنار رودخانه دیناچال و گورستان باستانی میان‌رود و سکه به ترتیب مهم‌ترین منابع و قابلیت شهرستان رضوانشهر در جهت توسعه گردشگری می‌باشند.

همچنین اندازه‌های نارنجی که نشان‌دهنده درجه ضرورت عوامل و راهبردهای پیشنهادی هستند نشان می‌دهد که ایجاد اردوگاه‌ها و دهکده توریستی با امکانات توریستی و تفریحی در حاشیه مکان مذهبی سلطان برزکوه واقع در بیلاقی برزکوه و در ارتفاعات، ایجاد کمپین‌های اقامتی، توریستی در زمین‌های حاشیه رودخانه چافرود و شفارود که در مقابل اماکن مذهبی شیخ کامل نقش‌بندی و آقا محمد شفیق، ارائه تسهیلات بانکی با کارمزد کم به سرمایه‌گذاران علاقه‌مند جهت ایجاد فضاهای گردشگری در مناطق مذهبی بیلاقی (سلطان برزکوه آق مسجد رینه) و مناطق کوهپایه‌ای (شیخ ابوالعالی)، اطلاع‌رسانی از طریق تهیه برنامه‌های مستند صداوسیما، نقشه و بروشور، مجلات تخصصی، نشریات و سایت‌های رسمی برای گردشگران علاقه‌مند به بازدید از بناهای مذهبی و تاریخی، مرمت و بازسازی اماکن قدیمی اسپیه مزگت و آق مسجد به‌عنوان جاذبه گردشگری مذهبی تاریخ مهم‌ترین عوامل می‌باشد.

نتیجه‌گیری

گردشگری در دوران ما یک واقعیت مهم اجتماعی است که عموماً از دیدگاه‌های تعادل فرهنگی و توسعه به آن نگرسته می‌شود. با این وجود کوشش‌پذیری گردشگری در فضاهای جغرافیایی فراتر از مفهومی دویبعدی در زمینه فرهنگ و اقتصاد، چشم‌اندازهای متعددی را شکل می‌دهد. امروزه موضوع بحث گردشگری به دلیل اهمیتی که در ابعاد اقتصادی، اجتماعی

و فرهنگی و... دارا می‌باشد بسیار گسترده و وسیع گردیده و در انواع مختلفی به صورت تخصصی مورد مطالعه قرار می‌گیرد. گردشگری مذهبی نیز یکی از انواع گردشگری می‌باشد که پژوهش حاضر نیز به بررسی راهبردهای توسعه آن (به‌عنوان نمونه شهر رضوانشهر) پرداخته است. هدف پژوهش حاضر تدوین راهبردهای رقابت‌پذیری و توسعه گردشگری مذهبی با استفاده از تکنیک متاسوات بود که به صورت مطالعه موردی شهرستان رضوانشهر مورد مطالعه قرار گرفت. در رضوانشهر اماکنی به‌عنوان بقعه، امامزاده، زیارتگاه، مزار، مدفن پیر یا مکان مقدس و یا قدمگاه وجود دارند که هر کدام دارای یک یا چند ویژگی خاص خود جهت جذب گردشگران می‌باشند. از جمله این ویژگی‌ها می‌توان به ارزش و قدمت تاریخی، معماری خاص بقعه، میزان نسبت و نزدیکی به ائمه اطهار، میزان امکانات زیرساختی، موقعیت خاص مکانی و جغرافیایی، میزان اعتقاد به برآورده شدن حاجات اشاره کرد که در میزان تعداد گردشگران نقش مؤثری دارند. به لحاظ توزیع جغرافیایی اکثر اماکن مذهبی منطقه مورد مطالعه در محدوده ساحلی، جلگه‌ای و کوهپایه‌ای قرار دارند که این منطقه بیشترین آمار جمعیتی را در خود دارا می‌باشد. اما بیشتر جاذبه‌های مذهبی موجود در شهرستان به دلیل عدم زیرساخت‌های مناسب و امکانات و نبود برنامه‌ریزی منسجم تاکنون آن طوری که باید گردشگر پذیر نبوده‌اند. لذا با برنامه‌ریزی منسجم از طرف مسئولان مربوطه و با خدمات‌رسانی مناسب از جهت مراکز پذیرایی و اقامتی در اطراف مکان‌های زیارتی و ... می‌توان گردشگران را در مدت بیشتری در این شهرستان ماندگار کرد. در این پژوهش ابتدا به ارزیابی منابع و رقبا پرداخته شد و اهداف اصلی از توسعه گردشگری مذهبی مشخص شدند که با استفاده از نظرات خبرگان اولویت‌بندی شدند. در گام بعدی عوامل مؤثر و کلیدی به‌عنوان منابع و قابلیت‌ها شناسایی گردیدند. در مرحله بعدی شهرها و نواحی رقیب شناسایی شدند در نتیجه این فرایند نقشه رقابتی ترسیم شد. در مرحله بعدی عوامل محیطی و غیرقابل کنترل مستقیم تعیین گردیدند. نتایج به‌دست‌آمده از فرایند مذکور نشان داد که شهرستان‌های شفت، صومعه‌سرا، املش، لنگرود از نظر بعد طبیعی به ترتیب مهم‌ترین رقیب برای شهرستان رضوانشهر محسوب می‌شوند و شهرستان‌های شفت و رشت نیز در بعد گردشگری مذهبی نیز رقیب‌های مهمی برای این شهرستان هستند ولی از شهرستان رضوانشهر پایین‌تر می‌باشند. این امر نشان‌دهنده این است که شهرستان رضوانشهر پتانسیل‌های فراوانی در حوزه گردشگری مذهبی نسبت به سایر شهرستان‌های استان را دارد و از مزایای رقابتی خوبی برخوردار است و می‌تواند با برنامه‌ریزی دقیق در جهت بهبود و توسعه گردشگری مذهبی خود گام بردارد. در ادامه با بررسی تئوری منابع عوامل کلان محیطی مورد ارزیابی قرار گرفتند و مشخص گردید که وجود جاذبه‌های مذهبی در جوار شهرستان از جمله بقعه حضرت سید شرف‌الدین، مزار امین‌السلطان غریب بنده، آق مسجد رینه، مقبره شیخ سلیمان بزرگ و ... شهرت برگزاری مراسم ویژه مذهبی در امامزاده‌های مانند مراسم عزاداری و تعزیه روز تاسوعا در بقعه حضرت سید شرف‌الدین (دارسرا)، شرایط مستعد اراضی حاشیه‌ای برای فعالیت‌های خاص در اطراف برخی از اماکن مذهبی رضوانشهر مانند وجود رودخانه، کمیاب‌ترین و تقلیدپذیری‌ترین و سایر مؤلفه‌ها غیرقابل جایگزین‌ترین مزیت‌های شهرستان در بین سایر رقبا می‌باشند. به‌طور کلی می‌توان نتیجه گرفت توسعه گردشگری مذهبی در شهرستان رضوانشهر منوط به این است که عوامل اولویت‌دار را به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری مذهبی مدنظر قرار داده شوند. همان‌طور که نتایج نشان داد وجود اماکن مذهبی در چشم‌اندازهای زیبای مناطق بیلاقی و کوهستانی، کوهپایه‌ای و جلگه‌ای، وجود جاذبه‌های مذهبی در جوار شهرستان، وجود آثار و یادمان‌های تاریخی، فرهنگی، برگزاری بازارهای هفتگی در رضوانشهر، پره سر و چوکا به‌عنوان نماد اقتصادی و فرهنگی منطقه، جاذبه‌های خاص فرهنگی مختلف، شهرت برگزاری مراسم ویژه مذهبی مهم‌ترین منابع و قابلیت‌های شهرستان رضوانشهر می‌باشد. در طرفی دیگر راهبردها و عوامل پیشنهادی از نظر میزان توجه و اهمیت آن‌ها در توسعه گردشگری مذهبی در محدوده مورد مطالعه اولویت‌بندی گردیدند. نتایج این بخش نشان می‌دهد که برخی از راهبردها دارای اهمیت بیشتری است در حالی که در بسیاری موارد راهبردها از کمترین اهمیت برخوردارند؛ به بیانی دیگر، عواملی نظیر ایجاد اردوگاه‌ها و دهکده توریستی با امکانات توریستی و تفریحی در حاشیه مکان مذهبی سلطان برزکوه واقع در بیلاق برزکوه و در ارتفاعات، ایجاد کمپین‌های اقامتی، توریستی در زمین‌های حاشیه رودخانه چافرود و سفارود که در مقابل اماکن مذهبی شیخ کامل نقش‌بندی و آقا محمد شفیع، ارائه تسهیلات

بانکی با کارمزد کم به سرمایه‌گذاران علاقه‌مند جهت ایجاد فضاهای گردشگری در مناطق مذهبی بیلاقی (سلطان برزکوه آق مسجد رینه) و مناطق کوهپایه‌ای (شیخ ابوالمعالی)، اطلاع‌رسانی از طریق تهیه برنامه‌های مستند صداوسیما، نقشه و بروشور، مجلات تخصصی، نشریات و سایت‌های رسمی برای گردشگران علاقه‌مند به بازدید از بناهای مذهبی و تاریخی، مرمت و بازسازی اماکن قدیمی اسپیه مزگت و آق مسجد دارای بیشترین تأثیرگذاری بوده و بیشترین وزن را در بین سایر عوامل دارند. این بدان معناست که برای دستیابی به یک برنامه راهبردی و رقابتی بایستی به همه موارد جوانب توجه شود و در راستای ارتقاء همه موارد تلاش کرد.

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

منابع

- ۱) آقاچانی، معصومه و فراهانی‌فرد، سعید (۱۳۹۴) گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی ایران)، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، سال ۳، شماره ۹، صص ۴۳-۶۶.
- ۲) امین زاده، بهناز (۱۳۸۹) مسجد و محرم، مجموعه مقالات اولین و دومین دوره همایش معماری مساجد در ایران.
- ۳) پیرعلی، علیرضا و سیادت، سعیده (۱۳۹۷) راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی در کلان‌شهر شیراز، رهیافت فرهنگ دینی، سال ۱، شماره ۲، صص ۱۱۵-۱۳۰.
- ۴) بدری، سیدعلی؛ رضوانی، محمدرضا؛ ترابی، ذبیح‌الله؛ ملکان، احمد (۱۳۹۴) متاسوات، ابزاری استراتژیک برای برنامه‌ریزی گردشگری پایدار (مورد مطالعه: روستای میغان)، نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۲۹-۵۰.
- ۵) بهرامی، رحمت اله (۱۳۸۹) بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای توسعه توریسم روستایی در استان کردستان، با استفاده از تکنیک SWOT، مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام.
- ۶) تقوایی، مسعود؛ موسوی، سیدعلی؛ غلامی، یونس (۱۳۸۹) تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهرستان نورآباد ممسنی)، فصلنامه فضای جغرافیایی، دوره ۱۰، شماره ۳۱، صص ۳۹-۶۴.
- ۷) پورنگ، علی؛ غیور باغبانی، سید مرتضی؛ پورنگ، ناهید (۱۳۹۹) شناسایی عوامل مؤثر بر جذب و ماندگاری گردشگر مذهبی در کلان‌شهر مشهد با رویکرد داده بنیاد، نشریه علمی مدیریت اسلامی، سال ۲۸، شماره ۲، صص ۱۹۱-۱۵۱.
- ۸) حاتمی‌نژاد، حسین؛ حبیبیان، بهار؛ امیرشکاری، مریم (۱۳۹۵) اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی شهر دزفول، گردشگری شهری، دوره ۳، شماره ۱، صص ۵۹-۷۶.
- ۹) حاجی‌نژاد، علی؛ قدمی، مصطفی؛ صحرایی، احمد؛ فاطمی، جواد (۱۳۹۲) ارزیابی عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی شهرستان جویبار با استفاده از مدل راهبردی سوات، نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، دوره ۵، شماره ۲، صص ۱۰۹-۱۲۸.
- ۱۰) حسام، مهدی؛ محمدی‌یگانه، بهروز؛ چراغی، مهدی (۱۳۹۵) تحلیل اثرات گردشگری مذهبی در توسعه پایدار نواحی روستایی از دیدگاه جامعه میزبان (موردپژوهش: منطقه نمارستاق - شهرستان آمل)، فضای گردشگری، دوره ۶، شماره ۲۱، صص ۱۰۱-۱۱۶.
- ۱۱) حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷) مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، تهران: انتشارات سمت.
- ۱۲) حیدری، رضا؛ طالب‌پور، مهدی؛ نظری ترشیزی، احمد؛ شجیع، کیانوش؛ جابری، سجاد (۱۳۹۹) تدوین راهبردهای رقابت‌پذیری و توسعه گردشگری ورزشی در شهرها (مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد)، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۷، شماره ۱، صص ۱۴۳-۱۵۹.
- ۱۳) ده‌دجانی، جواد؛ خلیلی، حسین؛ میرزا ابوالقاسمی، محمدصادق (۱۳۹۸) راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: حرم حضرت بی‌بی حکیمه (س)، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۴، صص ۷۱-۵۷.
- ۱۴) رحمانی، خلیل؛ پور طاهری، مهدی؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۲) برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج، برنامه‌ریزی و آمایش فضا،

دوره ۱۷، شماره ۱، صص. ۴۳-۶۴.

- ۱۵) رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود (۱۳۸۵) راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک، مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۲، صص: ۳۰-۱.
- ۱۶) غلامی، یونس و خلجی، نسترن (۱۳۹۶) تدوین و اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه گردشگری با رویکرد پایداری (نمونه موردی: کاشان)، نشریه گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۲، صص. ۳۰-۱۷.
- ۱۷) معصومی مسعود (۱۳۹۱) سابقه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در ایران، چاپ دوم، اصفهان: انتشارات سمیرا.
- ۱۸) موسوی، میرنجف و سلطانی، ناصر (۱۳۹۳) تحلیلی بر نقش گردشگری مذهبی در توسعه شهری (مطالعه موردی: امامزاده جعفر یزد)، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، دوره ۵، شماره ۱۸، صص. ۹۴-۷.
- ۱۹) نوری، محبوبه و سرایی، محمدحسین (۱۳۹۵) برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی شهر شیراز، نشریه مطالعات نواحی شهری، سال ۳، شماره ۴، صص. ۱۶۸-۱۴۷.
- 20) Kreiner, N. (2010) Researching Pilgrimage Continuity and Transformations, *Annals of Tourism Research*, Vol.37, No.2, pp.440-456.
- 21) Ajit, Kiran, Shinde. (2004) Quest for Good Governance Contribution Find Potential of Religious Institutions Stakeholdersh. Organized by the Monash Governance Reserch Unit & Monash Institute for Study of Global Movement.
- 22) Bloomberg. (2012) SWOT, PESTEL, Porter's 5 Forces and Value Chain, pp.1-16.
- 23) Cooper, Chris. & Fletcher, John. & Fyall, Alan. & Gilbert, David. & Wanhill, Stephen. (2006) *Tourism: Principles and Practice*, 2nd Ed. New York: Longm,
- 24) Dann, Graham. (1996) *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*, UK: CAB International, Ebrahimzadeh, Jesus.
- 25) Gugushvili, Temur. & Salukvadze, Gvantsa. & Salukvadze, Joseph. (2017) Fragmented development: Tourism-driven economic changes in Kazbegi, Georgia, *Annals of Agrarian Science*, Vol.15, No.1, pp.49-54.
- 26) ICOMOS. (2002) *International cultural tourism charter*, Rome: ICOMOS publishing.
- 27) Irimias, A. & Michalko, G. (2013) Religious tourism in Hungary—an integrative framework. *Hungarian Geographical Bulletin*, Vol.62, No.2, pp.175-196.
- 28) Jafari, J. (2000) *Encyclopedia of tourism*, London: Routledge.
- 29) Jucan, Mihaela, Sabina. & Jucan, Cornel, Nicolae. (2013) Gender Trends in Tourism Destination, *Lumen International Conference Logos Universality Mentality Education Novelty*, (LUMEN 2013).
- 30) Maneenet, T. & Tran, T. H. (2014) SWOT Analysis of Religious Tourism in Nong Khai Province, Thailand Proposed Guidelines to Incorporate Temple Stay Program, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol.5, No.23, pp.696-713
- 31) Shinde. K. (2018) Governance and Management of Religious Tourism in India, *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, Vol.6, No.1, pp.58-71.
- 32) Syamala, G. & Kakoti, S. (2016) A Study on Religious Tourism – Potential and Possibilities with reference to Shirdi A place of Religious Tourism, *international Interdisciplinary Research Journal*, Vol.5, No.6, pp.115-123.
- 33) UNWTO. (2017) *Tourism Highlights*.
- 34) Zhang, M. & Huang, L. & Wang, JH. & Liu, J. & Jie, YG. & Lai, X. (2007) *Religious Tourism and Culture Pilgrimage, A Chinese Perspective*: CAB International.
- 35) Zamani, Farahani, H. & Henderson, J. (2010) Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: the cases of Iran and Saudi Arabia, *International Journal of Tourism Research*, Vol.12, No.1, pp.79-89.
- 36) Meyer, G. (2004) *New Research Network for Islamic Tourism*. *Islamic Tourism*, Vol.11, No.1, pp.42
- 37) Shinde, K. A. (2017) Planning for urbanization in religious tourism destinations: insights from Shirdi, India. *Planning Practice & Research*, Vol.32, No.2, pp.132-151.