

نقش عوامل مکانی - فضایی بر توسعه گردشگری مذهبی سکونتگاه‌های روستایی

مورد مطالعه: حوزه نفوذ گردشگاهی کلان شهر مشهد

حمید شایان^{۱*}، مریم قاسمی^۲، حمیده محمودی^۳

۱- استاد جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

۲- استادیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

۳- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

DOI: [10.22077/vssd.2021.4057.1020](https://doi.org/10.22077/vssd.2021.4057.1020)

چکیده

رو به مبنای اصول علم جغرافیا، بین دو عنصر مهم مکان - فضا و کارکردهای انسانی اثرات متقابل رو به تزایدی حکمفرما است. در واقع، ادراک انسان از شرایط محیطی بر تصمیمات و رفتارهای او اثرگذار است. تحقق رفتارها موجب خلق شرایط جدیدی خواهد بود که تصویری نو از محیط به نسل حاضر و آینده ارائه می‌کند. وظیفه بسیاری از علوم دخیل در برنامه ریزی توسعه، کمک به ایجاد شرایط مکانی - فضایی مطلوب برآمده از تلاشی منسجم، هم افزا و مکمل است. در این میان، علم جغرافیا توانسته است به دلیل اشراف نسبی بر شرایط و مسائل محیطی، نقش مفیدی ایفاء نماید، به ویژه در زمینه توسعه گردشگری که در جهان امروز به دلیل ابعاد و اثرات مکانی - فضایی روبه گسترش آن از اهمیت زیادی برخوردار شده است. تحقیق حاضر به بررسی نقش عوامل مکانی - فضایی بر توسعه گردشگری مذهبی در نواحی روستایی کلان شهر مشهد با هدف کاربردی و در قالب روش توصیفی - تحلیلی پرداخته است. متغیر وابسته تحقیق، «گردشگری مذهبی» متشکل از ۹ مؤلفه و متغیر مستقل، «عوامل مکانی - فضایی» شامل ۷ مؤلفه به تفکیک عوامل تغییرپذیر و تغییرناپذیر هستند. پس از کاربرد الگوی راپرت برای تعیین حوزه نفوذ گردشگری مشهد ۱۰ روستا به عنوان نمونه انتخاب گردید و حجم نمونه طبق فرمول کوکران ۱۹۶ نفر تعیین شد. واحد تحلیل پژوهش، "روستا" و اطلاعات به دست آمده از ابزار پرسشنامه با استفاده از روش‌های تحلیل آماری در نرم افزار SPSS مورد بررسی قرار گرفته اند. همچنین از نرم افزارهای GIS و Excel در بخش‌های مختلف پژوهش بهره برداری شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که با بهبود عوامل مکانی - فضایی، خصوصاً عوامل تغییرپذیر شاهد توسعه بیشتر گردشگری مذهبی به میزان ۰.۸۲ + خواهیم بود. با توجه به نتایج تحقیق توسعه عوامل تغییرپذیری مانند کیفیت راه بقاع متبرکه و دسترسی به خدمات بر توسعه گردشگری مذهبی موثرند.

تاریخ دریافت:

۲۱ دی ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش:

۴ بهمن ۱۳۹۹

صفحات: ۱۸ - ۱



کلید واژگان:

عوامل مکانی - فضایی،

گردشگری مذهبی،

نواحی روستایی، حوزه

نفوذ، کلان شهر مشهد.

۱- مقدمه

گردشگری یکی از انعطاف‌پذیرترین فعالیت‌ها در طول قرن گذشته بوده است و از زمانی که مستندات آن برای اولین بار جمع‌آوری شدند، قدرت ایستادگی گردشگری را در برابر نیروهای منفی مانند تروریسم، مخاطرات طبیعی، رکود اقتصادی و حتی جنگ نشان داد، زیرا همواره به رشد مداوم دست یافته است (Butler, 2020: 664). در سطح جهانی، صنعت گردشگری یکی از بخش‌های کلیدی اقتصاد جهانی است که سهم بسزایی در ایجاد شغل، تولید درآمد و رونق اقتصادی دارد. برای مثال، شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC) گزارش داد که در سال ۲۰۱۸، بخش گردشگری ۱۰.۴ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان و ۶.۵ درصد از کل صادرات جهانی را به خود اختصاص داد. علاوه بر این، درآمدهای گردشگری بین‌المللی از ۸۱۱ میلیارد دلار آمریکا در سال ۲۰۰۵ به ۱.۶۵ تریلیون دلار آمریکا در سال ۲۰۱۸ افزایش یافت و تعداد گردشگران خارجی از ۸۲۳ میلیارد در سال ۲۰۰۵ به ۱.۴ میلیارد در سال ۲۰۱۸ افزایش یافت. (Bazargani & Kilic, 2021: 74). با توجه به ماهیت چند بعدی، گردشگری نقش عمده‌ای در بهبود وضعیت کسب و کارهای حاصل از آن و در مجموع توانمندسازی جامعه میزبان ایفا می‌کند. (Dwyer et al, 2009:63-74; Atelievic, 2007: 309). به همین علت پژوهشگران و متخصصان، علاقمند به بررسی گردشگری در سطوح مختلف ملی، منطقه‌ای و محلی می‌باشند (Albalate et al, 2009:1). براساس مقصد، انواع مختلفی از گردشگری وجود دارد که گردشگران می‌توانند از آن‌ها لذت ببرند، از جمله می‌توان به گردشگری شهری، گردشگری ساحلی، گردشگری طبیعت و گردشگری مذهبی اشاره کرد.

گردشگری مذهبی در زمره قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گونه‌های گردشگری در گذشته و حال در سراسر جهان است و قدمت آن به قدمت فرهنگ دینی می‌رسد. در حال حاضر گردشگری مذهبی توانسته است در متن گردشگری جهانی جای گیرد (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۶-۱۱۷). به طوری که مکان‌های گردشگری مذهبی هر ساله بیش از ۳۰۰ میلیون بازدیدکننده جذب می‌کنند. ویژگی‌های خاص گردشگری مذهبی توجه محققان حوزه‌های مطالعات مذهبی، روانشناسی، اوقات فراغت، جامعه‌شناسی و گردشگری را به خود جلب کرده است.

استان خراسان رضوی به واسطه وجود مرقد امام رضا (ع) عمده‌ترین محور گردشگری مذهبی کشور محسوب می‌شود. علاوه بر این، در این استان ۴۰۳ بقعه متبرکه وجود دارد که زیر نظر سازمان اوقاف و امور خیریه خراسان رضوی اداره می‌شوند. از این تعداد ۴۷ بقعه در نقاط شهری و ۳۵۶ بقعه در سطح آبادی (اعم از روستا و مکان) واقع اند (اداره بقاع سازمان اوقاف و امور خیریه خراسان رضوی، ۱۳۹۱). شهرستان مشهد به دلیل وجود بارگاه امام رضا (ع) و ۱۹ بقعه متبرکه منسوب به امامزادگان در روستاها و مسیرهای منتهی به شهر مشهد همراه با جاذبه‌های تاریخی و طبیعی دارای قابلیت زیادی برای توسعه گردشگری مذهبی می‌باشد. با توجه به حجم بالای گردشگران و وجود بقاع متبرکه در روستاهای واقع در مسیر ورودی شهر مشهد، استفاده و بهره برداری مناسب از فرصت حضور و توقف گردشگران (هرچند کوتاه) در جهت توسعه نواحی روستایی ضروری است. در این میان، برای بررسی نقش عوامل مکانی در توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی باید چندین عامل را در نظر داشت که می‌توان این عوامل را به دو گروه تغییرپذیر و غیرقابل تغییر تقسیم نمود و با برنامه ریزی برای عوامل تغییرپذیر، اثرات نامطلوب عوامل تغییرناپذیر را کاهش داد. در پژوهش حاضر عوامل مکانی- فضایی شامل ۷ مؤلفه: وضعیت توپوگرافی، فاصله و محل قرارگیری بقعه (عوامل تغییرناپذیر) و کیفیت راه،

امکانات گردشگری و جاذبه‌های طبیعی و تاریخی (عوامل تغییرپذیر) هستند. به عنوان مثال، روستایی که به لحاظ موقعیتی فاصله زیادی با شهر دارد، می‌تواند با توسعه کیفی شبکه جاده‌ای عامل ثابت فاصله را تعدیل نمود. همچنین می‌تواند با استقرار و تقویت امکانات و زیرساخت‌های گردشگری اولویت دار، ماندگاری گردشگر و وفاداری اش به مقصد را افزود. موضوع قابل تأمل در پژوهش حاضر این است که اغلب روستاهای مورد مطالعه به دلیل موقعیت خاص مکانی - فضایی در مسیر اصلی ورودی‌های شهر مشهد می‌باشند و از آنجا که حدود ۷۰ درصد گردشگران - زائرین شهر مشهد از طریق راه‌های زمینی مسافرت می‌کنند، لذا لازم است به منظور بهره برداری از این ظرفیت عظیم در نواحی روستایی به ویژه روستاهای دارای بقاع متبرکه شرایط لازم را فراهم آورد. در این رابطه عوامل تغییرپذیر مکانی - فضایی درخور توجه بیشتری هستند زیرا قادرند موجبات جذب گردشگر را در مقیاسی قابل ملاحظه ایجاد نماید. با توجه به مباحث مطرح شده سوال اساسی تحقیق عبارت است از: عوامل مکانی - فضایی بقاع متبرکه در حوزه نفوذ گردشگری مشهد به چه میزان بر توسعه گردشگری مذهبی تأثیر دارند؟

۲- مبانی نظریه‌ای

گردشگری یک فعالیت کلیدی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی به ویژه برای اشتغال و رشد صادرات است. (Costa, 2020: 652) در دهه گذشته، صنعت گردشگری سهم عمده‌ای در اقتصاد جهانی داشته‌است. براساس گزارش سازمان توریسم جهانی (۲۰۱۹)، حجم کل صادرات گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۸ از ۱.۷ هزار میلیارد دلار فراتر رفت، پس از نه سال متوالی رشد پایدار، که ۷ درصد از صادرات جهانی و ۲۹ درصد از صادرات خدمات جهانی را شامل می‌شود. نقش مهم صنعت گردشگری در اقتصاد امروز نیاز به تحلیل جامع و دقیق تقاضای گردشگری را نشان می‌دهد. در سال‌های اخیر، پیش‌بینی گردشگری توجه بیشتری را از این صنعت به خود جلب کرده‌است. (Li & Wu, 2019).

گردشگری در سال‌های اخیر، با بهبود استانداردهای زندگی، به یکی از مهمترین فعالیت‌های تفریحی در جهان تبدیل شده‌است (Lu et al, 2016: 743) در عین حال گسترش گردشگری به‌عنوان یک راهبرد جدید در توسعه می‌تواند نقش مهمی در متنوع سازی اقتصاد کشورهای گردشگرپذیر ایفا نماید (Ramsey & Schaumleffel, 2006: 6) و یک ابزار مناسب برای دستیابی به اهداف توسعه ملی باشد (Sarhan, et al, 2016: 24).

یکی از انواع گردشگری که در سطح جهانی قدمتی دیرینه دارد گردشگری مذهبی است که یکی از قدیمی‌ترین اشکال گردشگری است و نشان‌دهنده بخش قابل توجهی، در حال تحول، در حال رشد و به طور فزاینده‌ای متنوع از بازار گردشگری جهانی (Ilieve, 2020: 132) است. مطالعه گردشگری مذهبی در حدود سال ۱۹۵۰ آغاز شد (Alvarado- Sizzo et al, 2017: 14) گردشگری مذهبی یکی از اشکال عمده‌ی گردشگری است که شامل دیدار از اماکن مذهبی و انجام فرایض دینی و مذهبی است (حیدری چپانه، ۱۳۸۷: ۸۵). بازدید گردشگران مذهبی از اماکن مقدس در یک کشور، بازار بزرگی است که سهم قابل توجهی در درآمد بسیاری از کشورها دارد. کلیساها، مساجد، معابد، مقبره‌ها، کنیسه‌ها، گردونه‌ها و دیگر مکان‌های مذهبی صدها و هزاران گردشگر را در سراسر جهان به خود جلب می‌کنند. گردشگری مذهبی در ماه‌های خاص به طور کامل در حال نوسان است و منجر به گردهمایی‌های مذهبی گسترده می‌شود (Mubarak & zin, 2020: 101786) نکته قابل توجه در این زمینه، این است که گردشگری مذهبی تنها گونه گردشگری می‌باشد که

بر موانع آب و هوایی غلبه می‌نماید به طوری که با تغییرات فصل و تحولات آب و هوایی تعداد گردشگران مراکز مذهبی دچار تغییر نمی‌شود (منشی زاده، ۱۳۸۴: ۱۳۴). تخمین زده می‌شود که جهان بیش از ۲۵ درصد از فعالیت‌های سفر، از نوع گردشگری مذهبی است. براساس گزارش سازمان گردشگری جهانی (WTO, 2017) حدود ۲۷ درصد از گردشگران بین‌المللی به دلایلی مانند دلایل مذهبی و مقاصد زیارتی سفر می‌کنند. تخمین زده شده است که سالانه بین ۳۰۰ تا ۳۳۰ میلیون بازدید کننده به برجسته‌ترین مقاصد مذهبی سفر می‌کنند که مجموعاً ۶۰۰ میلیون سفر بین‌المللی و ملی مذهبی به مکان‌های زیارتی مسیحیان، مسلمانان، هندوها، بودایی‌ها و یهودیان در جهان است. (Heidari, et al. 2020: 2) گردشگری مذهبی در کشور عمدتاً با واژه بقعه به کار می‌رود. در فرهنگ معین «بقعه» پاره‌ای زمین ممتاز از زمین حوالی مزار ائمه و بزرگان دین، مدفن متبرک، قطعه زمینی که زیارتگاهی در آن قرار گرفته باشد، است. همچنین، جای مقام، صومعه، خانقاه و همچنین بنا، عمارت خانه و سرای یاد شده و جمع آن بقاع است. بنابر فرموده پیامبر (ص) زمین‌هایی که قبور سادات و امام زادگان در آن قرار دارد، از زمین‌های حوالی آن ممتاز و متبرک است و بر همین اساس، به این اماکن مقدسه، بقاع متبرک گفته می‌شود (نادعلی پور: ۱۳۹۱: ۱۴-۱۵).

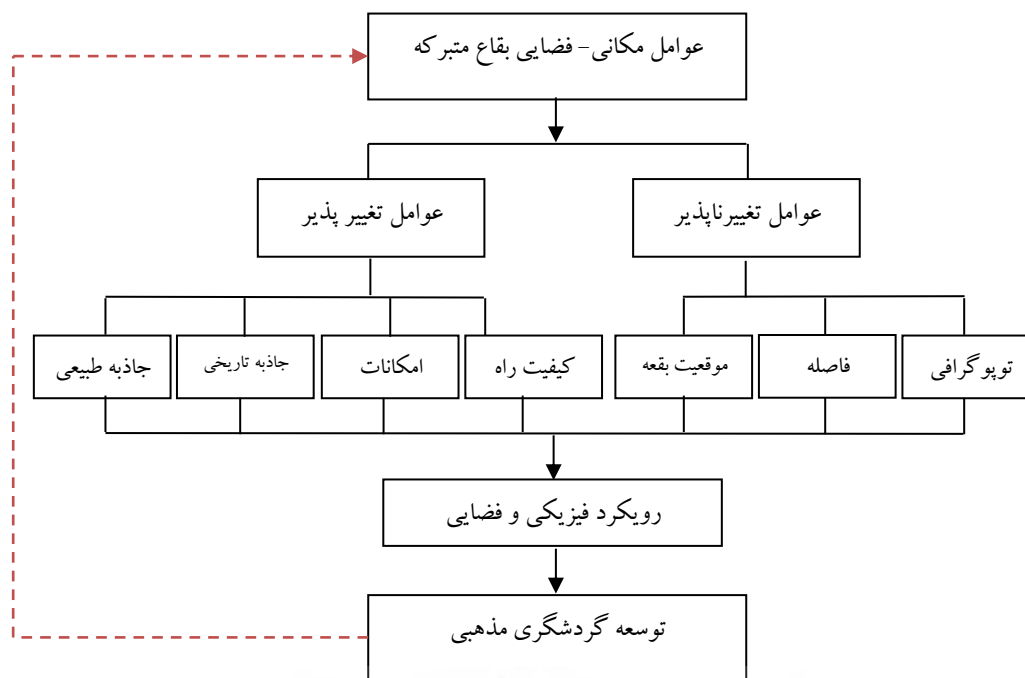
همچنین جغرافیای مذهب را مطالعه‌ی تأثیرات مذهب در سازمان فضایی جامعه‌ها تعریف کرده‌اند (سفیدی و سفیدی، ۱۳۹۱؛ ۶۲۷). مطالعات نشان می‌دهد که ارتباط پیچیده‌ای بین مذهب، مکان، هویت و تعلق وجود دارد (حاصل طلب، ۱۳۹۰؛ ۲۶). در این ارتباط مکان بخش مهمی است که می‌تواند فضاهای کوچک و بزرگ مانند زیارتگاه‌ها، محراب خانه‌ها و قبرستان‌ها باشد که بنای آن‌ها توسط انسان مانند پرستشگاه‌ها، مساجد و اماکن بزرگ و تاریخی ساخته شوند (رحمانی، ۸۲). گردشگری رفتار گروه‌های انسانی است که از ابعاد جغرافیایی و فضایی برخوردار است و بازتاب‌های این رفتار نیز فضای جغرافیایی را متأثر می‌سازد. این رفتار جمعی و مشترک انسان‌ها امروز در قالب‌ها و ساختارهای سیاسی و اداری شکل می‌گیرد و هدایت و کنترل می‌شود و حکومت‌ها در این زمینه نقش اصلی را بر عهده دارند به عبارتی دیگر نوع نگرش سیاست‌گذاری دولت‌ها و نیز تصمیم و اقدام آن‌ها می‌تواند تأثیرهای متفاوتی بر فضای جغرافیایی بگذارد (خسروی، ۱۳۸۶: ۴۸). گردشگری هم‌زمان با پیمودن مسیر توسعه خود به طور اجتناب‌ناپذیری به کانون برنامه‌ریزی فضایی و اقتصادی تبدیل شده است. توسعه‌ی کالبدی زیرساخت‌های گردشگری قابلیت ایجاد تغییرات شدیدی در مقصد و منطقه‌ی میزبان را داراست (ضیایی، ۱۳۸۸: ۱۲۹). لذا مذهب انگیزه مهمی برای سفر و مکان‌های مذهبی است که زائران و گردشگران زیادی را جذب می‌کند. همانطور که قبلاً عنوان شد گردشگری مذهبی بخش قابل توجهی از گردشگری داخلی و بین‌المللی را تشکیل می‌دهد. گردشگری مذهبی علاوه بر کمک به توسعه گردشگری و رشد اقتصادی، ارتباطات فرهنگی، سیاسی، مذهبی و اجتماعی بین گردشگران و جوامع میزبان را ایجاد می‌کند. بنابراین گردشگری مذهبی یک پدیده چند بعدی است. (lin, 2021: 1).

در توسعه گردشگری مذهبی، مولفه‌های محسوس و نامحسوس تجربه مقصد، موثر می‌باشند که می‌توان به عوامل تعیین‌کننده چون رضایت، دلبستگی به مکان، انتخاب مقصد، و قصد / وفاداری بازدید مجدد اشاره نمود (Patwardhan et al. 2020: 2). با این حال، در پرداختن به پیچیدگی‌های انگیزه‌های گردشگری مذهبی ثابت شده است افرادی که از مکان‌های مذهبی بازدید می‌کنند منحصرًا توسط عوامل خارجی مانند موسسات مذهبی و اسناد آن‌ها هدایت نمی‌شوند، بلکه عوامل دیگری نیز در توسعه گردشگری موثر می‌باشند که در قالب عوامل مکانی-فضایی می‌توان از آنها نام برد.

55: Terzidou, et al. 2018). در عین حال ساختار گردشگری مجموعه‌ای از امکانات، تسهیلات و قوانین، عناصر خدماتی (نظیر اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی و فروش). حمل و نقل، شرکت‌ها و سازمان‌های گردشگری می‌باشند که به همراه جاذبه‌ها به عنوان عرضه، سیستم گردشگری یک مکان را تشکیل و نیازهای گردشگری را در مقصد برآورده می‌سازند. البته ویژگی‌های ساختار گردشگری هر مکان به نوبه خود از یک طرف متأثر از اهمیت، اعتبار، ماهیت، تنوع، نقش و کارکرد (مذهبی، فرهنگی، تجاری و...) جاذبه‌های مکانی خود و از طرف دیگر متأثر از ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی (باورهای اعتقادی) و اقتصادی ساکنان محلی و گردشگران است. همچنین کارکرد گردشگری یک منطقه گردشگری، نسبت و سهمی است که در بخش عرضه (مقصد) در سیستم گردشگری در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی دریافت می‌کند که باید هزینه- فایده آن برای دستیابی به توسعه پایدار مورد ارزیابی قرار گیرد.

به عبارت دیگر کارکرد گردشگری یک منطقه نسبت و سهمی است که در بخش عرضه (مقصد) در راستای پویایی سیستم گردشگری آن مکان ایفای نقش می‌نماید. مناطق گردشگری بر اساس نقش، اهمیت و تنوع جاذبه‌های گردشگری خود، کارکردهای متنوع و مختلفی از خود نشان می‌دهند. جاذبه‌های منحصر به فرد و پراهمیت، سمت و سوی برنامه ریزی گردشگری این مکان‌ها را (اعم از شهرها و مناطق روستایی) مشخص می‌کند. جاذبه‌های گردشگری بعضی از روستاها فراتر از جاذبه‌های گردشگری صرف و ساده است. این جاذبه‌ها کارکرد اصلی روستا را به طور چشمگیر تحت تأثیر خود قرار می‌دهند (قاسمی خوزانی، ۱۳۸۶: ۴۱).

در رویکرد فیزیکی و فضایی گردشگری، خدمات مرتبط در مورد ظرفیت تحمل اجتماعی و فیزیکی و آستانه‌های زیست محیطی و محدودیت‌های فراروی تغییرات مورد تأکید می‌باشد. در این رویکرد جغرافی دانان بر تأمل نسبت به تکامل و افول مقاصد گردشگری در رابطه با بازار (رویکرد اقتصادی) و منابع یک ناحیه (رویکرد فضایی) تأکید کرده‌اند (فیروزجایی، ۱۳۸۶: ۷۸-۷۹). یکی از تأکیدات جغرافیا در توجیه نظرات خود، مکان‌ها و محیط گردشگری است. حرکت مردم به وسیله گردشگری محلی شروع می‌شود و در مقصد خدمات رفاهی و تسهیلات مکان‌ها با توزیع فضایی و فیزیکی برنامه‌ها در اقتصاد و فرهنگ جامعه تغییراتی پدید می‌آورد (قره نژاد، ۱۳۸۶: ۴۶-۴۸). شکل (۲) مدل مفهومی تحقیق را نشان می‌دهد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

در زمینه گردشگری در نواحی روستایی کشور تحقیقات زیادی انجام شده است که بیشتر در ارتباط با «توسعه‌ی روستایی» و تأثیر آن بر ابعاد اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است. اما مطالعات محدودی به بررسی «گردشگری مذهبی» پرداخته‌اند که البته این تعداد محدود بیشتر در ارتباط با شهر و تأثیر گردشگری مذهبی بر شهر بوده است و تعداد کمی به بررسی گردشگری مذهبی در نواحی روستایی پرداخته‌اند. با موضوع «عوامل مکانی- فضایی و نقش آن بر گردشگری مذهبی» مطالعه‌ای مشاهده نگردید. تحقیقات انجام شده پیرامون گردشگری مذهبی به سه دسته عمده قابل تقسیم هستند که به طور خلاصه عبارتند از:

دسته اول تحقیقات پیرامون «مفهوم گردشگری مذهبی، ابعاد و ...» است که در چشم‌انداز بین‌المللی، دانشمندان زیادی از حوزه‌های مختلف - انسان شناسان، جامعه شناسان، اقتصاددانان، جغرافیدانان، اکولوژیست ها و پزشکان - درباره زیارت و گردشگری مذهبی در سراسر جهان و در رابطه با فرقه‌های مختلف تحقیق کرده‌اند (Alvarado-Sizzo et al, 2017: 14) که می‌توان به مطالعه «تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی شهرستان نورآباد ممسنی» تقوایی و همکاران (۱۳۸۸)، «تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران (فراتحلیلی از تحقیقات موجود)» فیروزجائیان و همکاران (۱۳۹۳)، «تهدیدها و فرصت‌های گردشگری زیارت در ایران» نهاوندی و نعمتی (۱۳۸۹)، «Religious site as tourism attraction in Europe» ماری لی نولان و سیدنی نولان (۱۹۹۲)، «Forms of religious tourism» راینز چد^۲ (۱۹۹۹)، «Tourism, Religion and Religiosity: A Holy Mess» بوتر و آیری^۳ (۲۰۰۳) & «Challenges of religious tourism in Palestine» بدریانی و سلیمانی^۴ (۲۰۱۱) اشاره نمود. در این مطالعات به

¹ Mary Lee Nolan & Sidney Nolan

² Gisbert Rinschede

³ Ben-Gurion Richard Butler and David Airey

⁴ Badaruddin Mohamed and Jafar Suleiman

مباحثی همچون تحلیل ارتباط بین دین، دینداری و گردشگری مذهبی و بیان اشکال مختلف گردشگری مذهبی، ارائه راهکارهای جدید برای محافظت از اماکن مذهبی، بیان استراتژی‌های مدیریت، گسترش فضا در اماکن مقدس، امکانات و زیرساخت‌ها پرداخته‌اند. نتایج مطالعات مذکور نشان می‌دهد که با برنامه ریزی صحیح می‌توانیم شاهد احیای فضاهای مذهبی و پیرامون و محیطی مناسب جهت جذب گردشگران مذهبی باشیم.

دسته دوم تحقیقات پیرامون «گردشگری مذهبی در نواحی شهری» است که در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: «تحلیلی بر ظرفیت‌های توسعه گردشگری مذهبی فرهنگی کلان شهر قم» احمدی شاپور آبادی و سبزابادی (۱۳۹۰)، «برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی مطالعه‌ی موردی: شهر قم» ابراهیم زاده و همکاران (۱۳۹۰)، «گردشگری به ویژه گردشگری دینی و زیارتی مهم‌ترین قطب توسعه‌ی پایدار مطالعه‌ی موردی شهر کاشان» فلاح تبار و مدیری (۱۳۹۰) و «ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلانشهر مشهد» مومنی و همکاران (۱۳۸۶) که به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگری مذهبی قادر است گردشگران زیادی را از ایران و سراسر جهان به خود جذب کند و می‌توان با تقویت جاذبه‌های طبیعی و تاریخی در کنار جاذبه‌های مذهبی ماندگاری گردشگران را افزایش داد. همچنین گردشگری مذهبی علاوه بر اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با ناپایداری‌های مختلف زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی مواجه است که بهبود زیرساخت‌های اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و فرهنگی ضروری به نظر می‌رسد.

دسته سوم تحقیقات پیرامون «گردشگری مذهبی در نواحی روستایی» است که در این زمینه می‌توان به مطالعه «ارزیابی عملکرد اماکن مذهبی در توسعه روستایی مطالعه موردی: روستاهای اورامان تخت، هجیج، نجار» خلیل رحمانی (۱۳۸۹)، «برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج» رحمانی و همکاران (۱۳۹۰) اشاره نمود که به ارزیابی عملکرد اماکن مذهبی در توسعه روستایی پرداخته و نتیجه گرفته‌اند که اماکن مذهبی و زیارتی موجب ارتقای ظرفیت‌های توسعه اجتماعی، کالبدی و اقتصادی شده و در این راستا به نظر می‌رسد تأثیر شان بر بعد اجتماعی توسعه بیشتر بوده است. همچنین «نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی، با تأکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی مطالعه موردی: روستای قپچاق شهرستان میاندوآب» محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۲) و «تحلیل تطبیقی نقش گردشگری مذهبی و طبیعت گردی در بهبود کیفیت زندگی ساکنان روستایی مورد: روستاهای امامزاده داوود و رندان شهرستان تهران» اکبریان رونیزی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی نقش گردشگری مذهبی بر کیفیت زندگی پرداخته‌اند و هر دو به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگری مذهبی نقش موثری در بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی داشته است. مطالعه «Epistemological aspects of religious tourism in rural areas» I. C. Alecu¹ (۲۰۱۰) به بررسی جنبه‌های معرفت‌شناختی گردشگری مذهبی در مناطق روستایی پرداخته و در تحقیق خود پیشنهادهایی برای توسعه گردشگری مذهبی ارائه داده و بیان می‌دارد که مشخص نمودن مفاهیم اساسی گردشگری مذهبی مورد نیاز است. بنابراین، تحقیقات عمدتاً در ارتباط

¹ ICES „Gh. Zane” Iasi- Branch of Romanian Academy, Romania, Scholar within The Knowledge Based Society Project, POSDRU ID 56815, ROMANIA

با مفاهیمی همچون توانمندسازی و مشارکت بوده و مطالعه‌ای در ارتباط با عوامل مکانی فضایی و مقوله گردشگری مشاهده نمی‌شود.

۳- روش، تکنیک‌ها و قلمرو

پژوهش حاضر بر مبنای هدف کاربردی و بر اساس ماهیت و روش از نوع تحقیقات توصیفی تحلیلی است. به منظور تدوین چارچوب نظری موضوع، پیشینه تحقیق و تهیه متغیرهای تحقیق از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شد. در این تحقیق عوامل مکانی-فضایی (متغیر مستقل) با استفاده از ۷ مؤلفه و گردشگری مذهبی (متغیر وابسته) با استفاده از ۱۱ مؤلفه مورد سنجش قرار گرفته است (جدول ۱).

جدول ۱- متغیرهای تحقیق و وزن و مقیاس هر یک

متغیر	مؤلفه	تعداد گویه	مقیاس
عوامل مکانی-فضایی (مستقل)	وضعیت توپوگرافی (ارتفاع و شیب)	۲	نسبی
	فاصله (شهر مشهد و مسیر اصلی)	۱	نسبی
	محل قرارگیری بقعه در روستا (داخل یافت ۳، انتهای روستا ۲ و خارج یافت روستا ۱)	۱	اسمی
	امکانات گردشگری در روستا (حمام عمومی، خانه بهداشت و کادر درمانی، مکان ورزشی، زیرساخت‌ها، مراکز تجاری و...)	۱۴	فاصله‌ای
	نوع و کیفیت راه روستا (آسفالت ۳، شوسه ۲ و خاکی ۱)	۱	اسمی
	جاذبه‌های طبیعی روستا ^[۱]	۱	فاصله‌ای
	جاذبه‌های تاریخی روستا ^[۲]	۱	فاصله‌ای
	کمیت و کیفیت امکانات بقعه (امکانات تجاری ۰/۳۱، رفاهی ۰/۴۱، حمل و نقل ۰/۱۸ و فرهنگی و هنری بقعه ۰/۰۸)	۸	نسبی
	میزان ماندگاری گردشگران (ساعت)	۱	نسبی
	تعداد گردشگر	۱	فاصله‌ای
گردشگری مذهبی (وابسته)	کمیت و کیفیت واحدهای تجاری روستا، دخیل در گردشگری	۲	فاصله‌ای
	کمیت و کیفیت واحدهای اقامتی گردشگری	۶	فاصله‌ای
	زیباسازی بقعه (برخورداری از ضریح طلائی، گنبد، مناره و تزیینات داخلی و خارجی)	۵	اسمی
	سرانه زائر سرا (متر مربع)	۱	نسبی
	فعالیت‌های فرهنگی (تعداد قرآن و نوحه خوان بقعه)	۱	فاصله‌ای
	تعداد خادمان بقعه	۱	فاصله‌ای
	نوع گردشگران (محلی ۱، شهرستانی ۲، استانی ۳ و بین‌المللی ۴)	۱	اسمی
	مساحت بقعه (متر مربع)	۱	نسبی
	جمع	۴۹	-

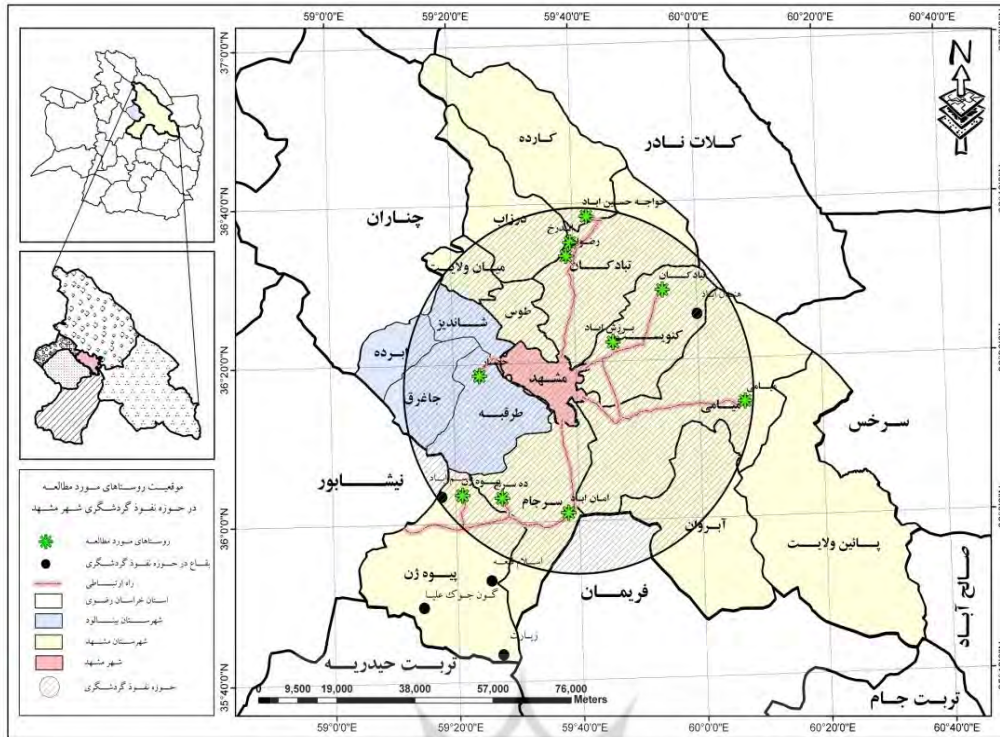
مأخذ: یافته‌های پژوهش، سال ۱۳۹۸ (قبل از کرونا)

واحد تحلیل در این پژوهش روستا می‌باشد. اطلاعات استخراج شده از پرسشنامه با استفاده از روش‌های تجزیه و تحلیل آماری در محیط نرم افزار SPSS مورد بررسی قرار گرفت. همچنین از دو نرم افزار Excel و GIS در بخش‌های مختلف پژوهش استفاده شده است. جهت تعیین حوزه نفوذ گردشگاهی کلانشهرها از دو الگو می‌توان استفاده نمود: الف- «الگوی تعیین حد نهایی حوزه‌ی گردشگاهی کلان شهرها» که بر اساس فرمول $R = \frac{1}{2}\sqrt{P}$ محاسبه می‌شود در این فرمول $R =$ حد نهایی حوزه گردشگاهی $P =$ جمعیت کلانشهر تقسیم بر هزار است. این الگو برای مشهد جمعیت ۲.۷۶۶ میلیون نفری (در سال ۱۳۹۰) حدود ۵۹ کیلومتر (شعاع حوزه نفوذ گردشگری) به دست آمد. ب- «الگوی راپرت»، مربوط به حوزه نفوذ گردشگری است که از طریق فرمول $A = \sqrt[4]{E}$ محاسبه می‌شود در این فرمول $A =$ فاصله مناسب $E =$ جمعیت شهر یا منطقه به ۱۰۰۰ نفر (سقای، ۱۳۸۸: ۱۷۴) است. این الگو برای شهر مشهد با توجه به جمعیت شهر مشهد حوزه نفوذ برابر ۵۹ کیلومتر (شعاع حوزه نفوذ گردشگری) به دست آمده است. با توجه به مطالعات میدانی صورت گرفته از ۱۲ روستای دارای امامزاده در دو شهرستان مشهد و بینالود که در حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد می‌باشند و با توجه به لحاظ نمودن پراکنش فضایی روستاها در تمام دهستان‌ها از هر دهستان حداکثر ۲ روستا به طور تصادفی انتخاب شد که در نهایت مجموع تعداد نمونه‌ها ۱۰ روستا شد (شکل ۱). برای آگاهی از تعداد گردشگران مذهبی در منطقه مورد مطالعه از آمار سازمان اوقاف و امور خیریه استفاده شده است. بر اساس اعلام سازمان اوقاف حجم گردشگر در بقاع متبرکه روستاهای نمونه ۶۲۱۵۰۰۰ نفر می‌باشد که به علت نداشتن زائرشمار به صورت تقریبی می‌باشد. به منظور تعیین حجم گردشگران مورد بررسی با استفاده از فرمول کوکران با خطای ۰.۰۷ درصد حجم نمونه گردشگران ۱۹۶ نفر تعیین گردید. لازم به ذکر است پرسشنامه گردشگر حاوی سؤالاتی مربوط کیفیت انواع امکانات بقیه، واحدهای تجاری و واحدهای اقامتی و میزان ماندگاری و مانند این‌ها بوده است که هم از گردشگران ایرانی و هم از گردشگران خارجی در این زمینه سوال شده است. بررسی پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ انجام گرفت که مقدار آن ۰/۸۵ بیانگر پایایی مطلوب پرسشنامه است.

جدول ۲- بقاع نمونه، تعداد گردشگر و تعداد نمونه در هر روستا (قبل از کرونا)

دهستان	آبادی	نام بقیه	تعداد گردشگر نفر	تعداد نمونه
طرقبه	حصار	امام زادگان سید یاسر و ناصر	۲۵۰۰۰۰۰	۴۸
تبادکان	رضوان	امامزاده سید محمد حاتم	۵۰۰۰	۱۰
	اندرخ	سید عمادالدین، سید فتح الله	۱۰۰۰۰	۱۰
کنویست	به رزش آباد	سید عبدالله... اسحاق	۱۰۰۰۰	۱۰
	تبادکان	امامزادگان تبادکان	۸۰۰۰۰	۱۲
کارده	خواجه حسین آباد	میر سبحان و بی بی صنوبر	۱۰۰۰۰	۱۰
سرجام	ده سرخ	سید عبد العزیز	۸۰۰۰۰	۱۲
	امان آباد	شاهزاده اسماعیل	۱۰۰۰۰	۱۰
احمد آباد	پیوه ژن	امامزادگان هاشم و محتشم	۱۰۰۰۰	۱۰
میامی	میامی	امامزاده یحیی	۳۵۰۰۰۰۰	۶۴
	مجموع		۶۲۱۵۰۰۰	۱۹۶

مأخذ: سازمان اوقاف و امور خیریه استان خراسان رضوی



شکل ۲- موقعیت روستاهای مورد مطالعه و شهرستان‌های مشهد و بینالود در استان خراسان رضوی

ترسیم: نگارنده بر اساس نقشه پایه استانداری خراسان رضوی، ۱۳۹۸

۴- یافته‌ها و تحلیل داده

در جدول زیر متغیر وابسته «گردشگری مذهبی» با ۱۱ مولفه و متغیر مستقل «عوامل مکانی-فضایی» با ۷ مولفه به تفکیک عوامل تغییرپذیر و تغییرناپذیر به صورت کمی ارائه شده‌اند.

جدول ۳- متغیر مستقل و وابسته تحقیق بر اساس مولفه به تفکیک روستا

روستا	تبادکان	حسین آباد	خون به	دهسرخ	پامی	حصار	به رزش آباد	پیوه زن	امان آباد	رضوان	اندرخ
فاصله (کیلومتر)	۳۵	۴۳	۵۰	۵۵	۵	۹	۷۴	۳۰	۲۸	۳۳	
اصلی	۰	۲	۱۳	۰	۱	۰	۹	۰	۴	۶	
توپوگرافی	۱۱۹۰	۱۳۰۰	۱۶۰۰	۱۰۳۰	۱۲۶۰	۹۱۸	۱۸۵۰	۱۱۹۰	۱۱۰۰	۱۱۵۰	
شیب (درصد)	۱.۰	۱.۰	≤۱.۰	۳.۳۱	≤۱.۰	≤۱.۰	۶۶۲	۶۶۲	≤۱.۰	۳.۳۱	
()	۳.۳۱	۳.۳۱	۰	۶۶۲	۰	۰	۱.۰۳	۱.۰۴	۰	۶۶۲	
محل قرارگیری بقعه	۳	۳	۳	۱	۱	۳	۳	۳	۲	۳	
کیفیت راه	۳	۲	۳	۲	۴	۳	۳	۳	۲	۲	
امکانات گردشگری روستا	۰.۴۸۶	۰.۲۳۳	۰.۴۴	۰.۷۲۲	۰.۵۱۱	۰.۳۲۲	۰.۵۵۸	۰.۴۲۵	۰.۳۹۸	۰.۳۹	

عوامل تغییرناپذیر

متغیر مستقل

عوامل تغییرپذیر

روستا	تعداد مکان	مساحت آباد	جمعیت	دانش	مجموعه	حصار	به رزش آباد	پیوه زن	امان آباد	رضوان	اندخ
تعداد جاذبه‌های طبیعی	۵	۳	۴	۲	۲	۲	۲	۳	۴	۲	۴
تعداد جاذبه‌های تاریخی	۵	۳	۵	۳	۳	۳	۳	۱	۴	۲	۳
متغیر عوامل مکانی - فضایی	۳.۱۹	۲.۴	۳.۸۶	۳.۹۳	۴.۸۵	۲.۲۷	۲.۸	۲.۸۲	۲.۵۵	۲.۴	۲.۴
سرانه زائر سرا (مترمربع)	۰.۸۳	۰.۱۶	۳.۰۴	۳.۶۹	۰	۰	۰.۱۹	۰	۰	۰	۰
تعداد گردشگر (۱۰۰۰ نفر)	۸۰	۱۰	۸۰	۳۵۰۰	۲۵۰۰	۱۰	۱۰	۱۰	۵	۱۰	۱۰
واحد تجاری	۲۶	۲	۱۸	۸۲	۷۱	۲	۱۵	۴	۶	۵	۵
کیفیت	۴.۲۵	۴.۳۸	۵	۳.۹۹	۲.۹۱	۴	۴	۳.۶۷	۳.۲۵	۳	۳
واحد اقامتی	۲	۲۰	۲۶	۲۴	۱۵۲	۰	۳۰۰	۱۵	۴	۳۰	۳۰
کیفیت	۴.۵	۴.۷۵	۳.۸۳	۳.۱۴	۰	۰	۳	۰	۰	۰	۰
قرآن و نوحه خوان	۴	۰	۳	۱۵	۱۰	۰	۴	۳	۲	۱	۱
خدامان بقعه	۳۰۰	۲	۱۶۰	۵۰۰	۳۴۰	۲	۳۰	۱	۴۵	۱	۱
نوع گردشگران	۲	۲	۳	۳	۳	۱	۳	۲	۲	۲	۲
مساحت بقعه (مترمربع)	۱۲۰	۸۰	۶۰۰	۲۲۸۰	۸۰۰	۵۰	۴۰۰	۱۲۰	۴۵۰	۳۰۰	۳۰۰
ماندگاری گردشگر (ساعت)	۹	۳	۶	۴	۲	۴.۴	۶	۴	۵	۵	۵
زیباسازی بقعه	۱.۸۶	۱.۵۶	۲.۰۱	۲.۸۱	۲.۱۳	۱.۳۴	۱.۷۹	۱.۳۴	۱.۵۶	۱.۳۴	۱.۳۴
کیفیت	۰.۲۷	۰.۰۶	۰.۳۲	۰.۶۹	۰.۴۳	۰.۰۷	۰.۲۲	۰.۰۵	۰.۱۷	۰.۰۷	۰.۰۷
امکانات بقعه	۳.۷۵	۱	۲.۹۴	۳.۵	۳.۸۴	۲.۵	۳	۴	۳.۳۳	۴.۱۷	۴.۱۷

متغیر وابسته

مأخذ: یافته‌های پژوهش، سال ۱۳۹۸ (قبل از کرونا)

ابتدا به بررسی رابطه بین توسعه گردشگری مذهبی و عوامل مکانی - فضایی بقاع متبرکه می‌پردازیم. با توجه به مقیاس داده‌ها که فاصله‌ای است از همبستگی پیرسون استفاده شد. جدول ۵ نشان می‌دهد که بین توسعه گردشگری مذهبی و عوامل تغییرپذیر با توجه به مقدار آماره پیرسون $0/767$ ، همبستگی معنی دار از نوع مستقیم و با شدت قوی وجود دارد. یعنی با بهبود شرایط عوامل تغییرپذیر شاهد بهبود گردشگری مذهبی خواهیم بود. اما رابطه بین گردشگری مذهبی و عوامل تغییرناپذیر معنی دار نیست. بدین معنی که بین «شرایط توپوگرافی، فاصله و محل قرار گیری بقعه» با توسعه گردشگری مذهبی رابطه‌ای وجود ندارد. همچنین بین توسعه گردشگری مذهبی و عوامل مکانی - فضایی با توجه به مقدار آماره پیرسون $0/822$ همبستگی معنی دار از نوع مستقیم و با شدت بسیار قوی وجود دارد، یعنی با بهبود عوامل مکانی فضایی شاهد توسعه گردشگری مذهبی خواهیم بود.

جدول ۴ - بررسی رابطه گردشگری مذهبی با عوامل مکانی - فضایی

عوامل مکانی - فضایی	مستقل		گردشگری مذهبی
	وابسته	مقدار آماره پیرسون	سطح معنی داری
عوامل تغییرپذیر	۰.۷۶۷	۰.۰۱۰	تأیید معناداری
عوامل تغییرناپذیر	-۰.۳۹۲	۰.۲۶۳	عدم تأیید معناداری
مجموع عوامل مکانی - فضایی	۰.۸۲۲	۰.۰۰۴	تأیید معناداری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، سال ۱۳۹۸ (قبل از کرونا)

جهت بررسی دقیق تر اثرگذاری عوامل مکانی فضایی تغییرپذیر و تغییرناپذیر بر توسعه گردشگری مذهبی به دلیل نرمال بودن متغیر گردشگری مذهبی $|sk|=0.061$ ، از آزمون تی - دو گروه مستقل استفاده گردید (جدول ۵). بدین منظور، میانگین عوامل مکانی- فضایی، محاسبه و اقدام به گروه بندی روستاها در دو گروه بالاتر و پایین تر از میانگین گردید. براین اساس، روستاها به دو گروه پایین تر از میانگین که شامل رضوان، اندرخ، پیوه ژن، خواجه حسین آباد، امان آباد، و برزش آباد است و گروه بالاتر از میانگین که شامل تبادکان، ده سرخ، میامی و حصار است، تقسیم شدند. جدول (۶) نتایج آزمون تی با دو گروه مستقل در ارتباط با تفاوت میانگین گردشگری مذهبی را نشان می دهد. با توجه به سطح معنی داری آزمون لون، فرض عدم برابری واریانس ها مورد پذیرش قرار می گیرد.

جدول ۵- نتایج مقایسه میانگین گردشگری مذهبی در دو گروه روستا با استفاده از آزمون T

گردشگری مذهبی	عوامل مکانی- فضایی		آزمون لون		آزمون تی برای برابری میانگین ها	
	میانگین	انحراف معیار	آماره	سطح معنی دار	آماره t	درجه آزادی
پایین تر از میانگین	۱.۱۷	۰.۱۴	۹.۹۱	۰.۰۱۴	-۳.۴۲	۴.۱۲
بالاتر تر از میانگین	۳.۹۸	۰.۱۷				۰.۰۲۵

مطابق جدول با توجه به سطح معناداری آزمون تی، وجود تفاوت بین دو گروه روستا از نظر میانگین گردشگری مذهبی تأیید می شود. به طوری که روستاهایی که از نظر عوامل مکانی فضایی وضع مناسبی نداشته اند، توان گردشگری مذهبی بسیار پایینی داشته اند.

به منظور بررسی اثر «عوامل مکانی- فضایی بقاع متبرکه بر توسعه گردشگری مذهبی» با توجه به مقیاس فاصله ای دو متغیر از رگرسیون خطی ساده استفاده شده است. در آزمون رگرسیون متغیر مستقل، عوامل مکانی- فضایی و متغیر وابسته، گردشگری مذهبی می باشد. مقدار همبستگی بین عوامل مکانی- فضایی و گردشگری مذهبی برابر با ۰.۷۶۷ است که بیانگر وجود همبستگی مستقیم با شدت قوی می باشد. ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰.۵۳۶ است که حاکی از نقش زیاد متغیر مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته دارد. به این معنا که متغیر مستقل ۵۳.۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می کند و حدود ۴۳.۴ درصد تحت تأثیر متغیرهای خارج از مدل می باشند.

جدول ۶- مقدار همبستگی، ضریب تعیین تعدیل شده و خطای استاندارد برآورد

مقدار همبستگی	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
۰.۷۶۷	۰.۵۳۶	۰.۵۳۶

همان گونه که در جدول (۸) مشخص است مقدار رگرسیون ۰.۲۳ و مقدار باقی مانده ۳.۱۶ نشان دهنده ی قدرت تبیین بالای مدل در توضیح تغییرات متغیر وابسته است. مقدار F برابر با ۸.۱۲ و میزان معناداری آن ۰.۰۱ است و لذا متغیر مستقل قادر است تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد؛ بنابراین فرضیه صفر آزمون مبنی بر عدم اثرگذاری عوامل مکانی فضایی بر گردشگری مذهبی رد می گردد و فرضیه آماری مبنی بر اثرگذاری عوامل مکانی فضایی بر گردشگری مذهبی مورد پذیرش قرار می گیرد.

جدول ۷- مجموع مربعات، درجه آزادی، میانگین مربعات و سطح معناداری رگرسیون

سطح معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	
۰.۰۱	۱۱.۴۱	۸.۱۲	۱	۸.۱۲	رگرسیون
		۰.۷۱۱	۸	۵۶۹	باقی مانده
			۹	۱۳۸۱	مجموع

مقدار بتا در مدل ۰.۷۶۷ نشان دهنده اهمیت نسبی و نقش آن در پیشگویی متغیر وابسته می باشد. معادله رگرسیون با ضریب بتای استاندارد به شکل زیر می باشد:

$$y = (0.018) + (0.767)(\text{فضایی بقاع}) \quad (\text{عوامل مکانی - فضایی بقاع})$$

(گردشگری مذهبی)

جدول ۸- ضریب رگرسیون، آماره تی و سطح معناداری رگرسیون

میزان معناداری	آماره تی	ضریب رگرسیون استاندارد شده (بتا)	ضریب رگرسیون استاندارد نشده	(ضریب ثابت)
۰.۰۲۷	۱.۸۶	۰.۷۶۷	۰.۰۱۸	
۰.۰۱۰	۳.۳۷		۰.۳۱۹	گردشگری مذهبی

در ادامه مطالعه برای تحلیل تفاوت در اولویت بندی دو متغیر گردشگری مذهبی و موقعیت مکانی - فضایی در بین روستاهای مورد مطالعه از تکنیک WASPAS استفاده شده است. یکی از پارامترهایی که می تواند در انتخاب روش تصمیم گیری چند متغیره مورد توجه قرار گیرد میزان دقت این مدلهاست. این محققان پیشنهاد می کنند که ترکیب دو مدل می تواند میزان دقت آن را بالا ببرد، میزان دقت نتایج مدل های تصمیم گیری چند شاخصه WSM (مدل جمع وزنی) و مدل WPS (مدل تولید وزنی) به خوبی شناخته شده است. میزان دقت مدل های ترکیبی توسط محققان مورد تحلیل قرار گرفته که نتایج بررسی های آنان را تایید کرده است. میزان دقت مدل های ترکیبی در مقایسه با میزان دقت آن مدل ها پیش از ترکیب شدن بسیار بالاتر است. مدل WASPAS یکی از مدل های ترکیبی رایج است که می تواند در مسائل پیچیده تصمیم گیری کارایی بالایی داشته باشد و همچنین نتایج حاصل از این مدل از دقت بالایی برخوردار باشد. مدل جمع وزنی WSM از بهترین و شناخته ترین مدل های تصمیم گیری در حل مسائل چند معیاره است. در مدل ترکیبی WASPAS تلاش شده است که یک معیار ترکیبی برای تعیین اهمیت نهایی هر گزینه به کار برده شود. که در این معیار ترکیبی سهم برابری از WSM و WSP برای ارزیابی نهایی گزینه ها داده شود

۱- تشکیل ماتریس وضع موجود بر اساس شاخص های طراحی شده

۲- استاندارد کردن ماتریس وضع موجود بر اساس روش بی مقیاس سازی نورم

از آنجایی که در این تحقیق هم شاخص های مثبت و هم شاخص های منفی وجود دارد از دو فرمول زیر برای استاندارد کردن استفاده شده است.

برای شاخص های مثبت از تابع ۱

$$rij = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}} \rightarrow (\forall j = 1, 2, \dots, n)$$

برای شاخص های منفی تابع ۲

$$r_{ij} = \frac{\frac{1}{x_{ij}}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m \frac{1}{x_{ij}^2}}} (\forall j = 1, 2, \dots, n)$$

۳- محاسبه وزن هریک از شاخص ها بر اساس روشهای وزن دهی

در این پژوهش از روش آنتروپی استفاده شده است.

۴- برآورد واریانس مقادیر معیارهای استاندارد شده اولیه از طریق

تابع (۳)

$$\sigma^2(x_{ij}) = (0.05 \bar{x}_{ij})^2 \quad \text{تابع (۳)}$$

جدول (۱۳): ماتریس واریانس محاسبه واریانسهای $Q^2(Q_i^{(2)})$ و $Q^2(Q_i^{(1)})$ از طریق توابع (۴، ۵)

$$\sigma^2(Q_i^{(1)}) = \sum_{j=1}^n \bar{x}_{ij} w_j^2 \sigma^2(\bar{x}_{ij}) \quad \text{تابع ۴}$$

$$\sigma^2(Q_i^{(2)}) = \sum_{j=1}^n \left[\frac{\prod_{j=1}^n (\bar{x}_{ij})^{w_j} \times w_j}{(\bar{x}_{ij})^{w_j} (\bar{x}_{ij})^{(1-w_j)}} \right] \sigma^2(x_{ij}) \quad \text{تابع ۵}$$

۵- محاسبه مقدار (λ) و (Q) برای رتبه بندی گزینه ها به صورت توابع (۶، ۷)

$$\lambda = \frac{\sigma^2(Q_i^{(2)})}{\sigma^2(Q_i^{(1)}) + \sigma^2(Q_i^{(2)})} \quad (۶)$$

$$Q_i = \lambda \sum_{j=1}^n \bar{x}_{ij} w_j + (1-\lambda) \prod_{j=1}^n (\bar{x}_{ij})^{w_j}, \lambda = 0, \dots, 1 \quad (۷)$$

جدول ۹- محاسبه λ و Q_i و رتبه روستاها (گردشگری مذهبی و موقعیت مکانی- فضایی)

موقعیت مکانی- فضایی			گردشگری مذهبی			روستا
رتبه	Q_i	λ	رتبه	Q_i	λ	
۶	۰.۱۹	۰.۹۱	۴	۰.۱۱	۰.۲۷	تبادکان
۵	۰.۱۹	۰.۸۹	۹	۰.۰۳	۰.۰۶	خواجه
۳	۰.۳۱	۰.۴۴	۳	۰.۱۷	۰.۲۶	دهسرخ
۴	۰.۲۴	۰.۸۹	۱	۰.۵۶	۰.۴۱	میامی
۱	۰.۵۶	۰.۸۷	۲	۰.۴۳	۰.۶۹	حصار
۱۰	۰.۱۲	۰.۹۴	۱۰	۰.۰۱	۰.۹۹	برزش
۲	۰.۴۴	۰.۵۷	۵	۰.۰۷	۰.۰۴	پیوه ژن
۸	۰.۱۴	۰.۹۳	۸	۰.۰۴	۰.۸۶	امان
۷	۰.۱۷	۰.۸۱	۶	۰.۰۵	۰.۸۴	رضوان
۹	۰.۱۳	۰.۷۲	۷	۰.۰۴	۰.۸۸	اندخ

در مجموع با توجه به نتایج حاصل از مدل واس پاس نتایج نشان می دهد که بهترین وضعیت گردشگری مذهبی در روستاهای میامی، حصار و دهسرخ مشاهده شده است به طوری که این روستاها علاوه بر گردشگر ملی دارای گردشگرهای بین المللی نیز هستند در عین حال این روستاها دارای وضعیت بانسبه بهتری نسبت به سایر روستاها نیز می باشند در متغیر موقعیت مکانی- فضایی نیز سه روستای حصار، پیوه ژن و دهسرخ دارای موقعیت بهتری نسبت به سایر روستاها می باشند. در ادامه برای بررسی بیشتر اقدام به بررسی رابطه بین رتبه حاصل از تحلیل واس پاس این دو متغیر (گردشگری مذهبی و موقعیت مکانی- فضایی) گردید نتایج همبستگی نشان داد که بین رتبه گردشگری مذهبی و موقعیت مکانی- فضایی رابطه ای مستقیم با شدتی قوی وجود دارد همچنین با توجه به میزان معناداری به دست آمده که کمتر از ۰/۰۵ است نشان دهنده وجود رابطه معنادار بین این دو متغیر وجود دارد که قابلیت تعمیم به کل جامعه را دارد.

جدول ۱۰- رابطه بین رتبه گردشگری مذهبی و موقعیت مکانی- فضایی

گردشگری مذهبی		
موقعیت مکانی-	آماره پیرسون	۰/۷۳۳
فضایی	میزان معناداری	۰/۰۱۶

۵- بحث و فرجام

گردشگری مذهبی تنها گونه گردشگری می باشد که بر موانع آب و هوایی تا حد قابل ملاحظه ای غلبه می نماید. بدین ترتیب با تغییر فصل و تحولات آب و هوایی، تعداد گردشگران مذهبی دچار نوسان شدیدی نمی شود. بنابراین یکی از گونه های گردشگری که می تواند اشتغال و درآمد پایدارتری برای جامعه میزبان فراهم نماید گردشگری مذهبی است. یافته های تحقیق حاضر نشان می دهد بین گردشگری مذهبی، عوامل تغییرپذیر و مجموع عوامل مکانی- فضایی بقاع متبرکه رابطه ای مستقیم با شدتی قوی برقرار است بدین معنی که بقاعی که به لحاظ عوامل مکانی- فضایی در وضع بهتری می باشند گردشگری مذهبی آن ها از رونق بیشتری برخوردار است. از آنجا که اثرگذاری سطح کمی و کیفی امکانات گردشگری (رفاهی، تجاری و حمل و نقل)، توسعه این امکانات در سطوح مختلف برای تداوم توسعه گردشگری ضروری است. با توجه به نبود و یا کمبود امکانات مورد نظر در روستاهای پیوه ژن، امان آباد، اندرخ و با توجه به حجم بالای گردشگران آنها، رفع این مهم جهت افزایش ماندگاری و تعداد گردشگران مهم است.

ضرورت سرمایه گذاری در راستای بهبود حمل و نقل و کیفیت راه های ارتباطی در شهرستان مشهد خصوصاً در محورهای ارتباطی به روستاهای میامی، خواجه حسین آباد، رضوان و اندرخ به چشم می خورد. در این مورد می بایست اداره راه و ترابری شهرستان مشهد و بنیاد مسکن اقدامات لازم جهت تعمیر، تعریض و گسترش خطوط ارتباطی به عمل آورند.

برنامه های احیاء، حفاظت و نگهداری از جاذبه های گردشگری، آثار تاریخی و فرهنگی یکی از ارکان صنعت گردشگری محسوب می شود. حفظ و نگهداری آن ها همانند بهره برداری از آن ها اهمیت ویژه ای دارد، لذا پیشنهاد می شود در این زمینه اعتبارات لازم در اختیار سازمان زیربط به ویژه برای روستاهای دهسرخ، حصار و پیوه ژن قرار گیرد. همچنین انجام برنامه ریزی جهت توسعه گردشگری مذهبی به وجود آمار و اطلاعات کافی و دقیق بستگی دارد. از این حیث ایجاد یک بانک اطلاعاتی با هماهنگی سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و سازمان اوقاف و امور خیریه ضروری به نظر می رسد.

۶- منابع

- ابراهیم زاده، عیسی، کاظمی زاد، شمس الله و اسکندری ثانی، محمد (۱۳۹۰). برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه‌ی موردی: شهر قم). پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۶، صص ۱۱۵-۱۴۱.
- احمدی شاپور آبادی، محمد علی و سبز آبادی، احمد (۱۳۹۰). تحلیلی بر ظرفیت‌های توسعه گردشگری مذهبی فرهنگی کلان شهر قم. فصلنامه مطالعات ملی ۴۶، سال دوازدهم، شماره ۲، صص ۸۳-۱۱۲.
- اکبریان رونیزی، سعید رضا، خراسانی، محمد امین و امام قلی، لقمان (۱۳۹۲). تحلیل تطبیقی نقش گردشگری مذهبی و طبیعت گردی در بهبود کیفیت زندگی ساکنان روستایی مورد: روستاهای امامزاده داوود و زندان شهرستان تهران. مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۱، صص ۱۴۵-۱۵۸.
- تقوایی، مسعود، موسوی، سید علی و غلامی بیمرغ، یونس (۱۳۸۹). تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: شهرستان نور آباد ممسنی. فصلنامه علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، سال ۱۰، شماره ۳۱، صص ۳۹-۶۴.
- حاصل طلب، محسن، (۱۳۹۰). ارزیابی عملکرد گردشگری مذهبی در تغییر کاربری اراضی مرکزی شهر مطالعه موردی: مشهد، محله عنصری (بین سال‌های ۱۳۷۳ تا ۱۳۹۰). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷). مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.
- خسروی، حسین (۱۳۸۶). مشکلات و تنگناهای توسعه گردشگری در استان قم. رشد و آموزش جغرافیا، دوره بیست و دوم، شماره ۱، انتشارات آموزش و پرورش، صص ۵۷-۸۹.
- دفتر آمار، اطلاعات و GIS استانداری خراسان رضوی.
- رحمانی، خلیل (۱۳۸۹). ارزیابی عملکرد اماکن مذهبی در توسعه روستایی مطالعه موردی: روستاهای اورامان تخت، هجیج، نجار. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- رحمانی، خلیل، پور طاهری، مهدی و رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۰). برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج. مجله برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره هفدهم، شماره ۱، صص ۴۳-۶۴.
- سازمان اوقاف و امور خیریه استان خراسان رضوی، اداره بقاع و اداره فرهنگی ناحیه ۳ سازمان اوقاف و امور خیریه خراسان رضوی.
- سفیدی، زهرا و سفیدی، فاطمه (۱۳۹۱). جایگاه مکان‌های مذهبی در ساختار شهرهای مذهبی. مجموعه‌ی مقالات اولین همایش بین‌المللی گردشگری دینی و توسعه فرهنگ زیارت، استان قدس رضوی.
- سقایی، مهدی (۱۳۸۸). واسازی متن فضایی گردشگری در روستاهای پیرامون کلان شهرها (مطالعه موردی: کلان شهر مشهد). پایان نامه دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه فردوسی مشهد.
- ضیایی، محمود (۱۳۸۸). جغرافیای گردشگری. تهران: انتشارات پیام نور.
- فلاح تبار، نصرالله و مدیری، مهدی (۱۳۹۰). گردشگری به ویژه گردشگری دینی و زیارتی مهم‌ترین قطب توسعه‌ی پایدار (مطالعه‌ی موردی شهر کاشان). فصلنامه علمی-پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی - سال چهارم، شماره ۱، صص ۱۷۱-۱۸۶.
- فیروز جانی، ناصر، بدری، سید علی، فرجی سبک‌بار، حسن علی (۱۳۸۶). نگرش جامعه‌میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی: مطالعه موردی بخش مرکزی شهرستان نوشهر. روستا و توسعه، شماره ۱۰، صص ۱-۲۲.

- فیروزجائیان، علی اصغر، یوسفی، ندا و میر محمد تبار، سید احمد (۱۳۹۳). تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران (فرا تحلیلی از تحقیقات موجود). مجله‌ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۱، صص ۱۴۳-۱۶۵.
- قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۸۶). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و مدیریت آن در کلان شهر مشهد. رساله دکتری، دانشگاه شهید بهشتی تهران.
- قره نژاد، حسن (۱۳۸۶). مقدمه بر توسعه‌ی گردشگری و مهمان پذیر. نجف آباد: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
- محمدی یگانه، بهروز، چراغی، مهدی و ولایتی، محمد (۱۳۹۲). نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی، با تاکید بر کیفیت زندگی؛ سرمایه اجتماعی مطالعه موردی؛ روستای قیچاق شهرستان میانوآب. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی سال سیزدهم، شماره ۳۰؛ صص ۷-۲۵.
- منشی زاده، رحمت الله (۱۳۸۴). اندر مقوله گردشگری. تهران: پیام مؤلف: منشی.
- مومنی، مصطفی، صرافی، مظفر و قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۸۶). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد. مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۱، صص ۱۳-۳۸.
- نادعلی پور، مریم (۱۳۹۱). آثار و برکات فرهنگی زیارت بقاع متبرکه. مجموعه‌ی مقالات دومین همایش بین‌المللی گردشگری دینی و توسعه فرهنگ زیارت، سازمان اوقاف و امور خیریه استان گلستان.
- نهادوندی، مریم و نعمتی، فاطمه (۱۳۸۹). تهدیدها و فرصت‌های گردشگری زیارت در ایران. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ششم، شماره ۲۰؛ صص ۱۴۵-۱۷۲.
- Albalate, Daniel, and Bel, Germa (2009). Tourism and Urban public transport: Holding demand pressure under supply constraints, *Tourism Management*, elsevir.
- Alecu, I.C. (2010). Epistemological aspects of religious tourism in rural areas, *International Journal of Business, Management and Social Sciences*, Vol. 2, No. 3: 59-65
- Alvarado-Sizzo, I., Frejomil, E.P., Crispín, A.S., (2017), Religious tourism in southern Mexico: Regional scopes of the festival of the Immaculate Conception, *Geoforum*, Vol. 83, pp. 14-25.
- Atelievic, J. (2007). Small, Tourism Firms and Management Practices in New Zealand: The center stage Macro Region, *Tourism Management*, V. 28.
- Badaruddin, M. and Suleiman, J. (2011). Challenges of religious tourism in Palestine, *Journal of Tourism, Hospitality & culinary Art*, vol3: 25-37
- Butler, R. (2020), "Tourism – resilient but vulnerable as “the times they are a changing” in the “new normality”", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 12 No. 6, pp. 663-670.
- Costa, J. (2020), "Has tourism the resources and answers to a more inclusive society?", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 12 No. 6, pp. 651-656
- Dwyer L., Edwards D., Mistilis N., Roman C., and Scott N., (2009). Destination and enterprise management for a tourism future". *Tourism Management*, Vol. 30, No. 2, pp. 63-74.
- Gisbert R. (1992). Forms of religious tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 19: 51-67
- Gurion, B., Butler, R. & Airey, D. (2003). *Tourism, Religion and Religiosity: A Holy Mess*, Vol. 6: 340-363.

- Iliev, D., (2020). The evolution of religious tourism: Concept, segmentation and development of new identities, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Volume 45, 131-140.
- Lee Nolan, M. & Nolan, S. (1992). Religious site as tourism attraction in europe, , *Annals of Tourism Research*, Vol. 19: 68-78
- Lee, Chien Chiang., & Chang, Chun Ping. (2008). Tourism development and economic growth: a closer look at panels. *Journal of Tourism Management*. 29(1), 180 - 192.
- Lin, S.P., (2021). The salience of stakeholders in religious tourism: A case study of the Dajia Mazu pilgrimage, *Annals of Tourism Research*, vol 86, 103091
- Mubarak, N. & zin, C.S., (2020). Religious tourism and mass religious gatherings — the potential link in the spread of COVID-19. *Current perspective and future implications*, *Travel Medicine and Infectious Disease*, Vo 36, 101786.
- Patwardhan, V., AlectorRibeiro, M., Woosnam, K.M., Payini. V. & Mallya, J. (2020). Visitors' loyalty to religious tourism destinations: Considering place attachment, emotional experience and religious affiliation, *Tourism Management Perspectives*, Vol 36, 100737
- Ramsey, M. and Schaumleffel, N.A., (2006). Agritourism and Rural Economic Development; *Indiana Business Review*. 81(3): 6-9.
- Sarhan .A. R. Abdelgalil & Y. Radwan (2016). "Ecotourism principles as a framework for culturally responsive community development". *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, Vol 201, © 2016 WIT Press, 15- 25. doi:10.2495/ST160021
- Terzidou, M., Scarles, C. & N.K.Saunders, M. (2018). The complexities of religious tourism motivations: Sacred places, vows and visions, *Annals of Tourism Research*, Vol 70, p.p 54-65