



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال سوم، شماره‌ی ۸، بهار ۱۳۹۳

صفحات ۱۸۵-۱۶۶

تحلیلی بر برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری آیین‌های شیعی با تأکید بر توان‌های بالقوه مراسم محرم (مطالعه موردی شهر تفت)

محمدرضاضائی*

امیررضا خاوربان گرمسیر**

مهدی علیان***

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۳/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۲/۲۴

چکیده

از دیرباز مذهب به‌عنوان یک انگیزه جدایی ناپذیر برای انجام سفر بوده است که به‌عنوان قدیمی‌ترین شکل سفرهای غیراقتصادی و مالی به‌شمار می‌آید، درحقیقت گردشگر مذهبی ترکیبی از مسافرت و مذهب می‌باشد. مراسم‌های فرهنگی- مذهبی به‌عنوان رخدادی که سبب می‌شود تا گردشگر به‌دنبال کسب تجربه از مذهب و میراث یک کشور سفر کند. مراسم دهه محرم (تاسوعا و عاشورا) در ایران می‌تواند به‌عنوان رخدادی مطرح شود که گردشگر، چه داخلی و چه خارجی با بخشی از مذاهب و میراث معنوی فرهنگ جامعه ایرانی آشنا شده و تجربه کسب نماید. هدف از این پژوهش بهره‌برداری بهینه از مراسم مذهبی تاسوعا و عاشورا در جهت رشد و توسعه شهر تفت و از میان برداشتن موانع موجود بر سرراه گردشگری مذهبی این شهر با استفاده از مدل SWOT می‌باشد. جهت انجام این پژوهش از روش توصیفی- تحلیلی استفاده شده است و روش جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل اطلاعات مورد نیاز بصورت اسنادی، پیمایشی و میدانی است. نتایج حاصل، بیانگر آن است که مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی و مراکز شهری مثل شهر یزد و اجرای مراسم عزاداری با سبکی متمایز از سایر نقاط استان یزد، بهترین نقاط قوت برای گردشگری مذهبی این شهر محسوب می‌شود. کوتاه بودن مدت اقامت گردشگران در شهر و عدم بازده اقتصادی گردشگران برای شهر از نقاط ضعف منطقه به‌شمار می‌روند. درنهایت با توجه به نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت به تدوین استراتژی‌های رقابتی- تهاجمی، تنوع، بازنگری و تدافعی اقدام شد.

واژگان کلیدی: گردشگری مذهبی، آیین مذهبی، تفت، مدل SWOT

* استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه یزد

** نویسنده مسئول: دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه یزد (amir.khavarian@yahoo.com)

*** دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه یزد

مقدمه

آرمان‌های دینی به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار در ایجاد یک جریان توریستی می‌باشند که انگیزه اصلی در این جریان انگیزه دینی و مذهبی است. در این راستا از زمره پررونق‌ترین نوع گردشگری گذشته و حال در سراسر جهان، گردشگری مذهبی می‌باشد که حتی دشواری‌های آب و هوایی نیز نمی‌تواند به‌عنوان مانعی برای آن محسوب شود (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۳۹). بعضی از آیین‌های دینی جزو واجبات مذهبی نمی‌باشند، اما بزرگداشت ایامی از یک مذهب می‌باشد که خود نیز منجر به جریان گردشگری می‌شوند (قادری، ۱۳۸۸: ۸۸). ایام و رخدادها نقشی اساسی در زندگی در زندگی بشر از زمان انسان‌های نخستین داشته است. این رخدادها فرصتی مناسب جهت بازشناسی و درون‌نگری در خود و آشنایی با فرهنگ و آداب سایر ملل و مناطق را فراهم می‌کند (راج و مرفث^۱، ۲۰۰۷). یکی از این رخدادها در کشور ایران حادثه کربلا می‌باشد.

عاشورا و تاسوعا و به‌طور کلی ایام محرم یادآور شهادت امام حسین و یارانش در سال ۶۸۰ در کربلا است. مسلمانان شیعه به پاس رشادت‌های این امام هر ساله در قالب مراسم گوناگون عزاداری، عزاداری می‌کنند. در ایران نیز که اکثریت آنها را شیعیان تشکیل می‌دهند، هر ساله به عزاداری در دسته‌ها و هیئت‌ها می‌پردازند (گلوویچ^۲، ۲۰۰۵).

از طرف دیگر، امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان صنعتی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به‌خود اختصاص داده است (سازمان جهانی گردشگری^۳، ۲۰۰۷). مدیریت گردشگری خصوصاً گردشگری پایدار در بسیاری از کشورها، به‌منزله نمادی از هویت فرهنگی، طبیعی، انسانی از بخش‌های مهم اقتصادی محسوب می‌شود (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۰: ۳۶). البته در جوامع پیچیده و پرشتاب کنونی دیگر برنامه‌ریزی و مدیریت به‌صورت سنتی معنای خود را از دست داده است. در دو دهه اخیر دانش جدیدی با عنوان آینده پژوهی پدید آمده که به‌جای برنامه‌ریزی خطی و قطعی برای آینده واحد می‌کوشد که با کاوش در امکانات وسیع و ناشناخته انسان و فن‌آوری، افق بازتری را به‌سمت انواع آینده‌های ممکن و مطلوب پیش‌روی انسان بگشاید. در نتیجه مفهوم برنامه‌ریزی با دنباله‌روی از گذشته یا پیش‌بینی برای آینده جای خود را به مفهوم برنامه‌ریزی برای ساختن آینده یا آینده آفرینی داده است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۲). برنامه‌ریزی راهبردی به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که با شیوه‌ای خلاق و نوآورانه

¹ Raj & Morpeth

² Gulevich

³ UNWTO

عمل کرده و بدین‌گونه سرنوشت خود را رقم بزنند و آینده را تحت کنترل درآورند (بهرامی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱).

کشور ایران با برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی-تمدنی و فرهنگی- مذهبی چندهزار ساله از قابلیت‌های ویژه‌ای در جهت توسعه گردشگری مذهبی برخوردار است، اما به‌لحاظ شکوفایی این کارکردها هنوز نتوانسته جایگاه درخور توجهی کسب نماید. یکی از این توان‌های گردشگری در ایران مراسم تاسوعا و عاشورا در استان یزد می‌باشد که دارای تاریخچه‌ای طولانی از جهت برگزاری این مراسم می‌باشد، در جلد یازدهم کتاب دائرة المعارف تشیع نقل شده که در یزد در روزهای تاسوعا و عاشورا مجالس عزاداری پنهان از نظر خلفای عباسی برپا می‌شد. مراسم عزاداری شهر تفت در ایام محرم هر ساله با شکوه خاصی برگزار می‌شود. اما این شهر با وجود داشتن پتانسیل بالای طبیعی، فرهنگی و مذهبی در جذب گردشگر به تبعیت از ایران نتوانسته است جایگاه درخور توجهی را کسب کند و به واقع از این پتانسیل استفاده مناسب نشده است. در این جا این سوال مطرح می‌شود که چه عاملی باعث شده که شهر تفت با دارا بودن جاذبه‌های طبیعی فراوان و ده‌ها جاذبه فرهنگی، تاریخی، مذهبی و با این همه ظرفیت‌های گردشگری این شهرستان با این همه مواهب گوناگون صنعت گردشگری که تبدیل به یکی از بخش‌های اقتصادی و پردرآمد جهان شده است بی‌بهره بماند؟ و از چه روشی می‌توان این صنعت نوپا و سودآور را در شهر و شهرستان تفت توسعه داد؟ البته تحقیقات اندکی در زمینه توسعه گردشگری چه در استان یزد و چه در شهرستان تفت صورت پذیرفته است. یکی از این جاذبه‌های گردشگری مذهبی شهر تفت، جاذبه مذهبی آن به ویژه مراسم تاسوعا و عاشورا می‌باشد. این پژوهش با هدف به کارگیری فرایند برنامه‌ریزی راهبردی، ضمن پی‌جویی توانمندی‌ها و کارکردهای گردشگری مذهبی شهر تفت و به‌منظور توسعه این کارکردها، اقدام به ارائه‌ی راهکارها و تدوین راهبردهای کاربردی در جهت توسعه گردشگری مذهبی این شهر نموده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مذهب یکی از مفاهیم با قدمت و پویا است که ظهور آن به عصر باستان، ادیان اولیه (از جمله ادیان سنتی و ادیان جوامع اولیه) و ظهور مذاهب جدید و جنبش‌های شبه مذهبی (که اغلب به‌عنوان یک جایگزین به جای بی‌دینی و سکولار بود) است (راج و مرفث، ۲۰۰۷: ۲). سفرهای مذهبی پدیده‌ای نوینی نیستند. از دیرباز مذهب به‌عنوان یک انگیزه جدایی‌ناپذیر برای انجام سفر بوده است که به‌عنوان قدیمی‌ترین فرم سفرهای غیراقتصادی و مالی به شمار می‌آید (ژاکوسکی و اسمیت^۱، ۱۹۹۲: ۹۲).

^۱ Jackowski & Smith

نمونه‌های تاریخی بسیاری در مورد ارتباط مذهب و سفر وجود دارد. شرارت و هاوکینز^۱ اسلام را به‌عنوان حیاتی با نشاط و سرزنده توصیف کرده که با مهاجرت حضرت محمد (ص) از مکه به مدینه در ۶۲۲ بعد از میلاد موجب گسترش سریع اسلام در سراسر جهان شد (راج و مرفث ۲۰۰۷: ۸).

ژاکوسکی تخمین می‌زند که هرساله حدود ۲۴۰ میلیون نفر به سفرهای مذهبی می‌روند که اکثر آنها شامل مسیحیان، مسلمانان و هندوها می‌باشد. شاکلی^۲ (۲۰۰۳) مجموعه گسترده‌ای از جاذبه‌ها بر مبنای مذهب را بدین‌صورت طبقه‌بندی کرده است:

- پدیده‌های طبیعی (دریاچه، کوه، جزایر، باغ مقدس)؛
- ساختمان‌ها و مکان‌هایی که در اصل برای اهداف مذهبی ساخته شده است؛
- ساختمانهایی با مضمون مذهبی؛
- رویدادهای خاص با اهمیت مذهبی که در مکان‌های غیر مذهبی برگزار می‌شوند؛
- مکان‌هایی با تفکر بی‌دینی که مرتبط با داستان‌های غم‌انگیز یا رویدادهایی که به لحاظ سیاسی خاص می‌باشند- به‌عنوان مثال زندان نلسون ماندلا در جزیره روبن (شاکلی، ۲۰۰۳: ۱۶۱).

همانطور که در شکل شماره ۱ مشاهده می‌شود گردشگر مذهبی به‌کسی گفته می‌شود که پنج ویژگی داشته باشد: نخست این که داوطلبانه، موقت و بدون دریافت دستمزد است. دوم اینکه انگیزه دینی داشته باشد. سوم این که توسط انگیزه‌های دیگر تکمیل شود. چهارم این که مقصد یک مکان مذهبی باشد و در نهایت سفر به مقصد یک فریضه دینی باشد. (سانتوس^۳، ۲۰۰۳: ۴۰).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

¹Sherratt & Hawkins

²Shackley

³Santos



شکل ۱: ویژگی‌های گردشگر مذهبی

منبع: (سانتوس، ۲۰۰۳)

ممکن است برخی از گردشگران مذهبی بیشتر زائر باشند تا گردشگر و از طرفی می‌تواند برعکس این قضیه صادق باشد (شپلی و ساندرام^۱، ۲۰۰۵). تمامی افراد از هر طبقه اجتماعی می‌توانند گردشگر مذهبی شوند. به عبارت دیگر، این‌گونه گردشگری مختص طبقه خاصی از اجتماع نیست. تاجایی که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه که گردشگری در مراحل ابتدایی خود به سر می‌برد، برای بسیاری از طبقات اجتماعی، گردشگری مذهبی تنها فرصت گردشگری به‌شمار می‌آید. همچنین این وضعیت در جوامع متوسط و میانی که طبقات متوسط آن از نظر مالی و از نظر اجتماعی توانایی سفرهای طولانی را ندارند بیشتر به چشم می‌خورد و وقت آزاد آن‌ها اکثراً به‌وسیله بازدید از اماکن مذهبی و زیارتی پرمی‌شود. اکثر سفرها و گردشگری‌های مذهبی و زیارتی به‌صورت گروهی و جمعی و به‌صورت سازماندهی شده صورت می‌گیرند. برخی از سفرها و گردشگری‌های مذهبی از لحاظ اجرای فرامین مربوط به آن دین و یا مذهب، حالت اجباری و یا تأکیدی به‌خود می‌گیرند که به ناچار تمامی افراد مؤمن به آن دین یا مذهب مجبور به اجرای آن سفر حداقل برای یکبار می‌گردند (دقیقاً نظیر آنچه در دین اسلام مبنی بر زیارت خانه خدا که بر تمامی مسلمانان مستطیع واجب است وجود دارد). رویدادها به‌عنوان یک ظرفیت گردشگری در برگزاری تورهای تخصصی یک شهر یا منطقه نقشی ویژه ای دارند و باعث تحولات اقتصادی و ورود ارز به کشورها و شهرهای میزبان شود. به‌عبارتی، شش دلیل برای برپایی رویدادهای ویژه یک منطقه وجود دارد که عبارتند از: نخست جذب مردم درون نواحی داخلی، دوم جذب گردشگر خارج در فصول اصلی گردشگری، تبلیغات

¹ Shapley & Sundaram

رسانه ای و افزایش وجهه ناحیه، ایجاد تحرک و پویایی در جاذبه‌های موجود، تشویق برای بازدید مجدد، کمک به بازسازی نواحی و پویایی اقتصاد (گتز^۱، ۲۰۰۸). با گسترش اسلام در ایران مدفن امامزادگان به تدریج به مراکز زیارتی تبدیل شدند و به دنبال این روند مرقد پیشوایان دینی با ساختن بارگاه‌های متناسب، بنایی شاخص و برجسته هر محلی را به وجود آورده‌اند. جشنواره‌های فرهنگی - مذهبی به‌عنوان رخدادی می‌باشد که سبب می‌شود تا گردشگر به دنبال کسب تجربه از مذهب و میراث یک کشور سفر کند. مراسم دهه محرم (تاسوعا و عاشورا) در ایران می‌تواند به‌عنوان رخدادی مطرح شود تا گردشگر، چه داخلی و چه خارجی با بخشی از مذاهب و میراث معنوی فرهنگ جامعه ایرانی آشنا شده و تجربه کسب نماید. مراسم عزاداری محرم تنها در ایران انجام نمی‌شود، در خیلی از نواحی دنیا (افغانستان، آلمان، لس آنجلس، استانبول، سوئد، فنلاند) پیروان امام حسین (ع) با برپاکردن مراسم باشکوه، اعتقادات قلبی خود را ابراز می‌دارند.

پیشینه پژوهش

با وجود اهمیتی که برگزاری مراسم فرهنگی - مذهبی در ایران از گذشته‌های دور داشته تاکنون تحقیقات اندکی با نگرش جغرافیایی صورت گرفته است. مطالعاتی انگشت شمار در رشته جامعه‌شناسی صورت گرفته که عموماً با نگرش بر آئین و مراسم فرهنگی - مذهبی انجام شده است. از جمله تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده عبارتند از: اگریسی^۲ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی به مطالعه اثرات اقتصادی گردشگری مذهبی در منطقه مردین ترکیه پرداختند. آنها دریافتند که این نوع از گردشگری عموماً دارای اثرات مثبتی می‌باشد و در نتیجه آن تعداد زیادی از ساکنان هتل‌ها را این گردشگران تشکیل می‌دهند. این گردشگران در طول اقامتشان از اغذیه فروشی‌ها و مغازه‌ها خرید می‌کنند و در نهایت این شاخه از گردشگری سبب ایجاد مشاغل جدیدی می‌شود. بیوین^۳ و همکاران (۲۰۱۱) به بررسی ظرفیت‌های گردشگری اسلامی در منطقه اقتصادی شرق مالزی پرداختند. مطالعات آنها نشان داد که فرصت‌های زیادی جهت توسعه گردشگری اسلامی در مالزی وجود دارد و ارگان‌ها و نهادهای مختلف از قبیل کنفرانس اسلامی، می‌توانند نقش کلیدی در این راستا ایفا کنند. اگر گردشگری اسلامی گسترش یابد نسل کنونی و آینده از میراث باشکوه اسلامی مطلع خواهند شد و این نیز پایداری اقتصادی آنها را تضمین خواهد کرد.

¹Getz

²Egresi

³Bhuiyan

پوریا^۱ و همکاران (۲۰۰۳) به بررسی رابطه بین گردشگری، دین و دینداری پرداختند. این پژوهش در جستجو الگوهای بازدید گردشگران یک مکان مذهبی مهم می‌باشد. بر اساس نتیجه به دست آمده از این پژوهش تفاوت‌هایی بین گردشگران بر اساس اعتقادات دینی و مذهبی وجود دارد.

تقوایی و همکاران (۱۳۸۹) در تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی در شهرستان نوباد ممسنی به بررسی قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری این شهرستان پرداختند و به نتیجه رسیدند که با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در جهان امروز، نقش مکان‌های مذهبی در جذب گردشگران و تأثیر آن بر توسعه مناطق مختلف اجتناب‌ناپذیر است. یک نمونه از آن شهرستان ممسنی در استان فارس می‌باشد که دارای امامزاده‌های بسیاری می‌باشد که با نگاه مدیریتی به این منطقه و برنامه‌ریزی صحیح برای این خطه از کشور، شاهد احیای مکان این امامزاده‌ها و محیط پیرامون آن است و در نهایت محیطی مناسب به جهت جذب گردشگران مذهبی و رفع بخشی از مسائل شهرستان نورآباد ممسنی باشد.

دیناری (۱۳۸۵) به بررسی جایگاه گردشگری در دین اسلام پرداخته و به این نتیجه رسیده که یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های گردشگری در جهان مسافرت‌های مذهبی و زیارتی است. در جغرافیای گردشگری، مکان‌های مذهبی همواره به عنوان قطب جاذبه گردشگری شناخته می‌شوند، به ویژه اگر آن ناحیه جغرافیایی از چشم‌اندازهای طبیعی و زیبا برخوردار گردد، می‌تواند جاذبه‌ی بیشتری را برای گردشگران ایجاد نماید.

منشی‌زاده، و مرادی (۱۳۸۶) به بررسی تأثیر گردشگران مذهبی بر روی فضاهای کالبدی شهر مشهد پرداخته و به این نتیجه رسیده که با گسترش و رشد بالای زائران به اطراف حرم این بافت به دلیل قدیمی بودن آسیب‌های زیادی دیده و تبدیل به خرابه‌هایی شده که مشکلات فراوانی را برای زائران به وجود آورده است.

مومنی و همکاران (۱۳۸۷) در تحلیل ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد به بررسی کارکردها و ساختارها و ساختارهای شئون زندگی معنوی (اجتماعی و فرهنگی) و مادی (اقتصادی و فضایی) پرداخته و این شهر از همین سرشت مذهبی- فرهنگی دانسته و به این نتیجه رسیده که این شهر افزون بر بهره‌مندی از اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی/فرهنگی گردشگری مذهبی- فرهنگی، گرفتارناپایداری‌های مختلف زیست‌محیطی، اجتماعی و فرهنگی از جمله اسکان غیررسمی است. عمده‌ی این ناپایداری‌ها از جمعیت فزاینده و گسستگی مدیریت گردشگری، یعنی عدم مدیریت یکپارچه‌ی استان قدس رضوی با سایر دستگاه‌های دولتی و غیردولتی که بخشی از مدیریت گردشگری شهر و منطقه را عهده دارند، سرچشمه می‌گیرد. بنابراین شایسته است، نهادی فراست متشکل از کنشگران فوق تشکیل شود تا برای برقراری

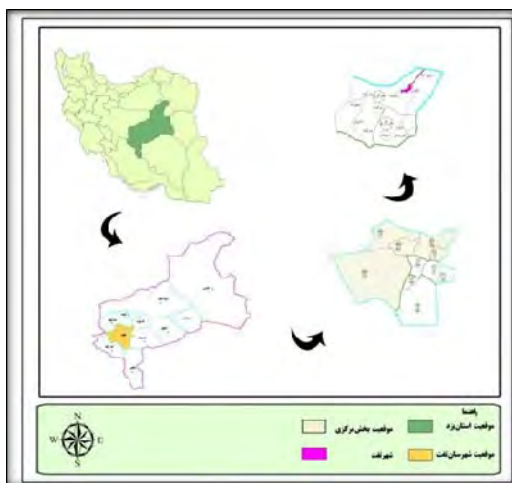
^۱ Poria

ارتباط سازمند اجزاء و کارکردهای گردشگری مذهبی/فرهنگی به‌نفع تقویت و کارایی بیشتر در راستای توسعه پایدار شهر و منطقه که جای از کارکرد گردشگری نیست، تلاش و فعالیت نماید. از تحقیقات انجام شده می‌توان به‌این نتیجه دست یافت که یکی از پررونق‌ترین اشکال گردشگری در ایران گردشگری مذهبی است که می‌توان با اتخاذ تدابیری این نوع گردشگری را به یک عامل مؤثر در رشد و توسعه صنعت گردشگری کشور تبدیل کرد.

تاج و حافظی‌زاده (۱۳۸۹) در بررسی شناخت ظرفیت‌های فضاهای شهری در بخش مرکزی شهر تهران به‌منظور ساماندهی اجرای مراسم فرهنگی - مذهبی با تأکید بر اجرای مراسم ایام محرم سعی بر شناسایی ظرفیت‌های خیابان‌ها و سایر فضاهای موجود در بخش مرکزی شهر تهران به‌ویژه محدوده بازار کردند تا برای ساماندهی این فضاها برای ساماندهی اجرای مراسم فرهنگی- مذهبی راهکارهایی ارائه کنند. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که در داخل بازار توسط بازاریان، که از تدارک‌دهندگان و شرکت‌کنندگان در مراسم ایام محرم می‌باشند، ساماندهی فضایی جهت برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا صورت گرفته است. بنابراین، برنامه‌ریزی درخصوص ساماندهی فضاها به‌منظور برگزاری مراسم تاسوعا و عاشورا و نیز ساماندهی مراسم ایام محرم با درنظرگرفتن طرح‌ها و پروژه‌ها و مدیریت و نظارت جامع بر آن، می‌تواند زمینه را برای استفاده از این مراسم به‌عنوان جاذبه گردشگری فرهنگی فراهم آورد.

محدوده مورد مطالعه

قلمرو مورد مطالعه این پژوهش شهر تفت، در استان یزد می‌باشد. استان یزد با مساحت حدود ۱۳۱,۵۵۱ کیلومترمربع در مرکز ایران محدود به استان کرمان، اصفهان، فارس و خراسان قرار گرفته است. این استان بین عرض ۳۱ درجه شمالی و طول ۵۴ درجه شرقی واقع شده است. مساحت استان یزد تقریباً معادل ۱۰ کیلومترمربع می‌باشد. از جهت شمال غرب و جنوب نیز به وسیله رشته کوه‌ها محصور می‌باشد و تنها از جهت شرق به وسیله کوهی محصور نیست و امتداد این درّه به دشت‌های استان یزد منتهی می‌گردد. بر اساس آمارهای رسمی، جمعیت شهر تفت در سال ۱۳۹۰ برابر با ۱۵۷۱۷ نفر (۴۵۶۴ خانوار) می‌باشد (مرکز آمار ایران، سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۰).



نقشه ۱: موقعیت فضایی شهرستان تفت در استان و کشور

منبع: نگارندگان

جاذبه‌های گردشگری و مذهبی شهر تفت جاذبه‌های گردشگری

مساحت عمومی این شهر بیش از پانزده کیلومتر مربع است و بیشتر فضاهای آن را، محلات قدیمی، باغ‌ها تشکیل می‌دهند. بافت کلی و قدیمی شهر، باغ - محله و خانه- باغ است، اکثر جهانگردان در سفرنامه‌های خود از تفت به‌عنوان جایگاهی سرسبز و زیبا با باغ‌هایی پر از درختان میوه و انار و گل‌های خوشبو یاد نموده‌اند. برخی از روستاهای این شهرستان مانند توران پشت قدمتی بیش از ظهور اسلام دارند که به‌دستور توراندخت ساسانی بنا گردیده است. شهر تفت به‌طور کلی از دو بخش تشکیل می‌شود؛ بخش شمالی و بخش جنوبی به‌ترتیب گرمسیر و سردسیر نامیده می‌شود. شهر کنونی تفت دارای ۲۴ محله کوچک و بزرگ است. از مکان‌های دیدنی تفت می‌توان به مسجد شاه ولی مربوط به عصر صفویه، باغ و خانه نمیر، آبشار دره‌گهان، قلعه قدیمی گرمسیر، آسیاب آبی و قدمگاه اشاره کرد. شهرت تفت به‌محصول اصلی کشاورزی آن، انار و کانال‌های آب زیرزمینی آن (قنات)، برمی‌گردد^۱.

^۱ پورتال جامع استان یزد، (<http://www.yazdchto.ir>)

جاذبه‌های مذهبی

قبل از ورود اسلام به ایران و تبع آن شهر تفت مردم این دیار به آیین زرتشت گرایش داشتند اما امروزه اکثر جمعیت شهر تفت را مسلمانان تشکیل می‌دهند. با این‌وجود در چند نقطه از شهر تفت ما شاهد زرتشتیان هستیم. زرتشتیان و مسلمانان در این شهر دارای زندگی مسالمت‌آمیزی هستند. تعداد آتشکده‌های مقدس زرتشتیان شهرستان تفت ۵ عدد می‌باشد. سالانه جمعیت زیادی از سراسر کشور ایران جهت شرکت در مراسم‌های مذهبی زرتشتیان خود را به این شهر می‌رسانند. همچنین گردشگران بسیاری جهت بازدید از آتشکده‌ها، اماکن مقدس و آداب و رسوم زرتشتیان وارد این شهر می‌شوند. در این شهر ۷۰ مسجد، ۱۸ حسینیه و ۴ بقعه متبرکه وجود دارد. شاخص‌ترین مراسم مذهبی مسلمانان این شهر مراسم نخل‌برداری است، این مراسم در روز عاشورا انجام می‌پذیرد. پیشینیه رسم نخل‌گردانی به دوره‌های پیش از صفویه می‌رسد. بسیاری از صاحب‌نظران رسم نخل‌بندی و نخل‌گردانی را از بدعت‌های صفویان در ایران دانسته‌اند. اصولاً نخل به مفهوم درخت خرماسست و در اصطلاح عامیانه به هر درخت و درختچه‌ای تزئینی هم نخل گویند. اما در مراسم عزاداری اصطلاح نخل به تابوت واره‌ای می‌گویند که آن را بردوش می‌کشند. این وسیله اتاقکی چوبی و حجیم و به شکل مکعب مستطیل است که از یک چوب بست و با یک کف‌بندی تشکیل شده است. الواری که در کف به کار می‌رود، معمولاً یک متر بالاتر از پایه‌های ستون‌ها قرار گرفته‌اند. دو سر هر یک از تیرها حدود یک متر از ۴ طرف کف دیواره نخل بیرون آمده و در واقع، دستگیره نخل را تشکیل می‌دهد. شکل ظاهری برخی نخل‌ها جناغی شکل سروی و برخی به صورت یک جناغ قوسی شکل است. البته نخل، شباهتی به درخت خرما ندارد و تا به حال هم نخلی که به شکل درخت خرما ساخته شده باشد، دیده نشده است (<http://www.rasekhood.net>). وزن نخل شهر تفت به چندین تن می‌رسد و برای نخل‌گردانی نیاز به حضور و همکاری شاید صد مرد قوی هیکل است. در برخی موارد زرتشتیان یزد نیز در ساختن نخل‌ها، همکاری دارند. آنها حضرت سید الشهداء (ع) را همسر شهربانوی ایرانی دانسته و نسبت به وی احترام و ارادت خاصی قائل‌اند. همانطور که در نقشه ۲ و تصویر ۱ مشاهده می‌شود مراسم عزاداری در ایام محرم در ۱۴ حسینیه و مسجد این شهر برگزار می‌شود و همچنین در روز عاشورا در دو محله بازار و گرمسیر مراسم نخل‌برداری اجرا می‌شود.



نقشه ۲: موقعیت اماکن اجرای مراسم عزاداری در شهر تفت، ماخذ: نگارندگان



تصویر ۱: تصویری از مراسم نخل برداری روز عاشورا

منبع: نگارندگان

روش شناسی

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی توسعه‌ای است و روش تحقیق آن توصیفی است. جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز به شیوه اسنادی و همچنین مطالعات میدانی از قبیل مصاحبه انجام گرفت؛ و سپس با توجه به اطلاعات به دست آمده، به بررسی جاذبه‌ها، امکانات، خدمات و وضعیت کلی گردشگری مذهبی در شهر تفت پرداخته شد. در مرحله بعد به جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه راهبردهای توسعه گردشگری در شهر تفت از ماتریس تحلیلی SWOT بهره گرفته شد.

جامعه آماری این تحقیق جمعیت ۱۵۷۱۷ نفری شهر تفت، کارشناسان و مسئولان مرتبط با گردشگری شهر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۱۶ محاسبه شد که شامل همه افراد ۱۸ سال به بالاست. از روش خوشه‌ای برای نمونه‌گیری استفاده شد. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته بر روی محیط داخلی و خارجی ناحیه، فهرستی از نقاط قوت، ضعف،

فرصت‌ها و تهدیدها مورد شناسایی قرار گرفت، و درنهایت از طریق مصاحبه با مردم، گردشگران و مسئولان شهر تفت، وزندهی به تک‌تک عوامل داخلی و خارجی که گامی ضروری در تدوین راهبردها می‌باشد، ماتریس SWOT از آن استخراج و بر اساس آن، ماتریس‌های برنامه‌ریزی راهبردی کمی، راهبردها و اولویت‌های مناسب توسعه گردشگری مشخص و رهیافت‌های حاصل از این تجزیه و تحلیل‌ها به‌عنوان راهبردهای راهگشا ارائه گردید. روش مورد استفاده در جهت وزن و امتیازدهی به هر یک از عوامل به شیوه دلفی می‌باشد. پس از جمع‌بندی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید براساس نظر مردم، کارشناسان و مسئولان، گروهی از افراد خبره و صاحب‌نظر و آشنا با شهر تفت و گردشگری جهت وزندهی انتخاب وزندهی به این عوامل صورت گرفت.

تجزیه و تحلیل مسایل گردشگری به روش SWOT

به‌منظور ارائه راهکارها و سیاست‌های توسعه گردشگری مذهبی در شهر تفت، شناخت عوامل چهارگانه مدل SWOT در جهت رفع ضعف‌ها و تهدیدها، بهبود قوت‌ها و فرصت‌ها امری اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌شود که در زیر مورد مطالعه قرار گرفته است:

عوامل خارجی مؤثر برگردشگری منطقه و نحوه ارزش گذاری

هدف این مرحله، بررسی آثار محیط خارجی در ناحیه مطالعه شده برای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که ناحیه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است. براساس مطالعات انجام شده و بررسی وضعیت پیرامون ناحیه مطالعه شده، مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و مؤثر براین ناحیه از لحاظ گردشگری در غالب ابعاد توسعه مورد توجه و بررسی قرار گرفته که در جداول ۱ و ۲ ارایه شده است.

جدول ۱: تجزیه و تحلیل عوامل خارجی در فرصت‌ها و تهدیدها

امتیاز	درجه بندی	وزن	فرصت (O)
۱/۲	۴	۰/۳	اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد
۰/۸	۴	۰/۲	کمک به پویایی اقتصادی و توسعه شهر
۰/۳	۳	۰/۱	رشد صنعت گردشگری در شهر تفت، شهرستان تفت و استان یزد
۰/۱۵	۲	۰/۰۷۵	افزایش میزان اعتبارات استانی جذب شده در شهرستان تفت
۰/۲۲۵	۳	۰/۰۷۵	بهبود زیرساخت‌ها و تأسیسات شهر
۰/۱	۲	۰/۰۵	معرفی شهر تفت به‌عنوان یک شهر نمونه گردشگری و افزایش وجهه شهر
۰/۰۲۵	۱	۰/۰۲۵	افزایش احساس تعلق و مشارکت شهروندان تفتی در امور شهر
۰/۰۲۵	۱	۰/۰۲۵	فرصتی مناسب جهت معرفی سایر محصولات شهر تفت

۰/۳	۳	۰/۱	جذب سرمایه‌گذاران بومی و غیر بومی
۰/۱	۲	۰/۰۵	موقعیت جغرافیایی مناسب استان یزد
۲/۸۷۵		۱	جمع
امتیاز	درجه‌بندی	وزن	تهدید(T)
۰/۲	۱	۰/۲	آلودگی محیط زیست
۰/۲	۲	۰/۱	تخریب باغات و فضای سبز شهری
۰/۴	۴	۰/۱	تغییر ماهیت مراسم از یک مراسم معنوی به یک نمایش فولکلوریک
۰/۴	۲	۰/۲	هجوم جمعیت و مختل شدن اجرای مراسم و بی‌نظمی
۰/۳	۳	۰/۱	ورود گردشگران با فرهنگ‌های متفاوت و ایجاد تعارض و اختلاف با مردم بومی
۰/۱	۲	۰/۰۵	افزایش عمومی قیمت‌ها به‌ویژه قیمت زمین
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	کاهش حضور افراد بومی در این مراسم
۰/۱	۱	۰/۱	تخریب زیرساخت‌ها و تأسیسات شهر
۰/۱	۱	۰/۱	تخریب و فرسودی مساجد و حسینیه‌ها
۱/۸۵		۱	جمع

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به جدول ۱ مهمترین فرصت‌هایی که شهر تفت در گردشگری مذهبی با آن روبه‌رواست، اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد با امتیاز وزنی ۱/۲ به‌عنوان اولین فرصت، کمک به پویایی اقتصادی و توسعه شهر با امتیاز ۰/۸ به‌عنوان دومین فرصت، دو فرصت جذب سرمایه‌گذاران بومی و غیربومی و همچنین رشد صنعت گردشگری در شهر تفت، شهرستان تفت و استان یزد با امتیاز ۰/۳ به‌عنوان سومین فرصت، بهبود زیرساخت‌ها و تأسیسات شهر با امتیاز وزنی ۰/۲۵ به‌عنوان چهارمین فرصت، موقعیت جغرافیایی مناسب استان یزد با امتیاز ۰/۲ به‌عنوان پنجمین فرصت، افزایش میزان اعتبارات استانی جذب شده در شهرستان تفت با امتیاز ۰/۱۵ به‌عنوان ششمین فرصت، کاهش مهاجرت مردم بومی به مرکز استان با امتیاز ۰/۰۵ به‌عنوان هفتمین فرصت و دو فرصت افزایش احساس تعلق و مشارکت شهروندان تفتی در امور شهر و فرصتی مناسب جهت معرفی سایر محصولات شهرتفت به‌عنوان هشتمین فرصت شناخته می‌شوند از طرفی بر اساس تحلیل جدول ۱ مولفه‌های هجوم جمعیت و مختل شدن اجرای مراسم و بی‌نظمی با امتیاز ۰/۴ به‌عنوان نخستین تهدید، تغییر ماهیت مراسم از یک مراسم معنوی به یک نمایش فولکلوریک با امتیاز ۰/۴ و ورود گردشگران با فرهنگ‌های متفاوت و ایجاد تعارض و اختلاف با مردم بومی با امتیاز ۰/۳ به‌عنوان دومین تهدید، تخریب باغات و فضای سبز شهری با امتیاز ۰/۲ به‌عنوان سومین تهدید، کاهش حضور افراد بومی در این مراسم با امتیاز ۰/۱۵ به‌عنوان چهارمین تهدید، چهار تهدید آلودگی محیط‌زیست، افزایش عمومی قیمت‌ها به‌ویژه

قیمت زمین و تخریب زیرساخت‌ها و تأسیسات شهر با امتیاز ۰/۱ به‌عنوان پنجمین تهدید و تخریب و فرسودگی مساجد و حسینیه‌ها با امتیاز ۰/۱ به‌عنوان ششمین تهدید به‌عنوان تهدیداتی پیش‌روی گردشگری مذهبی شهر تفت شناخته می‌شوند.

عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری مذهبی شهر و نحوه ارزش گذاری

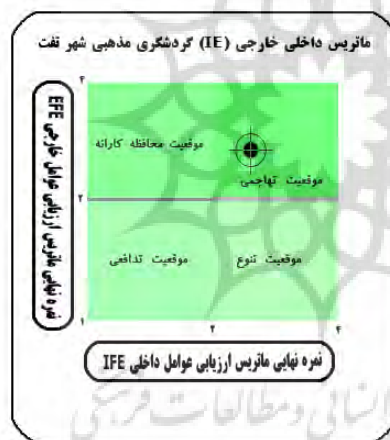
هدف این مرحله سنجش محیط داخلی ناحیه مطالعه شده برای شناسایی نقاط قوت و ضعف است. جنبه‌هایی که در راه دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی و اجرای تکلیف‌های آن زمینه مساعد یا بازدارنده دارد، مد نظر است. از این‌رو، در این قسمت سه مقوله راهبردهای موجود، عملکردها و منابع، بررسی شده و باعنوان نقاط قوت و نقاط ضعف و در چارچوب ابعاد توسعه گردشگری مذهبی شهر تفت به شرح جدول ۳ و ۴ تقسیم‌بندی شد.

جدول ۲: خلاصه تجزیه عوامل داخلی قوت‌ها و ضعف‌ها

امتیاز	درجه بندی	وزن	نقطه قوت (S)
۰/۳	۲	۰/۱۵	قرار گرفتن مراسم تاسوعا و عاشورا شهر تفت در فهرست آثار ملی و توجه مسئولان به آن
۰/۸	۴	۰/۲	مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی و مراکز شهری مثل شهر یزد
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	مستعد بودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه ریزی گردشگری و معرفی آن به‌عنوان قطب مهم گردشگری
۰/۳	۳	۰/۱	وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز و باغات در شهر
۰/۸	۴	۰/۲	اجرای مراسم عزاداری با سبکی متمایز از سایر نقاط استان یزد
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	وجود فضای مناسب جهت پارکینگ خودروها
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	ظرفیت و فضای مناسب این شهر جهت جذب گردشگران
۰/۳	۳	۰/۱	وجود نذورات و وقفات بالا جهت پذیرایی از گردشگران
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	عدم همزمانی اجرای این مراسم در شهر تفت با مراکز شهری اطراف مثل شهر یزد
۳/۰۵		۱	جمع
امتیاز	درجه بندی	وزن	نقطه ضعف (W)
۰/۳	۲	۰/۱۵	وجود ترافیک سنگین در ساعات آغازین و پایانی مراسم در شهر و جاده‌های خارج از شهر .
۰/۴۵	۳	۰/۱۵	ضعف زیرساخت‌های مرتبط با امر گردشگری در شهر
۰/۶	۴	۰/۱۵	کوتاه بودن مدت اقامت گردشگران در شهر
۰/۶	۴	۰/۱۵	عدم بازده اقتصادی گردشگران برای شهر
۰/۱۵	۲	۰/۷۵	آلودگی و ایجاد زباله
۰/۱	۲	۰/۰۵	اختلال گردشگران در اجرای مراسم
۰/۱۵	۱	۰/۱۵	عدم اطلاع‌رسانی و معرفی کامل این مراسم در سطح کشور
۰/۲۵	۲	۰/۱۲۵	تحمیل بار مالی بر دوش ادارات و سازمان های شهر مثل شهرداری
۲/۶		۱	جمع

منبع: یافته های تحقیق

با توجه به جدول ۲ می‌توان از مهمترین نقاط قوت در گردشگری مذهبی شهر تفت به مواردی همچون مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی و مراکز شهری مثل شهر یزد و اجرای مراسم عزاداری با سبکی متمایز از سایر نقاط استان یزد با امتیاز وزنی ۰/۸ به‌عنوان نخستین قوت، وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به‌فرد به‌همراه فضای سبز و باغات در شهر و وجود نذورات و قوفات بالا جهت پذیرایی از گردشگران با امتیاز ۰/۳ به‌عنوان دومین قوت، وجود فضای مناسب جهت پارکینگ خودرو با امتیاز ۰/۱۵ به‌عنوان سومین قوت، ظرفیت و فضای مناسب این شهر جهت جذب گردشگران و همچنین مستعد و آماده بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری و معرفی آن به‌عنوان قطب مهم گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۱۴ به‌عنوان چهارمین قوت، عدم هم‌زمانی اجرای این مراسم در شهر تفت با مراکز شهری اطراف مثل شهر یزد با امتیاز ۰/۱۲ به‌عنوان پنجمین قوت شناخته می‌شوند. باتوجه به جدول ۲ می‌توان گفت کوتاه بودن مدت اقامت گردشگران در شهر وعدم بازده اقتصادی گردشگران برای شهر با امتیاز وزنی ۰/۶، ضعف زیرساخت‌های مرتبط با امر گردشگری در شهر با امتیاز ۰/۴۵، وجود ترافیک سنگین در ساعات آغازین و پایانی مراسم در شهر و جاده‌های خارج از شهر امتیاز ۰/۳، تحمیل بار مالی بر دوش ادارات و سازمان‌های شهر مثل شهرداری با امتیاز ۰/۲۵، آلودگی و ایجاد زباله و همچنین عدم اطلاع‌رسانی و معرفی کامل این مراسم در سطح کشور با امتیاز ۰/۱۵، اختلال گردشگران در اجرای مراسم با امتیاز وزنی ۰/۱ به‌ترتیب مهم‌ترین نقاط ضعف گردشگری مذهبی شهر تفت می‌باشند.



شکل ۲: ماتریس داخلی خارجی (IE) گردشگری مذهبی شهر تفت

منبع: نگارندگان

جدول ۳: ماتریس ارزیابی گسترش گردشگری مذهبی شهر تفت

SWOT		قوت	ضعف
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی و مراکز شهری مثل شهر یزد ✓ وجود چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز و باغات در شهر ✓ اجرای مراسم عزاداری با سبکی متمایز از سایر نقاط استان یزد ✓ وجود نظرات و وقوفات بالا جهت پذیرایی از گردشگران 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ترافیک سنگین در ساعات آغازین و پایانی ✓ ضعف زیرساخت‌های مرتبط با امر گردشگری در شهرانی مراسم ✓ کوتاه بودن مدت اقامت گردشگران در شهر ✓ عدم بازده اقتصادی گردشگران برای شهر ✓ اختلال گردشگران در اجرای مراسم
		استراتژی SO	استراتژی WO
توانمندی	<ul style="list-style-type: none"> ✓ اشتغال زایی و ایجاد درآمد ✓ کمک به پویایی اقتصادی و توسعه شهر ✓ بهبود زیرساخت‌ها و تاسیسات شهر ✓ افزایش احساس تعلق و مشارکت شهروندان تفتی در امور شهر ✓ فرصتی مناسب جهت معرفی سایر محصولات شهرتفت ✓ جذب سرمایه گذاران بومی و غیر بومی ✓ موقعیت جغرافیایی مناسب استان یزد 	<ul style="list-style-type: none"> • شناسایی و بهره‌گیری از سایر جاذبه‌های گردشگری این شهر با استفاده از این مراسم. • جلب نظر مسئولان جهت افزایش سرمایه‌گذاری و اشتغال در شهر. • جلب نظر سرمایه‌گذاران، جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری در شهر تفت. • جذب نیروی متخصص بومی و غیر بومی از سایر نقاط استان و کشور • افزایش حس تعلق و مشارکت مردم در همه امور شهر • جذب گردشگر در سایر فصول سال • استفاده از کمک‌های مردمی جهت بهبود زیرساخت‌ها و تاسیسات شهری • توسعه تاسیسات گردشگری مانند ایجاد هتل و رستوران و استفاده از طبیعت زیبا و بکر تفت در راستای جذب گردشگری و ایجاد مشاغل جدید برای مردم بومی منطقه 	<ul style="list-style-type: none"> • توسعه و بهبود راه‌های ارتباطی؛ • تعامل و هم فکری بین مسئولان منطقه و سازمان‌ها و ادارات مرتبط با گردشگری در پیشبرد طرح‌ها گردشگری منطقه؛ • استفاده از توان مشارکتی مردم در تمامی مراحل برنامه ریزی گردشگری، • جذب سرمایه‌گذاران بومی و غیر بومی جهت خارج شدن از حالت عدم بازده اقتصادی.
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ورود گردشگران با فرهنگ‌های متفاوت و ایجاد تعارض و اختلاف با مردم بومی ✓ آلودگی محیط زیست ✓ تخریب باغات و فضای سبز شهری ✓ هجوم جمعیت و مختل شدن اجرای مراسم و بی‌نظمی ✓ تخریب و فرسودی مساجد وحسینیه‌ها ✓ کاهش حضور افراد بومی در این مراسم 	<ul style="list-style-type: none"> • ایجاد هماهنگی بین سازمان‌ها و نهاد های مسئول جهت کاهش آلودگی- های زیست محیطی • جذب سرمایه‌های مردمی و غیر مردمی جهت بازسازی حسینیه‌ها و مسجدها. • افزایش نقش افراد بومی در برگزاری مراسم • استفاده از شهر یزد به‌عنوان نزدیک- ترین و بزرگترین شهر به شهر تفت جهت جذب سر ریز جمعیتی وارد شده • تقویت تبلیغات و فعالیت‌های آگاه- سازی در رسانه‌ها، دربار قابلیت گردشگری شهر تفت. 	<ul style="list-style-type: none"> • جلب مشارکت‌های مردمی در ترویج، حفاظت و بهره‌مندی پایدار از منابع طبیعی و تاریخی و فرهنگی گردشگری جلوگیری از تخریب های زیست- محیطی؛ • ایجاد اتاق فکر با حضور بزرگان و ریش سفیدان محلات و اتخاذ تدابیری در اجرای مراسم با نظم و با برنامه و تلاش در حفظ ماهیت معنوی مراسم • رایزنی مسئولان و بزرگان شهر با مقامات حکومتی جهت جهت جذب بودجه‌ای خاص جهت تامین مخارجی که گردشگران تحمیل می‌کنند.
		استراتژی ST	استراتژی WT

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با توجه به منابع نظریه تحقیق و مطالعات میدانی انجام شده، به‌منظور ارائه راهبردها و راهکارهای توسعه ظرفیت، SWOT گردشگری در منطقه، به‌وسیله روش‌ها و محدودیت‌های توریستی در منطقه مورد مطالعه شده مشخص و پاسخ‌هایی عملی و راهکارهایی برای توسعه گردشگری ارائه شد. بررسی نتایج جنبه‌های نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها نشان می‌دهد که در بین نقاط قوت مطالعه شده مجاورت، نزدیکی به مراکز جمعیتی و مراکز شهری مثل شهر یزد و اجرای مراسم عزاداری با سبکی متمایز از سایر نقاط استان یزد، وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به‌فرد به‌همراه فضای سبز و باغات در شهر و وجود نذورات و وقوفات بالا جهت پذیرایی از گردشگران به‌عنوان مهمترین مزیت این نواحی برای توسعه گردشگری به‌شمار می‌آیند. همچنین با توجه به نتایج به دست آمده، در بین نقاط ضعف، کوتاه بودن مدت اقامت گردشگران در شهر و عدم بازده اقتصادی گردشگران برای شهر، ضعف زیرساخت‌های مرتبط با امر گردشگری در شهر، وجود ترافیک سنگین در ساعات آغازین و پایانی مراسم در شهر و جاده‌های خارج از شهر، این موارد به‌عنوان موانع توسعه گردشگری شناخته شده و باید این نقاط ضعف برطرف شده، بهبود و ارتقاء یابند. علاوه‌براین، از بین فرصت‌های بیرونی، اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد، کمک به پویایی اقتصادی و توسعه شهر و جذب سرمایه‌گذاران بومی و غیربومی مهمترین فرصت‌هایی که شهر تفت در گردشگری مذهبی با آن روبه‌رواست. از بین تهدیدهای خارجی مولفه‌های هجوم جمعیت و مختل شدن اجرای مراسم و بی‌نظمی، ورود گردشگران با فرهنگ‌های متفاوت و ایجاد تعارض و اختلاف با مردم بومی و تخریب باغات و فضای سبز شهری به‌عنوان مهمترین تهدید خارجی قلمداد می‌شود.

در مجموع، می‌توان گفت که اگر شهر تفت می‌خواهد توسعه یابد و نقشی مثبت در جذب توریسم داشته باشد باید در درجه نخست به‌شناسایی ظرفیت‌های این شهر بپردازد و با برنامه‌ای مدون سعی در توسعه گردشگری در این شهر نماید، این شهر دارای ظرفیت بالایی است و می‌تواند این صادرات نامرئی (گردشگری) به‌رشد و توسعه این شهر کمک قابل ملاحظه‌ای نماید. مراسم تاسوعا و عاشورا یکی از این ظرفیت‌های گردشگری در شهر تفت می‌باشد. در این راستا مشارکت بیشتر مسئولین و مردم امری ضروری می‌باشد. از این‌رو، تا زمانی که افراد جامعه و مسئولان از اهمیت گردشگری و نقش آن در توسعه شهر مطلع نباشند، در این فرایند مشارکت نخواهند کرد. در نتیجه، بدیهی است که باید تلاش‌های نخستین در راستای این امر باشد. مشارکت و فعالیت افراد بومی و محلی می‌تواند در طیف وسیعی صورت پذیرد، از بهره‌گرفتن از نیروی‌های بومی و مردم عادی تا نیروهای متخصص بومی و سرمایه‌گذاران. از موارد ضروری دیگر می‌توان به امر داشتن برنامه و استراتژی مدون در نیل به اهداف اشاره کرد. یکی از اقدامات اساسی در راستای توسعه در هر شهر مدیریت یکپارچه در شهرها است که

گردشگری نیز از این امر مستثنی نیست و نهادها و سازمان‌های مرتبط با امر گردشگری شهر باید در یک راستا و هماهنگ با یکدیگر فعالیت نمایند. یکی از موارد ضروری دیگر انجام مطالعات تطبیقی و بهره‌گیری از تجربیات مناطق و شهرهای موفق در این امر می‌باشد؛ امروزه در کشورهای ترکیه، اردن، اسپانیا و ... شاهد موفقیت‌هایی در بهره‌گیری از گردشگری مذهبی جهت رونق شهرها هستیم. از دیگر جنبه‌های مهم و تأثیرگذار در امر گردشگری، طبیعت سرسبز و وجود باغات آن می‌باشد که نیازمند توجه مسئولین در جهت حفظ و جلوگیری از تخریب آن است. درنهایت، تبلیغات در رونق و توسعه گردشگری امری ضروری و مهم می‌باشد و مسئولان و افراد مرتبط با امر گردشگری به ویژه گردشگری مذهبی در شهر باید توجه خاصی به این امر داشته باشند و از تمامی ابزارهای تبلیغاتی بهره گیرند. موارد زیر نیز به عنوان راهبردهایی برای توسعه هرچه بهتر گردشگری مذهبی در این شهر پیشنهاد می‌گردد.

- انجام هزینه‌های لازم در زمینه مطالعات و تحقیقات بازاریابی راه‌اندازی بانک اطلاعات گردشگری در راستای شناخت کامل از ظرفیت‌های گردشگری شهر.
- تهیه طرح جامع و تفصیلی گردشگری خاص این منطقه.
- برگزاری نخستین هم‌اندیشی مسئولان، صاحب‌نظران و اندیشمندان بومی در راستای توسعه گردشگری به‌ویژه گردشگری مذهبی در شهر تفت.
- اجرای طرح سطح‌بندی مساجد و همچنین اقدام به مرمت و بازسازی حسینیه امام شهر تفت.
- ایجاد انجمن دوست‌داران طبیعت و انجام فعالیت‌های تبلیغی در راستای حفظ طبیعت سرسبز این شهر.
- بهبود کیفیت معابر و راه‌های ارتباطی این شهر.
- مشارکت گروه‌های مردمی در اجرای هرچه بهتر این مراسم و مشارکت‌دادن مردم در امر تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری و اجرای برنامه‌ها.
- استفاده از مدیران تحصیل‌کرده و آگاه به مسائل گردشگری در رأس امور تصمیم‌گیری و اجرایی.
- ایجاد هماهنگی بین نهادها و دستگاه‌های اجرایی مسئول از طریق ایجاد یک نهاد مدیریتی یکپارچه یا تفویض اختیارات به یک ارگان و یا نهاد خاص.
- ایجاد تبلیغات گسترده و مناسب و تهیه و توزیع بوروشورهای تبلیغاتی در داخل کشور و کشورهای همسایه برای آشنایی بیشتر گردشگران به ویژه شیعیان با این مراسم.
- احیای مشاغل سنتی منطبق با فرهنگ بومی شهر مانند صنایع‌دستی و ایجاد بازارچه‌هایی برای فروش صنایع‌دستی، فرآورده‌های دامی، محصولات کشاورزی و غیره برای ایجاد اشتغال و کسب درآمد در منطقه.

- حضور فعال در نمایشگاه‌های گردشگری داخلی و خارجی و همین‌طور برپایی نمایشگاه‌های مختلف در شهر.

منابع

۱. بهرامی، حسین؛ نادری خورشیدی و علیرضا؛ کثیری‌نژاد، تقی(۱۳۸۹). چستی و چرایی برنامه‌ریزی راهبردی و بررسی الگوهای رایج آن، **دوماهنامه توسعه انسانی پلیس**، سال ۷، شماره ۳۳.
۲. تقوایی، مسعود و صفرآبادی، اعظم(۱۳۹۰). نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه‌ی پایدار گردشگری شهری مطالعه موردی شهر کرمانشاه، **فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک**، سال ۱، شماره ۴.
۳. قادری، اسماعیل؛ عزتی، عزت‌الله و حافظی‌زاده، شقایق(۱۳۸۸). راهکارهای استفاده از مراسم تاسوعا و عاشورا به- عنوان پتانسیل توریسم فرهنگی- مذهبی در محدوده بخش مرکزی تهران، **مجله علمی- پژوهشی فضای جغرافیایی**، شماره ۲۸، ۱۰۱-۷۶.
۴. مرکز آمار ایران(۱۳۹۰). **سرشماری نفوس و مسکن شهرستان تفت**.
۵. منشی‌زاده، رحمت‌الله (۱۳۸۴). **اندر مقوله گردشگری**، انتشارات مسعی.
۶. مهدی زاده، جواد (۱۳۸۹). **برنامه‌ریزی سناریویی گامی نو در برنامه‌ریزی راهبردی، فصلنامه جستارهای شهرسازی**، سال ۹، شماره ۳۲.
۷. دیناری (۱۳۸۵). **مذهب و گردشگری، مجله زائر**، شماره ۱۲۰، ۶۰-۵۴.
۸. منشی‌زاده و مرادی(۱۳۸۵). تأثیر گردشگران مذهبی بر روی فضاهای کالبدی شهر مشهد، **نشریه دانشکده علوم زمین**، شماره ۱۱، ۱۴۰-۱۲۵.
۹. مومنی، مصطفی؛ صرافی، مظفر و قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۸۷). ساختار گردشگری مذهبی- فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه کلان شهر مشهد، **جغرافیا و توسعه**، سال ۶، شماره ۱۱، ۲۵-۱.
۱۰. تاج، شهره و حافظی زاده؛ شقایق(۱۳۹۱). پتانسیل‌یابی فضاهای شهری در بخش مرکزی شهر تهران منظور ساماندهی اجرای مراسم فرهنگی- مذهبی با تاکید بر اجرای مراسم ایام محرم. **فصلنامه جغرافیا، سال ۱۲**، شماره ۴۷، ۴۳-۳۳.
۱۱. راسخون. <http://www.rasekhoon.net/article/show-62293.aspx>. برگرفته شده در تاریخ ۱۳۹۱/۰۸/۱۵.
۱۲. پورتال جامع استان یزد. <http://www.yazdchto.ir /SC.php? Type=static&id=104>. برگرفته شده در تاریخ ۱۳۹۱/۰۸/۰۷.
13. Bhuiyan, M. A. H., Siwar, C., Ismail, S. M., Islam, R., & Ehsan, D. (2011). Potentials of Islamic tourism: A case study of Malaysia on east coast economic region, **Australian Journal of Basic and Applied Sciences**, 5(6):1333-1340.
14. Da Graca Mougá Pocas Santos, M. (2003). Religious tourism: contributions towards a clarification of concepts. In: Fernandes, C., mcgettigan, F. And Edwards, J. (eds), **Religious Tourism and Pilgrimage ATLAS**, Fatima, Portugal.
15. Egresi, I., Kara, F., and Bayram, B. (2012). Economic Impact of Religious Tourism in Mardin, Turkey, **Journal of Economics and Business Research**, 7 .
16. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. **Tourism Management**, 29(3): 403-428 .

17. Gulevich, T. (2005). **Understanding Islam and Muslim traditions: an introduction to the religious practices, celebrations, festivals, observances, beliefs, folklore, customs, and calendar system of the world's Muslim communities, including an overview of Islamic history and geography**, Omnigraphics Inc.
18. Jackowski, A. and Smith, V.L. (1992). Polish pilgrim-tourists, **Annals of Tourism Research** 19: 92-106.
19. Poria, Y., Butler, R., and Airey, D. (2003). The core of heritage tourism, **Annals of Tourism Research**, 30(1):238-254.
20. Raj, R. and Morpeth, N. D. (2007). Religious tourism and management an international perspective.
21. Santos, M. (2003). **Religious tourism: Contributions towards a clarification of concepts, Religious tourism and pilgrimage**, Fatima, Portugal: Tourism Board of Leiria.
22. Shackley, M. (2003). **Management challenges for religion-based attractions**, In: Fyall, A. Garrod.
23. Shapley, R. and Priya S. (2005). **Tourism: a Sacred Journey? The Case of Ashram Tourism, India**.
24. Sherratt, B.W. and Hawkins, D.J. (1972). **Gods and Men**, Glasgow, UK.
25. UNWTO. (2007). **Tourism Highlights 2007 Edition**, available in www.unwto.com.

