



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
سال چهارم، شماره‌ی ۱۲، بهار ۱۳۹۴
صفحات ۹۲-۷۲

ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در ایران

* محمد رضا دهشیری

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۳/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۹/۱۵

چکیده

این مقاله به تبیین ویژگی‌های گردشگری مذهبی و اهمیت آن در رشد و توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی کشور با توجه به سیمای گردشگری مذهبی در ایران می‌پردازد. این تحقیق در پی پاسخگویی به این سؤال اساسی است که عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور کدامند؟ چه راهبردهایی را می‌توان جهت توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور تدوین و ارایه نمود؟ در این تحقیق، حمایت‌های معنوی و حمایت‌های مادی به‌عنوان متغیر مستقل و توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

در نهایت ضمن بررسی نظرات پژوهشگران مرتبط با پژوهشگاه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مرکز ملی مطالعات جهانی شدن در کلان‌شهر تهران، نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری تحقیق در خصوص رابطه‌ی حمایت‌های مادی و معنوی با توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور ارایه شده است. روش به‌کار گرفته شده در این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کمی و از نظر نحوه‌ی گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی است. روش نمونه‌گیری از جامعه در این تحقیق، تصادفی ساده بوده است و روایی و پایایی پرسش‌نامه نیز با استفاده از دیدگاه خبرگان و نیز آزمون آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفته است.

واژه‌گان کلیدی: گردشگری، گردشگری مذهبی، توسعه‌ی گردشگری مذهبی، حمایت‌های مادی، حمایت‌های معنوی، ایران.

مقدمه

صنعت گردشگری امروزه یکی از اقتصادی‌ترین فعالیت‌ها در چرخه‌ی ملی کشورها، به‌خصوص از جهت اشتغال و ارزآوری و رونق مناطق مختلف تلقی می‌شود که علاوه بر آن، دارای مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تأثیرات بین‌المللی خاص خود نیز است. به همین

* دانشیار دانشکده روابط بین‌الملل، وزارت امور خارجه (mohammadreza_dehshiri@yahoo.com)

دلیل، اغلب کشورهای جهان از این فعالیت پرجاذبه به‌منزله‌ی ابزاری راهبردی در جهت توسعه‌ی اقتصادی خویش استفاده می‌کنند. در عصر کنونی که از آن به «عصر جدید معنویت» نیز یاد می‌شود، (ملتون، ۱۹۹۵) سفرهای زیارتی و مذهبی بیش از گذشته مورد توجه قرار گرفته است و گردشگری مذهبی رشد و گسترش قابل توجهی یافته است به گونه‌ای که مذهب یکی از اصلی‌ترین انگیزه‌های سفر شناخته شده است. امروزه بازدید گردشگران از اماکن مقدس مانند زیارتگاه‌ها، مقابر و امامزاده‌ها در چارچوب گردشگری مذهبی یکی از اشتغال‌زاترین و پردرآمدترین فعالیت‌های اقتصادی به شمار می‌آید. و فواید آن به لحاظ اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی برای مردم و دولت هر کشور شایان توجه است؛ زیرا از طرفی با توسعه‌ی صنعت توریسم در مقصد مورد نظر زمینه‌ساز رونق بازار و تجارت‌های سودآور طی فرهنگ رهاوردخواهی گشته و با مناسک خاص در پارادایم دورکیمی می‌توان شاهد منافع اجتماعی آن در قالب همبستگی اجتماعی و خاطره جمعی بود؛ هم‌چنین از طریق گردشگری مذهبی می‌توان ضمن حفظ یادمان‌های تاریخی و مذهبی ملی، موجبات ارتقای شناخت جامعه‌ی بین‌المللی را از این سرمایه‌ی مذهبی-اجتماعی در کشور را فراهم کرده و در پس این شناخت ظرفیت گفتگوهای بینادینی و توانایی آن کشور در تقویت همزیستی مسالمت‌آمیز در جامعه‌ی جهانی را فراهم می‌آورد؛ لذا همان‌گونه که رشد سرمایه‌گذاری در گردشگری زمینه‌ی ارتقای اجتماعی و اقتصادی را در شهرها و روستاها فراهم می‌آورد، گردشگری مذهبی نیز به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از این صنعت که در کشور ما دارای صبغه‌ی قوی و تاریخی است نیز به توسعه‌ی شهرها و روستا کمک می‌کند و زمینه‌ی دستیابی آن‌ها را به توسعه‌ی پایدار در فرآیند ارتباط متقابل میان چهار رکن اساسی توسعه، یعنی توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیست‌محیطی فراهم می‌آورد؛ به گونه‌ای که ضمن ارتقای کیفیت زندگی میزبانان و تأمین تقاضای بازدیدکنندگان موجب خودآگاهی اجتماعی در رابطه با حفاظت از منابع محیطی و انسانی می‌شود.

مفهوم گردشگری مذهبی

گردشگری مذهبی، یکی از قدیمی‌ترین و پر رونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال، در سراسر جهان است که قدمت آن به تاریخ فرهنگ دینی می‌رسد (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۳). اگر به تاریخ سفرها و گردش‌های مذهبی نظری بیفکنیم، به گردش‌های مذهبی، چون فریضه‌ی حج و زیارت حرم نبوی، بارگاه ملکوتی امامان شیعه در عراق، عربستان و ایران، مراسم مقدس یونانیان باستان در معابد آپولون و سفرهای مصریان برای دیدار از فراغنه و ایرانیان باستان به معبد آناهیتا در کنگاور و نظایر آن برمی‌خوریم که هر یک به گونه‌ای، قدمت و رواج این شکل از گردشگری را در میان ملل مختلف نشان می‌دهند (رنجبران و زاهدی، ۱۳۸۴: ۷۵-۷۴).

تمرکز گردشگری مذهبی بر بازدید از اماکن و بناهای یادبود یا مقصدهای مذهبی است و هدف اولیه‌ی آن تقویت یک عقیده یا اظهار همراهی با آن است؛ حال آن‌که هدف گردشگری معنوی، کاوش عناصری از زندگی است که در ورای خویشتن فرد قرار دارند و به تعامل جسم و ذهن و روح او کمک می‌کنند. این عناصر ممکن است با دین ارتباط داشته یا نداشته باشند (چاکراواری^۱، ۲۰۱۲: ۱۲-۱۷).

اصطلاحات گردشگری مذهبی یا زیارت را می‌توان به‌عنوان مترادف یکدیگر به‌کار برد. بسیاری از اماکن، یادمان‌ها و مقصدهای مذهبی، حتی آن دسته از گردشگران میراث فرهنگی را که وابستگی‌های مذهبی ندارند، نیز جذب می‌کنند. برخی از گردشگران انگیزه‌های متعددی از بازدید دارند؛ از قبیل باورهای مذهبی، علاقه به معماری خاص مکان زیارتی و ارزش‌های تاریخی آن. از لحاظ نظری، گردشگری مذهبی تنها بازدیدکنندگانی را شامل می‌شود که به گروه مذهبی خاصی تعلق دارند و اساساً با هدف افزایش معرفت یا اظهار همراهی با کیش و عقیده‌ی خود اقدام به سفر می‌کنند.

اراییه‌ی یک مجموعه ویژگی برای این نوع گردشگران نیز کار دشواری است؛ زیرا می‌توانند از هر سن، جنسیت یا ملیتی باشند. با توجه به ماهیت عقیده یا دین می‌توان گفت که چه درصدی از پیروان آن عقیده، جویای گردشگری مذهبی هستند. (برای مثال، انتظار می‌رود تمام مسلمانان حداقل یک‌بار در دوران حیات خود به حج بروند) یکی از بهترین طبقه‌بندی‌های ارایه شده از جاذبه‌های گردشگری مذهبی متعلق به نولان^۲ و نولان^۳ (۱۹۸۹) است. آن‌ها سه گروه از این نوع جاذبه‌ها را از هم تفکیک می‌کنند:

- مرقد‌های زیارتی: مکان‌هایی که هدف سفرهای مذهبی هستند و در محل معمول زندگی مسافر قرار ندارند.
- جاذبه‌های گردشگری مذهبی: ساختارها یا سایت‌هایی با ارزش مذهبی که اهمیت تاریخی یا هنری نیز دارند.
- جشنواره‌هایی با مضامین مذهبی.

گردشگری مذهبی را می‌توان، پایدارترین نوع گردشگری معرفی کرد؛ زیرا زیارت و گردشگری مذهبی در باورها و اعتقادهای دینی - مذهبی ریشه دارد، و به مفهوم تخصصی خود و فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت، عامل مهم جغرافیای انسانی در شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم انداز فرهنگی است؛ با این همه، امروزه گردشگری مذهبی با همه‌ی اجزا و گونه‌های مختلف آن به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص، توانسته

¹ Chakravarty

² Nolan

³ Nolan

خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد؛ به‌گونه‌ای که حوزه‌ی نفوذ آن سراسر جهان را فراگرفته است (مومنی و همکاران ۱۳۸۷: ۱۳).

جاذبه‌های مذهبی، زیارت‌گاه‌ها و اماکن مقدس هرساله تعداد زیادی از گردشگران را به سوی خود جذب می‌کنند، تأسیسات اقامتی و پذیرایی این نوع از گردشگری مانند مسافرخانه‌ها و زائرسراها با توجه به بافت اجتماعی- فرهنگی و عقیدتی گردشگران و جامعه‌ی میزبان دارای ویژگی‌های خاص خود است که در هر کشوری از تنوع بسیار بالایی برخوردار است. نکته‌ی قابل توجه در این زمینه آن است که گردشگری مذهبی، تنها شکلی از اشکال گردشگری به شمار می‌آید که بر موانع آب و هوایی غلبه می‌نماید. «سینگ» یکی از نظریه‌پردازان این صنعت در این زمینه می‌گوید: «به‌نظر می‌رسد روحیه‌ی ادیسه بر موانع آب و هوایی غلبه می‌نماید؛ بدین ترتیب، با تغییرات فصل و تحولات آب و هوایی مشاهده می‌شود که تعداد توریسم و بازدید از شهرها و مراکز مذهبی دچار تغییر نمی‌شود» و این‌که برای این نوع گردشگر، تنها مقصد حائز اهمیت نیست. تجربه‌ی او از همان ابتدای ترک مبدأ آغاز می‌شود و تمام مسیر و وقایعی را که در طول مسیر با آن مواجه می‌شود، در بر می‌گیرد (میر، ۲۰۰۴).

ویکتور ترنر^۲ (۱۹۷۸) زیارت را به‌عنوان مقوله‌ای از مطالعات انسان‌شناختی مورد بررسی قرار داده است. او بیان می‌کند که زیارت، فعالیتی مذهبی است که افراد از طریق آن، بعد از پشت سر گذاشتن حصار زندگی کفرآلود خویش، به وضعیت آستانگی وارد می‌شوند؛ در حالی که محدودیت‌های معمول زندگی اجتماعی به‌طور موقت به حالت تعلیق در آمده‌اند، آن‌ها می‌توانند حسی از بازپیوست را همراه با سایر زائران تجربه نمایند. تألیفات اید و سالنو^۳ (۱۹۹۱) و مورینیس^۴ (۱۹۹۲) در مورد زیارت، کار ترنر را ارج نهاده و آن را نقطه‌ی شروعی برای نقد می‌دانند. آن‌ها اظهار می‌کنند که زائر برخلاف گردشگر به دنبال عناصر حاشیه‌ای و درک سطحی نیست و در جستجوی یافتن مرکزیت فرهنگ و اجتماع خویش است. هانافورد و نیوتن (۲۰۰۸) نیز معیارهایی را برای زیارت ارائه می‌دهند که پیرامون سه حوزه‌ی اصلی شکل گرفته‌اند:

الف) مادی، جنبه‌های فیزیکی، (ب) ابعاد تجربه‌ی شخصی، (ج) جنبه‌ی اندیشه‌پردازی^۵ که تفاوت بین تفریح^۶ گردشگری و بازآفرینی^۷ زائر را مورد تأکید قرار می‌دهد. به‌طور کلی، انگیزه‌های اصلی زیارت عبارت‌اند از: ادای یک تکلیف دینی، ابراز شیفتگی به یک بنای اعجاز‌آمیز یا رویداد مهم، آموزش گناهان، عبادت و طلب شفای بیماری، شرکت در

¹ Meyer

² Turner

³ Eade and Sallonow

⁴ Morinis

⁵ Ideational

⁶ Recreation

⁷ Re-creation

تجمعی عبادی با حضور یک رهبر دینی، مشاهده‌ی یک مراسم یا آیین دینی، شرکت در مراسم مذهبی خانوادگی، رفتن به مکانی که انتظار می‌رود واقعه‌ای اعجاز‌آمیز در آن‌جا به وقوع بپیوندد.

در یک تقسیم‌بندی کلی، جاذبه‌های مذهبی را می‌توان به شش دسته تقسیم نمود:

۱- مساجد ۲- امامزاده‌ها و بقعه‌ها ۳- آرامگاه‌ها و قبور ۴- تکیه‌ها و حسینیه‌های قدیمی ۵- آتشکده‌ها و آتشگاه‌ها ۶- صومعه‌ها و خانقاه‌ها. هریک از جاذبه‌های مذهبی فوق می‌توانند دارای بعد محلی، ملی، منطقه‌ای، فرامنطقه‌ای و بین‌المللی باشند. در یک تعریف کلی، می‌توان گردشگری مذهبی را گونه‌ای از گردشگری دانست که شرکت‌کنندگان در آن دارای انگیزه‌های مذهبی (منحصراً و یا به‌صورت ترکیب با سایر انگیزه‌ها) هستند که از اماکن مقدس نظیر کلیساها، مساجد، مقابر امامزاده‌ها و نظایر آن‌ها بازدید می‌کنند.

با توجه به تعریف بالا، می‌توان دو دسته‌ی مختلف از گردشگران مذهبی را مورد شناسایی قرار داد: دسته‌ی اول، کسانی که از اماکن مقدس دین خود بازدید می‌کنند؛ مانند مسلمانانی که به زیارت اماکن مقدس خود نظیر کعبه، عتبات عالیات و یا سایر اماکن متبرکه می‌روند و دسته‌ی دوم، کسانی که از اماکن مقدس سایر ادیان دیدن می‌کنند؛ به‌عنوان مثال افراد زیادی وجود دارند که مسیحی نیستند؛ اما از کلیساهای نقاط مختلف بازدید می‌کنند و یا مسیحیانی که به دیدن معابد بودایی‌ها یا سایر ادیان می‌روند.

کوهن (۱۹۹۶) بین انگیزه و تجربه‌ی گردشگران مختلف تمایز قابل می‌شود و آن‌ها را در گروه‌های تفریحی، انحرافی، تجربه‌ای، آزمایشی و وجودی قرار می‌دهد. سه دسته‌ی اول تا حدود زیادی از روزمرگی، بی‌حوصلگی یا از خودبیگانگی فراری هستند و لزوماً انتظار نیل به معنا را در جاهای دیگر ندارند؛ در طرف مقابل، گردشگران آزمایشی، مراکز معنوی را در طریق‌های متفاوت جایگزین جستجو می‌کنند و اغلب در تلاش برای یافتن خویش، زندگی یا آیین‌های اصیل را تجربه می‌کنند. در موارد بسیاری، آن‌ها معمولاً گردشگرانی جوان‌تر و پست مدرن هستند که برای مدتی در دیرهای هندو یا کیبوتزها اقامت می‌کنند؛ البته هیپی‌های پا به سن گذاشته‌ی دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی که هرگز مقصد را ترک نکردند و شاغلان خسته‌ی ۳۰ الی ۵۰ ساله‌ای را که می‌خواهند تجدید قوا کنند، هم می‌توان به این دسته افزود؛ از طرف دیگر، مسافران وجودی معمولاً به یک مرکز معنوی وفادارند و به‌طور نیمه دائم در آن‌جا حضور پیدا کرده یا به‌طور متناوب در زیارت‌های شخصی از آن دیدن می‌نمایند.

در جدول زیر ویژگی‌های گردشگران مذهبی و معنوی آورده شده و در برابر هم قرار گرفته‌اند: گردشگران دینی: وابستگی به یک دین یا گروه دینی خاص، علاقه‌مند به جستجوی روشن‌گری دینی، لذت بردن از دیدن سایت‌ها و چشم اندازه‌های دینی ویژه، همدلی با سایر

گردشگران مذهبی: زائران و جوامع محلی، مشارکت در سلوک آیینی، طلب وصال یا رستگاری معنوی.

گردشگران معنوی: داشتن رویکردی چند عقیده‌ای، علاقه‌مند به شکوفایی معنوی شخصی، لذت بردن از دیدن چشم اندازه‌های معنوی و عرفانی، جویای تعامل با اجتماعات محلی و بومی، مشارکت احتمالی در آیین‌ها و مناسک، امید به هماهنگی جسم و ذهن و روح. بدیهی است که گردشگری دینی و معنوی از حیث فعالیت، ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند، ولی انگیزه این گردشگران می‌تواند بسیار متفاوت باشد. در طول تاریخ سفرهای فراوانی برای نیل به روشن‌گری معنوی صورت گرفته‌اند ولی در جوامع پست مدرن این انگیزه‌ها به‌روز ماهیت غیر دینی‌تری پیدا می‌کنند.

ویژگی‌های سفرهای مذهبی

سفرهای مذهبی نیز همچون سایر سفرها دارای ویژگی‌هایی هستند که در زیر به چند مورد از آن‌ها اشاره می‌شود: ۱- گردشگری مذهبی دارای اثرات منفی زیست محیطی، فرهنگی و اجتماعی کمتری نسبت به سایر گونه‌های گردشگری است که شاید بخشی از این ویژگی به دلیل آموزه‌های مکاتب، ادیان و مذاهب زائران باشد و اینکه اغلب زائران افرادی آرام، اهل صلح و مطیع قانون هستند. ۲- فصلی بودن سفرهای مذهبی و اینکه بسیاری از اینگونه سفرها تنها در فصلهای خاصی صورت می‌گیرند. ۳- افرادی که دست به اینگونه سفرها می‌زنند به دلیل اینکه بیشتر در جست و جوی معنویات می‌باشند زیاد تنوع طلب نبوده و اکثراً به دنبال سادگی هستند. ۴- تمامی افراد از هر طبقه اجتماعی می‌توانند دست به اینگونه سفرها بزنند. به عبارت دیگر، اینگونه سفرها مختص طبقه خاصی از اجتماع نیست. تا جایی که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه که گردشگری در آن در مراحل ابتدایی خود به سر می‌برد گردشگری مذهبی، برای بسیاری از طبقات اجتماعی، تنها فرصت سفر 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 به وسیله بازدید از اماکن مذهبی و زیارتی پر می‌شود. ۵- اکثر سفرهای مذهبی و زیارتی به صورت گروهی و جمعی و به‌صورت سازمان دهی شده صورت می‌گیرند. ۶- برخی از سفرهای مذهبی از لحاظ اجرای فرامین مربوط به آن دین و یا مذهب، حالت اجباری و یا تاکیدی به‌خود می‌گیرند که به ناچار تمامی افراد مومن به آن دین یا مذهب مجبور به اجرای آن سفر دست کم برای یکبار می‌گردند (نظیر آنچه در دین اسلام مبنی بر زیارت خانه خدا که بر تمامی مسلمانان واجب است وجود دارد). ۷- مراکز مذهبی و زیارتی مکان‌هایی را برای دیدار و ارتباط مردم از فرهنگ‌ها و مناطق مختلف فراهم می‌کنند. ۸- تولید و فروش صنایع دستی قدیمی، طرح‌ها و تولیدات باستانی مناطق مختلف در مراکز مذهبی و زیارتی صورت می‌گیرد. ۹- گردشگری مذهبی دارای

جنبه‌های سیاسی نیز هست به طوری که بسیاری از اماکن مذهبی متعاقباً اماکن ملی نیز به شمار می‌آیند و بسیاری از اماکن مذهبی برای برپایی جشن‌های ملی مورد استفاده قرار می‌گیرند (رینچده^۱، ۱۹۹۲).

پیشینه تحقیق

مقاله «شناسایی استراتژی‌های توسعه‌ی سرمایه‌گذاری گردشگری مذهبی در ایران (مطالعه موردی: زیارتگاه امام رضا(ع))» به بررسی تأثیر عوامل داخلی و خارجی بر گردشگری مذهبی به عنوان مقوله‌ای چند وجهی می‌پردازد؛ و ضمن تحلیل نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های موجود در حوزه‌ی گردشگری مذهبی شهر مشهد، راهبردهای مناسب برای بهبود و توسعه سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی را در حوزه‌ی زیارت امام رضا (ع) پیشنهاد می‌دهد (حسن‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۳).

مقاله «بررسی عوامل مؤثر بر هزینه‌های گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر مقدس مشهد)»، ضمن بررسی نحوه هزینه‌ی گردشگران در فرآیند اقتصاد گردشگری، به واکاوی این موضوع می‌پردازد که بیشترین هزینه‌های گردشگران مذهبی در شهر مشهد به کدامیک از موارد هزینه‌ی غذا و خوراک، تفریحات، بازدید، تردد و حمل و نقل، اقامت، گشت و گذار، خدمات ارتباطی، خدمات شهری و مانند آن اختصاص دارد و معتقد است بر خلاف یافته‌های تحقیقات پیشین در مورد اختصاص بیش از ۶۰ درصد هزینه‌های گردشگری به اقامت در مقصد، یافته‌های تحقیق مزبور مؤید آن است که گردشگران کمترین هزینه را برای تأمین محل اقامت خود صرف کرده‌اند (بدری و طیبی، ۱۳۹۱).

مقاله «تحلیلی بر ظرفیت‌های توسعه‌ی گردشگری مذهبی- فرهنگی کلان شهر قم»، ضمن تجزیه و تحلیل نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه‌ی گردشگری در کلان شهر قم، به ارزیابی راهبردها و راهکارهایی جهت غلبه بر موانع و چالش‌های توسعه‌ی گردشگری با استفاده بهینه از جاذبه‌های مذهبی و تاریخی و فرهنگی شهر قم می‌پردازد و بهبود زیرساخت‌های اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و فرهنگی را در این زمینه ضروری می‌داند (شاپورآبادی و سیزآبادی، ۱۳۹۰).

مقاله «تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران (فراتحلیلی از تحقیقات موجود)»، ضمن بررسی پیامدهای متنوع گردشگری مذهبی با استفاده از روش فراتحلیل، اثرات گردشگری مذهبی را در چهار بخش: اقتصادی، سیاسی و برنامه‌ای، اجتماعی و فرهنگی مورد بررسی قرار می‌دهد و معتقد است که گردشگری مذهبی موجب بهبود زیرساخت‌های اساسی در منطقه، ایجاد اشتغال، افزایش درآمدها و بهبود اقتصادی شهرهای پذیرای گردشگری، تصویب برنامه‌ها و اعمال سیاستی برای افزایش میزان گردشگران، افزایش کیفیت زندگی، بالا

¹ Rinschede

رفتن امکانات رفاهی، افزایش انسجام اجتماعی، انتقال و اشتراک فرهنگی و حفظ ارزش‌ها می‌شود (فیروزجانیان و همکاران، ۱۳۹۳).

بررسی ادبیات پژوهش گواه آن است که آثار قابل توجهی در زمینه گردشگری مذهبی به رشته تحریر درآمده‌اند ولی آثار مزبور کمتر بر نقش حمایت‌های مادی و معنوی برای تقویت صنعت گردشگری مذهبی تاکید داشته‌اند؛ هم‌چنین از نظر ابعاد متغیرهای مستقل بر گردشگری مذهبی دامنه محدودی را هم از نظر تعداد و هم از نظر ابعاد در نظر گرفته‌اند که در این تحقیق قصد بر این است تا این موارد لحاظ گردد.

سیمای گردشگری مذهبی در جهان امروز

گردشگری مذهبی در جهان امروز، روند رو به افزایشی داشته است و این روند، تمامی ادیان و مذاهب را در سراسر جهان در برمی‌گیرد. مهم‌ترین نقاط گردشگری جهان را می‌توان در اروپا، آسیا و خاورمیانه جست.

افزایش تعداد گردشگران اماکن زیارتی در اروپا از جمله واتیکان در رم، در چند سال گذشته، مورد توجه کارشناسان گردشگری سراسر جهان قرار گرفته است. آسیا و پاسیفیک را با توجه به اماکن مذهبی ادیان مختلف، باید برخوردار از مهم‌ترین جاذبه‌های زیارتی و گردشگری مذهبی در دنیا دانست، به‌گونه‌ای مهد ادیان بزرگ الهی چون اسلام، مسیحیت، یهودیت، بودیسم، هندویسم، تائوئیسم و ... در این منطقه قرار گرفته و سازمان جهانی گردشگری در گزارش خود در سال ۲۰۱۱ اذعان داشته که بیش از نیمی از زائران و گردشگران مذهبی به این منطقه سفر می‌کنند. عربستان، ایران، عراق، تایلند، هند، کامبوج، سری لانکا و غیره. از مهم‌ترین مقاصد گردشگران مذهبی در آسیا به شمار می‌آیند. در حال حاضر، کشورهای ایران، سوریه، عراق و عربستان، چهار کشور مقصد زیارتی خاورمیانه هستند. این در حالی است که در سال‌های اخیر، کشورهای مسلمان دیگر نیز با سرمایه‌گذاری قابل توجه، برای جذب بیشتر گردشگران، تلاش گسترده‌ای را آغاز کرده‌اند. گردشگری در مجموع در منطقه خاورمیانه در سال‌های اخیر، روند رو به رشدی داشته است، چنان که سازمان جهانی گردشگری از رشد ۱۳ درصدی گردشگری در این منطقه در سال ۲۰۱۰ نسبت به سال قبل خبر داده است (مجله اقتصاد^۱، ۲۰۱۳) برآورد می‌شود که حدود ششصد میلیون سفر مذهبی و معنوی ملی و بین‌المللی در جهان وجود دارد. بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری، ۶۰ درصد از جمعیت جهان مناسب یکی از ادیان را عمل می‌کنند (سازمان جهانی گردشگری^۲، ۲۰۱۱). صاحب‌نظران صنعت گردشگری بر این باورند که به لحاظ موقعیت فرهنگی و مذهبی خاص ایران در میان کشورهای اسلامی، گردشگری مذهبی جای رشد و توسعه بسیاری در

¹ The Economist

² UNWTO

ایران دارد. به‌خصوص اینکه زیارت، هدف اول سفر بسیاری از مسلمانان و شیعیان است. متأسفانه ایران با وجود ۸ هزار و ۹۱۹ مکان مذهبی مقدس، هنوز فاقد ساماندهی تخصصی و متمرکز بوده و این وضعیت نابسامان حتی در شهرهای مهمی چون مشهد و قم نیز مشاهده می‌شود. این در حالی است که از این تعداد، دست‌کم ۴ هزار و ۳۱۹ اثر، در زمره آثار ثبت شده در فهرست میراث ملی نیز قرار دارند و افزون بر داشتن جاذبه زیارتی، دارای جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی هم هستند. مشهد، قم و شیراز را می‌توان مهم‌ترین شهرهای مذهبی ایران دانست؛ هرچند در گوشه و کنار ایران، اماکن مذهبی بسیاری چون امامزادگان و مساجد بسیاری به چشم می‌خورد؛ اما این سه شهر و به‌خصوص مشهد و قم، برای گردش‌گران مذهبی داخلی و خارجی، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است؛ به‌گونه‌ای که ۵۵ درصد گردش‌گران خارجی در ایران را گردش‌گران مذهبی تشکیل می‌دهند؛ هرچند ایران در میان کشورهای اسلامی، از کشورهایی با پتانسیل قوی در زمینه گردشگری مذهبی به‌شمار می‌رود. با وجود این، در عرصه‌ی بازار توریسم مذهبی کشورهایی چون مراکش، مصر، ترکیه و مالزی از میان کشورهای اسلامی، در زمره‌ی کشورهای برتر در جذب توریسم در سطح جهان به‌شمار می‌روند (اوکوات^۱، ۲۰۱۰: ۳۰۲).

چارچوب نظری تحقیق

حمایت دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی از کارآفرینان، مراکز و نظام‌های آموزشی مرتبط با گردشگری مذهبی و نقش آن در فرآیند توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی موجب گردیده که جوامع کشورهای توریست‌پذیر بخش عمده‌ای از درآمد دولت را به صنعت توریسم مذهبی اختصاص دهند و سیاستگذاران دولت‌ها به حمایت از دست‌اندرکاران و گردانندگان چرخه این صنعت اهتمام ورزند.

بوریس ووکونیچ در زمینه گردشگری مذهبی به بررسی تأثیرات اقتصادی و فرهنگی آن می‌پردازد و نقش دولت‌ها را در حمایت مادی و معنوی در این زمینه مورد واکاوی قرار می‌دهد (ویوکونیک^۲، ۱۹۹۸: ۸۳-۹۴). در این رهگذر، آرسن موضوع را از جنبه حمایت فرهنگی بررسی می‌کند (آرسین^۳، ۲۰۰۸).

از سوی دیگر، هیتریک گردشگری مذهبی را مفهومی هم‌افزا و ترکیبی و به‌عنوان پدیده‌ای پیچیده و چند بعدی و دارای ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مطرح می‌کند و مطالعه آن را با توجه به برخورداری از موضوعات و کارکردهای متفاوت نیازمند اتخاذ رویکردی میان‌رشته‌ای به‌منظور یافتن یک پایه نظری کافی برای یافتن پاسخ‌های علمی به مشکلات می‌داند اما در عین حال توریسم مذهبی را از منظر نقش آن در تنظیم قواعد رفتاری پر اهمیت قلمداد

¹ Okhovat

² Vukonic

³ Arsene

می‌کند و نقش دولتها را در حمایت معنوی و تقویت چشم‌انداز بشر دوستانه‌ی گردشگری مذهبی مؤثر می‌داند (هیتریک^۱، ۱۹۹۰: ۹-۴۹).

همچنین دی جیوونین نقش حمایت‌های مادی و معنوی را در توسعه کشورها از منظر گردشگری فرهنگی مؤثر می‌داند و بر فرهنگ سازی در این زمینه تاکید می‌ورزد (دیگوین^۲، ۲۰۱۰: ۲۷۱-۲۸۸).

با عنایت به دیدگاه‌های فوق، مقاله حاضر حمایت‌ها از گردشگری مذهبی را به دو بخش معنوی و مادی با پارامترهای زیر تقسیم نموده است:

الف) حمایت‌های معنوی

- بسترسازی و ترویج فرهنگ توریسم مذهبی در سطح جامعه
- نشان دادن تاثیرگذاری مادی و معنوی صنعت توریسم مذهبی در زندگی همه شهروندان.
- نشان دادن اهمیت رشته‌های تحصیلی مرتبط با صنعت توریسم مذهبی برای جوانان و امکان اشتغالزایی فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها.
- ارتقای جایگاه علمی و اجتماعی استادان و متولیان آموزش رشته‌های صنعت توریسم مذهبی.
- برگزاری کنگره‌های بین‌المللی، برپایی سمینارهای ملی و سمپوزیوم‌های تخصصی درباره توریسم مذهبی.
- ایجاد امکانات تبادل استاد، دانشجو و تکنولوژی صنعت توریسم مذهبی فیما بین کشورها و ملل مختلف

▪ عدم دخالت دولت در اجرای برنامه‌های صنعت توریسم مذهبی (خصوصی‌سازی واقعی)

▪ برنامه‌ریزی، سیاستگذاری و نظارت کامل بر روند صنعت توریسم مذهبی.

ب) حمایت‌های مادی

- سرمایه‌گذاری جهت تدوین و یا اصلاح ساختاری در مباحث توریسم مذهبی.
- اختصاص اعتبار و بودجه کافی برای امور پژوهشی در صنعت توریسم مذهبی.
- امکان دسترسی سریع و سهل به تسهیلات اداری و مالی جهت متقاضیان صنعت گردشگری مذهبی.
- ایجاد مراکز آموزشی، امکانات توریستی اعم از هتل، هتل آپارتمان، اصلاح ساختار ناوگان ترابری مطابق با استانداردهای بین‌المللی و سایت‌های مختلف توریستی
- سرمایه‌گذاری برای تبلیغات و آموزش‌های عمومی و ایجاد شبکه‌های آموزشی مکانیزه و الکترونیکی از راه دور در عرصه‌ی توریسم مذهبی.

در واقع، سرزمین ایران با داشتن پتانسیل‌های قابل طرح اعم از تصویری، طبیعی، فرهنگی و سایر قابلیت‌ها، دارای جذابیت‌هایی ویژه برای جهانگردان، خصوصاً جهانگردان فرهنگی مذهبی و مورد توجه بخش بزرگی از گردشگری بین‌المللی است. از سوی دیگر، با عنایت دولت‌مردان و متولیان صنعت توریسم در ایران خصوصاً مسولان سازمان میراث فرهنگی،

¹ Hitrec

² Di Giovine

صنایع‌دستی و گردشگری کشور که در راس آن معاون رئیس جمهور قرار گرفته است و با برنامه‌ریزی توسعه یافته و توجه ویژه این سازمان به صنعت گردشگری بستر لازم برای پذیرش گردشگران فرهنگی و توسعه صنعت توریسم خصوصاً در عرصه توریسم فرهنگی مذهبی فراهم شده است. در این عرصه، شایسته است تلاش‌ها مضاعف گردد و بر تقویت همکاری با سرمایه‌گذاران، مدیران، دست‌اندرکاران بخش خصوصی اعم از مدیران واحدهای آموزشی، هتلداران، آژانس‌های مسافرتی و مدیران سایت‌های مختلف توریستی تأکید گردد.

اهداف تحقیق

هدف اصلی: شناسایی نقش حمایت‌های معنوی و مادی در توسعه‌ی گردشگری مذهبی کشور
اهداف فرعی: شناسایی نقش حمایت‌های مادی در توسعه‌ی گردشگری مذهبی کشور، شناسایی نقش حمایت‌های معنوی در توسعه‌ی گردشگری مذهبی کشور

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی اول: مؤلفه‌های حمایت‌های مادی توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کنند.

فرضیه فرعی اول: مؤلفه سرمایه‌گذاری جهت تدوین و یا اصلاح ساختاری در مباحث توریسم توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

فرضیه فرعی دوم: مؤلفه برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و نظارت کامل بر روند صنعت توریسم توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

فرضیه فرعی سوم: مؤلفه عدم دخالت در اجرای برنامه‌های صنعت توریسم توسط دولت (خصوصی‌سازی واقعی) توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

فرضیه فرعی چهارم: مؤلفه اختصاص اعتبار و بودجه کافی برای امور پژوهشی در صنعت توریسم، توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

فرضیه فرعی پنجم: مؤلفه امکان دسترسی سریع و سهل به تسهیلات اداری و مالی جهت متقاضیان ایجاد مراکز آموزشی، امکانات توریستی اعم از هتل، هتل آپارتمان، اصلاح ساختار ناوگان ترابری مطابق با استانداردهای بین‌المللی و سایت‌های مختلف توریستی، توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

فرضیه فرعی ششم: مؤلفه سرمایه‌گذاری برای تبلیغات و آموزش‌های عمومی و ایجاد شبکه‌های آموزشی مکانیزه و الکترونیکی از راه دور توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند. مؤلفه‌های حمایت‌های معنوی توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کنند.

فرضیه فرعی هفتم: مؤلفه بسترسازی و ترویج فرهنگ توریسم در سطح جامعه توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

فرضیه فرعی هشتم: مؤلفه نشان دادن تاثیرگذاری مادی و معنوی صنعت توریسم در زندگی همه شهروندان توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.
فرضیه فرعی نهم: مؤلفه نشان دادن اهمیت رشته‌های تحصیلی مرتبط با صنعت توریسم برای جوانان و امکان اشتغالزایی فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

فرضیه فرعی دهم: مؤلفه ارتقای جایگاه علمی و اجتماعی استادان و متولیان آموزش رشته‌های صنعت توریسم توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.
فرضیه فرعی یازدهم: مؤلفه برگزاری کنگره‌های بین‌المللی، برپایی سمینارهای ملی و سمپوزیوم‌های تخصصی توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.
فرضیه فرعی دوازدهم: مؤلفه ایجاد امکانات تبادل استاد، دانشجو و تکنولوژی صنعت توریسم فیما بین کشورها و ملل مختلف توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

روش تحقیق

با توجه به اینکه تحقیق حاضر با قصد کاربرد نتایج یافته‌هایش برای توسعه گردشگری مذهبی کشور انجام می‌شود، بنابراین، روش آن بر اساس هدف از نوع کاربردی است و از آن‌جا که پژوهش حاضر برای شناسایی و توصیف نقش حمایت‌های معنوی و مادی در توسعه گردشگری مذهبی کشور صورت می‌گیرد، لذا، از ماهیتی توصیفی برخوردار است.

جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه پژوهشگران مرتبط با پژوهشگاه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و مرکز ملی مطالعات جهانی شدن در کل شهر تهران مشتمل بر ۴۰۰ نفر بوده است. که با توجه به فرمول زیر، اندازه نمونه ۱۷۲ نفر برآورد گردید؛ لذا محقق اقدام به توزیع ۲۰۰ پرسش‌نامه بین کارکنان نهاد پژوهشی مذکور نموده که داده‌های ۱۸۲ پرسش‌نامه قابل استفاده بوده است.

$$n = \frac{(N \times z^2 \times \hat{\sigma}^2)}{(N \times d^2 + z^2 \times \hat{\sigma}^2)} \quad (1)$$

$$n = \frac{400(1.96)^2 \times 0.195}{400(0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.195} = 172$$

نحوه سنجش متغیرهای (عوامل) مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در ایران

محقق بر اساس روش لیکرت به سنجش متغیرها مبادرت نمود که در دو جنبه حمایت مادی و معنوی به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفت.

روش آزمون و تحلیل‌های آماری

محقق در گام نخست اعتبار داده‌های جمع‌آوری شده را محک زد تا مشخص نماید اطلاعات استخراج شده از پرسش‌نامه تا چه میزان با واقعیت‌های اجتماعی تطبیق و تطابق دارند. برای این منظور ضریب آلفای کرونباخ رامحاسبه نمود (جهانبخش، ۱۳۸۲: ۴۳). اطلاعات جمع‌آوری شده، دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل گردید. محقق در گام بعدی با استفاده از آمار توصیفی، اطلاعات جمع‌آوری شده را با تهیه جدول توزیع فراوانی خلاصه کرده و به کمک نمودار نشان داده است. و با استفاده از آماره کاسکوئر رابطه بین متغیرهای مستقل (مؤلفه‌های تسهیل‌کننده حمایت‌های معنوی و مادی) و متغیر وابسته (توسعه‌ی گردشگری مذهبی کشور) را از طریق آزمون کاسکوئر بررسی نمود و سپس با استفاده از محاسبه ضریب توافقی شدت تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته مشخص گردید.

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه فرعی اول: مؤلفه سرمایه‌گذاری جهت تدوین و یا اصلاح ساختاری در مباحث توریسم توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کاسکوئر محاسبه شده برابر $165/53$ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $16 = (r-1) \times (m-1)$ مساوی $26/29$ می‌باشد. این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد؛ لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت سرمایه‌گذاری جهت تدوین و یا اصلاح ساختاری در مباحث توریسم توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند. و ضریب توافقی سرمایه‌گذاری جهت تدوین و یا اصلاح ساختاری در مباحث توریسم بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور $0/39$ است این بدان معنا است که شدت تسهیل‌کنندگی سرمایه‌گذاری جهت تدوین و یا اصلاح ساختاری در مباحث توریسم توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور نسبتاً ضعیف است به عبارت دیگر، اصلاح ساختارها در رونق صنعت گردشگری مذهبی از درجه اهمیت اندکی برخوردار است و شاید اهتمام به اصلاح فرآیندها از اهمیت بیشتری در این زمینه برخوردار باشد که در ادامه مورد واکاوی و آزمون قرار می‌گیرد.

فرضیه فرعی دوم: مؤلفه برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و نظارت کامل بر روند صنعت توریسم توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود مقدار کاسکوئر محاسبه شده برابر $144/55$ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $12 = (r-1) \times (m-1)$ مساوی $26/026$ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد.

بنابر این با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت مؤلفه برنامه ریزی، سیاستگذاری و نظارت کامل بر روند صنعت توریسم توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می کند. و ضریب توافقی برنامه ریزی، سیاستگذاری و نظارت کامل بر روند صنعت توریسم بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور ۰/۴۶ است این بدان معنا است که شدت تسهیل کنندگی برنامه ریزی، سیاستگذاری و نظارت کامل بر روند صنعت توریسم بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور کمی کمتر از حد متوسط می باشد.

فرضیه فرعی سوم: مؤلفه عدم دخالت در اجرای برنامه های صنعت توریسم توسط دولت (خصوصی سازی واقعی) توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می کند.

در رابطه با فرضیه سوم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کای اسکوئر محاسبه شده برابر ۲۷/۷۰ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $8 = (r-1) \times (m-1)$ مساوی ۱۵/۵۰ شد این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می گیرد لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می گردد. بنابر این با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت عدم دخالت در اجرای برنامه های صنعت توریسم توسط دولت (خصوصی سازی واقعی) توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می کند و ضریب توافقی عدم دخالت در اجرای برنامه های صنعت توریسم توسط دولت (خصوصی سازی واقعی) بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور ۰/۲۲ است این بدان معنا است که شدت تسهیل کنندگی عدم دخالت در اجرای برنامه های صنعت توریسم توسط دولت (خصوصی سازی واقعی) بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور خیلی ضعیف است.

فرضیه فرعی چهارم: مؤلفه اختصاص اعتبار و بودجه کافی برای امور پژوهشی در صنعت توریسم توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می کند.

در رابطه با فرضیه چهارم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کای اسکوئر محاسبه شده برابر ۲۷/۸۸ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $8 = (r-1) \times (m-1)$ مساوی ۱۵/۵۰ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می گیرد لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می گردد. بنابر این با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت اختصاص اعتبار و بودجه کافی برای امور پژوهشی در صنعت توریسم توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می کند. و ضریب توافقی اختصاص اعتبار و بودجه کافی برای امور پژوهشی در صنعت توریسم بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور ۰/۲۲ است این بدان معنا است که شدت تسهیل کنندگی اختصاص اعتبار و بودجه کافی برای امور پژوهشی در صنعت توریسم توسعه گردشگری مذهبی در کشور خیلی ضعیف است.

فرضیه فرعی پنجم: مؤلفه امکان دسترسی سریع و سهل به تسهیلات اداری و مالی جهت متقاضیان ایجاد مراکز آموزشی، امکانات توریستی اعم از هتل، هتل آپارتمان، اصلاح ساختار ناوگان ترابری مطابق با استانداردهای بین‌المللی و سایت‌های مختلف توریستی توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

در رابطه با فرضیه پنجم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کای اسکوئر محاسبه شده برابر $92/84$ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $8 = (m-1) \times (r-1)$ مساوی $15/50$ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابر این با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت مؤلفه امکان دسترسی سریع و سهل به تسهیلات اداری و مالی جهت متقاضیان ایجاد مراکز آموزشی، امکانات توریستی اعم از هتل، هتل آپارتمان، اصلاح ساختار ناوگان ترابری مطابق با استانداردهای بین‌المللی و سایت‌های مختلف توریستی توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند. و ضریب توافقی امکان دسترسی سریع و سهل به تسهیلات اداری و مالی جهت متقاضیان ایجاد مراکز آموزشی، امکانات توریستی اعم از هتل، هتل آپارتمان، اصلاح ساختار ناوگان ترابری مطابق با استانداردهای بین‌المللی و سایت‌های مختلف توریستی توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور $0/38$ می‌باشد این بدان معنا است که شدت تسهیل‌کنندگی امکان دسترسی سریع و سهل به تسهیلات اداری و مالی جهت متقاضیان ایجاد مراکز آموزشی، امکانات توریستی اعم از هتل، هتل آپارتمان، اصلاح ساختار ناوگان ترابری مطابق با استانداردهای بین‌المللی و سایت‌های مختلف توریستی توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور ضعیف است.

فرضیه فرعی ششم: مؤلفه سرمایه‌گذاری برای تبلیغات و آموزش‌های عمومی و ایجاد شبکه‌های آموزشی مکانیزه و الکترونیکی از راه دور توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

در رابطه با فرضیه ششم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کای اسکوئر محاسبه شده برابر $34/35$ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $4 = (m-1) \times (r-1)$ مساوی $9/48$ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابر این با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت سرمایه‌گذاری برای تبلیغات و آموزش‌های عمومی و ایجاد شبکه‌های آموزشی مکانیزه و الکترونیکی از راه دور توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند و ضریب توافقی سرمایه‌گذاری برای تبلیغات و آموزش‌های عمومی و ایجاد شبکه‌های آموزشی مکانیزه و الکترونیکی از راه دور بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور $0/29$ است این بدان معنا است که شدت تسهیل‌کنندگی

سرمایه‌گذاری برای تبلیغات و آموزش‌های عمومی و ایجاد شبکه‌های آموزشی مکانیزه و الکترونیکی از راه دور بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور ضعیف است. فرضیه اصلی اول: مؤلفه‌های حمایت‌های مادی توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کنند.

در رابطه با فرضیه اصلی اول، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کا اسکوتر محاسبه شده برابر ۱۲۲۸ و مقدار بحرانی کای اسکوتر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $(m-1) \times (r-1) = 20$ مساوی ۳۱/۴۱ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابر این با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که مؤلفه‌های حمایت‌های مادی توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کنند. ضریب توافقی محاسبه شده (۰/۷۲۸) نشان می‌دهد که تأثیر حمایت‌های مادی بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور قوی می‌باشند.

فرضیه فرعی هفتم: مؤلفه بسترسازی و ترویج فرهنگ توریسم در سطح جامعه توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

در رابطه با فرضیه فرعی هفتم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کا اسکوتر محاسبه شده برابر ۱۴۷/۹۴ و مقدار بحرانی کای اسکوتر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $(m-1) \times (r-1) = 16$ مساوی ۲۶/۲۹ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابر این با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت بسترسازی و ترویج فرهنگ توریسم در سطح جامعه توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند. و ضریب توافقی بسترسازی و ترویج فرهنگ توریسم در سطح جامعه بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور ۰/۳۹ می‌باشد این بدان معنا است که شدت تسهیل‌کنندگی بسترسازی و ترویج فرهنگ توریسم در سطح جامعه بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور نسبتاً ضعیف می‌باشد.

فرضیه فرعی هشتم: مؤلفه نشان دادن تأثیرگذاری مادی و معنوی صنعت توریسم در زندگی همه شهروندان توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

در رابطه با فرضیه فرعی هشتم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کا اسکوتر محاسبه شده برابر ۱۶۳/۷۴ و مقدار بحرانی کای اسکوتر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $(m-1) \times (r-1) = 12$ مساوی ۲۱/۰۲۶ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابر این با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت نشان دادن تأثیرگذاری مادی و معنوی صنعت توریسم در زندگی همه شهروندان توسعه گردشگری مذهبی در کشور

را تسهیل می‌کند. و ضریب توافقی نشان دادن تاثیرگذاری مادی و معنوی صنعت توریسم در زندگی همه شهروندان بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور ۰/۴۸ می‌باشد این بدان معنا است که شدت تسهیل‌کنندگی نشان دادن تاثیرگذاری مادی و معنوی صنعت توریسم در زندگی همه شهروندان بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور کمی کمتر از حد متوسط است فرضیه فرعی نهم: مؤلفه نشان دادن اهمیت رشته‌های تحصیلی مرتبط با صنعت توریسم برای جوانان و امکان اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

در رابطه با فرضیه فرعی نهم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کاسکوئر محاسبه شده برابر $۱۶۵/۵۳$ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $۸ = (r-1) \times (m-1)$ مساوی $۱۵/۵۰$ می‌باشد این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر می‌باشد و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد؛ لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت نشان دادن اهمیت رشته‌های تحصیلی مرتبط با صنعت توریسم برای جوانان و امکان اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند. ضریب توافقی $(۰/۳۱۲)$ نشان‌دهنده‌ی اهمیت رشته‌های تحصیلی مرتبط با صنعت توریسم برای جوانان است و بیانگر آنست که امکان اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند. این بدان معنا است که شدت تسهیل‌کنندگی نشان دادن اهمیت رشته‌های تحصیلی مرتبط با صنعت توریسم برای جوانان و امکان اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان این رشته‌ها بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور خیلی ضعیف است.

فرضیه فرعی دهم: مؤلفه ارتقا جایگاه علمی و اجتماعی استادان و متولیان آموزش رشته‌های صنعت توریسم توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

در رابطه با فرضیه فرعی دهم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کاسکوئر محاسبه شده برابر $۵۰/۹۲$ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای ۵ درصد و درجه آزادی $۸ = (r-1) \times (m-1)$ مساوی $۱۵/۵۰$ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابر این با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت ارتقا جایگاه علمی و اجتماعی استادان و متولیان آموزش رشته‌های صنعت توریسم توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند. و ضریب توافقی ارتقا جایگاه علمی و اجتماعی استادان و متولیان آموزش رشته‌های صنعت توریسم بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور $۰/۲۹$ است این بدان معنا است که شدت تسهیل‌کنندگی ارتقا جایگاه علمی و اجتماعی استادان و متولیان آموزش رشته‌های صنعت توریسم بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور خیلی ضعیف است.

فرضیه فرعی یازدهم: مؤلفه برگزاری کنگره‌های بین‌المللی، برپایی سمینارهای ملی و سمپوزیوم‌های تخصصی توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

در رابطه با فرضیه یازدهم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کای اسکوئر محاسبه شده برابر $37/61$ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای 5% و درجه آزادی $8 = (r-1) \times (m-1)$ مساوی $15/50$ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد؛ لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابر این با اطمینان 95% درصد می‌توان گفت برگزاری کنگره‌های بین‌المللی، برپایی سمینارهای ملی و سمپوزیوم‌های تخصصی توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند. و ضریب توافقی برگزاری کنگره‌های بین‌المللی، برپایی سمینارهای ملی و سمپوزیوم‌های تخصصی بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور $0/25$ می‌باشد این بدان معنا است که شدت تسهیل‌کنندگی برگزاری کنگره‌های بین‌المللی، برپایی سمینارهای ملی و سمپوزیوم‌های تخصصی بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور ضعیف است.

فرضیه فرعی دوازدهم: مؤلفه ایجاد امکانات تبادل استاد، دانشجو و تکنولوژی صنعت توریسم فیما بین کشورها و ملل مختلف توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند.

در رابطه با فرضیه دوازدهم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کای اسکوئر محاسبه شده برابر $21/30$ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای 5% و درجه آزادی $4 = (r-1) \times (m-1)$ مساوی $9/48$ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در ناحیه H_1 قرار می‌گیرد لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابر این با اطمینان 95% درصد می‌توان گفت ایجاد امکانات تبادل استاد، دانشجو و تکنولوژی صنعت توریسم فیما بین کشورها و ملل مختلف توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کند. و ضریب توافقی ایجاد امکانات تبادل استاد، دانشجو و تکنولوژی صنعت توریسم فیما بین کشورها و ملل مختلف بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور $0/24$ است این بدان معنا است که شدت ایجاد امکانات تبادل استاد، دانشجو و تکنولوژی صنعت توریسم فیما بین کشورها و ملل مختلف بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور ضعیف می‌باشد.

فرضیه اصلی دوم: مؤلفه‌های حمایت‌های معنوی توسعه گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کنند.

در رابطه با فرضیه اصلی دوم، نتایج تحقیق نشان داد، مقدار کای اسکوئر محاسبه شده برابر $77/49$ و مقدار بحرانی کای اسکوئر در سطح خطای 5% و درجه آزادی $20 = (r-1) \times (m-1)$ مساوی $31/41$ است این مقدار در مقایسه مقدار بحرانی جدول بیشتر است و آماره آزمون در

ناحیه H_1 قرار می‌گیرد؛ لذا فرض مخالف مبنی بر عدم تأثیر مستقل بر متغیر وابسته رد و فرض تحقیق تایید می‌گردد. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد و با ضریب توافقی ۲۱ درصد می‌توان گفت که حمایت‌های معنوی توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را تسهیل می‌کنند. و ضریب توافقی محاسبه شده نشان می‌دهد که حمایت‌های معنوی بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور ضعیف می‌باشند. از این‌رو، شایسته است دولت در کنار نظارت و کنترل بر جنبه‌های تشویقی و حمایتی تاکید نماید تا سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در این حوزه رغبت بیشتری نشان دهند.

نتیجه گیری

با عنایت به آنچه گذشت می‌توان اذعان داشت که مدیریت تحول از اهمیت فزاینده‌ای در ارتقای صنعت گردشگری مذهبی برخوردار است که مختصات آن را پیوند وثیق و هماهنگی انسجام یافته بین ساختارها، فرآیندها و کارگزاران تشکیل می‌دهد. در این رهگذر، علاوه بر اهتمام به تقویت بینای ذهنیتهای مشترک برای دستیابی به خرد جمعی تفاهمی شایسته است برنامه‌ریزی سنجیده و مرحله‌ای برای رونق عینی گردشگری مذهبی در کنار آموزش و توانمندسازی افراد دخیل در این صنعت مورد تاکید قرار گیرد. ارزیابی تأثیرگذاری بیشتر عوامل معنوی در مقایسه با عوامل مادی در توسعه‌ی گردشگری مذهبی کشور از سوی جامعه آماری پژوهش گواه آن است که نشان دادن تأثیرگذاری مادی و معنوی صنعت توریسم بر زندگی همه شهروندان به گونه‌ای که خودآگاهی و نیز احساس اثر بخشی در مورد تأثیرگذاری ملموس توسعه‌ی گردشگری مذهبی بر زندگی آحاد مردم بوجود آید از اهمیت مضاعفی در توسعه‌ی گردشگری کشور برخوردار است. از این‌رو ذهنیت‌سازی مثبت و حساس سازی ایجابی در باره اثرات گردشگری مذهبی در جامعه و نیز اهتمام به جامعه‌پذیری با تأکید بر آموزش شهروندان نقشی کلیدی در اقبال عمومی به این صنعت و توسعه‌ی گردشگری مذهبی ایفا می‌کند. افزون بر این، عامل دوم تأثیرگذار از منظر پرسش شوندگان یکی از عوامل مادی یعنی مؤلفه برنامه‌ریزی، سیاستگذاری و نظارت کامل بر روند صنعت توریسم و توسعه و بهسازی امور ساختاری در این صنعت از اهمیت در خور توجهی برخوردار است. در این میان، توجه به جنبه‌های علمی در عرصه‌ی سیاستگذاری و برنامه‌ریزی و اهتمام به تقویت نظام‌مند نظارت بر صنعت توریسم می‌تواند موجبات توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور را فراهم کند. بدین ترتیب، مشخص می‌گردد که در صورتی شاهد توسعه‌ی گردشگری مذهبی در کشور خواهیم بود که این صنعت بر گردشگری دانش بنیان از جنبه‌های ساختاری و کارکردی استوار گردد و با رویکردی علمی، تحقیقاتی و آموزشی به گردشگری مذهبی و با تصویرسازی مطلوب از پیامدهای مثبت این صنعت در جامعه ملی و بین‌المللی زمینه‌های شکوفایی و بالندگی آن فراهم گردد.

منابع

۱. احمدی شاپورآبادی، محمدعلی و سبزابادی، احمد (۱۳۹۰). تحلیلی بر ظرفیت‌های توسعه گردشگری مذهبی – فرهنگی کلان شهر قم، **مجله مطالعات ملی**، شماره ۴۶: ۱۱۲-۸۳.
۲. بدری، سید علی و طیبی، صدر الله (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر هزینه‌های گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر مقدس مشهد)، **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**، سال اول، شماره ۱: ۱۷۷-۱۵۳.
۳. حسن نژاد، مریم؛ براتی، جواد؛ رفیعی، هادی و مظهری، محمد (۱۳۹۳). شناسایی استراتژی‌های توسعه‌ی سرمایه‌گذاری گردشگری مذهبی در ایران (مطالعه موردی: زیارتگاه امام رضا(ع)). **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری** سال سوم، شماره ۹: ۱۱۰-۸۹.
۴. فرزین معتمد، ارغوان و موسوی جهرمی، یگانه (۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای سفر به مشهد مقدس (کاربرد روشی دو مرحله‌ای حکمن)، **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**، سال دوم، شماره ۷: ۴۴-۶۵.
۵. فیروز جانیان، علی اصغر؛ یوسفی، ندا و میرمحمدتبار، سید احمد (۱۳۹۳). تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران (فراتحلیلی از تحقیقات موجود)، **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**، سال سوم، شماره ۸: ۱۶۵-۱۴۳.
۶. مؤمنی، مصطفی؛ صرافی، مظفر و قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۸۷). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد، **جغرافیا و توسعه**، شماره ۱۳: ۳۸-۱۱.
۷. جمعی از نویسندگان مجله فقه (ذاکری، علی اکبر؛ میری، سید عباس؛ ... (۱۳۸۸). **جهانگردی در فقه و تمدن اسلامی**، چاپ اول. ق: انتشارات بوستان کتاب.
۸. رنجبران، بهرام و زاهدی، محمد (۱۳۸۴). شناخت گردشگری، چاپ سوم، اصفهان: انتشارات چهار باغ.
۹. سایت سازمان جهانی گردشگری. www.unwto.org دسترسی در تاریخ ۱۳/۹/۲۰۱۴.
۱۰. مؤمنی، مصطفی؛ صرافی، مظفر و قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۸۷). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد، **نشریه جغرافیا و توسعه**، سال ششم، شماره ۱۱: ۳۸-۱۳.
۱۱. موسوی، میر نجف و سلطانی، ناصر (۱۳۹۳). تحلیلی بر نقش گردشگری مذهبی در توسعه شهری (مطالعه موردی: امام زاده جعفر یزد). **مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری**، سال پنجم، شماره ۱۸: ۹۴-۷۷.
13. Arsene, O. (2008). The Impact of Culture on Tourism: Case Study of Romania, **Oltenia Project** (Bucharest Romania), www.oecd.org.
14. Chakravarty, R. (2012). **Tourism of faith religious tourism gains ground, New Delhi: India, Strategic initiatives & Government Advisory (SIGA) Team**, (April), www.ficci.com.
15. Di Giovine, M.A. (2010). **Religious Tourism as Material and Cultural Revitalization in Pietrelcina, Italy**, (3): 271- 288.
16. Eade, J. and Sallnow, M.J. (1991). J. Eade & M.J. Sallnow (Eds), **Contesting the Sacred: The Anthropology of Christian Pilgrimage**: 1-29. London: Routledge.
17. Hannaford, J. and Newton, J. (2008). Sacrifice, Grief and the Sacred at the Contemporary Secular, **Pilgrimage to Gallipoli**, *Borderlands*, 7(1), available: <http://www.borderlands.net.au>.
18. Hitrec, T. (1990). Development – Characteristics – Perspectives, **Acta Turistica**, 2 (1): 9 – 49.
19. Melton, J.G. (1995). **Whither the New Age?, America's Alternative Religions**, SUNY Press, Albany, NY.

20. Meyer, G. (2004). New Research Network for Islamic Tourism New Research Network for Islamic Tourism, **Islamic Tourism**, (11).
21. Morinis, E.A. (1992). **The Anthropology of pilgrimage**, Greenwood Press, Westport, Connecticut.
22. Nolan, M.L. and Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe, **Annals of Tourism Research**, 19(1): 68-78.
23. Okhorat, H. (2010). Case study Iran, **International of Academic Research**, 2(5): 302-307.
24. Pearce, P.L. (1993). Fundamentals of Tourist motivation, in D.G. Pearce and R.W. Butler, **Tourism Research: Critiques and Challenges**.
25. Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism and pilgrimage special interest group, **Annals of Tourism Research**, 19(1): 1-171.
26. The Economist (2013). Religious tourism: pennies from heaven (Pilgrimages are a big business – and getting bigger), **The Economist**, The Economist Newspaper limited, (Oct. 12th), Accessed on Oct 2014.
27. Turner, V. and Edith, T. (1978). **Image and Pilgrimage in Christian Culture**, New York: Columbia University Press.
28. Vukonic B. (1998). Religious Tourism: Economic Value or an Empty Box?, **Zagreb International Review of Economics & Business**, 1(1): 83-94.
29. Vukonic, O. (1996). The Impact of Culture on Tourism, **Tourism and Religion** (London: Pergamen).
30. World Tourism Organization (UNWTO) (2011). Religious Tourism in Asia and the Pacific, Madrid, Spain.

