



IlamUniversity

Journal of Entrepreneurship Research

<http://jer.ilam.ac.ir>

Online ISSN: 2980-857X



Entrepreneurial Capacities in Religious Tourism and its Cultural and Social Benefits

Sayyed Mahdi Delbari¹✉

1. Corresponding Author, Deputy Cultural Director, Cultural and Student Vice-Chancellor, Hakim Sabzevari University, Sabzevar, Iran. Email: delbari.sm@gmail.com

Article Info

Article type:
Review Article

Article history:
Received: 13. 11. 2022
Revised: 01. 02. 2023
Accepted: 02. 02. 2023

Keywords:
Social Entrepreneurship,
Religious Tourism,
Culture,
Pilgrimage,
Cultural Exchange.

ABSTRACT

Tourism is an effective tool in cultural interactions and familiarization with the culture and civilization of nations, and culture, which is the most obvious symbol of a society's identity and dignity, is influenced by it. Considering the plurality of Muslim communities and their increasing desire for pilgrimages, religious tourism has gained great importance and is one of the rich propositions and opportunities for promoting cultural foundations and raising the cultural level of Muslims. On the other hand, in discussions related to entrepreneurship, which has the greatest impact on the economic development of today's societies - especially when they are in the process of innovation - the importance of using neglected capacities such as religious tourism with an entrepreneurial perspective is particularly important. In this research, which was based on library and analytical studies, the entrepreneurial capacities in religious tourism and its cultural and social benefits were examined in several aspects, and solutions were presented as conclusions, along with emphasizing the necessity of playing a better role in the development of entrepreneurial capacities in the religious tourism sector and the development of social and economic interactions. In the end, it is suggested that an entrepreneurial view into religious tourism capacities is a very valuable and effective opportunity for economic and sociocultural growth at the regional and national levels, so it should be considered by politicians and entrepreneurs.

Cite this article: Delbari, S. M. (2023). Entrepreneurial capacities in religious tourism and its cultural and social benefits. *Journal of Entrepreneurship Research*, 1 (2), 71-85.



DOI: [10.22034/JER.2023.1972620.1012](https://doi.org/10.22034/JER.2023.1972620.1012)

© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

ظرفیت‌های کارآفرینی در گردشگری دینی و عواید فرهنگی و اجتماعی آن

سید مهدی دلبری^۱

۱. نویسنده مسئول، معاون مدیر فرهنگی، معاونت فرهنگی و دانشجویی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران. رایانامه: delbari.sm@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله علمی - مروری	گردشگری از ابزارهای مؤثر در تعاملات فرهنگی و آشنایی با فرهنگ و تمدن ملت‌ها به‌شمار می‌رود و فرهنگ که بارزترین نماد هویت و منزلت یک جامعه است، از گردشگری تأثیر می‌پذیرد. با توجه به کثرت جوامع و توده‌های مسلمان و تمایل روزافزون آنان به سفرهای زیارتی، گردشگری دینی و مذهبی اهمیتی وافر یافته و یکی از گزاره‌ها و فرصت‌های مغتنم در ترویج بنیان‌های فرهنگی - اجتماعی و ارتقای سطح فرهنگی مسلمانان است. از طرفی، در مباحث مربوط به کارآفرینی که بیش‌ترین تأثیر را در توسعه اقتصادی جوامع امروز دارند - خصوصاً زمانی که در فرآیند نوآوری قرار گیرند - اهمیت استفاده از ظرفیت‌های مغفولی همچون گردشگری دینی با نگاهی کارآفرینانه اهمیت خاصی می‌یابد. در این مطالعه که در زمره پژوهش‌های کتابخانه‌ای و تحلیلی قرار می‌گیرد، ظرفیت‌های کارآفرینی در گردشگری دینی و عواید فرهنگی و اجتماعی آن در چند محور بررسی و راهکارهایی به‌عنوان نتیجه‌گیری ارائه گردید؛ که همراه با تأکید بر ضرورت‌های ایفای نقش بهتر در راستای توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری دینی و توسعه تعاملات اجتماعی و اقتصادی بود. در انتها پیشنهاد گردید که نگاه کارآفرینانه به ظرفیت‌های گردشگری دینی، به‌عنوان یک فرصت بسیار ارزنده و مؤثر در رشد اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی منطقه‌ای و ملی، باید مورد توجه سیاست‌مداران و کارآفرینان قرار گیرد.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۲۲	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۱۳	
کلیدواژه‌ها: کارآفرینی اجتماعی، گردشگری دینی، فرهنگ، زیارت، تبادل فرهنگی.	

استناد: دلبری، سید مهدی. (۱۴۰۱). ظرفیت‌های کارآفرینی در گردشگری دینی و عواید فرهنگی و اجتماعی آن. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۱ (۲)، ۷۱-۸۵.

DOI: [10.22034/JER.2023.1972620.1012](https://doi.org/10.22034/JER.2023.1972620.1012)



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

مقدمه

در سفرهای مذهبی که از مناسبات اجتماعی امروزی است، چندین نوع ارتباط دینی و فرهنگی همچون ارتباط روحانی فرد با خداوند، ارتباط با گروه هم‌کیش - که انسجام‌بخش و تقویت‌کننده عقاید دینی است- و ارتباط با گروه غیر هم‌کیش - که به شناخت عقاید، باورها و هنجارهای سایر ادیان و نوعی تعامل بین دینی می‌انجامد- و در نهایت ارتباط با پیشینه فرهنگی شکل می‌گیرد و فرصتی ارزشمند جهت تعاملات فرهنگی و اقتصادی است که در فرایند سفرهای زیارتی و توسط گردشگران مذهبی شکل می‌گیرد. در این میان، رویکرد کارآفرینی به گردشگری دینی و ثمراتی که گردشگری دینی از این نگاه می‌تواند داشته باشد، کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. این در حالی است که در خود بحث گردشگری دینی مطالعات و تحقیقات زیادی انجام شده است. گردشگری از ابزارهای مؤثر در تعامل فرهنگی و آشنایی با فرهنگ و تمدن ملتهاست و فرهنگ که بارزترین نماد هویت و منزلت یک جامعه است، از آن تأثیر می‌پذیرد. از طرفی، گردشگری دینی فرصتی برای توسعه کسب‌وکار و توسعه اقتصادی در کشورهای ذی‌نفع به شمار می‌رود. افزون بر این، زیارت و فعالیت‌های پیرامونی آن که بخش مهمی از فعالیت‌های مربوط به گردشگری مذهبی را در بر می‌گیرد، دنباله‌هایی دارد که بیش‌تر بُعد اقتصادی و اجتماعی دارد، تا بُعد دینی؛ این دنباله‌ها و عواید، توسط فعالیت کنشگران اجتماعی و خدماتی که به زائران ارائه می‌دهند، شکل می‌گیرد. این امر، افزون بر آن چیزی است که در روند ارتباطات اجتماعی، در عرصه فرهنگی و به‌عنوان یک ارزش کارآفرینانه محقق می‌شود؛ و لذا باعث تبادل و ارتقای فرهنگی قشر زائر مسلمان یا گردشگر دینی نیز می‌شود و به‌نوعی هویت‌ساز است. گردشگری مذهبی، در زمره قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال سراسر جهان و یکی از معمول‌ترین انواع گردشگری به شمار می‌رود که نقشی تعیین‌کننده در توسعه‌یافتگی کشورها ایفا می‌کند. گردشگران، ضمن بازدید از اماکن مقدس همچون زیارتگاه‌ها، مساجد تاریخی و یادمان‌های عرفانی، معمولاً در مراسم و آیین‌های مذهبی نیز شرکت می‌کنند که علاوه بر نقش و تأثیر مذهبی و فرهنگی، می‌تواند در عمران و توسعه شهری و منطقه‌ای نیز اثرگذار باشد. بدیهی است که اجرای این آیین‌ها و برنامه‌ها می‌تواند یک فرصت کارآفرینانه تلقی شود. تحقیقات زیادی در مقوله گردشگری و گردشگری دینی انجام شده است و بیش‌تر نویسندگان و صاحب‌نظرانی که در خصوص گردشگری مذهبی سخن رانده‌اند، به‌صورت صریح به کارکرد اقتصادی آن اذعان داشته‌اند؛ اما این که در قالب فرصت‌های کارآفرینی، استفاده از این ظرفیت‌های گردشگری با چنین دیدگاهی مورد توجه قرار گیرد، جای مطالعه و مذاقه بیش‌تری دارد و تا حدی مورد غفلت واقع شده است. شاید به همین دلیل است که شاهد نوآوری‌های چندانی - که محصول فعالیت کارآفرینانه است- در جذب گردشگر مذهبی و درآمدزایی در این نوع گردشگری نیستیم؛ لذا، این امر موجب شده است برنامه‌های گردشگری، هر ساله به شکل یکسانی دنبال شود. از این رو، لازم است با نگاهی جدیدتر، خلأ فانه‌تر و البته کارآفرینانه‌تر به ابعاد اقتصادی و فرهنگی آن توجه شود.

از مجموع نزدیک به نه هزار مکان مذهبی در نقاط مختلف کشور که پنج هزار و ۸۰۰ مورد آن، بقعه متبرکه است، یک هزار و ۲۰۰ بقعه به دلیل شرایط معماری، فرهنگی و تاریخی در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده‌اند (کاوه و همکاران، ۱۳۹۷) و به جهت تعدد این مراکز که در شهرهای ایران پراکنده هست، قابلیت‌های فراوانی برای جذب گردشگران مذهبی وجود دارد. بر اساس اسناد معتبر تاریخی، علاوه بر بارگاه امام هشتم (ع) - که دارای ارزش جهانی است- و امامزادگان بسیاری که در سرتاسر ایران قرار دارند، حدود ۳۳ مورد از مقبره پیامبران نیز در ایران وجود دارد (آقاجانی و فراهانی، ۱۳۹۴). از این جهت، گردشگری مذهبی با چنین پتانسیل بالایی، جای رشد و توسعه بسیاری در کشور ما دارد. گردشگری مذهبی در ایران با وجود این همه مراکز زیارتی که علاوه بر جایگاه مذهبی، نمایشگاهی از هنر و نمادی از تمدن و فرهنگ هستند، هنوز فاقد ساماندهی تخصصی و متمرکز است. این در حالی است که بسیاری از این مکان‌های زیارتی، علاوه بر داشتن جاذبه زیارتی دارای جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی نیز هستند (آقاجانی و فراهانی، ۱۳۹۴). با وجود چنین ظرفیت انبوهی در گردشگری مذهبی که فرصت‌های بسیار

ارزشمندی را فراروی فعالان عرصه کارآفرینی و نوآوری و نیز سرمایه‌گذاران بخش دولتی و خصوصی قرار داده است، رویکرد کارآفرینی به این مقوله اقتصادمحور و پیش‌برنده رفاه و توسعه ملی، بیش‌ازپیش ضرورت دارد. فقدان خلاقیت و نوآوری و نگاه کارآفرینانه در عرصه خدمات گردشگری مذهبی و فرصت‌های بسیاری که در آن نهفته است، بازدهی اقتصادی این نوع گردشگری را پایین می‌آورد؛ بنابراین، می‌توان به‌جرت ادعان داشت که با وجود تأثیر گردشگری دینی در توسعه کسب‌وکار و اقتصاد ملی که در فرایند کارآفرینی شکل می‌گیرد و تبادل و ارتقای فرهنگی جوامع مسلمان را نیز شامل می‌شود، مطالعات چندانی در این زمینه انجام نشده و شاید همین خلأ مطالعاتی، کشوری چون ایران را از عواید اقتصادی مضاعفی که می‌توانست داشته باشد، محروم ساخته است. از این‌رو، در این مقاله ظرفیت‌های کارآفرینانه گردشگری دینی و عواید فرهنگی و اجتماعی آن در چند محور مهم و به‌خصوص نقش‌ها و کارکردهای آن مورد بررسی قرار گرفته و در نهایت در بخش نتیجه‌گیری، راهکارهایی برای توسعه آن پیشنهاد شده است.

روش‌شناسی مطالعه

در این تحقیق، با استفاده از روش مرور مطالعاتی و تحقیق کتابخانه‌ای، ضمن بیان اهمیت و مفهوم گردشگری دینی، ظرفیت‌های کارآفرینی در گردشگری دینی و عواید فرهنگی و اجتماعی آن مورد بررسی قرار گرفته است. گفتنی است در بیش‌تر مطالعات و پژوهش‌های انجام شده در موضوعات گردشگری دینی، به رویکرد کارآفرینانه به‌وضوح پرداخته نشده است. براین‌اساس، برای نگارش این مقاله به برخی پژوهش‌های مرتبط به موضوع رجوع شده است.

آشنایی با مفهوم و اهمیت گردشگری مذهبی

در اهمیت گردشگری دینی و آشنایی با مبانی نظری آن، ابتدا به بیان تعاریفی از مفهوم گردشگری دینی پرداخته می‌شود و سپس اثرات فرهنگی و اقتصادی آن از منظر کارآفرینی موردتوجه قرار می‌گیرد. در زمینه تعریف واژگان، اصطلاحات و طبقه‌بندی‌های جهانگردی و گردشگری - که امروزه یکی از بهترین ابزارهای تبادل و تعامل فرهنگی و مؤثر در توسعه اقتصادی و موردتوجه کارآفرینان است - می‌توان به گروه‌های زیر اشاره نمود:

- ۱- توریسم فرهنگی^۲
- ۲- توریسم طبیعی^۳
- ۳- توریسم تجاری^۴
- ۴- توریسم مذهبی^۵

گردشگری، صنعتی است که قابلیت‌های زیادی برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید دارد و به‌عنوان یکی از پردرآمدترین صنایع جهان به شمار می‌رود که می‌تواند به توسعه اشتغال‌زایی و کارآفرینی کمک کند. در این میان گردشگری دینی به‌عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح محلی می‌تواند رهیافتی برای توسعه کارآفرینی باشد (اربابیان و همکاران، ۱۳۹۳). امروزه، صنعت توریسم یا گردشگری به سومین صنعت درآمدزا تبدیل شده و اهمیت این صنعت از آن‌رو است که سبب ایجاد اشتغال و

۱ - کنفرانس المللی «درباره مسافرت و آمارهای جهانگردی»، سال ۱۹۹۹ سازمان جهانی جهانگردی، کانادا

2. Cultural tourism
3. Natural tourism
4. Business tourism
5. Religious tourism

افزایش درآمد و ارتباطات فرهنگی و اجتماعی می‌شود. فعالیت جهانگردی، از قدیم مورد توجه بوده و گاه در سرنوشت جوامع و اقوام مختلف و حتی جهان تأثیر داشته است؛ از جمله می‌توان به سفرهای دریایی کریستف کلمب در کشف قاره آمریکا، یا تألیف دو کتاب گران سنگ گلستان و بوستان که نتیجه سال‌ها جهانگردی سعدی شیرازی بوده است، اشاره کرد.

گردشگری مذهبی، گونه‌ای از گردشگری است که به دلیل ریشه داشتن در فرهنگ دینی، نقش مهمی در توسعه فرهنگی و اقتصادی ایران دارد و ظرفیت‌های زیادی برای توسعه خدمات گردشگری در مناطق مختلف کشور وجود دارد. اهمیت این نوع گردشگری به گونه‌ای است که در بند ۳۴ سند الگوی اسلامی ایرانی، به پیشرفت با عنوان «گسترش قطب‌های گردشگری طبیعی، فرهنگی، مذهبی و سلامت با محوریت مناطق روستایی و مراکز هویت‌ساز» تأکید شده است. گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین‌های انواع گردشگری در گذشته و حال حاضر سراسر جهان است که قدمت آن به شکل‌گیری فرهنگ دینی می‌رسد. امروزه گردشگری مذهبی، سهم قابل توجهی از شمار گردشگران را در کشورهایی که با داشتن مکان‌های مذهبی، زمینه‌های اعتلای گردشگری مذهبی را دارا هستند، به خود اختصاص داده است (مجیدی فر، ۱۳۹۵). در حوزه گردشگری به عنوان فرصت کسب‌وکار و کارآفرینی، می‌توان ایده‌های متعددی را برای سودآوری بیش‌تر متصور شد؛ که هر کدام از آن‌ها اهمیت درخوری دارند. از آن جمله می‌توان به راهنمای گردشگری (ضرورت تسلط به یک زبان خارجی نظیر عربی یا انگلیسی)، صنعت رستوران و کافه (خصوصاً غذاهای محلی)، هتل و اقامتگاه، خدمات حمل‌ونقل، عرضه سوغات، مشاوره مذهبی و مراسم‌ها و رخدادهای جذاب دینی و فرهنگی اشاره نمود. گردشگران مذهبی را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد: یکی زائران، یا کسانی که انگیزه آن‌ها از مسافرت، فقط انجام امور مذهبی است، و زمان و مدت اقامتشان، تابع اوقات فراغت نیست؛ و دیگری، گردشگران مذهبی که ضمن انجام زیارت و شرکت در مراسم مذهبی، از مکان‌های دیگر گردشگری اعم از مذهبی و غیر زیارتی نیز دیدن می‌کنند و یا به عبارتی دیگر، اهداف مسافرت آن‌ها چند منظوره با اولویت زیارت است (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۴). برای هر دو قشر و به‌خصوص قشر دوم، می‌توان با رویکرد نوآورانه و کارآفرینانه، در جهت ایجاد فرصت اقتصادی پربازده‌تر نسبت به شرایط کنونی برنامه‌ریزی نمود.

گردشگری مذهبی، نه تنها بین مسلمانان که در اروپا نیز مورد توجه بوده و تاریخچه آن به سفرهای زائران قرون وسطی برمی‌گردد. مسافرت مذهبی زائران کلیسای اعظم کانتربوری در انگلستان، بازدید گسترده از کلیسای جامع «ستیاگو دکوموستلا» در اسپانیا، اعلام سال ۲۰۱۰ به عنوان سال مقدس در کنفرانس جهانی، مراسم ویژه سال روحانیون مسیحی آلمان، از آن جمله است که پذیرای توریست‌های مسیحی بسیاری در کشورهای اروپایی بود. در مقایسه با سایر ادیان، گردشگری مذهبی در دین اسلام از جایگاه بالاتری برخوردار است. در اهمیت گردشگری دینی، می‌توان اذعان داشت که در فرهنگ اسلامی، سیاحت به عنوان سیر آفاق در برابر سیر انفس مورد توجه قرار گرفته است؛ و از مهم‌ترین آیاتی که به طور مستقیم به مقوله جهانگردی پرداخته است، می‌توان به سوره مبارکه آل عمران (آیات ۱۳۸-۱۳۷)، سوره مبارکه توبه (آیه ۴۲)، سوره مبارکه یونس (آیه ۲۲)، سوره مبارکه نحل (آیه ۸۰)، سوره مبارکه انعام (آیه ۱۱)، سوره مبارکه یوسف (آیات ۱۱۰-۱۰۹)، سوره مبارکه عنکبوت (آیه ۲۰) و سوره مبارکه روم (آیات ۱۰-۹) اشاره کرد. باید به این نکته هم اشاره نمود که در گردشگری دینی ملل مسلمان، نوعی گردشگری حلال با تأکید بر مفاهیم مذهبی متداول شده است که در آن تمام فعالیت‌های مربوطه باید از نظر قوانین اسلامی مجاز شمرده شود. این موضوع، مورد اقبال گردشگرانی است که تعهدات دینی برای آن‌ها اهمیت خاصی دارد. البته، رونق گردشگری حلال برای ایران که در آن اصول حلال به طور طبیعی رعایت می‌شود، کاربردی نیست (دامن باغ و صفایی، ۱۳۹۶).

دیگر نکته حائز اهمیت این است که اگرچه اهمیت گردشگری دینی در معرفی صحیح دین اسلام به عنوان آیین دوستی و معنویت، به سایر جوامع غیرمسلمان انکارناپذیر است و گردشگران با چشم خود می‌بینند که با وجود اعتقادات مشترک، اختلاف

چندانی بین مذاهب اسلامی وجود ندارد، اما تأثیر آن در تعامل و هم‌گرایی فرهنگی و تعالی فرهنگی مردم جوامع اسلامی و ارتقای قدرت فرهنگی مسلمانان و نیز بسترسازی برای تعاملات گسترده فرهنگی، دینی و اجتماعی فراملی، اهمیت زیادی دارد که توجه بیش‌تری را می‌طلبد؛ چرا که چنین دیدگاه و رویکردی، توسعه اقتصاد ملی و محلی را نیز به دنبال می‌آورد. توسعه گردشگری دینی، از سویی مردم دنیا را با اسلام آشنا می‌کند و تأثیر تبلیغات دشمنان در مسیر اسلام‌هراسی را از بین می‌برد و از دیگر سو، در کنار گسترش اشتراکات دینی و فرهنگی، زمینه مناسبی را برای توسعه اقتصادی این جوامع به دلیل اثرات اقتصاد گردشگری بر آن جوامع ایجاد می‌کند که در عصر کنونی اهمیت بیش‌تری یافته است.

کارآفرینی و گردشگری مذهبی

از کارآفرینی، تعاریف متعددی ارائه شده و به‌طور کلی، به هر نوع نوآوری و خلاقیتی که موجب خلق ثروت و تولید محصول با استفاده از فرصت‌های جدید و البته دارای ریسک باشد، کارآفرینی گویند. کارآفرینی و فرایند خلق ارزش، ترکیب مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک فرصت است (Pettrin, 1997). اگر با نگاه شومپتری که تعریف کارآفرینی را تخریب خلاق می‌داند، به قضیه نگاه کنیم، به هر نوع نوآوری و خلاقیتی که موجب خلق ثروت و تولید محصول یا ایجاد فرصت جدید و ارزشمندی شود که البته دارای ریسک‌های خود نیز باشد، کارآفرینی گویند (وکیلی و همکاران، ۱۴۰۰) که ارزش‌افزوده ایجاد شده توسط آن در حوزه گردشگری دینی، هم در بعد فرهنگی - اجتماعی و هم در بعد اقتصادی، قابل ملاحظه است. کارآفرینی در هر حوزه‌ای می‌تواند ویژگی‌های متعددی داشته باشد که این ویژگی‌ها بسته به فرصت‌های کارآفرینانه‌ای است که در آن حوزه می‌تواند وجود داشته باشد. در حوزه گردشگری به دلیل وسیع بودن ظرفیت‌های موجود آن (حمل‌ونقل، بازارها و سوغات، معماری اسلامی، آیین‌های مذهبی، جاذبه‌های محیطی، موزه و کارکردهای نمایشگاهی، جلوه‌های هنری و آیینی و ...)، این فرصت‌ها از اهمیت و گستردگی بیش‌تری برخوردار است. نگرستن به مقوله گردشگری از نگاه کارآفرینی، می‌تواند به رهیافت‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی درخور توجهی منجر گردد. گردشگری از جمله گردشگری دینی، یک ظرفیت کارآفرینی سودآور برای ذی‌نفعان فعال در این عرصه خواهد بود. این موضوع در کشورهای اسلامی که دارای اشتراکات دینی و فرهنگی بوده و یا آیین‌های مذهبی مشترک دارند، تبعاً اهمیت بیش‌تری در بر خواهد داشت. توحید محوری در جوامع اسلامی و محوریت فرهنگ دینی، ایمان به وحدانیت و یگانگی خدا و آیین پیامبر گرامی اسلام که نوعی یگانگی و همبستگی را تداعی می‌کند، زمینه مساعدی را برای تقویت اشتراکات دینی و فرهنگی مسلمانان فراهم کرده که این مهم، باعث رونق سفرهای زیارتی و عواید فرهنگی و اقتصادی گردشگری دینی شده است. آموزه‌های اسلامی، توجه خاصی به وحدت و همبستگی اجتماعی در میان مسلمانان و تداوم و نهادینه کردن آن بر اساس تعالیم الهی دارند. وحدت و همبستگی اجتماعی بر محور دین، از جمله سیاست‌های کلان جمهوری اسلامی ایران است که می‌تواند در عرصه گردشگری دینی نیز مورد توجه باشد (منشور جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۹). تقویت این بخش (گردشگری دینی)، در سیاست‌های کلان نظام، هم در بعد فرهنگ دینی اثرات قابل ملاحظه‌ای دارد و هم در بعد اقتصادی که باید با رویکردی کارآفرینانه، جلب مشارکت گسترده افراد خلاق، نوآور، مبتکر و کارآفرین تقویت شود؛ تا دربردارنده بخش مهمی از استقلال و شکوفایی اقتصادی کشور شود.

در پژوهشی که با عنوان گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن در ایران توسط آقاجانی و فراهانی (۱۳۹۴) انجام گرفت، بهره‌گیری از فرصت‌های گردشگری مذهبی در جهت افزایش درآمدهای ناشی از صنعت جهانگردی مذهبی در ایران، به‌عنوان یکی از بهترین راه‌های خارج‌شدن از اقتصاد تک‌محصولی نفت بیان شد. در اینجا بایستی اشاره نمود که رویکرد و نگاه کارآفرینانه نباید صرفاً به مقوله زیارت محدود شود. به اعتقاد کروبوی و همکاران (۱۳۹۷) مکان‌های مقدس، صرف‌نظر از ویژگی‌های قدوسی و معنوی که برای جذب گردشگران مذهبی دارند، تبعاً هرگونه کار و فعالیت و برنامه فرهنگی و هنری چه در مکان‌های مذهبی و

چه فضای پیرامونی آن که گردشگر دینی با آن درگیر هست، از نگاه کارآفرینی فرصت مغتنمی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی است. برای گردشگر مسلمان، هم فضای معنوی کشورهای مسلمان و هم فضاهای شهری و محیطی، خود دارای جاذبه است که فرصتی را برای افرادی که به دنبال فعالیتی کارآفرینانه هستند، فراهم می‌کند. بسیاری از مسلمانان دوست دارند به مناطقی سفر کنند که فرهنگ و ارزش‌های اسلامی بر آن‌ها حاکم است، و پول یا پس‌اندازی را که برای مسافرت‌های مهم خود در نظر گرفته‌اند، در این مناطق هزینه کنند. علاوه بر ملاحظات مربوط به اعتقادات، رعایت آداب اسلامی، از جمله وجود غذاهای حلال و راحتی در انجام مناسبات و فرایض دینی، خاطری آسوده را برای گردشگران مسلمان فراهم می‌کند که در کشورهایی با قابلیت گردشگری مذهبی فراهم هست. جامعه‌پذیری بر پایه باورها و اعتقادات مشترک فرهنگی و ارزش‌های اسلامی، از جمله لوازم گردشگری دینی است و برخی فرایض اسلامی و برنامه‌های فرهنگی آن نظیر؛ برگزاری نمایشگاه بین‌المللی قرآن کریم در ماه مبارک رمضان نیز می‌تواند ضمن جذب گردشگر مذهبی فرصت‌های جدیدی را هم برای تعامل و ارتقای فرهنگ دینی و هم برای کارآفرینانی که در زمینه گردشگری فعالیت دارند، به همراه داشته باشد. گردشگری دینی هم در بخش زیارت و بازدید از اماکن زیارتی، هم در بخش برنامه‌های فراملی نظیر جشنواره قرآنی و ... و هم در بخش جاذبه‌های جنبی از جمله بازارچه‌ها و موزه‌های حاشیه اماکن زیارتی و اقامتگاه‌های آنان، ظرفیت‌های گوناگونی را برای عرصه کارآفرینی محقق ساخته است.

مطالعات انجام شده در حوزه کارآفرینی گردشگری مذهبی

گردشگری مذهبی، سالانه ۲۶ درصد از کل جریان‌های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است (کروبی و همکاران ۱۳۹۷)؛ و روزبه‌روز به اهمیت پرداختن به آن از ابعاد و رویکردهای مختلف به‌خصوص از بعد کارآفرینی افزوده می‌شود. یافته‌های پژوهشی با عنوان «نقش عوامل مؤثر بر گردشگری مذهبی در توسعه کارآفرینی شهر شیراز»، مشخص نمود که رونق گردشگری مذهبی در کلان‌شهر شیراز به توسعه کارآفرینی منجر خواهد شد. همچنین، از میان عوامل شناسایی‌شده، عوامل اطلاع‌رسانی درباره اماکن مذهبی و پیشینه آن‌ها، رونق‌بخشی به کسب‌وکارهای گردشگری مختص زائران و ایجاد امنیت نسبت به سایر عوامل اثر بیش‌تری بر گردشگری مذهبی داشتند (جاویدیان، ۱۴۰۰). سیاست‌گذاری در گردشگری، یک مفهوم‌سازی اجتماعی است و به‌واسطه گردشگری، موقعیت‌های کاری زیادی به‌طور مستقیم در هتل‌ها، رستوران‌ها، آژانس‌های مسافرتی، کسب‌وکارهای کوچک و حمل‌ونقل، ایجاد و مشاغل غیرمستقیمی نیز به‌وسیله کارمندان بخش‌های فوق ایجاد می‌شود که به نوبه خود موجب شکل‌گیری مشاغل جدیدی در اقتصاد محلی می‌شود (Stevenson, 2008)

برای معرفی مطلوب جاذبه‌های مقاصد گردشگری مذهبی، باید از امکانات تمامی دستگاه‌ها اعم از آژانس‌های بین‌المللی تا سفارتخانه‌های ایران بهره‌گیری نمود. همچنین، استفاده از رسانه‌های اجتماعی، برای اهداف گردشگری مذهبی می‌تواند در جهت جذب گردشگر و سرمایه‌گذار، توسعه برند، ماندگاری تجارب سفر و تبلیغات شفاهی و توصیه به دیگران برای سفر به مقصد گردشگری از سوی بازدیدکنندگان قبلی بسیار مفید باشد (غیور و همکاران، ۱۴۰۱). در گردشگری دینی و زیارت از اماکن متبرکه، فضای شهر نیز در انعکاس ایدئولوژی و جذب گردشگر و به‌تبع آن، در ایجاد منافع اقتصادی و اجتماعی مؤثر است. براین‌اساس، شهر اسلامی پایدار، نه تنها بایستی بازتاب اندیشه‌های متعالی دین مبین اسلام در تمامی جوانب باشد؛ بلکه باید واجد ویژگی‌های زیباشناختی نیز باشد، تا در جلب نظر زائرین و گردشگران مذهبی برای سفرهای مجدد مؤثر واقع شود. ویژگی‌هایی چون انسان‌گرایی، اندیشه‌گرایی، حفظ موارث فرهنگی و طبیعی، هویت، پیش‌روگرایی، جهت‌گیری‌های فیزیکی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، هنری، علمی، آموزشی، بهداشتی، محیطی، روحیه تعاون و همکاری، گسترش روح عدالت اجتماعی و امنیت بایستی در جای‌جای شهر اسلامی پایدار هویدا باشد (رحیمی، ۱۳۸۶).

در مطالعه بررسی نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی پس از پیروزی انقلاب اسلامی، مشخص شد که در میان ابعاد توسعه روستایی، بعد اجتماعی بیش‌ترین تأثیر و ابعاد کالبدی، اقتصادی و زیست‌محیطی در اولویت‌های بعدی قرار داشتند که باتوجه به خروجی آزمون ویلکاکسون این میزان اثرگذاری، پس از پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی به حدود ۱۵/۸۳ برابر رسیده است که نشان از اثرگذاری کاملاً مثبت و کارآمد تفکرات انقلاب بر توسعه روستایی از طریق گردشگری مذهبی دارد (عیاشی و موسوی پارسایی، ۱۳۹۷). در پژوهشی که به منظور تدوین راهبردهای احیای جاده ولایت باهدف توسعه فرهنگ زیارت، توسط صادقی و همکاران (۱۳۹۷) انجام شد، تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش بیانگر این بود که وجود عناصر و نشانه‌های تاریخی نظیر قدمگاه‌ها، امام‌زادگان و رباط‌ها، کاروان‌سراها و آب‌انبارها در طول مسیر به‌عنوان مهم‌ترین قوت و کمبود تسهیلات بهداشتی، درمانی و خدماتی به‌عنوان مهم‌ترین ضعف‌ها، و همچنین ظرفیت بسیار بالای مقصد مسیر (شهر مشهد) به‌عنوان مهم‌ترین فرصت و نبود برنامه راهبردی و عملیاتی مناسب در جهت جذب گردشگران مذهبی خارجی، مهم‌ترین تهدید احیای این مسیر قلمداد می‌شود. نتایج پژوهشی باهدف شناسایی و رتبه‌بندی شاخص‌ها و زیرشاخص‌های تأثیرگذار بر گردشگری مذهبی در استان قم (فتحی و همکاران، ۱۳۹۹)، نشان داد که سیاست‌های گردشگری، منابع فرهنگی و طبیعی، تأثیرگذارترین شاخص‌ها در جهت افزایش رقابت‌پذیری صنعت گردشگری استان قم هستند. در بخش اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری در مطالعه راهبردهای رقابت‌پذیری توسعه گردشگری مذهبی توسط هاشمی (۱۳۹۹) نیز، مشخص گردید که راهبردهایی نظیر ایجاد اردوگاه‌ها و دهکده‌های توریستی با امکانات توریستی و تفریحی در حاشیه مکان‌های مذهبی، ایجاد کمپینگ‌های اقامتی-توریستی در زمین‌های حاشیه رودخانه چافرود و سفارود، اطلاع‌رسانی از طریق تهیه برنامه‌های مستند از سوی صداوسیما، نقشه و بروشور، نشریات و سایت‌های رسمی برای گردشگران علاقه‌مند به بازدید از بناهای مذهبی و تاریخی دارای بیش‌ترین تأثیرگذاری بوده و بیش‌ترین وزن را در بین سایر عوامل داشته است.

گردشگری دینی، مبحثی فراملی و البته دارای تأثیرات شگرف در عرصه محلی، منطقه‌ای، ملی و جهانی است که همچنان یکی از مهم‌ترین وسایل مبادلات فرهنگی و اقتصادی است که تجربه‌ای شخصی را نه فقط از آنچه که از گذشته به‌جامانده، بلکه از زندگی و جامعه کنونی به وجود می‌آورد. از مهم‌ترین راهکارهای مؤثر در توسعه گردشگری در این حوزه، همگرایی و همکاری محدود منطقه‌ای کشورهای ایران، افغانستان و تاجیکستان است (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۰). بر اساس نتایج پژوهشی در موضوع گردشگری دینی در قم مشخص شد که استفاده بهینه از جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و فرهنگی شهر قم در کنار سودآوری اقتصادی آن، منجر به ترویج و گسترش ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی، معرفی ارزش‌های انقلاب و فرهنگ ناب اسلامی - ایرانی و غنا بخشیدن به فرهنگ معنوی در سطوح بین‌المللی، منطقه‌ای و ملی می‌شود (شاپورآبادی و همکاران، ۱۳۹۰). نتایج یافته‌های پژوهشی با عنوان «نقش گردشگری مذهبی در توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی: مطالعه موردی روستاهای بخش مرکزی اردبیل»، توسط مؤمنی و پرنو (۱۳۹۸)، نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین گردشگری مذهبی و مؤلفه‌های اقتصادی پژوهش وجود دارد؛ به طوری که بیش‌ترین نقش گردشگری مذهبی در توسعه اقتصادی مناطق روستایی، در بخش درآمد (۲/۹۲)، اشتغال‌زا بودن (۲/۸۹) و بالارفتن قیمت زمین و املاک (۳/۲۹) بود. به بیانی دیگر، نتایج این مطالعه بیان‌کننده این موضوع است که گردشگری مذهبی بیش‌ترین تأثیر را بر بالارفتن قیمت زمین و املاک و کم‌ترین تأثیر را بر اشتغال‌زایی جامعه محلی داشته است. تحقیق مذکور، نشان می‌دهد که در منطقه مورد مطالعه، کارآفرینان و بخش‌هایی که می‌توانند با نگاهی کارآفرینانه ورود نمایند، نقش درخوری نداشته‌اند و خلأ رویکرد کارآفرینانه در این نقطه گردشگری - که یک فرصت و پتانسیل برای توسعه اقتصادی و فرهنگی است - به خوبی احساس می‌شود. هجوم گردشگر توانسته در افزایش قیمت املاک اثر اقتصادی داشته باشد؛ در صورتی که اشتغال از طریق کارآفرینی و نوآوری در خدمات گردشگری، می‌تواند اثرات اقتصادی و اجتماعی بسیار

ارزشمندتری داشته باشد؛ و این فقدان نگاه کارآفرینانه، حتی در جایی مثل این نقطه جغرافیایی که گردشگر هم اقبال نشان می‌دهد، احساس می‌شود.

نقش‌ها و کارکردهای کارآفرینی گردشگری مذهبی

در این بخش، نقش کارآفرینی گردشگری دینی در توسعه اقتصادی و همچنین در انسجام‌بخشی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بررسی خواهد شد. زیستن در عصر نوین اجتماعی، بدون ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها و تمدن‌ها، تقریباً ناممکن به نظر می‌رسد؛ از این رو، امروزه دستیابی به پیشرفت و توسعه مستلزم برخورداری از سطحی مؤثر از همکاری‌ها و تعاملات برون‌مرزی است (خرسندی، ۱۳۸۷). بی‌تردید، یکی از گزاره‌های این تعاملات، گردشگری دینی است. همبستگی ملی نیز یکی از مهم‌ترین لوازم تداوم حیات اجتماعات ملی در عصر کنونی است و توسعه گردشگری و توریسم داخلی یکی از گزاره‌هایی است که به ایجاد ارتباطات مؤثر کمک شایانی می‌کند (مقصودی و همکاران، ۱۳۸۸). در مقوله گردشگری دینی، به نظر می‌رسد که اعتقادات و فرهنگ و تمدن مشترک اسلامی می‌تواند مسلمانان را گرد هم آورده و آن‌ها را در یک مسیر جهت داده و بستر مناسبی را برای افزایش آگاهی‌های دینی، فرهنگی و اجتماعی فراهم سازد که این یکی از نقش‌های مهم گردشگری دینی است. تبعاً این انسجام، باعث نظم نوینی در اقتصاد شهرهای زیارتی خواهد داشت و به شکل غیرمستقیم، فرصت کارآفرینانه‌ای را فراهم می‌سازد. رونق جهانگردی مذهبی در میان کشورها و جوامع اسلامی و گشت‌وگذار مسلمانان جهانگرد در سایر کشورهای اسلامی، موجب نزدیکی و آشنایی ملل مسلمان با یکدیگر شده و شناخت مشکلات و ویژگی‌های فرهنگی جوامع مسلمان و یافتن نقاط اشتراک و اختلاف میان فرهنگ‌ها را در پی خواهد داشت که این امر کمک شایانی به ایجاد فرهنگ مشترک اسلامی، برقراری پیوند و اتحاد میان مسلمانان و احیای دوباره مفهوم امت واحد اسلام می‌نماید (آقاجانی و فراهانی، ۱۳۹۴). معمولاً، غرب و صهیونیسم با هر عملکردی که دایره قدرت ملل مسلمان را تقویت کند و به توسعه فرهنگی و اقتصادی آن‌ها بینجامد، مقابله می‌نمایند و مانع انسجام‌بخشی میان آنان می‌شوند. برای این که، چنین انسجام و هم‌گرایی‌هایی با بن‌بست مواجه نشود، لازم است که برکنار هویت‌های خاص، یک هویت مشترک که یک ارزش اجتماعی ارزشمند و مؤثر در توسعه خواهد بود، نیز مطرح باشد. این هویت از طریق توسعه ارتباطات دینی و فرهنگی در عرصه گردشگری دینی در جوامع اسلامی قابل نهادینه کردن است.

گردشگری دینی، علاوه بر اثرگذاری بر فرهنگ جوامع از طریق تعاملات فرهنگی، خود نیز از فرهنگ کشورهای مقصد تأثیر می‌پذیرد. در واقع یکی از عوامل توسعه گردشگری، فرهنگ است. بروجنی و همکاران (۱۳۷۹) در پژوهشی باهدف ارائه الگوی نظری توسعه گردشگری دینی در ایران که به روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد انجام شده است، محققین اذعان داشتند که زمینه اجرای موفق توسعه گردشگری دینی در کشور، اوضاع فرهنگی است و سایر عوامل به‌عنوان مکمل به شمار می‌روند که اجرای راهبردهای توسعه را تسهیل و تسریع می‌کنند. آنچه که می‌تواند پایه و اساس انسجام اسلامی را شکل دهد دین، فرهنگ، تمدن و عقاید مشترک است (کامران، ۱۳۸۲). ارتباطات گسترده اجتماعی مردم مسلمان کشورهای اسلامی در بازدیدها و سفرهای توریستی برای زیارت، می‌تواند در تقویت اشتراکات فرهنگی و انسجام فرهنگی و اجتماعی تأثیرگذار باشد. استراتژی اتحاد، هم‌گرایی و انسجام یکی از دغدغه‌های کشورهای اسلامی بوده، اما اختلافات و ناهمگونی‌های حاکم در کشورهای اسلامی موجب شده است که این کشورها در نظام بین‌المللی اثرگذاری چندانی نداشته باشند. اینجاست که تعاملات مردمی در جریان گردشگری دینی با نگاهی خلاقانه جای تعاملات سیاسی دول اسلامی را پر می‌کند؛ از همین رو نقش و مشارکت فکری و خلاقانه مردم و در صدر آنان افرادی که دارای ایده‌های نو و کارآفرینانه هستند، می‌تواند در این زمینه بسیار مهم تلقی شود. شایان‌ذکر

است که تقویت بخش گردشگری دینی در سیاست‌های کلان کشور ما، هم در بُعد فرهنگ دینی و هم در بعد اقتصادی اثرات قابل ملاحظه‌ای دارد که باید با رویکردی کارآفرینانه و جلب مشارکت گسترده افراد خلاق، نوآور، مبتکر و کارآفرین تقویت شود تا دربردارنده بخش مهمی از استقلال و شکوفایی اقتصادی کشور شود. در پژوهشی که با عنوان «گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن در ایران» توسط آقاجانی و فراهانی (۱۳۹۴) انجام شد، راهکارها و تدابیر لازم به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌های گردشگری مذهبی در جهت افزایش درآمدهای ناشی از صنعت جهانگردی مذهبی در ایران، به‌عنوان یکی از بهترین راه‌های خارج‌شدن از اقتصاد تک‌محصولی نفت بیان شده است. باتوجه‌به نکاتی که گفته شد، روشن است که گردشگری دینی، تأثیر شگرفی بر شکل‌گیری تعاملات فرهنگی و اجتماعی و بازآفرینی فرهنگ و تمدن اسلامی دارد. این دستاوردهای فرهنگی منجر به ارزش‌های جدید اجتماعی و توسعه اقتصادی کارآفرینانه خواهد شد.

کارآفرینی، هم در حوزه تولید و هم در حوزه خدمات جدید، قابل‌تعریف است. در گردشگری دینی در کنار خدماتی که از سوی شرکت‌ها و افرادی که با نگرشی خلاقانه و با رویکرد ایجاد فرصت شغلی جدید به آن می‌نگرند، ارزش‌های جدیدی شکل می‌گیرد که می‌تواند محور توسعه اقتصادی کارآفرینانه بر پایه گردشگری دینی باشد. یکی از دستاوردهای کارآفرینی، ایجاد ارزش اجتماعی است؛ و ارائه خدمات جدید و خلاقانه به گردشگران دینی می‌تواند بهره‌مندی کارآفرینان را از این فرصت مغتنم، دوچندان سازد. کارآفرینان چه به‌صورت شرکت و چه به‌صورت فردی، به‌عنوان جامعه ذی‌نفعان اولیه عواید اقتصادی گردشگری دینی، باید نقش برجسته‌تری را ایفا نمایند، که هم برای خود آن‌ها و هم جامعه اثرات مفیدی را در پی خواهد داشت. به اعتقاد غیور و همکاران (۱۳۹۹)، سفرهای دینی نقش بارزی در ایجاد ارتباط مطلوب میان معنویت و تجاری‌سازی برند مقاصد گردشگری مذهبی، از طریق تحلیل جامع منافع ذی‌نفعان دارند. در اینجا باید افزود که تفاوت‌های فرهنگی، دینی و اجتماعی موجود تهدید نیست، بلکه نگرش‌های افراطی و غیرمنطقی یک تهدید است که گردشگری دینی از طریق توسعه تعاملات فرهنگی و آگاهی‌افزایی و تبادل اندیشه‌ای در کنار مسامح و معاشرت اخلاق‌مدارانه، می‌تواند این تهدید را به یک فرصت تبدیل کند. استفاده از شبکه‌ها و فناوری‌های روز هم تأثیرگذار خواهد بود. به اعتقاد جعفرپور (۱۳۸۴)، علی‌رغم تنوع فرهنگی و جغرافیایی جهان اسلام و وجود ارزش‌ها و عقاید مشترک، جهان اسلام می‌تواند در اتخاذ یک استراتژی جهانی با به‌کارگیری تکنولوژی ارتباطی جدید، رایانه‌ها و ماهواره‌ها برای افزایش همکاری‌های اطلاعاتی، اقتصادی و اجتماعی اقدام نماید. از دیگر نقش‌ها و کارکردهای گردشگری دینی، تأثیر قابل ملاحظه آن در گسترش فرهنگ معنویت است. در تحقیقی با عنوان «شناسایی و مفهوم‌پردازی کیفیت تجربه مذهبی گردشگر»، مشخص شد که استفاده بهینه از جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و فرهنگی شهر قم در کنار سودآوری اقتصادی آن، منجر به ترویج و گسترش ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی، معرفی ارزش‌های انقلاب و فرهنگ ناب اسلامی - ایرانی و غنا بخشیدن به فرهنگ معنوی در سطوح بین‌المللی، منطقه‌ای و ملی می‌شود (جعفری و همکاران، ۱۳۹۷). جریان‌سازی فرهنگی و مبارزه با تهاجم و افتراق فرهنگی، از مهم‌ترین فعالیت‌هایی است که در فرصت‌های موجود در گردشگری دینی و سفرهای زیارتی ملل مسلمان قابل‌انجام و البته نتیجه‌بخش است که ارزش‌های جدید فرهنگی و اجتماعی را شکل داده و در غنای فرهنگ و هویت جمعی و تعاملات فراملی اقتصادی و تجاری نقش‌آفرین است. در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی اثر گردشگری در توسعه کارآفرینی» که با استفاده از یک الگوی تجربی اقتصادسنجی تحلیل شده، نتایج حاکی از اثرگذاری پدیده گردشگری بین‌الملل از یک سو، و گسترش روابط تجاری از سوی دیگر بر سطح کارآفرینی کشورهای منتخب است (اربابیان و همکاران، ۱۳۹۳).

با وجود ظرفیت‌ها، فواید، دستاوردها و زمینه‌ها در مقوله گردشگری، موانع متعددی نیز وجود دارد که در این تحقیق مجال پرداختن نیست. به طور اجمالی، می‌توان به عدم وجود سیاست‌گذاری و سازوکار حمایتی بخش‌های دولتی در ایجاد بستر ورود و حضور پررنگ افراد کارآفرین - باتوجه‌به این‌که کارآفرینان به اعتقاد شومپیتر (وکیلی و همکاران، ۱۴۰۰)، پیش‌گامان

موفقیت‌های اقتصادی و تجاری در جامعه هستند و سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند - و نیز شرکت‌های مرتبط برای توسعه گردشگری دینی و عدم وجود فعالیت‌های نوآورانه که منجر به کارآفرینی در این عرصه گردد، اشاره کرد. از این‌رو، محور اصلی این مطالعه، اتخاذ نگاه کارآفرینانه به مقوله گردشگری دینی بود. برخی از ظرفیت‌ها و دستاوردهای گردشگری دینی که از منظر کارآفرینی مورد توجه بوده، در جدول شماره ۱، قید شده است. اگر به برخی از ظرفیت‌ها، فواید و دستاوردهای گردشگری دینی که در این جدول اشاره گردیده، از منظر کارآفرینی و با تأکید بر ایجاد نوآوری - که طلایه‌دار کارآفرینی است - بنگریم، این فواید و دستاوردهای حاصل از آن، بیش‌تر از آنچه که امروز شاهد آن هستیم، خواهد شد؛ بنابراین، چنین طرح‌های کارآفرینانه‌ای در زمینه‌های گردشگری دینی، می‌تواند ضمن کشف فرصت‌های موجود در هر یک از ظرفیت‌های موجودی که در جدول ۱، به آن‌ها اشاره شده است، به ایجاد فرصت‌های جدیدتر در حوزه گردشگری دینی منجر شود.

جدول شماره ۱. ظرفیت موجود در گردشگری دینی و فعالیت‌های کارآفرینانه مرتبط

ردیف	ظرفیت موجود	فعالیت‌های کارآفرینانه مرتبط
۱	اشتراکات دینی	هم‌گرایی اسلامی و روشنگری فرهنگی برای خودباوری و خوداتکایی ملل مسلمان و بازیابی هویت تمدنی و میراث گذشته، با تأکید بر وجوه دینی مشترک گردشگران مذهبی
۲	اقتصاد دینی	فرصت امکان عقد طرح‌های مهم دادوستد فرهنگی و اجتماعی و پرداختن به سنت‌های اسلامی نظیر وقف، زکات و حج در جریان گردشگری مذهبی در جهت ارتقای اقتصادی و اجتماعی امت اسلام
۳	خدمات‌رسانی به گردشگران	فرصت خدمات عمومی خلاقانه در اقامتگاه‌ها، مکان‌های تاریخی- فرهنگی و مسیرهای تردد گردشگران دینی (سامانه حمل‌ونقل، اسکان و امور رفاهی، پذیرایی و ...)
۴	آیین‌های فرهنگی	فرصت خدمات فرهنگی از جمله اعیاد، مراسم و آئین‌های مذهبی، در کنار آداب‌ورسوم شهرهای مختلف و فرهنگ‌های محلی و اقوام در قالب نمایشگاه، بازارچه و غیره
۵	جذابیت‌های فرهنگی-تفریحی	فرصت موجود در جوامع روستایی و عشایری که آیین‌های مذهبی و دستاوردهای فرهنگی خاصی دارند، در کنار جذابیت‌های محیطی و برخی تفریحات خاص این مکان‌ها
۶	بازار و تولیدات	فرصت موجود در بازارهای صنایع دستی، تولیدات ویژه و سوغات محلی، رستوران‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای با ارائه محصولات متناسب با فرهنگ زائران کشورهای مختلف
۷	فضای مجازی	فرصت موجود در فضای رسانه‌ای (تبلیغات فرهنگی، تولیدات رسانه‌ای، محتوای جذاب، فروش خدمات و غیره)

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری مذهبی، یکی از قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین انواع گردشگری‌ها در جهان است که قدمت آن به تاریخ فرهنگ دینی می‌رسد و امروزه به دلیل اثرات ارزشمند فرهنگی و اقتصادی آن اهمیتی درخور یافته است. ایران، با وجود داشتن جاذبه‌های گردشگری و بهره‌مندی از اماکن و بقاع متبرکه، هنوز در جذب گردشگر فرهنگی و مذهبی موفقیت چندانی به دست نیاورده است (جاویدیان، ۱۴۰۰)؛ از این‌رو انجام پژوهش‌هایی با رویکرد کارآفرینی در عرصه گردشگری دینی که ظرفیت‌های بهره‌مندی بیش‌تری را ایجاد کند، بیش‌ازپیش ضروری به نظر می‌رسد. در کشورهای اسلامی از جمله ایران، وجود جاذبه‌های گردشگری زیارتی، در کنار مجموعه ارزشمندی از هنر، آداب و رسوم فرهنگی، شرایطی را به وجود آورده است، که توجه و برنامه‌ریزی برای آن می‌تواند این جذابیت‌ها را به یکی از اولویت‌های گردشگران تبدیل کند؛ بنابراین، چنین شرایطی می‌تواند فرصتی را برای توسعه کارآفرینی و بهبود شرایط اقتصادی کشور و شهرهای با پتانسیل گردشگری دینی فراهم نماید. واضح است که این امر، نیازمند برخورداری از نگاه کارآفرینانه به این ظرفیت‌ها و فرصت‌های مغتنم است. به‌گونه‌ای که می‌توان با نوآوری و تلاش

خلاقانه و آگاهانه، بخشی از توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق مستعد کشور را با توسعه فرهنگ گردشگری دینی و جذب گردشگران دینی و زیارتی رقم زد. در این مقاله اشاره شد که گردشگری دینی علاوه بر این که یکی از گزاره‌ها و فرصت‌های مغتنم در ترویج بنیان‌های فرهنگی و ارتقای سطح فرهنگی مسلمانان است، فرصت بسیار ارزشمندی نیز به شمار می‌رود؛ چرا که اگر با رویکرد کارآفرینی بدان بنگریم، می‌توانیم هم در ارزش‌آفرینی فرهنگی - اجتماعی و هم در توسعه حوزه‌های کسب‌وکار و کسب درآمد در این خصوص، گام‌های بزرگی برداریم. چنین دیدگاهی، می‌تواند به پیشبرد اهداف اقتصادی و اجتماعی کشور منجر شود و ثمرات بسیار زیادی را به ارمغان آورد. در پژوهشی که توسط کاوه و همکاران (۱۳۹۷) انجام شده است، نتایج نشان داد که ورود گردشگران به مکان مقدس شاه‌چراغ شیراز، علاوه بر توسعه صنعت گردشگری مذهبی، تأثیر شگرفی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شیراز داشته است. در راستای اتخاذ چنین مسیری، لازم است با سیاست‌گذاری‌های اصولی و با تفکر حمایت از هرگونه نوآوری و ایده نو، به جوانب مختلف آن در جهت ارتقای کارآفرینی در حوزه گردشگری دینی جوامع مسلمان پرداخت. همچنین، لازم است به چالش‌هایی که مانع توسعه ارتباطات فرهنگی و اجتماعی جوامع مسلمان و انسجام اسلامی آنان و به تبع آن توسعه فرهنگ گردشگری و افزایش آمار زائران و گردشگران دینی می‌شود، توجه داشت. در این راستا، اشتراکات و تعاملات دینی و فرهنگی، فعالیت‌های دیپلماسی و تقویت نهادهای فراملیتی اسلامی نظیر سازمان کنفرانس اسلامی - در راستای هم‌گرایی و انسجام کشورهای اسلامی ایجاد شده است - می‌تواند در راستای بازآفرینی و هم‌گرایی فرهنگی و تمدنی موردتوجه قرار گیرد و با فراهم نمودن چنین بستری، ظرفیت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری دینی، قابلیت توسعه بیشتری خواهد یافت. این رویکرد جدید، عواید اقتصادی و اجتماعی بسیاری در برخواهد داشت؛ و در جهت درآمدزایی، اشتغال‌زایی، رشد اقتصادی و توسعه کسب‌وکارهای خدماتی و پردرآمد مثرمتر خواهد بود. همان‌طور که اربابیان و همکاران (۱۳۹۳) نیز در تحقیقی اشاره نموده‌اند، گردشگری با داشتن قابلیت‌های فراوان برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید، یکی از پردرآمدترین صنایع جهان به شمار می‌رود و می‌تواند به توسعه اشتغال‌زایی و کارآفرینی کمک کند؛ بنابراین گردشگری به‌عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح محلی، می‌تواند رهیافتی برای توسعه کارآفرینی باشد. در این پژوهش نیز باتوجه به نکات گفته شده، مشخص شد که کارآفرینی گردشگری دینی و زیارت (به‌عنوان یکی از جلوه‌های بسیار مهم گردشگری دینی) باتوجه به پتانسیل بالای آن، نقش قابل توجهی در توسعه اقتصادی داشته و می‌تواند در بهبود شرایط اقتصادی، اجتماعی و زیستی شهروندان اثرات شگرفی برجای گذارد. در این راستا، تحلیل اثرات حضور گردشگران مذهبی غیرایرانی بر کیفیت زندگی شهروندان منطقه ثامن مشهد (عناستانی و همکاران، ۱۴۰۰) نشان داد که «رونق اقتصادی و اشتغال‌زایی»، مهم‌ترین اثر حضور این گردشگران در منطقه مورد مطالعه بوده است. اما رسیدن به نتیجه مطلوب در صنعت گردشگری دینی، مستلزم فراهم نمودن زمینه استفاده از ظرفیت‌های این بخش از طریق سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی راهبردی و برخی طرح‌های اجرایی است. البته لازم به ذکر است که در جهت نتیجه‌گیری بیش‌تر و بهتر، بایستی عنصر کارآفرینی را در تمام این مراحل وارد کرد. ده‌جانی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان «راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی»، ضمن اشاره به این نکته که در صنعت گردشگری، شناسایی راهبردها و استراتژی‌های اثرگذار بر روند توسعه گردشگری مذهبی، امری اجتناب‌ناپذیر است، نشان دادند که استراتژی‌های افزایش مراکز خدمات، رستوران و مراکز پذیرایی و برگزاری آیین‌ها و مراسم‌های مذهبی، بهترین استراتژی برای توسعه گردشگری مذهبی است.

به‌واسطه حضور گردشگران در سفرهای زیارتی، می‌توان از آنان به‌عنوان سفیران فرهنگی بهره گرفت. همچنین، در صورت برنامه‌ریزی خلاقانه و هدفمند، هم تعاملات فرهنگی و اجتماعی ویژه‌ای در مناطق گردشگری شکل می‌گیرد و هم به دلیل ایجاد فرصت مناسب برای کارآفرینی و توسعه کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری دینی، به رونق و پویایی اقتصاد شهرهای زیارتی کمک شایانی می‌شود. از این رو، هرچه از نگاه کارآفرینی به این مقوله بنگریم، ظرفیت‌های بیش‌تری را می‌توانیم شناسایی نماییم و با نوآوری در نوع خدمات گردشگری و نحوه رفع نیازهای گردشگران، آن‌ها را توسعه بخشیم. از مهم‌ترین نتایج تحقیق حاضر،

این است که وجود نگاه و رویکرد کارآفرینانه به مقوله گردشگری دینی، به جهت شتاب بیش‌تری که در رشد اقتصادی و اجتماعی مناطق گردشگری ایجاد می‌کند، بیش‌ازپیش ضرورت دارد؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود با عنایت به ارزش‌آفرینی و عواید متعدد اقتصادی و فرهنگی آن، بازنگری جامعی در سیاست‌گذاری‌های کلی که موجب تشویق کارآفرینان برای ورود به این عرصه مهم می‌شود، صورت گیرد.

در پایان به راهکارهای پیشنهادی و مؤثر در توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی در گردشگری دینی و بهبود این صنعت، از منظر و دریچه کارآفرینی اشاره می‌کنیم:

- بازنگری در سیاست‌ها و تدوین راهبردهای جدید با نگاهی کارآفرینانه به ظرفیت‌های گردشگری دینی و با حمایت از ایده‌های مربوطه؛
- توجه به هر نوع نوآوری در استفاده از فرصت‌های موجود گردشگری دینی که در رشد اقتصاد محلی، منطقه‌ای و ملی مؤثر است؛
- استفاده از ظرفیت‌های مراکز دانشگاهی در کنار ایجاد اتاق‌های فکر و یا اندیشکده‌هایی جهت تحقیق، توسعه و آموزش تخصصی توره‌های گردشگری مذهبی و کارآفرینی گردشگری؛
- پرداختن به طرح‌های نوآوری در خصوص به‌روز کردن خدمات رفاهی گردشگران در حوزه‌های خدمات عمومی همچون حمل‌ونقل، رستوران، هتل و غیره با استفاده از فناوری‌های روز دنیا؛
- حمایت از نوآوری‌های اثرگذار در بعد فرهنگی و اجتماعی و ارائه مشوق‌هایی برای اجرای آیین‌ها و برنامه‌های فرهنگی و هنری جذاب با رویکرد دینی و محتوایی؛
- روشنگری فرهنگی و تأکید بر وجوه دینی مشترک برای گردشگران مذهبی و ایجاد فضای گفت‌وگو بین گروهی در جهت ارتقای سطح آگاهی‌های فرهنگی، تاریخی و اجتماعی؛
- مفرح و جذاب نمودن قطب‌های مهم گردشگری دینی، با توسعه زیرساخت‌های مکان‌های زیارتی (فراهم نمودن تجهیزات مناسب رفاهی و خدماتی نوین و به‌روز برای اماکن مذهبی)؛
- چاره‌جویی در جهت کاستن یا حذف چالش‌ها و عوامل منفی درونی کشور همچون نوع تعاملات و معاشرت‌ها، افراط‌گرایی‌ها، چالش‌ها و عوامل بیرونی (همچون مرزبندی‌های سیاسی، اختلاف عقیده، سیاست تفرقه و غیره)؛
- ایجاد زمینه گسترش طرح‌های مهم دادوستد مشترک فرهنگی بخش‌های خصوصی (شرکت‌های مسافرتی و غیره) در حوزه گردشگری دینی و عقد تفاهم‌نامه‌های بخش دولتی با نهادهای اقتصادی اجتماعی و فرهنگی؛
- پرداختن فنی به تولیدات رسانه‌ای جذاب، در جهت معرفی ظرفیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری دینی و ایجاد بانک اطلاعاتی اماکن مقدس به زبان‌های زنده دنیا و تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی؛
- ایجاد سامانه کنترل و نظارت بر کیفیت خدمات ارائه شده به زائران و گردشگران دینی در جهت بازخورد گرفتن و برنامه‌ریزی بهتر در جهت توسعه کمی و کیفی گردشگری؛
- فرهنگ‌سازی در زمینه پذیرش گردشگران به‌عنوان یک فرصت فرهنگی و اجتماعی.

منابع

احمدی شاپورآبادی، محمدعلی. و سبزابادی، احمد. (۱۳۹۰). تحلیلی بر ظرفیت‌های توسعه گردشگری مذهبی - فرهنگی کلان‌شهر قم. *مطالعات ملی*، ۱۲ (۲)، ۸۳-۱۱۲.

- اربابیان، شیرین، زمانی، زهرا، و معصومه رحیمی. (۱۳۹۳). بررسی اثر گردشگری در توسعه کارآفرینی. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳ (۱۰)، ۱۴۶-۱۲۶.
- آقاجانی، معصومه. و فراهانی‌فرد، سعید. (۱۳۹۴). گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی ایران). مجله سیاست‌های راهبردی و کلان، ۱۲ (۲)، ۶۶-۴۳.
- بروجنی، حمید، محمودزاده، مجتبی، مروتی شریف‌آبادی، علی. و اسدیان اردکانی، فائزه. (۱۳۷۹). گردشگری دینی، الزامات، راهبردها و پیامدها. مدیریت اسلامی، ۶۲ (۶)، ۶۹۱-۶۷۹.
- تقوایی، مسعود، موسوی، سیدعلی. و غلامی بیمرغ، یونس. (۱۳۸۹). تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی. فضای جغرافیایی، ۱۰ (۳۱)، ۶۴-۳۹.
- جاویدیان، عباس. (۱۴۰۰). بررسی نقش عوامل مؤثر بر گردشگری مذهبی در توسعه کارآفرینی شهر شیراز. نشریه گردشگری و اوقات فراغت، ۶ (۱۱)، ۴۲-۳۱.
- جعفرپور، رشید. (۱۳۸۴). تنوع فرهنگی جهان اسلام و چالش‌های موجود در عصر جهانی‌شدن. معارف اسلامی و حقوق، ۱۶، ۱۰۱-۹۴.
- جعفری، سید محمد باقر، غفاری، محمد. و عباسی، احمد. (۱۳۹۷). شناسایی و مفهوم‌پردازی کیفیت تجربه مذهبی گردشگر (مورد مطالعه: گردشگران خارجی شهر قم). مجله برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۸ (۳)، ۳۰-۷.
- خرسندی طاسکوه، علی. و لیاقت‌دار، محمدجواد. (۱۳۸۷). ارتباطات بین دانشگاهی و نقش آن در گسترش همکاری‌های فرامرزی. تحقیقات فرهنگی ایران، ۲ (۱)، ۱۱۳-۱۱۱.
- دامن باغ، صفیه. و صفایی‌پور، مسعود. (۱۳۹۶). بررسی توسعه گردشگری حلال در ایران. مجله میراث و گردشگری، ۶ (۶)، ۹۷-۹۱.
- دهجانی، جواد، خلیلی، حسین. و میرزا ابوالقاسمی، محمدصادق. (۱۳۹۸). راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی حرم بی بی حکیمه (س). مجله گردشگری شهری، ۶ (۴)، ۵۷-۵۱.
- رحیمی، حسین. (۱۳۸۶). در جستجوی شهر اسلامی پایدار. نشریه پیک نو، ۶ (۲)، ۹۰-۹۹.
- صادقی، جواد، رجوعی، مرتضی. و قاسمی خوزانی، محمد. (۱۳۹۷). تدوین راهبردهای احیای جاده ولایت با هدف توسعه فرهنگ زیارت به روش SWOT. مجله فرهنگ رضوی، ۲۲ (۲)، ۱۴۸-۱۲۳.
- عظیمی پارسا، محمدجواد. و ناوی، مریم. (۱۳۹۳). تلفیق توریسم مذهبی با اکوتوریسم نوشاروی جذب گردشگر مذهبی. مجموعه مقالات اولین همایش توریسم و گردشگری سبز در ایران، ۲۴-۱۲.
- عنابستانی، زهرا، صابری، محبوبه، و بیدخوری، علیرضا. (۱۴۰۰). تحلیل اثرات حضور گردشگران مذهبی غیر ایرانی بر کیفیت زندگی شهروندان (مطالعه موردی: منطقه نامن شهرداری مشهد). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۴۵ (۴)، ۱۱۶-۱۰۲.
- عیاشی، رمضان. و موسوی پارسایی، سید محمد. (۱۳۹۷). نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی؛ روستاهای شمال کشور. مجله بازرگانی آثار علمی و فرهنگی انقلاب اسلامی ایران، ۱، ۱۴۴۱-۱۴۲۸.
- غیور باغبانی، سید مرتضی، همراهمان، حامد، یگانه مفرد، منیره. و مرتضایی، محمد. (۱۴۰۱). تأثیر مشارکت گردشگران مذهبی بر تجربه ماندگار از طریق تعامل فرهنگی. مجله مطالعات فرهنگی خراسان، ۱۶ (۳)، ۱۵۸-۱۳۰.
- غیور، سید مرتضی، بهبودی، مرتضی. و پورنگ، امید علی. (۱۳۹۹). نقش‌آفرینی معنویت و تجاری‌سازی در شکل‌گیری برند مقاصد گردشگری مذهبی با رویکرد داده‌بنیاد. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵ (۴۹)، ۲۶۳-۲۳۳.
- فتحی، محمدرضا، یعقوبی، سمیه. و محمد حسن ملکی. (۱۳۹۹). ارزیابی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری گردشگری مذهبی. مجله بررسی‌های بازرگانی، ۱۵۰، ۷۰-۵۷.
- قدیری، مجتبی، خراسانی، محمدامین، ضیانوشین، محمدمهدی. و ویسی، فرزاد. (۱۳۹۰). همگرایی و همکاری محدود منطقه‌ای، راهکاری برای توسعه گردشگری فرهنگی. مطالعات ملی، ۱۲ (۴۵)، ۱۴۰-۱۱۷.
- کاوه پیشقدم، محمودکاظم، رجایی، ماندانا. و زراسا، رجایی. (۱۳۹۷). تحلیلی بر نقش حرم مطهر حضرت احمدبن موسی الکاظم شاه‌چراغ (ع) در توسعه گردشگری مذهبی شهر شیراز. مجله رهیافت فرهنگ دینی، ۱ (۱)، ۲۱۰-۱۹۵.

- کروبی، مهدی، بهاری، جعفر، بهاری، شهلا، بهاری، حامد، محمدی، سمیرا و بذله، مرجان. (۱۳۹۷). تحلیل نقش امامزاده شاهچراغ در توسعه اقتصادی جامعه بومی با استفاده از مدل SWOT. *مجله جغرافیا و روابط انسانی*، ۱ (۲)، ۸۰۵-۷۹۵.
- مجیدی فر، محمد مسعود. (۱۳۹۵). بررسی نقش و جایگاه گردشگری مذهبی توسعه صنعت توریسم. *مجموعه مقالات چهارمین همایش علمی پژوهشی یافته‌های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران*، ۱۸-۹.
- مقصودی، مجتبی و ارسیا، بابک. (۱۳۸۸). جایگاه گردشگری در تعمیق همبستگی ملی در ایران. *نشریه مطالعات ملی*، ۱۰ (۱۴)، ۱۱۸-۹۹.
- مؤمنی، احمد و پرنو، زهرا. (۱۳۹۸). نقش گردشگری مذهبی در توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی- مطالعه موردی روستاهای بخش مرکزی اردبیل. *مجله جغرافیا و روابط انسانی*، ۲ (۵)، ۱۶-۱.
- هاشمی، سید یوسف. (۱۳۹۹). راهبردهای رقابت‌پذیری توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: شهرستان رضوان شهر. *مجله گردشگری شهری*، ۷ (۴)، ۸۹-۷۵.
- وکیلی، یوسف، مقیمی، سیدمحمد و اکبری، مرتضی. (۱۴۰۰). *نظریه‌های کارآفرینی*. تهران: نشر دانشگاه تهران.
- Petrin, T. (1997) *Rural development through entrepreneurship*. FAO, Regional Office for Europe. Rome, Italy.
- Stevenson, N., Airey, D., & Miller, G. (2008). Tourism Policy Making: The Policymakers' Perspectives. *Annals of Tourism Research*, 35 (3), 732-750.

