

Research Paper

A Model for the Development of Religious Tourism in Ardabil Province

Naser Seifollahi^{*1} , Mahta Azizi² 

¹ Professor, Faculty of Business Management, Social sciences Department, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. (n.seifollahi@uma.ac.ir)

² Ph.D. Student, Business Management, Social sciences Department, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. (ma.wg.8jin@gmail.com)



© The Author(s)

publisher: University of Mazandaran

[10.22080/jtpd.2025.28638.3969](https://doi.org/10.22080/jtpd.2025.28638.3969)**Received:**

February 2, 2025

Accepted:

March 17, 2025

Available online:

July 20, 2025

Keywords:

Development, religious tourism, Ardabil province, data-grounded approach

Abstract

Context and Purpose: Religious tourism is one of the oldest and most dynamic sectors of the tourism industry, which has witnessed significant growth in recent years. Religious tourism is a complex and multifaceted phenomenon that, through the combination of three influential factors of religion, pilgrimage, and tourism, provides many opportunities for tourism development. **Design/methodology/approach:** The present research method is inductive, and the qualitative approach is based on grounded theory. Participants in the research process include experts, university professors, and experienced employees in the field of tourism. Also, the purposeful sampling method was used, and in order to reach the theoretical saturation and evolution, 12 people were interviewed. **Findings:** According to the contents obtained in the interview section, 238 initial codes, 208 secondary codes and 14 categories, and 31 concepts, i.e., causal categories, intervening conditions, governing conditions, the central phenomenon, strategies, and consequences, were identified and coded and categorized with the help of MAXQDA2020 software. Finally, the model of cultural factors affecting the acceptance of advertising by the target audience in social commerce was extracted. **Conclusion:** Based on the findings, the causal factors for the development of religious tourism in Ardabil province include: attracting investors and structural factors; the intervening conditions include: culture, characteristics of religious tourists, creating space, and equipping welfare facilities; the governing context includes: the geographical location of Ardabil province, the unique Ashura culture, and the easy access to historical and religious elements, the strategies of this research include: religious tourism marketing and technological factors; and finally, the consequences of this research include: strengthening social cohesion, developing sustainable tourism, economic improvement, and environmental effects. **Originality/value:** Despite its advantages, the tourism industry faces various challenges and issues such as population pressure, environmental problems, and the preservation of culture and history, which are depicted in the present study in Ardabil province, and suggestions are also made for the development of this high-yield industry in Ardabil province, which has high tourism capacities.

***Corresponding Author:** Naser Seifollah

Address: University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

Email: n.seifollahi@uma.ac.ir
Tel: 09124990061



Extended Abstract

1. Introduction

Manuscripts of the tourism industry, one of the most dynamic and rapidly growing sectors globally, have undergone significant transformations in recent years. Influenced by social, economic, technological, and environmental factors, tourism is continually evolving and expanding. Religious tourism, specifically, is defined as a type of tourism guided by religious culture, encompassing activities such as worship, study, travel, and cultural experiences undertaken by both religious adherents and non-religious tourists. Recognized as one of the oldest forms of tourism, religious tourism continues to flourish. Factors such as global population growth, economic development, and increasing awareness and interest in different cultures and religions have contributed to this growth. In fact, religious tourism is arguably the most ancient form of travel, dating back almost to the dawn of humanity. Often described as cultural heritage, cultural tourism, or spiritual tourism, religious tourism is exemplified by Christian pilgrimages to Jerusalem and Muslim pilgrimages to sacred sites like Mecca. The primary motivation for religious travel is faith and belief, often commencing with religious pilgrimages, where a 'pilgrim' is defined as a traveler or tourist with religious motivations.

The benefits of religious tourism include local economic and social development, the creation of new job opportunities, and the stimulation of local economic activities. Furthermore, religious tourism can serve as a tool for sustainable and responsible development as it is generally less susceptible to seasonal trends and socioeconomic crises.

Moreover, religious tourism can revitalize economies in countries lacking the infrastructure for luxury and entertainment-based tourism, attracting a significant number of spiritual tourists. Ardabil province, with its rich historical and religious heritage, holds immense potential for developing religious tourism. The province's sacred sites, unique religious rituals, and location on pilgrimage routes have always attracted religious pilgrims and tourists. Given its potential, developing religious tourism in Ardabil can create employment opportunities, increase income, and foster sustainable development in the province.

2. Research Methodology

The current research is classified as applied research and, given the nature of the topic, is conducted using qualitative methods with a grounded theory approach. Data was collected through both library research and fieldwork. Library research was conducted to complement and strengthen the theoretical foundations of the research and to access documentary data for the document analysis stage. Fieldwork was used to collect the necessary information and observations. Given that the research topic required fieldwork and the researcher's presence among the study population, interviews and observations were used to collect the necessary data. Participants in the research process included advertising and social commerce professionals, as well as Instagram users. In this research, purposive sampling was used, and theoretical saturation was reached from the tenth interview onward, but for further assurance, interviews continued until the thirteenth interview. Data in the document analysis section was extracted from library resources and literature review. Subsequently, data was

collected through fieldwork using in-depth semi-structured and unstructured interviews and analysed using grounded theory.

3. Research Findings

Religious tourism not only serves as a spiritual and religious need for pilgrims but also represents a lucrative industry with significant economic and social impacts. However, this industry must contend with various challenges such as overcrowding, environmental issues, and the preservation of culture and history. Nevertheless, religious tourism will continue to hold its place in the modern world as an important tool for strengthening international relations and preserving cultures. Religious tourism is not only considered a religious and spiritual need for pilgrims but also a highly profitable industry with significant economic and social impacts.

This research aims to propose a model for developing religious tourism in Ardabil province. By careful planning and appropriate investment, we can make the best use of this potential and transform Ardabil into one of the country's major tourism hubs. Iran, with its abundant natural resources and a rich historical, cultural, and religious heritage spanning thousands of years, possesses unique capabilities for developing religious tourism. However, it has not yet been able to achieve a significant position in terms of realizing its potential. Ardabil province, with its pristine nature, diverse climate, rich religious, historical and cultural heritage, and various natural attractions, has high potential for tourism development.

4. Conclusion

The purpose of the research was to develop a model for religious tourism in

Ardabil province. The findings reveal that the causal conditions underpinning the development of religious tourism in Ardabil province are the attraction of investors and the presence of supportive structural factors. Intervening conditions encompass cultural nuances, the characteristics of religious tourists, and the creation and equipping of adequate recreational facilities. The contextual conditions are shaped by the province's geographical location, its distinctive Ashura culture, and the easy accessibility of historical and religious sites. Strategic imperatives include the implementation of targeted marketing campaigns for religious tourism and the leveraging of technological advancements. Ultimately, the anticipated outcomes of this research encompass the strengthening of social cohesion, the promotion of sustainable tourism, economic enhancement, and positive environmental impacts. Of tables and figures in documents is to enhance the readers' understanding of the information presented in the document. It is much lucid and efficient if the information is communicated in tables or figures.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work

Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the people for their scientific consulting in this paper.



علمی پژوهشی

ارائه مدلی جهت توسعه گردشگری مذهبی استان اردبیل

ناصر سیفاللهی^{*۱}، مهتا عزیزی^۲

^۱ استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. (n.seifollahi@uma.ac.ir)
^۲ دانشجوی دکتری رشته مدیریت بازرگانی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. (ma.wg.8jin@gmail.com)



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه مازندران



10.22080/jtpd.2025.28638.3969

چکیده

زمینه و هدف: گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین و پویاترین بخش‌های صنعت گردشگری است که در سال‌های اخیر شاهد رشد چشم‌گیری بوده است. گردشگری مذهبی، پدیده‌ای پیچیده و چندوجهی است که از مجرای ترکیب سه عامل اثرگذار مذهب، زیارت و گردشگری فرصت‌های بسیاری را برای توسعه گردشگری فراهم می‌کند. **روش‌شناسی:** روش پژوهش حاضر، استقرایی و رویکرد کیفی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد است. مشارکت‌کنندگان در فرآیند پژوهش شامل متخصصان، اساتید دانشگاه و کارمندان باتجربه در زمینه گردشگری هستند. همچنین از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده و برای رسیدن به حد اشباع نظری و تکامل، با ۱۲ نفر مصاحبه شد. **یافته‌ها:** با توجه به محتویات به‌دست‌آمده در بخش مصاحبه، تعداد ۲۳۸ کد اولیه، تعداد ۲۰۸ کد ثانویه و تعداد ۱۴ مقوله و ۳۱ مفهوم، یعنی مقوله‌های علی، شرایط مداخله‌گر، پست‌حاکم، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها شناسایی و به کمک نرم‌افزار MAXQDA ۲۰۲۰ کدگذاری و دسته‌بندی شده است. درنهایت، مدل عوامل فرهنگی مؤثر بر پذیرش تبلیغات توسط مخاطبان هدف در تجارت اجتماعی استخراج شد. **نتیجه‌گیری و پیشنهادات:** براساس یافته‌ها، عوامل علی جهت توسعه گردشگری مذهبی استان اردبیل عبارت‌اند از: جذب سرمایه‌گذاران و عوامل ساختاری؛ شرایط مداخله‌گر عبارت‌اند از: فرهنگ، ویژگی‌های گردشگر مذهبی، فضا سازی و تجهیز تسهیلات رفاهی؛ بستر حاکم عبارت‌اند از: موقعیت جغرافیایی استان اردبیل، فرهنگ عاشورایی منحصربه‌فرد و سهل‌الوصول بودن عناصر تاریخی و مذهبی، راهبردهای این پژوهش عبارت‌اند از: بازاریابی گردشگری مذهبی و عوامل تکنولوژیک و درنهایت، پیامدهای حاصل از این پژوهش شامل: تقویت انسجام اجتماعی، توسعه گردشگری پایدار، بهبود اقتصادی و اثرات زیست‌محیطی می‌باشند. **نوآوری و اصالت:** صنعت گردشگری علی‌رغم مزایا با چالش‌ها و مسائل مختلفی همچون فشار جمعیتی، مشکلات زیست‌محیطی و حفظ فرهنگ و تاریخ مواجه است که در پژوهش حاضر در استان اردبیل به تصویر کشیده شده و پیشنهادهایی نیز جهت توسعه این صنعت پربازده در استان اردبیل که دارای ظرفیت‌های بالای گردشگری می‌باشد، مطرح شده است.

تاریخ دریافت:

۱۴ بهمن ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۲۷ اسفند ۱۴۰۳

تاریخ انتشار:

۲۹ تیر ۱۴۰۴

کلیدواژه‌ها:

توسعه، گردشگری مذهبی، استان اردبیل، رویکرد داده بنیاد

* نویسنده مسئول: ناصر سیفاللهی

آدرس: دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

ایمیل: n.seifollahi@uma.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۲۴۹۹۰۰۶۱

۱ مقدمه

صنعت گردشگری^۱ یکی از پویاترین صنایع رو به رشد جهان است که در سال‌های اخیر تحولات چشمگیری را تجربه کرده است. این صنعت تحت تأثیر عوامل مختلفی همچون تغییرات اجتماعی، اقتصادی، تکنولوژیکی و زیست‌محیطی، همواره در حال تحول و گسترش است؛ گردشگری مذهبی^۲ به عنوان یک فعالیت گردشگری خاص تعریف می‌شود که توسط فرهنگ مذهبی هدایت می‌شود و شامل فعالیت‌هایی مانند عبادت، تحقیق، گردش و فرهنگ است که توسط پیروان مذهبی و گردشگران غیرمذهبی انجام می‌شود (Rasul, 2016). این نوع گردشگری به عنوان یکی از قدیمی‌ترین اشکال گردشگری شناخته می‌شود و همچنان در حال رشد است و عوامل متعددی از جمله افزایش جمعیت جهان، توسعه اقتصاد، افزایش سطح آگاهی و علاقه‌مندی مردم به فرهنگ‌ها و مذاهب مختلف، همگی در این رشد نقش داشته‌اند (Apleni, 2017). درواقع، گردشگری مذهبی قدیمی‌ترین شکل گردشگری است و تقریباً به زمان پیدایش بشر برمی‌گردد (Bari & Khan, 2020). گردشگری مذهبی اغلب توسط نویسندگان مختلف به عنوان میراث فرهنگی، گردشگری فرهنگی و گردشگری معنوی توصیف می‌شود. این به شکل سفر مسیحیان به اورشلیم و مسلمانان به مکان‌های مقدس مذهبی مانند مکه بود. انگیزه اولیه سفرهای مذهبی، ایمان و اعتقاد مردم بود که با زیارت مذهبی آغاز می‌شد، جایی که «زائر» به عنوان یک گردشگر یا مسافری با انگیزه مذهبی تعریف می‌شود (Alaverdov & Bari, 2020). مزایای گردشگری مذهبی شامل توسعه اقتصادی و اجتماعی محلی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و تقویت فعالیت‌های اقتصادی محلی است (Kasim, 2011). همچنین، گردشگری مذهبی می‌تواند به عنوان یک ابزار برای توسعه پایدار و مسئولانه عمل کند؛ زیرا معمولاً کمتر تحت تأثیر روندهای فصلی و بحران‌های اجتماعی و اقتصادی

قرار می‌گیرد (Cugini, 2021). علاوه بر این، گردشگری مذهبی می‌تواند به احیای اقتصادی در کشورهایی که زیرساخت‌های لازم برای گردشگری لوکس و مبتنی بر سرگرمی را ندارند، کمک و تعداد قابل توجهی از گردشگران معنوی را جذب کند (Haq, 2006). آمار و ارقام گردشگری مذهبی و درآمد آن در مناطق مختلف جهان متفاوت است. به عنوان مثال، در عربستان سعودی، گردشگری مذهبی به ویژه حج و عمره، نقش مهمی در رشد اقتصادی و توسعه این کشور دارد. گردشگران مذهبی در مقایسه با سایر انواع گردشگران، هزینه‌های بیشتری دارند و این امر می‌تواند به عنوان یک منبع مهم درآمدی برای کشور عمل کند (Bokhari, 2021). در اکثر کشورها همچون ترکیه، گردشگری مذهبی با نرخ رشد سالانه مرکب (CAGR) حدود ۸٪ از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰، به ارزش بازار خالص حدود ۶۰ میلیارد دلار رسیده است. خدمات اقامتی حدود ۳۰٪ از کل درآمد تولید شده را تشکیل می‌دهند (Astanakulov, 2022). همچنین در پاکستان، کریدور کارتارپور به عنوان یک سایت مهم گردشگری مذهبی، به رشد صنعت گردشگری و فعالیت‌های کارآفرینی محلی کمک می‌کند. این سایت تاریخی و مذهبی، گردشگران را از سراسر جهان جذب کرده و درآمدی برای پاکستان از طریق گردشگری مذهبی ایجاد می‌کند (Bacha, 2024). استان اردبیل به همراه شهرها و روستاهای توابع آن نیز با میراث معنوی و تاریخی، برگزاری آیین‌های مذهبی خاص و مداحان شهیر و از همه مهم‌تر پیشینه آن در شکوفایی مذهب تشیع جاذبه‌هایی برای علاقمندان به این نوع از گردشگری محسوب می‌شود و پتانسیل بسیار بالایی برای توسعه گردشگری مذهبی دارد. این استان به دلیل وجود اماکن مقدس و زیارتی و تاریخی، آیین‌های دینی و عاشورایی باشکوه و قرارگیری در مسیرهای زیارتی، همواره مورد توجه زائران و گردشگران مذهبی بوده است. با توجه به پتانسیل‌های موجود، توسعه

² Religious Tourism

¹ Tourism



۲ ادبیات پژوهش

۲.۱ مبانی نظری

گردشگری مذهبی به معنای سفر به مکان‌های خاص برای اهداف دینی، معنوی یا فرهنگی است. این نوع گردشگری ریشه‌ای عمیق در تاریخ بشر دارد و به‌ویژه در جوامع مذهبی مختلف، به‌عنوان یک بخش مهم از فرهنگ و اعتقادات مذهبی محسوب می‌شود (Murphy, 2013). مقاصد گردشگری مذهبی معمولاً شامل زیارتگاه‌ها، معابد، مکان‌های مقدس و سایر مراکز مذهبی است که هرکدام جایگاه خاصی در تاریخ و زندگی مردم دارند. گردشگری مذهبی از جهات مختلف به جوامع و افراد تأثیر می‌گذارد. یکی از ویژگی‌های اصلی این نوع گردشگری، اهمیت معنوی و دینی است که برای زائران دارد. سفر به مکان‌های مقدس، علاوه بر جنبه‌های مذهبی، فرصتی برای تجربه معنوی عمیق و تقویت ارتباط شخصی با ایمان است. به‌عنوان مثال، زیارت حج در مکه برای مسلمانان نه تنها یک سفر مذهبی بلکه تجربه‌ای معنوی و روحانی است که در آن فرد خود را در برابر خداوند قرار می‌دهد (Foley & McGillivray, 2006). زیارت، یکی از اولین اشکال فعالیت‌های گردشگری است که هزاران سال پیش شکل گرفت (Timothy & Olsen, 2006). بسیاری از پژوهش‌گران معاصر، ریشه زیارت را به عیسی مسیح نسبت می‌دهند؛ زیرا در قرن چهارم میلادی، مسیحیت به دین غالب امپراتوری روم تبدیل شد. اعتقاد بر این است که اولین زیارت‌ها در آن زمان از امپراتوری روم به مکان‌های مرتبط با عیسی مسیح آغاز شد. گفته می‌شود که هلن، مادر کنستانتین بزرگ، بنیان‌گذار زیارت مسیحی است. با ظهور اسلام در قرن ششم و هفتم میلادی، مکه به مرکز اصلی مسلمانان تبدیل شد (Bari & Khan, 2020). زیارت در تاریخ اروپا و خاورمیانه، پیش از مسیحیت و به‌ویژه تمدن اسلامی وجود داشته است. حتی یونانیان و رومیان باستان نیز در معابد خود عبادت

گردشگری مذهبی در استان اردبیل می‌تواند به ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و توسعه پایدار این استان کمک کند. بنا بر گزارش سازمان جهانی گردشگری هر ساله ۳۰۰ تا ۳۳۰ میلیون نفر با انگیزه‌های دینی و مذهبی در سراسر جهان سفر می‌کنند. به همین دلیل، کشورهای جهان بیش از پیش به دنبال توسعه گردشگری مذهبی به‌عنوان منبعی برای اشتغال و درآمدزایی هستند (Bakhshi Zadeh, 2020). این نوع گردشگری دارای جایگاهی خاص در روند توسعه است، به‌طوری‌که برخی از اندیشمندان، توسعه گردشگری مذهبی را بخشی از توسعه پایدار تعریف می‌کنند؛ زیرا این‌گونه گردشگری زمینه آشنایی گردشگران را با آداب و رسوم محلی فراهم کرده، مناطق فرهنگی حفاظت‌شده را افزایش داده، به افزایش تعادل در ابعاد محیطی، اقتصادی و اجتماعی گردشگری انجامیده است و بر توسعه اقتصادی و اجتماعی مقصدهای برخوردار از جاذبه‌های گردشگری، تأثیرات مثبتی دارد. از این‌رو برای توسعه این فعالیت و جذب گردشگر تأثیر بسیاری خواهد داشت (Luz, 2020). جمعیت مسلمانان جهان به ۲ میلیارد نفر رسیده است، تعداد گردشگران مسلمان بین‌المللی ۱۶۰ میلیون نفر است. تحقیقات نشان می‌دهد که ۹۳ درصد زائران از وجود شرایط مناسب در طول سفر رضایت دارند. با وجود تقاضای زیاد برای این نوع گردشگری، هنوز تحقیقات کافی در مورد آن انجام نشده است و از پتانسیل‌های موجود به‌طور کامل استفاده نمی‌شود.^۱ از این‌رو، با توجه به پژوهش‌های صورت‌گرفته تاکنون هنوز مطالعه‌ای که گردشگری مذهبی استان اردبیل و ظرفیت‌های آن را با رویکرد کیفی برجسته کند، صورت نگرفته است. پژوهش حاضر، با توجه به پتانسیل و ظرفیت‌های بالقوه استان اردبیل، مدلی جهت توسعه گردشگری مذهبی استان اردبیل ارائه کرده است.

^۱ <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2022.html>

درک بهتر از سایر فرهنگ‌ها و عقاید همراه است که می‌تواند به کاهش تعصبات و تقویت صلح جهانی کمک کند. (Timothy & Olsen, 2006)

به‌طورکلی عوامل و موانع توسعه گردشگری و گردشگری مذهبی به چند دسته تقسیم می‌شوند:

۱. عوامل ساختاری: شامل کمبود

زیرساخت‌های مناسب، عدم هماهنگی بین سازمان‌ها و نهادهای مرتبط و نبود سیاست‌ها و راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری مذهبی می‌باشد (Bhuiyan, 2011).

۲. عوامل فرهنگی و مذهبی: تفاوت‌های فرهنگی و مذهبی می‌تواند مانعی برای جذب گردشگران باشد. همچنین، نیاز به حفظ تقدس مکان‌های مذهبی و تطابق با انتظارات مصرف‌کنندگان از خدمات و محصولات ارائه‌شده در این مکان‌ها وجود دارد (Wiltshier, 2012).

۳. عوامل اقتصادی: کمبود منابع مالی و حمایت‌های دولتی می‌تواند توسعه گردشگری را محدود کند. همچنین، نیاز به سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و خدمات مرتبط با گردشگری وجود دارد (Thomas, 2013).

۴. عوامل انسانی: شامل کمبود نیروی کار ماهر و عدم تعهد سازمانی به توسعه گردشگری می‌باشد (Brdesee, 2013).

۵. عوامل قانونی و سیاسی: قوانین و مقررات محدودکننده و مسائل سیاسی می‌تواند مانعی برای توسعه گردشگری باشد (Ozguzel, 2020).

می‌کردند، مکان‌های مذهبی مانند واتیکان در رم، معبد‌های هندو در هند و کربلا در عراق، نمونه‌های برجسته‌ای از مقاصد گردشگری مذهبی هستند که سالانه میلیون‌ها نفر را از سراسر جهان جذب می‌کنند. این سفرها معمولاً به‌منظور تکمیل یک تعهد مذهبی، تقویت ایمان، یا تجربه معنوی انجام می‌شوند (Robinson, 2015).

زیارت به معنای ۱) سفر خاصی که توسط زائر انجام می‌شود؛ ۲) رفتن به مکان‌های خاص برای احترام و ۳) سفر طولانی به مکان‌های مقدس به دلایل مذهبی است.^۱ هدف اصلی در زیارت، انجام مناسک مذهبی و کسب فیض معنوی است، در حالی‌که در گردشگری مذهبی، هدف اصلی بازدید از اماکن مذهبی به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری است، زائران معمولاً انگیزه‌های مذهبی قوی‌تری نسبت به گردشگران مذهبی دارند و همچنین فعالیت‌های زائران بیشتر بر جنبه‌های روحانی و دینی سفر متمرکز است؛ درحالی‌که فعالیت‌های گردشگران مذهبی می‌تواند علاوه‌برآن، شامل بازدید از جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و هنری نیز باشد. دانشمندان با بررسی جنبه‌های اجتماعی، مذهبی و فرهنگی زیارت، تعاریف مختلفی از آن ارائه کرده‌اند. گردشگری مذهبی نه‌تنها از نظر معنوی برای زائران مفید است، بلکه تأثیرات اقتصادی و اجتماعی بسیاری نیز دارد. در بسیاری از کشورها، گردشگری مذهبی یکی از منابع اصلی درآمدزایی است. به‌عنوان نمونه، اقتصاد کشورهای میزبان اماکن زیارتی چون مکه، مدینه یا کربلا به‌طور قابل توجهی از طریق زائران تقویت می‌شود. این زائران نه‌تنها در مکان‌های زیارتی هزینه می‌کنند، بلکه به رونق کسب‌وکارهای محلی مانند هتل‌داری، حمل‌ونقل و رستوران‌ها نیز کمک می‌کنند (UNWTO, 2018) علاوه بر تأثیرات اقتصادی، گردشگری مذهبی می‌تواند به‌عنوان یک پل ارتباطی بین فرهنگ‌ها و ملت‌ها عمل کند. این نوع گردشگری اغلب با تبادل فرهنگی، گفت‌وگو و

¹ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pilgrimage>.



داشته باشند و به توسعه این حوزه کمک کنند (Ohlan, 2023). آینده گردشگری مذهبی به شدت وابسته به تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. یکی از روندهای جدید در این حوزه، رشد گردشگری مذهبی دیجیتال است که به افراد این امکان را می‌دهد که تجربیات مذهبی خود را به صورت آنلاین و از راه دور تجربه کنند (Richards, 2017). این تحولات، به‌ویژه در شرایط بحران‌هایی مانند پاندمی COVID-19، توجه زیادی به خود جلب کرده است. پیش‌بینی می‌شود که در آینده، گردشگری مذهبی همچنان نقش مهمی در صنعت گردشگری ایفا کند؛ اما این امر نیازمند مدیریت هوشمندانه و توجه به مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی خواهد بود.

۲،۲ معرفی منطقه مورد مطالعه

استان اردبیل یکی از استان‌های ایران به مرکزیت شهر اردبیل است. این استان در شمال غرب ایران و در منطقه تاریخی آذربایجان واقع شده است و مساحت آن ۱۷۹۵۳ کیلومتر مربع و جمعیت آن براساس سرشماری سال ۱۳۹۵ برابر ۱۲۷۰۴۲۰ نفر بوده است. این استان بر طبق آخرین تقسیمات کشوری شامل ۱۲ شهرستان، ۳۱ بخش، ۳۵ شهر و ۷۵ دهستان می‌باشد. شهرستان‌های این استان شامل، اردبیل، مشگین‌شهر، پارس‌آباد، خلخال، نمین، گرمی، بیله سوار، اصلاندوز، نیر، کوثر (یا شهر کیوی که دارای چشمه‌های آبدرمانی می‌باشد)، انگوت و سرعین (شهر توریستی معروف سرعین که دارای چشمه‌های آبدرمانی) می‌باشد؛ هریک از شهرهای توابع استان اردبیل جاذبه‌های منحصر به فرد طبیعی و تاریخی و مذهبی خاص خود را دارا هستند. درواقع، استان اردبیل، یکی از استان‌های شمالی ایران با جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی متعدد است. از دیدگاه جغرافیایی، این استان در منطقه کوهستانی آذربایجان قرار گرفته و از نظر اقلیمی، دارای آب‌وهوای سرد و کوهستانی است که آب‌وهوای مطبوع و دلپسندی را برای گردشگران رقم می‌زند. کوه سبلان با ارتفاع ۴۸۱۱ متر، یکی از

این عوامل و موانع باید به‌دقت مورد بررسی و مدیریت قرار گیرند تا توسعه پایدار گردشگری و گردشگری مذهبی ممکن شود. اگرچه گردشگری مذهبی مزایای زیادی دارد، اما چالش‌هایی نیز در این زمینه وجود دارد. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، فشارهای جمعیتی است که می‌تواند تأثیر منفی بر روی مکان‌های مذهبی و زیارتی بگذارد. به‌عنوان مثال، در ایام حج، میلیون‌ها زائر به مکه سفر می‌کنند که این موضوع موجب ازدحام شدید و مشکلات زیرساختی می‌شود (El-Gohary, 2010). همچنین، بسیاری از مقاصد مذهبی با مشکلات زیست‌محیطی روبه‌رو هستند. افزایش تعداد گردشگران می‌تواند به تخریب محیط زیست و آسیب به آثار تاریخی و فرهنگی موجود در این مناطق منجر شود. بنابراین، نیاز به مدیریت پایدار گردشگری مذهبی و توسعه راهکارهای حفاظتی برای حفظ این مکان‌ها ضروری است (Sharpley & Sundaram, 2005).

پژوهش‌های گردشگری مذهبی در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی داشته است. براساس تحلیل‌های کتاب‌سنجی، از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲، تولید علمی در این حوزه به‌ویژه در پایگاه‌های داده‌ای مانند Scopus و Web of Science افزایش یافته است (Baharudin, 2024). کشورهای ایالات متحده، بریتانیا و اسرائیل از جمله کشورهای پیشرو در این زمینه هستند (Das, 2023). موضوعات اصلی پژوهش‌ها شامل تجربه‌های معنوی، هویت، میراث فرهنگی، زیارت و رفتار و رضایت گردشگران است (Ohlan, 2023). پژوهش‌گران برجسته‌ای مانند Rinschede (1992)، Blackwell (2007) و Shinde (2010) در این حوزه تأثیرگذار بوده‌اند (Yayla, 2023). همچنین، پژوهش‌ها نشان می‌دهند که موضوعاتی مانند توسعه پایدار و مکان‌های مذهبی، گردشگری مذهبی و فرهنگ و مکان‌های مذهبی و کارآفرینان از جمله موضوعات پرطرفدار در این حوزه هستند (Yayla, 2023). این پژوهش‌ها می‌توانند به محققان و سیاست‌گذاران کمک کنند تا درک بهتری از گردشگری مذهبی

این‌ها بازار سنتی (بازار سرپوشیده) اردبیل (بنای اولیه آن به دوره‌های سلجوقی، زندیه و صفویه بازمی‌گردد) که حرکت دسته‌های عزاداری مخصوص این مراسم به گونه‌ای است که تماشای آن را برای اصناف و حاضران واقع در همه این قسمت‌ها امکان‌پذیر می‌کند و همچنین شهرستان خلخال در استان اردبیل بیش از ۵۰ درصد از امامزاده‌ها و بقاع متبرکه استان، همچون امامزاده سید دانیال (ع)، امامزاده پیر حاجی (ع) و آرامگاه سید احمد معراجی و شیخ محمد قریشی (ره) و ... را در خود جای داده است و به‌عنوان یکی از قطب‌های گردشگری مذهبی در استان شناخته می‌شود که می‌توانند جاذبه مهمی در عرصه گردشگری مذهبی باشند. شایان ذکر است که مراسم‌های مذهبی در استان اردبیل و شهرها و روستاهای تابع آن همراه با مداحان شهیر آن زبانزد عام و خاص بوده و همه‌ساله خیل عظیمی از گردشگران برای تماشای این مناظر باشکوه و زیارت، وارد این استان می‌شوند. علاوه بر این‌ها، علویان ساکن در ترکیه و کشورهای اروپایی علاقه وافری به زیارت مقبره شاه اسماعیل صفوی و جد او شیخ صفی‌الدین اردبیلی در اردبیل دارند، فراهم کردن شرایط برای سفر علویان به اردبیل نیز یکی دیگر از پتانسیل‌های گردشگری مذهبی در اردبیل است.

۲/۳ پیشینه پژوهش

(Zarei & Naqavi, 2024)، در پژوهش مدل‌سازی و شبیه‌سازی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی استان یزد با روش آمیخته (کیفی و کمی)، تعداد ۳۵ کد اولیه، ۱۲ مضمون فرعی و ۶ مضمون اصلی (سیاست‌های کلان گردشگری مذهبی، اقتصادی، زیرساختی، توانمندسازی محیطی، بازاریابی و فرهنگی) شناسایی کردند که عامل سیاست‌های کلان گردشگری مذهبی به‌عنوان تأثیرگذارترین عامل شناخته شد و همچنین، نتایج نشان داد در پایان دوره شبیه‌سازی، میزان توسعه گردشگری مذهبی استان یزد، ۷۰ درصد شده است. با توجه به نتایج پژوهش حاضر، مطلوب است تا مدیران گردشگری توجه ویژه‌ای روی عوامل مؤثر شناسایی‌شده که

بلندترین قله‌های ایران و مهم‌ترین جاذبه طبیعی این استان است. استان اردبیل در منطقه آذربایجان واقع شده است. این استان از شمال به جمهوری آذربایجان، از سمت غرب به استان آذربایجان شرقی، از سمت شرق به استان گیلان (مسیر گردنه حیران) و از سمت جنوب به استان زنجان محدود شده است. استان اردبیل، طبق آخرین تقسیمات کشوری، از ۱۲ شهرستان، ۳۱ بخش، ۳۵ شهر و ۷۵ دهستان تشکیل یافته است. بقعه شیخ صفی‌الدین اردبیلی یکی از ده اثر باستانی مهم کشور به‌شمار می‌رود. این بنا در سال ۷۶۵ هجری بنا شده است و در طول زمان مورد احترام پادشاهان صفوی بوده است. بنای کنونی این بقعه شامل مجموعه‌ای از آرامگاه‌های بزرگان، مشایخ و سلاطین صفوی (جد سلاطین دودمان صفویان یعنی شیخ صفی‌الدین اردبیلی و شاه اسماعیل یکم در این مجموعه قرار دارد که نقش آن‌ها در گسترش تشیع و یکپارچه شدن ایران قابل توجه است) و فضاهای آیینی و عبادی از جمله مسجد جنت‌سرا را در خود جای داده است. مجموعه شیخ صفی در طول تاریخ، محل عبادت و راز و نیاز بوده است، مهم‌ترین بخش این مجموعه به گنبد الله الله شهرت دارد و نقش‌بندی کلمه الله روی این گنبد از اعتقادات بنیان‌گذاران آن خبر می‌دهد. این اثر سال ۱۳۸۹ در فهرست آثار جهانی یونسکو به ثبت رسید. استان اردبیل علاوه بر مجموعه جهانی شیخ صفی‌الدین اردبیلی، مجموعه‌های مهمی همچون مسجد جامع اردبیل (که با نام جمعه مسجد هم شناخته می‌شود، یکی از مهم‌ترین بناهای باستانی کشور است که قدمت آن به دوره سلجوقیان بازمی‌گردد که در سال ۱۳۱۵ در فهرست آثار ملی ایران به ثبت رسیده است) و آرامگاه شیخ امین‌الدین جبرائیل کلخوران (پدر شیخ صفی‌الدین اردبیلی)، بقعه شیخ حیدر مشکین‌شهر، امامزاده‌های مهمی همچون امامزاده حلیمه‌خاتون (س)، امامزاده سید صدرالدین، امامزاده سلیمان و امامزاده دانیال و... کلیسای مریم مقدس اردبیل، آتشکده ساسانیان اردبیل، آتشکده شاق‌دره (نمین) از دیگر جلوه‌های این استان است. علی‌رغم همه



نقش بسزایی در توسعه گردشگری مذهبی دارند، داشته باشند.

(Tolab Shokri & et al, 2024)، در پژوهش ظرفیت‌شناسی گردشگری در دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر گردشگران مذهبی پاکستانی به این نتیجه رسیدند که ظرفیت‌های موجود در گردشگری ایران برای پاکستانی‌ها (۴۶ ظرفیت در قالب ۱۰ مضمون فرعی)، موانع پیش روی توسعه گردشگری ایران برای پاکستانی‌ها (۳۷ مانع در قالب ۷ مضمون فرعی) و راهکارهای توسعه گردشگری ایران برای پاکستانی‌ها (۲۳ راهکار در قالب ۶ مضمون فرعی)، شناسایی و استقرا شدند.

(Deiran & Ahmadi, 2020)، در پژوهش اثرات نظام بخشی فضای شهری در بازتولید گردشگری مذهبی از طریق میانجی سرمایه اجتماعی (نمونه موردی: مراسم عصر تاسوعای شهر زنجان) با استفاده از روش میدانی اقدام به بررسی اثرات سه شاخص اصلی اعتماد، مشارکت و انسجام اجتماعی گردشگران غیر بومی (غیر ساکن شهر زنجان) در مراسم عصر تاسوعای شهر زنجان پرداختند. تحلیل پژوهش در غالب مدل معادلات ساختاری (روش تحلیل مسیر) انجام گرفته است. نتایج مدل نشان داد که میزان تأثیر مؤلفه مشارکت اجتماعی با ضریب ۰/۸۱۱ بر فضای شهری و ۰/۷۵۸ بر بازتولید گردشگری بالاترین و انسجام اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۶۵۲ برای فضا و ۰/۰۹۵ بر بازتولید گردشگری کمترین تأثیر را گذاشته است. در عین حال مطالعات نشان داد مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ضمن داشتن ارتباط معنادار با نظام بخشی فضا، با همدیگر نیز ارتباط معنادار داشته و به صورت پیوسته با هم عملکرد می‌یابند.

(Fathi & et al, 2020)، در پژوهش ارزیابی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری گردشگری مذهبی (روش فنون دیمتل و معادلات ساختاری) با استفاده از تکنیک دیمتل روابط درونی این شاخص‌ها و همچنین روابط علی و معلولی به بررسی شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری استان قم، از نظر ۳۵

نفر از متخصصان علمی و اجرایی حوزه گردشگری استان قم پرداخته و به این نتیجه رسیدند که سیاست‌های گردشگری، منابع فرهنگی و طبیعی تأثیرگذارترین شاخص‌ها در جهت افزایش رقابت‌پذیری صنعت گردشگری استان قم تعیین شد. از سوی دیگر شاخص‌های زیر ساخت و توانمندسازی بیشترین وابستگی را به دیگر شاخص‌ها داشته و تحت تأثیر آن‌ها است.

مطالعات خارجی به بررسی جنبه‌های روان‌شناختی و اجتماعی گردشگری مذهبی در منطقه ترکستان پرداخته و تأثیر مکان‌های مقدس بر وضعیت روانی زائران را تحلیل می‌کند (Kuvanyshbaeva, 2024). در پژوهشی دیگر، مبنای نظری گردشگری مذهبی در اوکراین با استفاده از روش‌های فرهنگی، پدیدارشناسی و مطالعات مذهبی بررسی شده و به توسعه گردشگری مذهبی به عنوان یک پدیده اجتماعی-فرهنگی پرداخته شده است (Gedin, 2022).

Kurbanova (2023)، در پژوهش گردشگری مذهبی به عنوان یک پدیده اجتماعی: رویکرد تاریخی-علمی به بررسی پدیده زیارت از منظر تاریخی و علمی با تأکید بر جنبه‌های اجتماعی آن می‌پردازد. تحلیل ادبیات موجود در این زمینه شامل شناسایی مبنای تاریخی و توسعه موضوع زیارت در بخارا و چشم‌اندازهای آن است. پژوهش‌گر برای توسعه گردشگری مذهبی در ازبکستان و به ویژه در شهر بخارا، اول، باید یک تعریف مشخص برای زیارت ارائه شود و دوم، باید به میراث تاریخی و فرهنگی این شهر توجه بیشتری شود. همچنین پژوهش‌گر پیشنهاد می‌کند که برای توسعه گردشگری زیارتی در بخارا، باید به زیرساخت‌ها توجه، مسیرهای گردشگری جدید طراحی، تحقیقات علمی در این زمینه انجام و در سطح بین‌المللی به معرفی بخارا پرداخته شود.

Ohlan (2023)، تحقیقات بورسیه در حوزه گردشگری مذهبی: وضعیت کنونی و جهت‌گیری‌های آینده با هدف بررسی هدف این پژوهش بررسی

معنوی و اجتماعی انجام می‌شد و با انجام آیین‌هایی مانند یاجنا و آشوامدها، به تقویت جامعه و ملت کمک می‌کرد. در مقابل، گردشگری مذهبی مدرن بیشتر بر جنبه‌های فردی و تفریحی تمرکز دارد. این مقاله پیشنهاد می‌کند که برای توسعه یک گردشگری مذهبی جامع، باید به جنبه‌های معنوی، اجتماعی و فرهنگی آن توجه بیشتری شود و آیین‌هایی مانند یاجنا را احیا کرد. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که مبانی نظری گردشگری مذهبی شامل تحلیل‌های چندرشته‌ای و بررسی تعاملات اجتماعی و فرهنگی است که به درک بهتر این نوع گردشگری کمک می‌کند.

با توجه به پژوهش‌های صورت گرفته تاکنون، هنوز خلأ یا شکاف موجود دربارهٔ مسأله مورد پژوهش در راستای ضرورت انجام مطالعه حاضر وجود دارد، پژوهش حاضر با تبیین ابعاد توسعه گردشگری مذهبی استان اردبیل، مدلی جهت توسعه صنعت گردشگری در این استان ارائه کرده است.

۳ روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی است و با توجه به ماهیت موضوع، انجام این تحقیق در قالب روش‌های کیفی و با کاربرد تئوری داده‌بنیاد است. نحوه جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های ضروری این تحقیق با کاربرد دو روش کتابخانه‌ای و میدانی عملی شده است. روش کتابخانه‌ای در جهت تکمیل و تقویت مبانی نظری پژوهش و دسترسی به داده‌های اسنادی برای مرحله تحلیل اسناد است و روش میدانی برای جمع‌آوری اطلاعات و مشاهدات لازم استفاده شد. با توجه به اینکه موضوع پژوهش نیازمند بررسی میدانی و حضور محقق در میان جامعه مورد مطالعه است. از این‌رو جهت گردآوری اطلاعات لازم از مصاحبه و مشاهده استفاده شد. نظریه داده‌بنیاد به‌جای آزمون فرضیه‌ها، خود در تولید و ساخت نظریه‌ای فراگرفته از بستر اجتماع گام برداشته و از دیدگاه

حوزه دانش و روندهای توسعه‌ای است که در مجموعه آثار علمی در زمینه گردشگری مذهبی ظاهر می‌شود. به این نتیجه رسیدند که تعداد انتشارات در این حوزه به‌صورت نمایی افزایش یافته است. کشورهای اروپایی سهم عمده‌ای در تحقیقات گردشگری مذهبی دارند. تحقیقات عمدتاً بر حوزه‌های تجربه معنوی، هویت، میراث فرهنگی، زیارت، نگرش، رفتار و رضایت گردشگر متمرکز شده است. ادیان یهودیت، هندوئیسم و بودیسم از جمله ادیانی هستند که نسبت به سایر ادیان کمتر مورد توجه پژوهشی قرار گرفته‌اند.

Brumec & Roszak (2024) در پژوهش کاوش تأثیرات تحول‌آفرین تجربیات مذهبی بر زائران در مسیر سانتیاگو در اسپانیا به این نتیجه رسیدند که همبستگی قابل توجهی بین تجربیات مذهبی و اولویت‌دهی افراد به رابطه با خدا و انجام مستمر اعمال مذهبی پیدا کرده است که نشان‌دهنده تأثیر تجربیات مذهبی بر ارزش‌ها و باورهای اجتماعی است. با تجزیه و تحلیل ۳۲ پرسش‌نامه سفر و داده‌های نظرسنجی از ۵۰۱ شرکت‌کننده، سه بعد کلیدی از تحولات پس از RE شناسایی شده است: وحدت و عشق بیشتر، تعهد قوی به مأموریت رسولان و گسترش معنویت، خرد و دوری‌جویی. زائران از گرایش به سمت عشق بیشتر، وحدت با طبیعت و به اشتراک گذاشتن بینش‌ها و همچنین افزایش معنویت و کاهش مادی‌گرایی گزارش می‌دهند. این مطالعه همبستگی‌های قابل توجهی را بین TAS و افرادی که اولویت‌بندی رابطه خود با خدا و اعمال مذهبی منظم دارند، نشان می‌دهد که تأثیر RES بر ارزش‌ها و باورهای اجتماعی را برجسته می‌کند.

Agarwal & Parashar (2022) در پژوهش توسعه گردشگری مذهبی جامع از طریق تکنیک باستانی هندی یاجنا: کاوش با آشوامدها یاجنا به این نتیجه رسیدند که این مقاله به بررسی گردشگری مذهبی در گذشته و حال می‌پردازد. در گذشته، زیارت به اماکن مقدس برای اهداف مذهبی،



داده‌های خام، تحلیل شد. کدها، مقوله‌ها، فرآیند مطالعه اهداف اولیه و سؤال‌ها در اختیار اساتید راهنما و مشاور و با حسابرسی دقیق صاحب‌نظران مورد تأیید قرار گرفت. برای اینکه پایایی افزایش یابد نیز از نوت‌برداری عمیق و تعدادی کدگذار بهره گرفته شد.

۴ یافته‌ها و بحث

فرآیند تئوری داده‌بنیاد در طول گام‌های تحلیل داده‌ها شامل کدگذاری باز، گزینشی و محوری با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا (نسخه ۲۰۲۰) و با تأکید بر تئوری تولیدشده در پی تهیه یک الگوی منطقی یا یک توصیف بصری است. در کدگذاری باز رخدادها یا فعالیت‌های واقعی به‌عنوان علائم بالقوه پدیده در نظر گرفته و تحلیل می‌شوند و بدین ترتیب برچسب مفهومی دریافت می‌نمایند. مفاهیم واحدهای پایه‌ای تحلیل هستند. در کدگذاری محوری مباحث، ابعاد و ویژگی‌های حاصل از کدگذاری باز تدوین‌شده و جای‌گذاری می‌شوند تا دانش درخور روابط ایجاد شود. در این گام پژوهش-گر با انتخاب یک مقوله مرحله کدگذاری بازی که در مرکز فرآیند در حال بررسی است، به‌عنوان رخداد مرکزی قرار داده و سپس مؤلفه‌های دیگر را به آن مرتبط می‌کند. این مرحله شامل ترسیم نموداری که الگوی کدگذاری نامیده می‌شود، است. کدگذاری گزینشی فرآیند انسجام و تقویت مقوله‌ها است. فرآیند انسجام با تکنیک‌هایی از جمله خط داستان که پیوندی بین مقوله‌ها برقرار می‌کند، انجام می‌پذیرد. مقوله محوری بخش بسیار مهمی از انسجام و تقویت مقوله‌هاست. به‌طور خلاصه این پژوهش شامل گام‌هایی برای کنکاش کیفی محتوای مصاحبه‌ها است: ۱- کاوش شواهد گفتاری (نکات کلیدی) ۲- پردازش مفاهیم ۳- مقوله پردازی ۴- ارائه مدل پژوهش؛ در این چهارچوب، پژوهش حاضر به ارائه الگویی که عواملی همچون بررسی شاخص‌ها، شرایط مداخله‌گر و میانجی و استراتژی‌هایی جهت توسعه گردشگری مذهبی استان اردبیل و راهکارهای اجرایی در این حوزه پرداخته است که در مطالعات

سوژه‌ها به اکتشاف و استخراج می‌پردازد. هدف از استفاده تئوری داده‌بنیاد این است که نظریه‌ای داشته باشیم که دارای پیوند عمیقی با داده‌های ما باشد. نظریه داده‌بنیاد در دهه ۱۹۶۰ در دانشگاه کالیفرنیا توسط دو جامعه‌شناس به نام‌های بارنی جی. گلیزر و آنسلم ال. اشتراوس ابداع گردید. همکاری ایشان در سال ۱۹۶۷ منجر به انتشار کتاب «کشف نظریه داده‌بنیاد: استراتژی‌هایی برای پژوهش کیفی» شد که در آن، نیاز به نظریه‌پردازی در علوم اجتماعی مطرح و ادعا شد که پژوهش‌گران اجتماعی باید طی یک فرآیند استقرایی، تکرار شونده و سیستماتیک، به بررسی و تحلیل داده‌ها پرداخته و نظریه‌پردازی را از داده‌ها صورت دهند (Strauss, 1967).

مشارکت‌کنندگان در فرآیند پژوهش شامل متخصصین، اساتید دانشگاه و کارمندان باتجربه در زمینه گردشگری هستند. در این پژوهش نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری هدفمند بوده و از مصاحبه دهم به بعد اشباع نظری حاصل شد، اما برای اطمینان بیشتر، مصاحبه‌ها تا نفر دوازدهم ادامه یافت. داده‌ها در بخش تحلیل اسناد از منابع کتابخانه‌ای و مرور پیشینه پژوهش استخراج شدند و در ادامه، داده‌ها با روش میدانی و کاربرد مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته عمیق و بدون ساختار جمع‌آوری شده و با کاربرد تئوری داده‌بنیاد مورد کنکاش قرار گرفتند.

برای اطمینان و اعتبار از روایی مصاحبه‌ها، اعتمادسازی در مصاحبه‌ها گنجانده شده است، یافته‌های مصاحبه دوباره با مصاحبه‌شوندگان تکرار شد، سعی بر این بود تا تنوع مصاحبه‌شوندگان حفظ شود، همچنین با تنظیم محتوای مصاحبه بدون سوگیری و دخالت در صحبت‌های افراد، سوگیری در مصاحبه‌ها به حد امکان کاهش یابد. درواقع از ۸ معیار بیان‌شده کرسول برای روایی، ۴ معیار برای ما کاربرد داشت. کرسول حداقل ۲ مورد را برای اطمینان از اینکه روایی مصاحبه حفظ شود، ضروری می‌دانست. پایایی داده‌ها از طریق نشان دادن مسیر تصمیمات خود و قراردادن تمامی

با زیرمجموعه آنها به همراه نقل قول‌های مستقیم شرکت‌کنندگان یا داده‌های اولیه توضیح داده می‌شوند (Glaser & Strauss, 1967).

کمی شامل توزیع ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد گروه نمونه، یافته‌های توصیفی و تحلیلی متغیرهای مورد مطالعه را شامل می‌شوند. یافته‌های پژوهش کیفی نیز در قالب طبقات، مفاهیم یا مضامین اصلی

جدول ۱. یافته‌های جمعیت‌شناختی

ردیف	مدرک تحصیلی	سابقه کار	پست سازمانی	زمان مصاحبه
۱	کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی	۲۵	مدیر آژانس گردشگری	۴۰ دقیقه
۲	دکتری ادبیات و آموزش زبان انگلیسی	۱۱	مدیر آژانس گردشگری	۳۵ دقیقه
۳	کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی	۱۸	کارشناس امور گردشگری اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی استان	۵۰ دقیقه
۴	کارشناسی ارشد اقتصاد	۱۳	کارشناس مسئول واحدهای پذیرایی و اقامتی اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی استان	۶۰ دقیقه
۵	کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری	۱۲	کارشناس مسئول سرمایه‌گذاری اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی استان	۴۰ دقیقه
۶	دکتری مدیریت گردشگری	۴	عضو هیأت علمی دانشگاه	۸۰ دقیقه
۷	دکتری مدیریت گردشگری	۵	عضو هیأت علمی دانشگاه	۶۰ دقیقه
۸	دکتری مدیریت گردشگری	۷	عضو هیأت علمی دانشگاه	۵۰ دقیقه
۹	دکتری مدیریت گردشگری	۱۰	عضو هیأت علمی دانشگاه	۴۰ دقیقه
۱۰	دکتری مدیریت دولتی	۱۴	عضو هیأت علمی دانشگاه	۶۰ دقیقه
۱۱	دکتری مدیریت بازرگانی	۱۶	عضو هیأت علمی دانشگاه	۱۲۰ دقیقه
۱۲	دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری	۱۲	عضو هیأت علمی دانشگاه	۵۰ دقیقه

یا گسترش پدیده مد نظر می‌انجامند. حتی زمانی که چنین پدیده‌هایی وجود ندارند محقق می‌تواند با توجه به خود پدیده و با نگاه منظم به داده‌ها و با بازبینی رویدادها و وقایعی که از نظر زمانی مقدم بر

در رویکرد داده‌بنیاد، عوامل علی به شرایطی گفته می‌شود که عامل اصلی شکل‌گیری پدیده مورد مطالعه باشد. درواقع مقوله‌هایی (شرایطی) هستند که مقوله اصلی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و به وقوع

پدیده مورد نظرند، عوامل علی را بیابد. براساس داده‌های حاصل در این پژوهش، مؤلفه‌هایی که منجر به توسعه گردشگری مذهبی استان اردبیل می‌شوند، در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲. مقولات، مفاهیم و کدهای باز استخراج‌شده عوامل علی

مقولات	مفاهیم	کدهای باز
جذب سرمایه-گذران	بهره‌گیری از مزایای بخش خصوصی	خصوصی‌سازی و انسجام و هماهنگی میان دولت و سازمان‌های گردشگری استفاده از تخصص بخش خصوصی جهت توسعه فعالیت‌های مرتبط با میراث تاریخی و مذهبی خصوصی‌سازی و دریافت حمایت‌های دولتی تقویت بخش خصوصی بهره‌گیری از قابلیت‌های ذی‌نفعان متعدد و قدرتمند در سطح شهر اهدای تسهیلات بانکی برای فعال کردن بخش خصوصی
	بهره‌گیری از حمایت‌های دولتی	افزایش اعتبارات دولتی جهت امور اجرایی و پژوهشی سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی توسط دولت همکاری میراث فرهنگی در زمینه ساخت‌وساز و مرمت بناهای مذهبی حفظ و احیای بافت‌های تاریخی اطراف امام‌زادگان جهت جلب هرچه بیشتر گردشگران اختصاص اعتبار کافی برای مرمت و بازسازی بناها و اماکنه تقویت نهادهایی مانند اداره میراث فرهنگی، مسکن، شهرسازی و شهردار
عوامل ساختاری	مدیریت یکپارچه	هماهنگی سازمان‌های مختلف مرتبط با گردشگری در استان تدوین و اجرای قوانین و مقررات حمایتی دسترسی سریع و آسان به تسهیلات تقویت هماهنگی میان ادارات مختلف متولی گردشگری اجرایی‌نشدن برنامه‌های تدوین شده گردشگری به دلیل عدم هماهنگی سازمان‌های مربوطه
	اصلاح و بهبود سیاست‌گذاری‌ها	سیاست‌گذاری و نظارت کامل بر صنعت گردشگری تعدیل در روابط سیاسی و تقویت ارتباطات سیاسی (دیپلماسی فرهنگی) تدوین سیاست‌های گردشگری راه‌گشا برقراری ثبات سیاسی در مقصد گردشگری رفع موانع قانونی
	برنامه‌ریزی جهت بهبود زیرساخت‌ها	بهبود کیفیت خدمات اجتماعی و دسترسی سریع به آن‌ها تعداد و کیفیت اقامت‌گاه‌ها، هتل و هتل آپارتمان و مسافرخانه و... کیفیت و تنوع غذایی در مقصد گردشگری فقدان و فرسودگی زیرساخت‌ها و تأسیسات مکان تجهیز امکانات درمانی بهداشتی کمبود مراکز اقامتی متناسب با استانداردهای بین‌المللی

دشوار است. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم مقوله‌ها و یا متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهند. اجزای بستر حاکم در جدول (۳) به شرح زیر گزارش شده است.

زمینه یا بستر حاکم بیان‌گر مجموعه شرایط خاصی است که در آن راهبردهای کنش برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد. این شرایط برکنش و تعاملات تأثیر می‌گذارد و تمیز آن‌ها از عوامل علی

جدول ۳. مقولات، مفاهیم و کدهای باز استخراج‌شده بستر حاکم

مقولات	مفاهیم	کدهای باز
جذب سرمایه‌گذاران	بهره‌گیری از مزایای بخش خصوصی	خصوصی‌سازی و انسجام و هماهنگی میان دولت و سازمان‌های گردشگری استفاده از تخصص بخش خصوصی جهت توسعه فعالیت‌های مرتبط با میراث تاریخی و مذهبی خصوصی‌سازی و دریافت حمایت‌های دولتی تقویت بخش خصوصی بهره‌گیری از قابلیت‌های ذی‌نفعان متعدد و قدرتمند در سطح شهر اهدای تسهیلات بانکی برای فعال کردن بخش خصوصی
	بهره‌گیری از حمایت‌های دولتی	افزایش اعتبارات دولتی جهت امور اجرایی و پژوهشی سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی توسط دولت همکاری میراث فرهنگی در زمینه ساخت و ساز و مرمت بناهای مذهبی حفظ و احیای بافت‌های تاریخی اطراف امامزادگان جهت جلب هرچه بیشتر گردشگران اختصاص اعتبار کافی برای مرمت و بازسازی بناها و اماکنه تقویت نهادهایی مانند اداره میراث فرهنگی، مسکن، شهرسازی و شهرداری
عوامل ساختاری	مدیریت یکپارچه	هماهنگی سازمان‌های مختلف مرتبط با گردشگری در استان تدوین و اجرای قوانین و مقررات حمایتی دسترسی سریع و آسان به تسهیلات تقویت هماهنگی میان ادارات مختلف متولی گردشگری اجرایی‌نشدن برنامه‌های تدوین‌شده گردشگری به دلیل عدم هماهنگی سازمان‌های مربوطه
	اصلاح و بهبود سیاست‌گذاری‌ها	سیاست‌گذاری و نظارت کامل بر صنعت گردشگری تعدیل در روابط سیاسی و تقویت ارتباطات سیاسی (دیپلماسی فرهنگی) تدوین سیاست‌های گردشگری راه‌گشا برقراری ثبات سیاسی در مقصد گردشگری رفع موانع قانونی
	برنامه‌ریزی جهت بهبود زیرساخت‌ها	بهبود کیفیت خدمات اجتماعی و دسترسی سریع به آن‌ها تعداد و کیفیت اقامت‌گاه‌ها، هتل و هتل آپارتمان و مسافرخانه و ... کیفیت و تنوع غذایی در مقصد گردشگری فقدان و فرسودگی زیرساخت‌ها و تأسیسات مکان تجهیز امکانات درمانی بهداشتی کمبود مراکز اقامتی متناسب با استانداردهای بین‌المللی

دشوار است. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم مقوله‌ها و یا متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهند. اجزای بستر حاکم در جدول (۴) به شرح زیر گزارش شده است.

زمینه یا بستر حاکم بیان‌گر مجموعه شرایط خاصی است که در آن راهبردهای کنش برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد. این شرایط برکنش و تعاملات تأثیر می‌گذارد و تمیز آن‌ها از عوامل علی

جدول ۴. مقولات، مفاهیم و کدهای باز استخراج‌شده بستر حاکم

مقولات	مفاهیم	کدهای باز
موقعیت جغرافیایی استان اردبیل	شرایط جوی استان اردبیل	آب‌وهوای مطبوع و دلنشین در فصل بهار و تابستان برای گسترش فعالیت‌های گردشگری آب‌وهوای تازه و پاک استان اردبیل سرما و یخبندان و بهره‌گیری از فرصت ورزش‌های زمستانی فصلی‌بودن گردشگری به دلیل سرما و یخبندان
	قرارگیری در مسیر راه‌های مواصلاتی	نزدیکی به شریان‌های اصلی ارتباطی برون‌شهری نزدیکی به کشورهای همسایه موقعیت جغرافیایی استان اردبیل و نزدیکی به پایتخت
	جاذبه‌های منحصربه‌فرد	وجود مناظر و چشم‌اندازهای بکر طبیعی منحصربه‌فرد مأمنی برای آسایش و فراغت ایام تعطیل هفته به دلیل فضای جوی استان وجود مصنوعات انسانی تاریخی و مذهبی چشم‌نواز
سهل‌الوصول بودن عناصر تاریخی و مذهبی	موقعیت قرارگیری عناصر تاریخی و مذهبی	پیوند بین بناها و محوطه‌های تاریخی اطراف بقاع متبرکه، جهت رونق گردشگری مذهبی گسترش مراکز تجاری و رفاهی هم‌جوار جاذبه‌های تاریخی و مذهبی فروش سوغات و خوراک منحصربه‌فرد در کنار اماکن مذهبی وجود اماکن تجاری مرکزی جهت عرضه صنایع دستی بومی استان وجود عناصر اسلامی در کنار هم نزدیکی مراکز اقامتی و رفاهی به اماکن تاریخی و مذهبی
فرهنگ عاشورایی منحصربه‌فرد	وجه تمایز فرهنگ عزا و برنامه‌های عاشورایی اردبیل با سایر استان‌ها	عزاداری عشایر شاهسون عزاداری خاص بانوان ایلات و عشایر مغان در چادرها و آلاچیق‌هایشان آیین‌های شاخسی و آخسی (شاه حسین گویان) طشت‌گذاری با جلوه‌هایی مختص این استان آیین‌های بششیک گردانی (گرداندن گهواره) خاک‌سپاری شهدای کربلا در برخی شهرها از جمله خلخال شهادت حضرت مسلم بن عقیل به‌عنوان مقدمه سوگواری‌های منحصربه‌فرد
	فراهم‌بودن بستر گردشگری مذهبی	آرامگاه شیخ صفی‌الدین اردبیلی یکی از بناهای باشکوه صفویه وجود کلیساها، کنیسه‌ها، صومعه‌ها و مساجد وجود مداحان شهیر و باسابقه استان اردبیل عزاداری سنتی در بازار تاریخی وجود عناصر تاریخی و مذهبی همچون مساجد، بازار قدیمی، امام‌زاده و... معماری منحصربه‌فرد اماکن و مساجد تاریخی و مذهبی

پژوهش حاضر، عوامل مداخله‌گر عبارت‌اند از: فرهنگ، ویژگی‌های گردشگر مذهبی و فضا سازی و تجهیز تسهیلات رفاهی که کدهای مفهومی آن در جدول (۵) گزارش شده است.

شرایط ساختاری که به پدیده‌ای تعلق دارند و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر می‌گذارند. آن‌ها راهبردها را در درون زمینه خاصی سهولت می‌بخشند و یا آن‌ها را محدود و مقید می‌کنند. در

جدول ۵. مقولات، مفاهیم و کدهای باز استخراج‌شده شرایط مداخله‌گر

مقولات	مفاهیم	کدهای باز
فرهنگ	فرهنگ‌سازی گردشگری مذهبی	بستر سازی و ترویج فرهنگ گردشگری کمک به حفظ میراث فرهنگی، آئین‌ها و مراسم سنتی و مذهبی جذاب اهمیت‌دادن به رشته‌های تحصیلی مرتبط با صنعت گردشگری فرهنگ‌سازی در زمینه جذب گردشگر و تغییر رویکرد مردم و مدیران ایجاد نگرش اقتصادی به گردشگری از طرف ساکنان و مسئولین با توجه به پتانسیل‌های استان مهمان‌نوازی و مردم‌دوستی ساکنان استان اردبیل ارتقاء سطح فرهنگ عمومی در باب پذیرش و جذب گردشگر بالأخص گردشگری مذهبی
	بروز عوامل چالش‌زای فرهنگی	کالایی‌شدن فرهنگ و مراسم معنوی از دست رفتن اصالت فرهنگی جوامع محلی و تقلید از الگوهای رفتاری و اخلاقی کورکورانه ایجاد تضاد و تنش بین اعضای جامعه هدف و گردشگران نمادین شدن مراسم مذهبی صرفاً جهت جذب گردشگر
ویژگی‌های گردشگر مذهبی	ویژگی‌های دموکرافیک گردشگران	انگیزه گردشگر مذهبی درآمد گردشگر مذهبی فاصله محل زندگی تا مکان مذهبی تجربه سفر مذهبی اعتقادات دینی و مذهبی گردشگر سن گردشگر مذهبی تحصیلات گردشگر ملیت گردشگری مذهبی
	ادراک گردشگر از مقصد گردشگری مذهبی	ادراک گردشگر مذهبی از توسعه‌یافتگی خدمات بهداشتی منطقه گردشگری مذهبی ادراک گردشگر مذهبی از مشهوربودن منطقه گردشگری مذهبی ادراک گردشگر از وجود امکانات زندگی شبانه در منطقه گردشگری مذهبی ادراک گردشگر از کیفیت خدمات گردشگری ادراک گردشگر از قیمت خدمات در مقصد مذهبی

ادراک گردشگر از ایمنی و ثبات امنیت مقصد گردشگری مذهبی آگاهی گردشگر از توسعه یافتگی خدمات بهداشتی دانش و آگاهی در ارتباط با مقصد گردشگری ارتقا و جایگاه نقش شهر در اذهان گردشگران آگاهی دادن از شهرت منطقه به گردشگران		
فضای بی روح و خشک در برخی اماکن مذهبی عدم وجود پارکینگ مناسب با نیاز گردشگران رعایت نظافت و بهداشت در اطراف حرم و اماکن مذهبی توجه بیشتر به مسائل بهداشتی و ایمنی در اماکن مذهبی	تجهیز اماکن مذهبی	فضاسازی و تجهیز تسهیلات رفاهی

حجم از مقولات راهبردی این مدل را به بازاریابی گردشگری مذهبی و عوامل تکنولوژیک اختصاص داده‌اند که کدهای مفهومی آن در جدول (۶) شرح داده شده است.

راهبردها مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مورد نظر هستند. راهبردها مقصود داشته و در پی هدفی مشخص صورت می‌گیرند. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان می‌دهند که مشارکت‌کنندگان بیشترین

جدول ۶. مقولات، مفاهیم و کدهای باز استخراج‌شده راهبردها

مقولات	مفاهیم	کدهای باز
بازاریابی گردشگری مذهبی	به‌کارگیری متخصصین مربوط به حوزه گردشگری	نبود نیروهای متخصص کافی در حوزه تبلیغات، اطلاع‌رسانی گردشگری دعوت از افراد متخصص و خبرگان آشنا به بازاریابی گردشگری برخوردار بودن از نیروی انسانی شایسته در رأس سازمان‌ها
	بازاریابی تعدیلی	مقابله با محدودیت‌های فصلی بودن با به‌کارگیری ظرفیت‌های بالای استان امکان بهره‌گیری از فرصت‌های گردشگری تاریخی و مذهبی به صورت ترکیبی طراحی تورهایی ترکیبی با استفاده از پتانسیل بناهای متعدد تاریخی
	تبلیغات	ارتقاء برنامه‌های بازاریابی و تبلیغات در پلتفرم‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی گسترش تعاملات فرهنگی و آشنایی با آداب و رسوم سایر ملل اجرای اثربخش برنامه‌های بازاریابی در روزهای مذهبی خاص توسعه سایت‌های مختلف گردشگری مذهبی شناسایی و معرفی آداب و رسوم و مراسم آیینی و مذهبی کهن و ساخت مستندهای مختلف برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها و مراسم جهت تقویت پایه‌های فرهنگی
عوامل تکنولوژیک	بهره‌گیری از فرصت‌های ارتباطات نوین	اطلاع‌رسانی از طریق شبکه‌های اجتماعی استفاده از قابلیت‌های تجارت اجتماعی استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی

پیامدها را همواره نمی‌توان پیش‌بینی کرد و الزاماً همان‌هایی نیستند که افراد قصد آن را داشته‌اند.

نتایجی است که در اثر راهبردها پدیدار می‌شود. پیام‌ها نتایج و حاصل کنش‌ها و واکنش‌ها هستند.

عوامل تبدیل شود. در پژوهش حاضر، پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری مذهبی عبارت‌اند از: تقویت انسجام اجتماعی، بهبود اقتصادی، توسعه گردشگری پایدار و اثرات زیست‌محیطی می‌باشد که کدهای باز آن به شرح زیر (جدول ۷) است.

پیامدها ممکن است حوادث و اتفاقات باشند، شکل منفی به خود بگیرند، واقعی یا ضمنی باشند و درحال یا آینده به وقوع بپیوندند. همچنین این امکان وجود دارد که آنچه در برهه‌ای از زمان پیامد به‌شمار می‌رود در زمانی دیگر به بخشی از شرایط و

جدول ۷. مقولات، مفاهیم و کدهای باز استخراج‌شده پیامدها

مقولات	مفاهیم	کدهای باز
تقویت انسجام اجتماعی	بهبود تعاملات معنوی	به‌زیستی روحی و روانی و معنوی از پیامدهای گردشگری مذهبی همدلی و هم‌زبانی بین فرهنگی تقویت روابط فردی و خانوادگی توسعه روابط قابل اعتماد و پایدار بین جوامع مختلف پرورش علایق شخصی شکل‌گیری تعاملات احساسی بین گردشگران
	تقویت هویت ملی	جلب مشارکت‌های مردمی توسعه معنویت در جامعه حس تعلق و مشارکت شهروندان ایجاد احساس تعلق و افتخار ملی در میان مردم تقویت وحدت و انسجام ملی
	تقویت روابط بین‌المللی و بین فرهنگی	حفظ و انتقال فرهنگ‌ها و آداب مذهبی از طریق سفر معرفی فرهنگ، آداب و رسوم و تاریخ یک منطقه به گردشگران تقویت هم‌زیستی مسالمت‌آمیز بین ادیان و مذاهب مختلف حفظ و احیای میراث فرهنگی و تاریخی احیای سنت‌ها و آداب و رسوم بومی ایجاد ارتباطات فرهنگی و اقتصادی با سایر کشورها تبادل دانش و تجربه در زمینه گردشگری
بهبود اقتصادی	اشتغال‌زایی	افزایش اشتغال و پیشگیری از مهاجرت جوانان از مناطق کمتر توسعه‌یافته توسعه کسب‌وکارهای دانش بنیان در حوزه گردشگری مذهبی و تاریخی کاهش مهاجرت جوانان تحصیل‌کرده ایجاد تنوع شدید چشمگیر در مشاغل حمایت از صنایع و کسب‌وکارهای کوچک و رونق صنایع دستی افزایش شغل‌های کاذب به‌خصوص دست‌فروشی
	درآمدزایی	افزایش درآمدهای شهروندان افزایش درآمدهای مالیاتی دولت‌ها و توسعه مبادلات بین‌المللی



ارتقاء درآمد ناشی از فعالیت‌های گردشگری		
به‌سازی راه‌های روستایی و ارتقاء سطح خدمات عمومی توسعه مناطق و مقصدهای گردشگری بالارفتن امکانات رفاهی کاهش نابرابری‌های اجتماعی و توسعه عدالت اجتماعی	بهبود زیرساخت‌ها	
بالارفتن قیمت زمین و املاک سوداگری زمین و زمین‌خواری افزایش بی‌رویه در قیمت‌ها و خدمات و وسایل نقلیه و....	ایجاد تورم	
بهره‌گیری از منابع طبیعی و فرهنگی به‌صورت پایدار مشارکت جوامع محلی در مدیریت و بهره‌برداری از جاذبه‌های گردشگری	ارتقای شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری	توسعه گردشگری پایدار
تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی و باغی و اضمحلال آن‌ها ازدست‌رفتن آسایش مردم محلی به دلیل ورود سیل انبوه گردشگران ترافیک و مشکلات مربوط به آن آلودگی محیط زیست آبی، هوایی، صوتی و ... احتمال وقوع بلایای طبیعی و شیوع بیماری‌های واگیر	مشکلات زیست‌محیطی	اثرات زیست- محیطی

تضعیف کنند؛ لذا توجه به آن‌ها در طراحی سیاست‌های اجرایی ضروری است. در همین راستا، بسترهای حاکم نظیر موقعیت جغرافیایی مناسب، وجود فرهنگ عاشورایی اصیل و مردمی و دسترسی آسان به اماکن مقدس و تاریخی، زمینه‌ای ارزشمند برای تثبیت جایگاه اردبیل به‌عنوان مقصدی مهم در حوزه گردشگری مذهبی فراهم کرده‌اند. راهبردهای پیشنهادی در این مدل شامل دو مؤلفه کلیدی هستند: نخست، بازاریابی هدفمند و علمی گردشگری مذهبی که می‌تواند با بهره‌گیری از ابزارهای بازاریابی دیجیتال، روایت‌های فرهنگی، برندینگ مقصد و بازاریابی حسی، مخاطبان جدیدی جذب کند؛ دوم، استفاده از فناوری‌های نوین همچون اپلیکیشن‌های هوشمند، واقعیت افزوده، سامانه‌های راهنمای دیجیتال و خدمات رزرو آنلاین که می‌تواند تجربه گردشگری را ارتقا داده و کارایی خدمات را افزایش دهد.

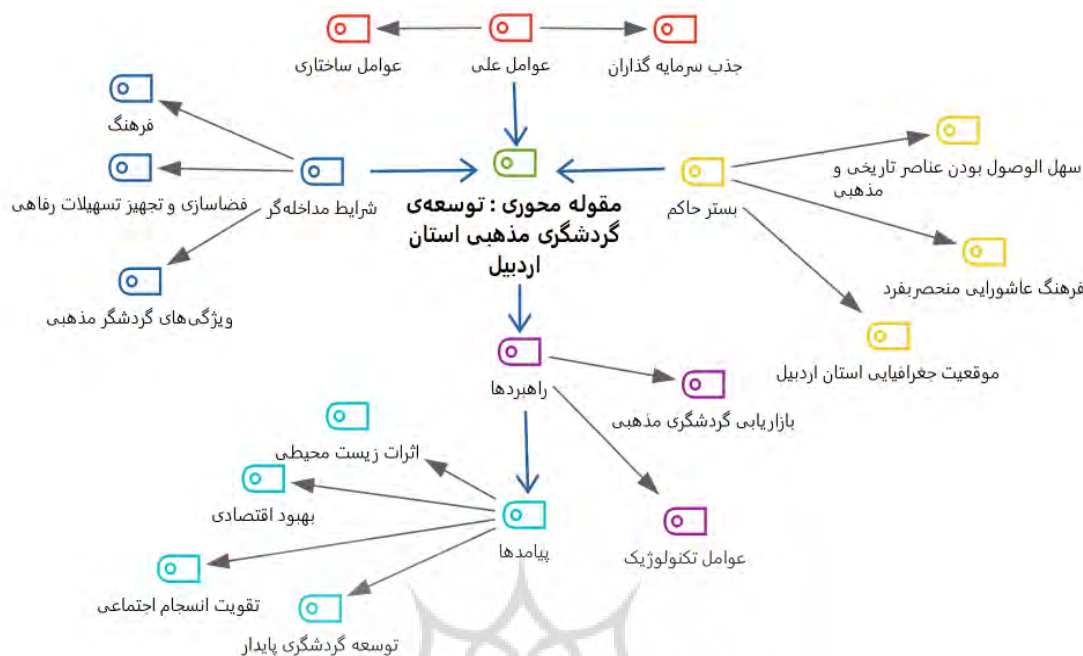
پژوهش حاضر با هدف ارائه مدلی بومی و کارآمد جهت توسعه گردشگری مذهبی استان اردبیل، از روش‌شناسی داده‌بنیاد بهره گرفت و تلاش کرد با شناسایی مؤلفه‌های کلیدی و ارتباطات میان آن‌ها، چارچوبی نظری و کاربردی برای برنامه‌ریزی در این حوزه ارائه دهد. یافته‌های به‌دست‌آمده نشان داد که عوامل علی مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در استان اردبیل شامل دو محور اصلی جذب سرمایه‌گذاران و اصلاح ساختارهای مدیریتی و زیرساختی هستند. این عوامل، به‌مثابه پیش‌نیازهای فعال‌سازی ظرفیت‌های بالقوه گردشگری مذهبی عمل می‌کنند و فقدان توجه به آن‌ها می‌تواند مانع بهره‌برداری بهینه از منابع مذهبی استان شود. در سطح شرایط مداخله‌گر، متغیرهایی نظیر فرهنگ مذهبی موجود در منطقه، ویژگی‌های شخصیتی و انگیزشی گردشگران مذهبی و همچنین میزان فضا‌سازی محیطی و تجهیز خدمات رفاهی، نقش اساسی در جهت‌دهی به فرآیند توسعه ایفا می‌کنند. این شرایط می‌توانند روند توسعه را تسهیل یا

در گرو به‌کارگیری مؤلفه‌های مدیریتی و فرهنگی مناسب است، بلکه نیازمند نگرشی تلفیقی میان عوامل زیرساختی، اجتماعی، فناورانه و بازاریابی نیز می‌باشد؛ نگرشی که می‌تواند مسیر حرکت به‌سوی پایداری و رشد اقتصادی-فرهنگی را برای این استان هموار سازد.

درنهایت، پیامدهای مورد انتظار این مدل توسعه‌ای، متنوع و چندبعدی هستند. تقویت انسجام اجتماعی، توسعه پایدار گردشگری، رونق اقتصادی منطقه‌ای و کاهش فشارهای محیط زیستی از جمله مهم‌ترین آثار مثبت پیاده‌سازی این مدل به‌شمار می‌آیند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که توسعه گردشگری مذهبی در استان اردبیل نه تنها

جدول ۸. نتایج نهایی حاصل از کدگذاری

کدهای اولیه	کدهای ثانویه	کدهای محوری	کدهای انتخابی
۲۳۴	۲۰۸	۱۴	۳۱
ابعاد	مقولات	مفاهیم	
عوامل علی	جذب سرمایه‌گذاران	بهره‌گیری از مزایای بخش خصوصی	
		بهره‌گیری از حمایت‌های دولتی	
	عوامل ساختاری	مدیریت یکپارچه	
		اصلاح و بهبود سیاست‌گذاری‌ها	
عوامل مداخله‌گر	فرهنگ	برنامه‌ریزی جهت بهبود زیرساخت‌ها	
		فرهنگ سازی گردشگری مذهبی	
	ویژگی‌های گردشگر مذهبی	بروز عوامل چالش‌زای فرهنگی	
		ویژگی‌های دموگرافیک گردشگران	
بستر حاکم	فضاسازی و تجهیز تسهیلات رفاهی	ادراک گردشگر از مقصد گردشگری مذهبی	
		تجهیز اماکن مذهبی	
	موقعیت جغرافیایی استان اردبیل	شرایط جوی استان اردبیل	
		قرارگیری در مسیر راه‌های مواصلاتی	
راهبردها	فرهنگ عاشورایی منحصربه‌فرد	جاذبه‌های منحصربه‌فرد	
		موقعیت قرارگیری عناصر تاریخی و مذهبی	
	سهل‌الوصول بودن عناصر تاریخی و مذهبی	وجه تمایز فرهنگ عزا و برنامه‌های عاشورایی اردبیل با سایر استان‌ها	
		فراهم‌بودن بستر گردشگری مذهبی	
پیامدها	تقویت انسجام اجتماعی	موقعیت قرارگیری عناصر تاریخی و مذهبی	
		به‌کارگیری متخصصین مربوط به حوزه گردشگری	
	توسعه گردشگری پایدار	بازاریابی مذهبی	
		تبلیغات	
پیامدها	بهبود اقتصادی	بهره‌گیری از فرصت‌های ارتباطات نوین	
		بهبود تعاملات معنوی	
	اثرات زیست‌محیطی	تقویت هویت ملی	
		تقویت روابط بین‌المللی و بین فرهنگی	
		ارتقای شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری	
		اشتغال‌زایی	
		درآمدزایی	
		بهبود زیرساخت‌ها	
		ایجاد تورم	
		مشکلات زیست‌محیطی	



شکل ۱. مدل توسعه گردشگری مذهبی استان اردبیل (منبع: یافته‌های پژوهش)

۵ نتیجه‌گیری

گردشگری مذهبی نه تنها به عنوان یک نیاز دینی و معنوی برای زائران مطرح است، بلکه یک صنعت پربازده با تأثیرات اقتصادی و اجتماعی فراوان نیز به شمار می‌آید. اما این صنعت با چالش‌ها و مسائل مختلفی همچون فشار جمعیتی، مشکلات زیست‌محیطی و حفظ فرهنگ و تاریخ مواجهه شود. با این حال، گردشگری مذهبی همچنان به عنوان ابزاری مهم برای تقویت روابط بین‌المللی و حفظ فرهنگ‌ها، جایگاه خود را در دنیای مدرن حفظ خواهد کرد. هدف پژوهش حاضر ارائه مدلی جهت توسعه گردشگری مذهبی استان اردبیل است تا با برنامه‌ریزی دقیق و سرمایه‌گذاری مناسب، بتوان از این پتانسیل‌ها به بهترین نحو استفاده و استان اردبیل را به یکی از قطب‌های گردشگری کشور تبدیل کرد. با توجه به پژوهش حاضر، ابعاد و مؤلفه‌های مختلف متأثر بر توسعه گردشگری مذهبی استان اردبیل مشخص شد. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که عوامل علی جهت توسعه

گردشگری مذهبی جذب سرمایه‌گذاران و بهبود عوامل ساختاری می‌باشد که با نتایج پژوهش Qurbanova (2023) and Boeyan (2011), Thomas (2013), Ozguzel (2020), Zarei & Naghavi (2024), Bagheri et al. (2024), and Fathi et al. (2020) که جذب حمایت و سرمایه‌گذاری‌های دولتی و بهبود در سیاست‌گذاری‌ها و همچنین تقویت زیرساخت‌ها را از مهم‌ترین عوامل جذب و توسعه گردشگری یافتند، هم‌راستا می‌باشد. از این رو پیشنهاد می‌شود جهت توسعه گردشگری مذهبی با تقویت بخش خصوصی و دریافت حمایت‌های دولتی سرمایه‌گذاری‌هایی در بخش بهبود زیرساخت‌ها جهت توسعه صنعت گردشگری با توجه به عوامل ساختاری و اصلاح در سیاست‌گذاری‌ها صورت گیرد. در این راستا نیاز به همکاری همه‌جانبه دولت، بخش خصوصی و مردم است. با اتخاذ راهکارهایی مناسب و استفاده از ظرفیت‌های موجود، می‌توان به توسعه پایدار این استان امیدوار بود. در ادامه، طبق یافته‌های پژوهش، شرایط مداخله‌گر: فرهنگ، ویژگی‌های

مدت سفر مانند آن‌ها زندگی کنند؛ همچنین اعضای جوامع مقصد گردشگری نیز متقابلاً با حفظ موضع تعاملات اجتماعی خود را با آنان حفظ کنند.

بستر حاکم برای گسترش گردشگری مذهبی استان اردبیل عبارت‌اند از: موقعیت جغرافیایی استان اردبیل، فرهنگ عاشورایی منحصربه‌فرد و سهل‌الوصول بودن عناصر تاریخی و مذهبی با یافته‌های پژوهش Zarei & Naghavi (2024) and Fathi et al. (2020) که برخورداری از توانمندی محیطی را یکی از مهم‌ترین عوامل بسترساز توسعه گردشگری مذهبی است، مطابقت دارد. توانمندی‌های طبیعی و تاریخی و مذهبی استان اردبیل فرصت‌های بی‌نظیری را جهت توسعه گردشگری این استان فراهم آورده است. آب‌وهوای مطلوب و طبیعت بکر این استان مأمی آرامش‌بخش جهت ایام تعطیل برای گردشگران فراهم کرده است. راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی این استان عبارت‌اند از: بازاریابی گردشگری مذهبی و عوامل تکنولوژیک با یافته‌های پژوهش Broussy (2013), Zarei & Naghavi (2021) و Abbasi et al. (2024) که کمبود نیروی انسانی شایسته و متخصص در حوزه بازاریابی تبلیغات و استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات که از عناصر کلیدی توسعه گردشگری است، مطابقت دارد. از این‌رو شبکه‌های اجتماعی با ارائه دسترسی گسترده، ارتباط مستقیم، بازاریابی هدفمند، تولید محتوای جذاب، برندسازی، کاهش هزینه‌های بازاریابی و تحلیل و بررسی، ابزاری قدرتمند برای بازاریابی گردشگری هستند و درنهایت، توسعه و گسترش گردشگری مذهبی برای جوامع پیامدهایی به‌دنبال دارد که عبارت‌اند از: تقویت انسجام اجتماعی، توسعه گردشگری پایدار، بهبود اقتصادی و اثرات زیست‌محیطی که با پژوهش‌های Sharpley & Sundaram (2005)، مشکلات زیست‌محیطی به‌عنوان یکی از پیامدهای منفی توسعه گردشگری است، هم‌راستاست. گردشگری فقط مزایا و خوبی ندارد و ممکن از

گردشگر مذهبی و فضاسازی و تجهیز تسهیلات رفاهی با نتایج پژوهش Wiltshire (2012), Zarei & Naghavi (2024), Bagheri et al. (2024), Yousefi (2018) Soltani et al. (2013), Rahmani et al. (2011) که بسترسازی و ترویج فرهنگ گردشگری مذهبی را یکی از عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری مذهبی یافتند، مطابقت دارد. همچنین طبق پژوهش Wiltshire (2012) بروز عوامل چالش‌زای فرهنگی تأکیدی بر یافته‌های پژوهش کنونی است. آگاهی از توسعه‌یافتگی خدمات بهداشتی و آگاهی از شهرت منطقه زیرمجموعه ادراک گردشگر از مؤلفه‌های ویژگی‌های گردشگر مذهبی با یافته‌های Hosseinipour et al. (2016) و اطلاع از وجود امکانات شبانه‌روزی Sultani et al. (2013) Hosseinipour et al. (2016) همچنین زیرمجموعه ویژگی‌های دموگرافیک گردشگر تحت عناوینی همچون تحصیلات گردشگر با یافته‌های Molazem al-Hosseini et al. (2016) and Hosseinipour et al. (2017) و درآمد گردشگر با یافته‌های Molazem al-Hosseini et al. (2016) and Verzsak and Gath (2009) et al. (2017) and Taghvai et al. (2009), Ghanbar Yarzian (2017) and Siamala and Kakoti (2016)؛ فاصله محل زندگی تا مکان مذهبی با یافته‌های پژوهش Badri and Tayebi (2012), Saghaei (2013) و در نهایت تجربه سفر مذهبی با یافته‌های Hosseinipour et al. (2016) مطابقت دارد. طبق یافته‌ها فرهنگ به‌عنوان مهم‌ترین عنصر جوامع همانند دو روی سکه دارای مزایا و معایبی است. از این‌رو، برای گسترش صنعت گردشگری مذهبی مزایای فرهنگ جدید گردشگران مذهبی را با آغوش باز پذیرفته شود و با تلاش حداکثری با اتکا به نقاط قوت، معایب فرهنگ جدید گردشگران تا حد ممکن تعدیل شود. همچنین فرهنگ‌سازی گردشگری مذهبی برای مقصد گردشگری و همچنین گردشگرانی که قصد سفر دارند از راهکارهای بدیل می‌باشد. درواقع، گردشگران باید سعی کنند به فرهنگ و آداب‌ورسوم مقصد احترام بگذارند و در



وهوای متنوع، آثار مذهبی و تاریخی و فرهنگی غنی و جاذبه‌های طبیعی متنوع، پتانسیل بالایی برای توسعه گردشگری دارد، از این رو، هدف پژوهش حاضر ارائه مدلی جهت توسعه گردشگری مذهبی در شهر حسینی اردبیل است تا با برنامه‌ریزی دقیق و سرمایه‌گذاری مناسب، بتوان از این پتانسیل‌ها به بهترین نحو استفاده و استان اردبیل را به یکی از قطب‌های گردشگری کشور تبدیل کرد.

حامی مالی

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

سهم نویسندگان در پژوهش

تمام نویسندگان در نگارش مقاله مشارکت یکسان داشته‌اند و محتوای آن را تأیید می‌کنند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

بدین وسیله نویسندگان مقاله، مراتب سپاس‌گزاری خود را از کلیه خبرگان این پژوهش که با تمامی موانع، حاضر به مصاحبه شدند و اطلاعات خود را با محققان در میان گذاشتند، اعلام می‌کنند.

جنبه‌هایی تأثیرات منفی و نامناسبی را در محل مقصد ایجاد کند. در منطقه‌ای که قرار است گردشگران به آن سفر کنند، باید بستر مناسبی آماده شود و آموزش‌هایی به گردشگران داده شود. همچنین خود گردشگران نیز باید توجه داشته باشند که طوری سفر کنند که مناطق گردشگری را برای آیندگان نیز به همان شکل قبلی باقی بگذارند. تقویت انسجام اجتماعی و بهبود تعاملات معنوی و توسعه معنویت در جامعه با نتایج پژوهش‌های (Abbasi et al. (2021), Kuvanyshbayeva (2024), Broumek and Rozak (2024), Agarwal and Parashar (2022), Fabio et al. (2016), Nouri and Sarai (2016), Mousavi and Soltani (2014), Taghvai et al. (2011) هم‌راستا است. توسعه شاخص‌های گردشگری پایدار یکی از پیامدهای پژوهش (Abbasi et al. (2021) نیز تأکیدی بر نتایج پژوهش حاضر می‌باشد. کشور ایران با برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی-تمدنی و فرهنگی - مذهبی چند هزار ساله از قابلیت‌های ویژه‌ای در جهت توسعه گردشگری مذهبی برخوردار است؛ اما به لحاظ شکوفایی پتانسیل‌ها و قابلیت‌ها هنوز نتوانسته جایگاه درخور توجهی کسب کند. استان اردبیل نیز با برخورداری از طبیعت بکر، آب-

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- Abbasi, Saeed; Eqbali, Nasser; Rajabi, Azita (2021). Strategies for the development of religious and historical tourism in Zanjan city, *Quarterly Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas*, 2nd year, Issue 3, consecutive 7, pp. 123-130. DOI: 10.52547/gsm.a.2.3.123
- Agarwal, S & Parashar, A (2022); Developing holistic religious tourism through the ancient Indian technique of Yajna: *Online International Interdisciplinary Research Journal*, VI, p 122-131.
- Alaverdov, E., & Bari, M. W. (Eds.). (2020). *Global Development of Religious Tourism*. IGI Global.
- Apleni, L et al. (2017). Motivation for tourists' participation in religious tourism in Eastern Cape: A case study of Buffalo City, South Africa.
<https://www.semanticscholar.org/paper/7f7d9dd67ee5c4bb6b0e62371e1669988d2b0680>
- Astanakulov, O et al. (2022). The study of pilgrimage in aspects of the economy of tourism organization. *Economic Annals-XXI*.
<https://doi.org/10.21003/ea.v200-07>
- Bacha, D M U (2024). Religious Tourism and its Impact on Entrepreneurial Development at Kartarpur Corridor, Punjab-Pakistan. *Journal of Business & Tourism*.
<https://doi.org/10.34260/jbt.v9i0.2.279>
- Badri, Seyed Ali & Teybi, Sadegh (2012). Investigating the factors influencing religious tourism costs: A case study of the holy city of Mashhad, *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, 1st year, Issue 1, pp. 153-177. JR_TURIJ-1-1_007
- Bagheri, Moslem; Asghar Mabasheri, Ali; Moaveneh, Zahra; Shikari, Fatemeh (2021). Meta-analysis of the factors affecting the development of religious tourism, *Hajj and Pilgrimage Research Journal*, 6th year, Issue 1, consecutive 12, pp. 165-201. DOI: 20.1001.1.25381768.1400.6.1.7.0
- Baharudin, A M et al. (2024). Visualization of Global Research Trends on Religious Tourism and Hajj Pilgrims from 2000 to 2022: A Literature Review and Bibliometric Analysis. *International Journal of Religion*.
<https://doi.org/10.61707/r8d9vk88>
- Bakhshi Zadeh Borj, Kabir; Javanshirgi, Nasrin (2020). Mental map creation of individuals regarding the religious tourism brand of Mashhad using Zaltman metaphor extraction method (ZMET), *Journal of Tourism Management Studies*, 15(49), pp. 1-15. DOI: 10.22054/tms.2020.11044



- Bari, M.W., & Khan, Q. (2020). GLOBAL DEVELOPMENT OF RELIGIOUS TOURISM. Chapter I. Pakistan as a destination of religious tourism. IGI Global.
- Bhuiyan, M et al. (2011). Potentials of Islamic tourism: a case study of Malaysia on East Coast Economic Region. *Australian journal of basic and applied sciences*, 5, 1333-1340.
<https://www.semanticscholar.org/per/b336849e62c70711b8ecab8796c25c056409a139>
- Bokhari, A (2021). The Economics of Religious Tourism (Hajj and Umrah) in Saudi Arabia. *Research Anthology on Religious Impacts on Society*.
<https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2796-1.CH010>.
- Brdesee, H et al. (2013). Barriers and motivations affecting Information Systems usage by Hajj-Umrah religious tourism operators in Saudi Arabia. *Australas. J. Inf. Syst.*, 18.
<https://doi.org/10.3127/AJIS.V18I1.809>
- Brumec, s Roszak, p (2024); Exploring the Transformative Aftereffects of Religious Experiences on Pilgrims Along the Camino de Santiago in Spain, *Journal of Religion and Health* (2024) 63:4876-4901
<https://doi.org/10.1007/s10943-024-02127-z>
- Cugini, A (2021). Religious tourism and Sustainability: From Devotion to Spiritual Experience*
<https://doi.org/10.1108/978-1-80043-900-920211006>
- Das, A et al. (2023). Religious tourism: a bibliometric and network analysis. *Tourism Review*.
<https://doi.org/10.1108/tr-08-2022-0387>
- Dehshiri, Mohammadreza (2015). Evaluation of factors affecting the development of religious tourism in Iran, *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, 9th year, Issue 12, pp. 72-92. JR_TURIJ-4-12_004
- Deiran, I.; Ahmadi, H. (2020). The Effects of Urban Space Organization in the Reproduction of Religious Tourism through the Mediation of Social Capital (Case Study: Ashura Evening Ceremony in Zanzan City), *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, 33(9), pp. 209-228.
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.17509.3157>
- El-Gohary, H. (2010). Sustainable tourism development and environmental impact of religious tourism: The case of Makkah, Saudi Arabia. *Tourism Management*, 31(5), 673-681.
- Fathi, Mohammadreza; Mohammadi Nasab, Mehdi; Maleki, Mohammad Hassan; Yaghoubi, Somieh (2020). Evaluation of the factors affecting

- the competitiveness of religious tourism (using DEMATEL and Structural Equation Modeling methods), *Business Review Journal*, Issue 105, pp. 198-230. DOI: 20.1001.1.26767562.1399.18.105.4.7
- Foley, M., & McGillivray, D. (2006). The Dynamics of Religious Tourism: The Case of Christian Pilgrimage. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 501-510.
- Gedin, M (2022). Analysis of the potential of religious tourism in Ukraine. *Bulletin of Kyiv National University of Linguistics. History, economics, philosophy series*.
<https://doi.org/10.32589/2412-9321.25.2020.264235>
- Ghanbari Barzian, Ali (2017). Explaining the religious tourism tastes in Iranian society with an emphasis on youth; barriers and challenges, *Tourism Planning and Development Journal*, 6(21), pp. 116-135. DOI: 10.22080/jtpd.2017.1531
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research. Chicago: Transaction.
- Haq, F, Jackson, A (2006). The recognition of marketing of spiritual tourism as a significant new area in leisure travel.
<https://www.semanticscholar.org/paper/65e97597a1764f1ff518b3f8cc556336879d7490>
- Hosseini Pour, Seyed Ehsan; Rezaei Dolatabadi, Hossein & Kazemi, Ali (2016). Investigating the pull and push factors influencing the intention to undertake religious tourism and their impact in the city of Qom, *Tourism Management Studies Quarterly*, pp. 109-124. DOI: 10.22054/tms.2017.7250
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pilgrimage>.
- Kasim, A (2011). Balancing Tourism and Religious Experience: Understanding Devotees' Perspectives on Thaipusam in Batu Caves, Selangor, Malaysia. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20, 441 - 456.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2011.562437>
- Kurbanova, M (2023). Historical-Scientific Approach To Pilgrimage Tourism As A Social Phenomenon. *Economics and Innovative Technologies*.
https://doi.org/10.55439/eit/vol11_iss1/a45
- Kuvanyshbaeva, U, Nurmatov, Z (2024). Religious psychological foundations of pilgrimage to shrines in the Turkestan region. *Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality*.
<https://doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.04>



- Luz, N. (2020). Pilgrimage and religious tourism in Islam. *Annals of Tourism Research*, 82(1), 91-102.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102915>
- Malazmali Hosseini, Mohammad Kazem; Rajouei, Morteza & Moradi, Mohsen (2017). The effect of tourism development on the satisfaction of religious tourists: A case study of Mashhad metropolis, *Tourism Management Studies Journal*, Issue 39, pp. 123-142. DOI: 10.22054/tms.2017.14085.1391
- MAStercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index 2022.
<https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2022.html>.
- Mousavi, Miranjaf & Soltani, Nasser (2014). An analysis of the role of religious tourism in urban development: A case study of Imamzadeh Ja'far in Yazd, *Urban Research and Planning Journal*, 5(18), pp. 77-94. DOI: 10.22059/jhgr.2015.51220
- Murphy, P. (2013). *Tourism: A Community Approach*. Routledge.
- Ohlan, R, Ohlan, A (2023). Religious tourism scholarship: current state and future research directions. *Journal of Islamic Marketing*.
<https://doi.org/10.1108/jima-05-2023-0152>
- Ozguzel, S (2020). Evaluation and Identification of Barriers to Tourism in Islamic Countries.
<https://www.semanticscholar.org/paper/9ca6250d45015cb31b24356bb96fc65487fa342e>
- Rasul, F et al. (2016). Religion Tourism and Entrepreneurial Development (A Case Study Hazrat Data Ganj Bakhsh Shrine) *South Asian Studies*, 31, 275.
<https://www.semanticscholar.org/paper/b5bbd8e4004b6a5142baab97c0b495032908c261>
- Riabov, G. (2020). *Religious Tourism and Pilgrimage: Reflections on the Sacred Places of the World*. Springer.
- Richards, G. (2017). *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective*. Routledge.
- Robinson, M. (2015). *Religious Tourism in the Modern World: A New Landscape of Pilgrimage*. Channel View Publications.
- Saqaei, Mohsen (2013). Analysis of the impact of air transportation industry on the development of religious tourism: A case study of Mashhad airport, *Geographical Research Quarterly*, 3(110), pp. 73-86. URL: <http://georesearch.ir/article-1-450-fa.html>
- Sharpley, R., & Sundaram, P. (2005). *Tourism and Development: A Critical Introduction*. SAGE Publications.

- Shokri, T.; Eghatayi, A.; Shorai, M. H. (2024). Tourism Capacity Analysis in Cultural Diplomacy of the Islamic Republic of Iran with Emphasis on Pakistani Religious Tourists, *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, 47(12), pp. 189-215.
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2023.25518.3799>
- Soltani, Ali; Dashti, Ali; Babayi, Ehsan & Ghazayi, Mohammad (2013). Evaluation of the quality of religious tourism services in Mashhad metropolis from the perspective of tourists, *Urban Architecture and City Planning Journal*, Issue 13, pp. 333-342.
- Syamala, G., Kakoti, S (2016). "A study on religious tourism-potential and possibilities with reference to Shirdi a place of religious tourism", *Online International Interdisciplinary Research Journal*, VI, p. 115-124.
- Tavakoli, Masoud; Mousavi, Seyed Ali; Gholami Bimorgh, Younes (2009). An analysis of religious tourism development: A case study of Noorabad Mamassani County, *Scientific Research Quarterly Journal of Geographical Space*, 10(31), pp. 31-64.
- Thomas, Y (2013). Ecotourism development in Ghana: A case of selected communities in the Brong-Ahafo Region.
<https://doi.org/10.5897/JHMT2013.0091>
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. Routledge.
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (Eds.). (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys* (Vol. 4). London: Routledge.
- UNWTO. (2018). *Tourism and Religious Pilgrimages: An Overview*. World Tourism Organization (UNWTO).
- Wiltshier, P, Clarke, A (2012). Tourism to religious sites, case studies from Hungary and England: exploring paradoxical views on tourism, commodification and cost-benefits. *International Journal of Tourism Policy*, 4, 132-145.
<https://doi.org/10.1504/IJTP.2012.049000>
- Yayla, İ S (2023). Bibliometric Analysis of Literature on Religious Tourism in Web of Science. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*.
<https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1270>
- Yousefi, Javad (2018). Analysis of the importance-performance of religious tourism services: A case study of Birjand County, *Tourism Planning and Development Journal*, 7(24), pp. 38-58. DOI: 10.22080/jtpd.2018.1823
- Zarei, Ghasem & Naqavi, Seyed Ali (2024). Modeling and simulation of factors affecting the development of religious tourism in Yazd province, *Tourism Management Studies*, 18th



year, Issue 64, pp. 145-190. DOI:
10.22054/tms.2024.76895.2896

