

نقش پذیری گردشگری مذهبی در نظام برنامه‌ریزی شهری قم^۱

اسماعیل علی‌اکبری* ، سیدمهدی موسی‌کاظمی**، علی‌نجات ترکمان***

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۷

چکیده

گردشگری مذهبی نوعی از گردشگری است که شرکت‌کنندگان در آن به دلایل مذهبی انگیزه می‌گیرند. هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش پذیری گردشگری مذهبی در نظام برنامه‌ریزی شهری قم است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی توسعه‌ای و از نظر روش توصیفی-تحلیلی بوده است. داده‌های حاصل از پژوهش با روش اسنادی و میدانی مبتنی بر نظرات ۳۵ نفر از خیرگان و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخت جمع‌آوری گردید. یافته‌های پژوهش نشان داد؛ تا برنامه پنجم در هیچ سند یا برنامه بالادستی به طور مستقیم به گردشگری مذهبی اشاره‌ای نشده است. اولویت‌بندی مؤلفه‌ها نشان داد، حرم حضرت معصومه (س)، مسجد مقدس جمکران و اماکن مذهبی در توسعه کاربری‌های شهر قم مهمترین مؤلفه‌ها شناخته شده و برنامه‌ریزان و مسئولین سطوح منطقه‌ای و برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان پایین‌ترین رتبه را از نظر کارشناسان در بین مؤلفه‌ها داشته‌اند. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که توجه نظام برنامه‌ریزی به گردشگری مذهبی در شهر قم و کل کشور متوسط به پائین و کم است. بنابراین، گردشگری مذهبی به عنوان یک واقعیت اجتماعی و فرهنگی نقش اساسی در توسعه پایدار گردشگری شهر قم و کشور دارد و مجریان، برنامه‌ریزان و کنشگران با تهیه و اجرای برنامه‌های توسعه می‌توانند موجبات توسعه گردشگری مذهبی را در ابعاد مختلف آن فراهم آورند.

کلیدواژه‌ها: گردشگری مذهبی، برنامه‌ریزی شهری، توسعه شهری، شهر قم

۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری علی‌نجات ترکمان با عنوان «نقش‌پذیری گردشگری مذهبی در نظام برنامه‌ریزی شهری قم» است که با راهنمایی مشترک اسماعیل علی‌اکبری و سیدمهدی موسی‌کاظمی در گروه جغرافیا دانشگاه پیام نور انجام یافته است.

* استاد گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

** نویسنده مسئول: دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

*** دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

aliakbari@pnu.ac.ir

moosa_ka@pnu.ac.ir

a_torkaman@pnu.ac.ir



مقدمه

در جهان امروزه گردشگری، یکی از پر رونق‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان است. این صنعت اکنون در بسیاری از کشورها با رشد سریع‌تر نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی و با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، یک صنعت پیشرو تلقی می‌شود، به طوری که امروزه آن را «صادرات نامرئی» نام نهاده‌اند (بزازان و همکاران، ۱۳۹۹). از بین انواع گردشگری، گردشگری مذهبی که در قالب گردشگری فرهنگی مطرح شده، یکی از مهم‌ترین شاخه‌های گردشگری است که به عنوان یک واقعیت اجتماعی و فرهنگی کمک بسیاری به توسعه پایدار گردشگری شهری می‌نماید (بزازان و همکاران، ۱۳۹۷).

گردشگری مذهبی به عنوان گردشگری مبتنی بر ایمان، نوعی از گردشگری است که باعث ایجاد انگیزه در بسیاری از افراد از مناطق مختلف جهان می‌شود تا به صورت انتخابی یا بصورت گروهی به مقصد مورد نظر خود سفر کنند. اصولاً بازدید آنها براساس دلایل مذهبی و اعتقادی صورت می‌گیرد که می‌تواند در سفرهای زیارتی، تبلیغی و یا اوقات فراغت با دوستان انجام شود. این شکل از گردشگری به عنوان یکی از قدیمی‌ترین انواع گردشگری در نظر گرفته می‌شود (Fang, 2020: 20). توسعه‌ی گردشگری مذهبی به تقویت شناخت و روابط بین‌المللی و توسعه‌ی مهارت‌های برنامه‌ریزان در جوامع میزبان منجر می‌شود. همچنین گردشگری مذهبی منجر به تلاش برای ایجاد ثبات سیاسی، اعتلای سطح امنیت در جامعه، کاهش کشمکش‌های سیاسی به علت کاهش نرخ بیکاری، تلاش برای تقلیل آشوب‌ها و تشنجات سیاسی در جامعه، برقراری تماس بین قومیت‌ها و ملیت‌های گوناگون و ارتقای درک متقابل

بین آنها، افزایش احترام متقابل بین جوامع و قومیت‌های مختلف می‌گردد (فیروزجانیان و همکاران، ۱۳۹۳). برخی از مقصدهای برجسته که گردشگران مذهبی به آنجاها افراد زیادی سفر کرده و اقامت گزیده‌اند، عبارتند از: مکه مکرمه در عربستان سعودی، فاطیما^۱ در پرتغال، ورینداوان^۲ در هند، ال کامینو^۳ در فرانسه و سانتیاگو دی کامستیلیا^۴ در اسپانیا، (Fang, 2020: 35).

در حال حاضر ایران یکی از بزرگ‌ترین کانون‌ها و بازارهای گردشگری مذهبی در دنیا به حساب می‌آید. اماکن مذهبی زیادی در شهرهای مختلفی وجود دارد. اماکنی مانند؛ حرم مطهر و مقدس امام رضا علیه السلام در شهر مشهد، حرم مطهر و مقدس حضرت معصومه سلام الله علیها در شهر قم، حرم مطهر و مقدس حضرت احمدبن موسی (شاه چراغ) علیه السلام در شیراز و مقبره پیامبرانی مانند؛ حقیوق نبی در توپسرکان، دانیال نبی در شوش دانیال، از مهم‌ترین این اماکن هستند. از بین تقریباً ۹۰۰۰ مکان مذهبی و بقاع متبرکه موجود در ایران اسلامی، حدود ۴۲۰ مکان در استان قم قرار دارد که با مرکزیت و محوریت حرم حضرت معصومه سلام الله علیهما و مسجد مقدس جمکران، سالانه ۲۰ میلیون گردشگر داخلی و ۵/۲ میلیون گردشگر خارجی (بین‌المللی) در سطح منطقه دارد (اداره کل میراث فرهنگی استان قم، ۱۳۹۹). بدینسان قم دومین قطب گردشگری مذهبی (زیارتی) کشور، بعد از مشهد مقدس است، اما در مقایسه با شهرهای مذهبی دیگر مانند مشهد، جریان‌ها و تقاضاهای گردشگری یاد شده اثرات کمتری در توسعه

1. Fatima

2. Vrindavan

3. El Camino

4. Santiago de Compostela

هدف از انجام پژوهش حاضر، مطالعه رابطه میان نظام برنامه‌ریزی شهری با گردشگری مذهبی و میزان نقش پذیری این نوع از گردشگری از نظام برنامه‌ریزی و جایگاه آن در طرح‌های ملی، منطقه‌ای و محلی است و نیز توجه به جنبه‌های کاربردی آن و ارائه راهکارهایی جهت توسعه این بخش از گردشگری به عنوان یکی از توان‌های بالقوه توسعه گردشگری در کشور است. توانمندی‌های گردشگری مذهبی نیازمند برنامه‌ریزی مؤثرتر برای توجه ویژه به این توان عظیم است، که به نظر می‌رسد در بخش اجرا خیلی مورد توجه نبوده است. نتیجه این مطالعه می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و خصوصاً برنامه‌های سطح کلان مورد استفاده قرارگیرد تا بتوان از این مطالعات برای خدمت به مردم و توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی شهری بهره بیشتری برد. موضوع این مقاله، جایگاه گردشگری مذهبی در برنامه‌ریزی توسعه شهری به طور اعم و طرح توسعه شهری به طور اخص در یکی از قطب‌های گردشگری مذهبی (شهر قم) است. بنابراین از نظر نوآوری می‌توان آن را در موضوع شناسی عملی در قلمرو مطالعات میان رشته‌ای گردشگری شهری و برنامه‌ریزی شهری، محسوب داشت.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های مرتبط با موضوع گردشگری در ایران و جهان از تنوع و کثرت برخوردار هستند، اما پژوهش‌های اندکی در خصوص جایگاه گردشگری مذهبی در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی شهری انجام شده است. هادیانی و همکاران (۱۳۸۹) با «بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در شهرهای مذهبی، موردشناسی: کلان شهر قم»

اجتماعی، اقتصادی و فضایی شهر داشته است. مسئله فوق با چند اصل قابل توجیه است. از جمله این اصول کوتاه بودن جریان‌های گردشگری و منطقه‌ای و داخلی بودن مبداء بیشتر گردشگران می‌باشد. همچنین از مسائل و مشکلاتی که در موضوع گردشگری مذهبی وجود دارد؛ مسئله قلمرو و حدود و ثغور این نوع گردشگری و الگو و چارچوب آن است. زیرا در بسیاری از موارد تکلیف گردشگران و گروه‌های گردشگری و همچنین مدیران گردشگری اعم از سیاست‌گذاران و راهبران و راهنمایان گردشگری مشخص نیست. یکی دیگر از سوال‌های موجود، رابطه میان نظام برنامه‌ریزی شهری و گردشگری مذهبی شهر قم است که در نظام برنامه‌ریزی شهری و طرح‌های شهری چقدر و به چه میزان به گردشگری در شهر قم و خصوصاً گردشگری مذهبی پرداخته شده است و در این مطالعات، ضرورت‌های گردشگری مذهبی چه نمودهایی در نظام برنامه‌ریزی شهری (مطالعات و طرح‌های توسعه شهری) داشته است و اصولاً جایگاه این نوع از گردشگری (مذهبی) در برنامه‌های ملی، منطقه‌ای و محلی چگونه است و در چه محورهایی تبیین شده است؟ در پاسخ به این سوالات فرضیه‌های زیر مطرح شده‌اند: ۱. با توجه به وضع موجود در برنامه‌های سطوح ملی و منطقه‌ای و حتی محلی، وضعیت گردشگری مذهبی قم در نظام برنامه‌ریزی شهری چندان جایگاه مطلوبی ندارد؛ و ۲. با نگاهی به شرایط موجود شهر قم، توسعه اکثر کاربری‌ها، از جمله مسکونی، آموزشی، تجاری از مراکز مذهبی تأثیر و نقش‌پذیری زیادی داشته‌اند.

به سرمایه‌گذاری کلان در زیر ساخت‌ها برای استفاده از مواهب و مزایای اقتصاد گردشگری مذهبی در شهر قم تأکید می‌کند. ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۰) در مطالعه «برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی، مطالعه موردی: شهر قم»، به توسعه علوم اسلامی، افزایش تبلیغات و جذب طلاب و گردشگران مذهبی - فرهنگی خارجی با معرفی جایگاه واقعی کارکردهای مذهبی فرهنگی شهر قم به سایر کشورها و همچنین ایجاد اشتغال و درآمد پایدار تأکید می‌کنند. مهدی‌زاده ملامباشی (۱۳۹۵) در «طراحی الگوی برنامه‌ریزی رسانه‌ای مبتنی بر گردشگری مذهبی در ایران (مورد مطالعه آذربایجان)»، مشخص نموده که مهمترین رسانه مورد استفاده، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است و راهبردهای عملی برای برنامه‌ریزی رسانه و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی با هدف رونق گردشگری مذهبی ارائه نموده است. عربشاهی و همکاران (۱۳۹۵) در «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل رفاهی مؤثر در گردشگری مذهبی شهر مشهد» نشان داده‌اند که عوامل محیطی (اسکان، حمل و نقل و تغذیه)، عوامل فرهنگی (اطلاع‌رسانی و تبلیغات، آموزش، اوقات فراغت و برگزاری تورهای ارزان قیمت) و عوامل اجتماعی (بیمه حوادث و درمان، امنیت، راهنمای زائر و مشارکت بخش خصوصی) از جمله عوامل مؤثر در گردشگری مذهبی می‌باشند و عامل محیطی از عوامل فرهنگی و اجتماعی اولویت بیشتری به عنوان عوامل رفاهی در جذب گردشگر را دارد. موقریاک و قربانی (۱۳۹۷) در تحقیق «جایگاه گردشگری در امنیت ملی و روند توسعه کشورها (مطالعه موردی: کشور ایران)، با بررسی عواملی که در امنیت گردشگری

مؤثر می‌باشند، مواردی مانند؛ دولت‌ها، برنامه‌ریزی، مسائل سیاسی و اداری، شبکه راه‌ها و نقش پلیس اشاره کرده‌اند. متقی و همکاران (۱۳۹۸) در «تحلیل استراتژی گردشگری برنامه‌های توسعه پنج ساله ایران بعد از انقلاب»، آورده‌اند که به گردشگری به عنوان یک صنعت و یکی از حوزه‌های مهم اقتصادی نگریسته نشده و چنین می‌نماید که مفاد مرتبط با گردشگری در قوانین توسعه پنج ساله کشور، نگرش قابل توجهی به صنعت گردشگری نداشته است. صادقی و همکاران (۱۴۰۱) در «تحلیل اثرات اقتصادی - اجتماعی گردشگری مذهبی در توسعه فضایی استان قم» با این نتیجه رسیده‌اند که بخش اقتصادی گردشگری مذهبی بر توسعه فضایی استان قم تأثیر بالایی دارد و مشخص شده که هر چه تأثیرات توسعه فضایی گردشگری مذهبی در بخش اقتصادی بیشتر باشد، بر معیارهای اجتماعی و فرهنگی نیز تأثیرگذارتر خواهد بود.

کالینز - کرینر^۱ (۱۹۹۹) در تحقیق «اماکن مقدس زیارتی: طبقه‌بندی اماکن مقدس یهودیان» معتقد است در قرن بیستم، پدیده زیارت به سمت گردشگری و زیارت‌گریش پیدا کرده و جغرافیدان‌ها در بحث‌های معاصر درباره زیارت، جهانگردی، فضا و تجربه، که در طیف وسیعی از رشته‌ها ظهور می‌کنند، مشارکت دارند. تالا و پادورین^۲ (۲۰۰۸) در مطالعه «ابعاد گردشگری مذهبی» جنبه‌های مرتبط با گردشگری مذهبی را مورد بررسی قرار داده و برخی از ویژگی‌های مورد نیاز برای واکنش به آنها را مشخص و عوامل تعیین‌کننده آن را برجسته می‌کنند. نتایج به برخی از

1. Collins-Kreiner

2. Tala, and Padurean

وژان^۶ در صربستان» انگیزه‌های مذهبی را بر انگیزه‌های غیر مذهبی برای بازدید از این مکان مقدس دارای برتری جدی می‌دانند. دوران-سانچز^۷ و همکاران (۲۰۱۸) در «مرور کلی بر کتابشناسی جهانگردی و زیارت» به بررسی ادبیات دانشگاهی مرتبط با گردشگری مذهبی از طریق یک مطالعه کتابشناختی و استناد به مقالات فهرست بندی شده در پایگاه داده^۸ (WoS) می‌پردازند. وارگاس - سانچز^۹ (۲۰۱۹) در پژوهشی که در مورد «گردشگری حلال از طریق دیدگاه‌های نسل جدید در امارات متحده عربی» ارائه دادند، بیان می‌دارند که؛ اسلام نه فقط یک دین و یک جنبش سیاسی بلکه یک فرهنگ یا تمدن و یک شیوه زندگی است که از یک کشور مسلمان به کشور دیگر متفاوت است که توسط یک هسته مشترک روحیه می‌گیرد. فانگ^{۱۰} (۲۰۲۰) در کتاب «گردشگری در اقتصادهای نوظهور (راهی سبز، پایدار و سالم)» گردشگری را در قالب انواع گردشگری مذهبی، گردشگری انبوه، گردشگری فرهنگی، گردشگری روستایی، گردشگری مسئول، گردشگری طرفدار فقر، گردشگری زیستی، گردشگری پایدار، گردشگری همایش‌ها، جلسات، رویدادها، معرفی کرده، تمامی جنبه‌های توسعه گردشگری و یکپارچگی یک رویکرد جامع برای رشد گردشگری در توسعه ملی و منطقه‌ای را ارائه می‌دهد. این امر باعث افزایش معیشت مردم محلی و توجه به محیط زیست می‌شود.

جنبه‌های اصلی، مانند شناسایی ذی‌نفعان گردشگری مذهبی و نحوه حضور آنها برای حمایت از فعالیت‌های گردشگری که به ویژه برای جامعه محلی سودمند است، اشاره دارد. هاردان سلیمان و محمد^۱ (۲۰۱۱) در پژوهش «عوامل مؤثر بر بازار گردشگری مذهبی سرزمین فلسطین» معتقد هستند که صلح به عنوان یک راهبرد و اولویت حیاتی برای تقویت صنعت گردشگری (مذهبی) فلسطین باید در نظر گرفته شود. کارتال^۲ و همکاران (۲۰۱۵) در «بررسی ظرفیت‌های گردشگری مذهبی مانيسا، ترکیه، با دیدگاه بازاریابی»، آورده‌اند که اجرای مؤثر تلاش‌های گردشگری مذهبی، مستلزم هماهنگی شدید و برنامه‌ریزی عاقلانه است و سیاست‌گذاران و مدیرانی که می‌خواهند گردشگری مذهبی را ترویج کنند، باید محصولات و خدمات گردشگری را تعیین کنند که برای انواع مختلفی از گردشگران از هر مکان مذهبی لازم است. شیند^۳ (۲۰۱۷) در «برنامه‌ریزی برای شهرنشینی در مناطق گردشگری مذهبی: برداشت‌هایی از شیردی، هند»، توضیح می‌دهد که اقتصاد گردشگری مذهبی باعث حرکت سریع شهرنشینی از جمله تغییر جمعیتی و تبدیل استفاده از زمین می‌شود و مکانیسم‌های برنامه‌ریزی در پاسخگویی مناسب به موضوعاتی از جمله گسترش مؤسسات تجاری غیرمجاز، هتل‌ها و اقامتگاه‌های شبانه روزی ناکارآمد است. بوژیک^۴ و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه «انگیزه‌های سفرهای مذهبی به صومعه»

6 . Vujan

7 . Durán-Sánchez

8 . Web of Science

9 . Vargas-Sánchez

10 . Fang

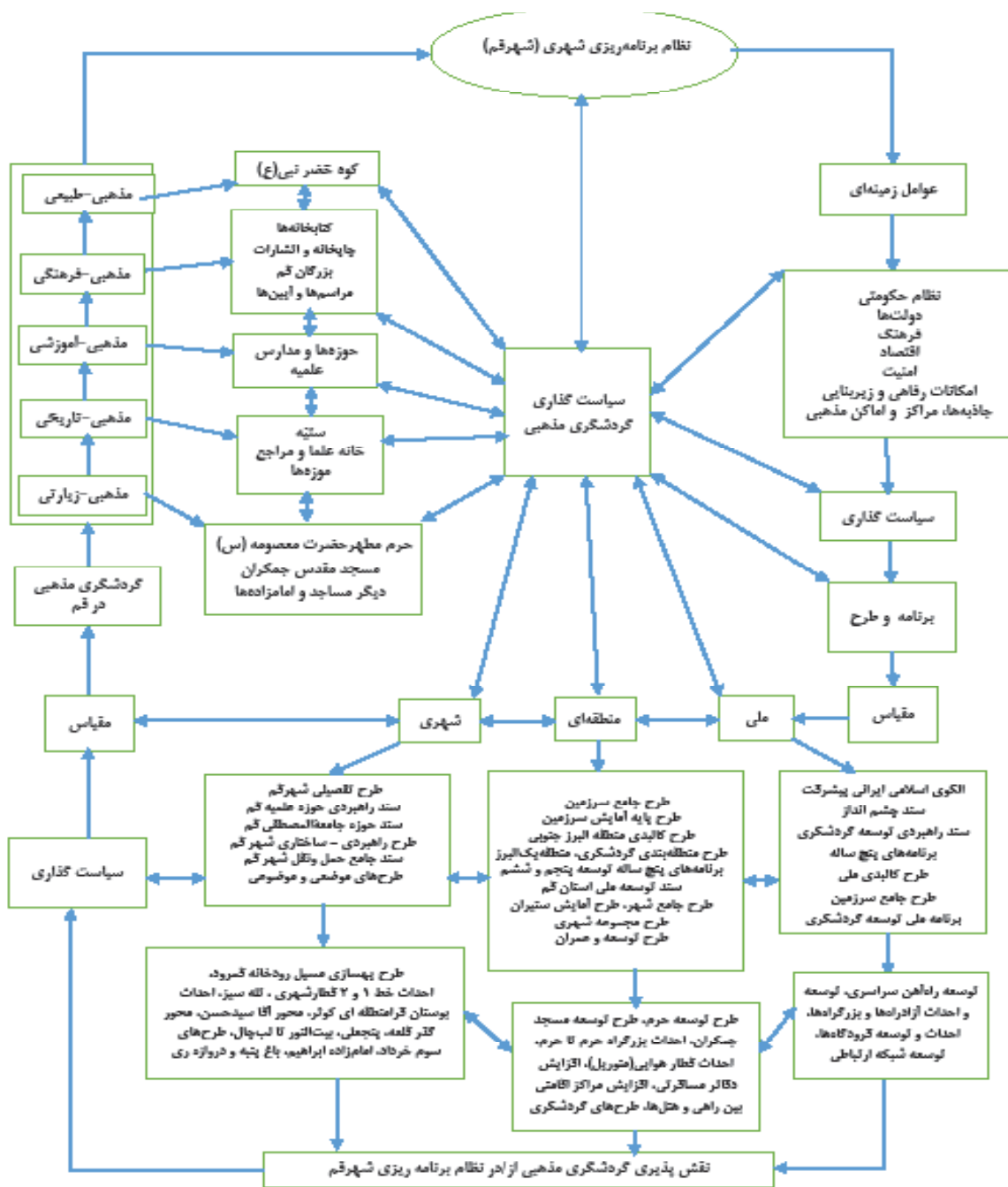
1 . Hardan Suleiman & Mohamed

2 . Kartal

3 . Shinde

4 . Shird

5 . Božic



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

و سیاست‌گذاری گردشگری تأکید شده، اما این امر مهم، بر پایه اسناد و قوانین کشور چندان مورد واکاوی و مذاقه قرار نگرفته است. این تحقیق گامی در این راستا است. بنابراین مدل مفهومی این تحقیق در تعیین نقش‌پذیری و جایگاه گردشگری (مذهبی) در/یا از نظام برنامه‌ریزی شهری (قم) در چارچوب شکل (۱) قابل ارائه است.

براساس بررسی پیشینه تحقیق، در پژوهش‌های خارجی، پژوهشگران بر اهمیت و جایگاه گردشگری مذهبی و برنامه‌ریزی گردشگری در توسعه این صنعت تأکید کرده‌اند و می‌توان دریافت که تفاوت سطح توسعه صنعت گردشگری در کشورها ناشی از سیاست‌گذاری می‌باشد. اما در تحقیقات داخلی، علی‌رغم اینکه بر اهمیت برنامه‌ریزی

روش شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی توسعه‌ای و از نظر روش توصیفی-تحلیلی بوده و در سال ۱۳۹۹ انجام شده است. داده‌های حاصل از پژوهش با روش اسنادی (اسناد فرادستی) و میدانی مبتنی بر نظرات ۳۵ نفر از خبرگان و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخت جمع آوری گردید. اطلاعات با استفاده از آزمون‌های تی تک نمونه‌ای، فریدمن و کندال تجزیه و تحلیل شده‌اند. برای استخراج اطلاعات لازم و اخذ نظر خبرگان در خصوص موضوع پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته توسط ۳۵ نفر از اساتید دانشگاه‌ها، کارشناسان و خبرگان در امور فرهنگی و برنامه‌ریزی، گردشگری و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری و خصوصاً گردشگری مذهبی تکمیل گردید. مشخصات این کارشناسان عبارت بوده از: میانگین سنی ۴۳ سال؛ ۲۴ نفر کارمندان متخصص و ۱۱ نفر از اساتید دانشگاه و عضو هیأت علمی؛ ۵ نفر دارای مدرک کارشناسی، ۱۱ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۱۹ نفر دارای مدرک دکتری؛ ۱۰ نفر مشغول در دانشگاه، ۶ نفر مشغول در حوزه‌های علمیه و آموزش و پرورش، ۴ نفر مشغول در مراکز مذهبی و ۱۵ نفر مشغول در میراث فرهنگی و سازمان مدیریت. این

مشخصات نشان دهنده توزیع و انتخاب خوب و مناسب پاسخ دهندگان است که به نظرات همه افراد دست‌اندرکار موضوع گردشگری و خصوصاً گردشگری مذهبی، توجه شده و نظرات آنها اخذ گردیده است. در این پرسشنامه از ۲۲ سؤال که در بین ۳۵ نفر از کارشناسان توزیع شد، ۱۳ سؤال رتبه‌ای و ۹ سؤال به صورت توصیفی و بدون مقیاس فاصله‌ای یا رتبه‌ای بودند و انتخاب گزینه‌ای از بین سایر گزینه‌هاست و ارزش مکانی خاصی نداشته‌اند.

پایایی پرسشنامه

برای پایایی پرسشنامه با آلفای کرونباخ، حداقل ۳۰ نفر می‌توان در نظر گرفت و نظر قطعی داد. در این پژوهش از ۳۵ نفر برای ارزیابی پایایی استفاده شده است. در صورتی یک پرسشنامه پایاست که مقدار آلفای کرونباخ آن، حداقل مقدار ۰/۷ باشد و هرچه این مقدار به عدد ۱ نزدیکتر باشد، پرسشنامه از پایایی بالاتری برخوردار است. براساس محاسبات، آلفای کرونباخ پرسشنامه بالای ۰/۷ برای تک تک گویه‌ها بدست آمده است، که حاکی از پایایی مناسب پرسشنامه است که در (جدول ۱) نشان داده شده است.

جدول ۱. پایایی و همبستگی درونی گویه‌ها

گویه‌ها	جمع میانگین کل	واریانس کل	همبستگی درونی	آلفای کرونباخ
میزان توجه برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان به گردشگری	۴۷/۲۶	۲۳/۴۹	۰/۲۳	۰/۷۵
میزان توجه به موضوع گردشگری مذهبی در سطح ملی	۴۷/۱۱	۲۱/۶۹	۰/۴	۰/۷۲
میزان توجه برنامه‌های سطح منطقه‌ای به گردشگری	۴۷/۱۷	۲۳/۵	۰/۳۴	۰/۷۳
میزان توجه مسئولین سطوح منطقه‌ای به گردشگری مذهبی	۴۷/۲۶	۲۲/۳۱	۰/۴۸	۰/۷۱
گردشگری مذهبی در برنامه‌های توسعه شهری و رونق آن	۴۵/۹۴	۲۳/۶۴	۰/۳۱	۰/۷۳
گنجانیدن گردشگری مذهبی و نقش آن در توسعه شهرها	۴۵/۸۶	۲۳/۴۲	۰/۳۶	۰/۷۳
میزان توجه به معماری اسلامی در برنامه‌های شهری	۴۶/۴۳	۲۲/۰۲	۰/۳۴	۰/۷۳

گویه ها	جمع میانگین کل	واریانس کل	همبستگی درونی	آلفای کرونباخ
میزان وابستگی توسعه شهرهای قم و مشهد به مراکز مذهبی	۴۵/۶۶	۲۴/۳۵	۰/۲۶	۰/۷۴
نقش گردشگری مذهبی در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی قم	۴۵/۸۳	۲۴/۴۴	۰/۳۱	۰/۷۳
تأثیر حرم و مسجد جمکران بر روی برنامه‌های توسعه شهری قم	۴۵/۴۶	۲۳/۶۱	۰/۵۸	۰/۷۱
تأثیر اماکن مذهبی شهر قم در توسعه کاربری‌های تجاری	۴۵/۵۱	۲۳/۹	۰/۴۵	۰/۷۲
تأثیر اماکن مذهبی شهر قم در توسعه شبکه معابر	۴۵/۷۱	۲۳/۶۸	۰/۵۵	۰/۷۲
تأثیر اماکن مذهبی شهر قم در توسعه کاربری مسکونی شهر	۴۵/۹۱	۲۲/۳۲	۰/۵۱	۰/۷۱

یافته‌ها

جایگاه گردشگری در اسناد فرادستی

اسناد فرادستی یا بالادستی در هر کشوری معمولاً در برنامه‌ریزی‌ها و قانون‌گذاری‌ها ملاک عمل می‌باشد، خصوصاً برای توسعه و عمران نواحی و شهرها بسیار مورد توجه بوده و در برنامه‌ریزی‌های شهری ملاک عمل قرار می‌گیرد. بررسی قوانین بالادستی از این لحاظ اهمیت دارد که برای توسعه شهرها، طرح‌ها و برنامه‌هایی وجود دارد و برای ابعاد مختلف توسعه در شهرها راهکارها و برنامه‌هایی ارائه می‌شود. یکی از این برنامه‌ها موضوع گردشگری و خصوصاً گردشگری مذهبی است

که دولت به عنوان محور اصلی و هسته مرکزی و مجری برنامه‌های توسعه می‌تواند موجبات توسعه صنعت گردشگری در ابعاد مختلف آن را فراهم آورد (امینی و همکاران، ۱۳۹۹). در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و سند چشم‌انداز در افق ۱۴۰۴ و سند نقشه جامع علمی کشور، درباره گردشگری و مفاهیم نزدیک به آن به طور مستقیم چیزی ذکر نشده است. در جداول (۲ و ۳ و ۴) جایگاه گردشگری در اسناد فرادستی و نظام برنامه‌ریزی کشور و قوانین موضوعه آورده شده است.

جدول ۲. جایگاه گردشگری در اسناد فرادستی و نظام برنامه‌ریزی کشور و قوانین موضوعه (سند، سیاست و نقشه)

عنوان سند، سیاست و نقشه	شرح
سند چشم‌انداز توسعه در افق ۱۴۰۴	توسعه کشور متناسب با مقتضیات فرهنگی، جغرافیای و تاریخی دست یافتن به جایگاه اول اقتصادی منطقه اشاره شده است.
سیاست‌های کلی نظام در دوره چشم‌انداز با افق ۱۴۰۴	محورهای رشد اقتصادی، رقابت پذیری و کسب مزیت‌های رقابتی، کارآفرینی، حضور مؤثر در بازارهای جهانی و توسعه صادرات غیر نفتی (قطعا یکی از آنها گردشگری است) مورد توجه قرار گرفته است
سیاست‌های کلی اشتغال	بند ۹ که به طور خاص بر گسترش و استفاده بهینه از ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری تأکید کرده است.
نقشه مهندسی فرهنگی کشور	به مدیریت فرهنگی - اسلامی و نهادینه سازی الگوهای گردشگری، توسعه گردشگری دینی، جذب و گسترش گردشگری خارجی در زمینه دینی، زیارتی، درمانی، علمی و فرهنگی اشاره مستقیم شده است.
نقشه جامع علمی کشور	هدف کلان این نقشه، تبدیل شدن به قطب پزشکی منطقه تا سال ۱۴۰۴ است که گردشگری پزشکی یکی از انواع آن است.
سیاست‌های کلان بخش میراث فرهنگی و گردشگری	به موضوعات توسعه پایدار گردشگری، افزایش گردشگری داخلی و دست یابی به سهم مناسب از بازار جهانی گردشگری و اولویت دادن به توسعه مبادلات گردشگران با کشورهای اسلامی و کشورهای حوزه فرهنگ ایرانی و رعایت حقوق و تأمین امنیت گردشگران پرداخته است.
سند راهبردی توسعه گردشگری	سند راهبردی توسعه گردشگری در راستای اجرای بند الف ماده ۱۰۰ قانون برنامه ششم توسعه، توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در خرداد ۱۳۹۷ و در چهارچوب قوانین مربوطه با رویکرد استفاده حداکثری از بخش خصوصی به هیأت دولت ارائه شد.

جدول ۳. جایگاه گردشگری در اسناد فرادستی و نظام برنامه‌ریزی کشور و قوانین موضوعه (قوانین)

عنوان قانون	شرح
قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی	این قانون بیشتر به شناسایی و حفظ و ثبت آثار ارزشمند فرهنگی و تاریخی کشور و ایجاد انسجام تشکیلاتی در ادارات موجود و مرتبط و شروع اقدامات لازم جهت تدوین اساسنامه سازمان میراث فرهنگی اشاره دارد.
اساسنامه سازمان میراث فرهنگی	با تکلیف تبصره ۵ قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی، قانون اساسنامه سازمان میراث فرهنگی در تاریخ ۱۳۶۶ با ۹ ماده به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید.
اساسنامه سازمان ایرانگردی و جهانگردی	تکالیف مندرج در اساسنامه سازمان ایرانگردی و جهانگردی به نحو مطلوبی تمهیدات لازم برای توسعه گردشگری را فراهم نموده است.
قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی	حاوی مقررات مهم در خصوص گردشگری است. از جمله ماده ۲ این قانون تشکیل شورای عالی ایرانگردی و جهانگردی را مقرر می‌دارد و نقش اصلی آن را سیاست‌گذاری و هماهنگی بین دستگاه‌ها اعلام می‌کند که به جهت ارتقای سطح تصمیم‌گیری حائز اهمیت می‌باشد. مطابق تکلیف این قانون و آیین نامه اجرایی آن که البته ارتباط بیشتری با حقوق گردشگر دارد.
قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی)	ماده ۱ این قانون ادغام سازمان‌های میراث فرهنگی و ایرانگردی و جهانگردی و تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری زیر نظر رئیس جمهور را بیان می‌دارد. و در ادامه به تشکیل وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در تیرماه ۱۳۹۸ انجامید

جدول ۴. جایگاه گردشگری در اسناد فرادستی و نظام برنامه‌ریزی کشور و قوانین موضوعه (برنامه‌های پنج ساله)

عنوان برنامه	شرح
برنامه اول توسعه (۱۳۶۸-۱۳۷۲)	تقویت و توسعه ایرانگردی و جهانگردی در جهت تبادل تجربه و دانش و شناساندن میراث تمدن و فرهنگ اسلامی و ایران و بهبود و گسترش پژوهش، حفاظت، احیاء و استفاده مجدد و معرفی میراث فرهنگی کشور و ارزش‌های فرهنگی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس
برنامه دوم توسعه (۱۳۷۴-۱۳۷۸)	برای ارتقاء سطح علمی و کارائی دست اندرکاران برنامه‌های فرهنگی هنری، ورزشی تریبیت لازم از سوی دولت برای توسعه مراکز آموزشی دولتی و غیر دولتی در رشته‌های چاپ و نشر، سینما، ایرانگردی و جهانگردی اتخاذ و شرایط لازم را برای بروز نوآوری‌ها در امور فرهنگی ایجاد نماید.
برنامه سوم توسعه (۱۳۷۹-۱۳۸۳)	خرید فروش ارز گردشگری، اقدامات در خصوص مرمت و احیای بافت‌ها و بناهای تاریخی فرهنگی، حفظ و حراست از میراث فرهنگی، ایجاد ساز و کار مدیریتی مناسب در شهرداری‌ها. دستور تشکیل یگان پاسداران میراث فرهنگی کشور. تبدیل محدوده منتهی به حسینیه جماران و بیت حضرت امام خمینی (ره) به مجموعه ای فرهنگی و خدماتی برای زائران و گردشگران داخلی و خارجی
برنامه چهارم توسعه (۱۳۸۴-۱۳۸۸)	ایجاد و توسعه موزه‌های پژوهشی - تخصصی وابسته به دستگاه‌های اجرایی، ایجاد و تجهیز پایگاه‌های میراث فرهنگی در آثار تاریخی مهم کشور، ایجاد صندوق احیا و بهره برداری از بناها و اماکن تاریخی فرهنگی کشور، شناسایی و حمایت از میراث فرهنگی حوزه فرهنگی ایران در کشورهای همسایه و ایجاد مراکز حفظ و آثار فرهنگ ایلی در شهرستان‌ها و استان‌های کشور از قبیل دهکده‌های توریستی، موزه و نمایشگاه و تکمیل نظام جامع آماری گردشگری، جذب سرمایه‌گذاران و مشارکت مؤسسات تخصصی داخلی و بین المللی و بیمه برای گردشگران خارجی
برنامه پنجم توسعه (۱۳۹۰-۱۳۹۴)	اقدامات قانونی در جهت امکان ایجاد مراکز فرهنگی و گردشگری، راه اندازی موزه‌های تخصصی، ایجاد مراکز حفظ آثار و فرهنگ سنتی عشایری و روستایی توسط بخش خصوصی و ... به منظور توسعه گردشگری، حمایت از آثار فرهنگی تاریخی و میراث معنوی حوزه فرهنگی ایران در کشورهای همسایه و منطقه و سایر کشورها به عنوان میراث فرهنگی را شناسایی و از آنها. ساماندهی امور زائرین و تأمین زیرساخت‌های لازم و توسعه امکانات و خدمات زیارتی در قطب‌های زیارتی و گردشگری مذهبی. این اولین قانون و سندی است که موضوع گردشگری مذهبی به صراحت در آن ذکر گردیده است.
برنامه ششم توسعه (۱۳۹۶-۱۴۰۰)	گردشگری جزء موضوعات خاص بخش پیش‌روی اقتصاد و از مسائل محوری برنامه دانسته و دولت را موظف نموده؛ طرح‌های مرتبط با آنها را در بودجه سالانه طی سال‌های قانون برنامه ششم اعمال نماید. تعمیق ارزش‌ها، باورها و فرهنگ مبتنی بر هویت اسلامی و ترویج سیره و سنت اهل بیت علیهم‌السلام و استفاده بهینه از ظرفیت معنوی اماکن زیارتی در شهرهای مقدس مشهد، قم و شیراز از جمله این طرح‌ها است.

منبع: مجلس شورای اسلامی، برنامه‌های پنج ساله توسعه اقتصادی اول تا ششم

در مجموع، با بررسی قوانین مختلف بالادستی در نظام برنامه‌ریزی کشور، مشاهده می‌شود که برخی از آنها به موضوع گردشگری پرداخته‌اند، اما تا برنامه پنجم در هیچ سند یا برنامه‌ای به طور مستقیم به گردشگری مذهبی اشاره‌ای نشده و برای اولین بار در برنامه پنجم توسعه از گردشگری مذهبی نام برده شده و برای مراکز مذهبی برنامه‌هایی در سطح ملی و در افق پنج ساله ارائه شده است. البته در بند ۳۴ پیش‌نویس سند الگوی پایه اسلامی ایرانی پیشرفت به گردشگری مذهبی اشاره شده و به گسترش قطب‌های گردشگری مذهبی تأکید کرده و آورده است که «قطب‌های گردشگری طبیعی، فرهنگی، مذهبی و سلامت با محوریت مناطق و مراکز هویت ساز» گسترش یابد. این سند در مراحل نهایی شدن می‌باشد که یک سند بالادستی است که افق آن سال ۱۴۴۴ می‌باشد (دفتر رهبر معظم انقلاب، ۱۳۹۷). همچنین در برنامه جامع توسعه گردشگری ایران که در سال ۱۳۹۶ برای سال‌های (۲۰۲۸ - ۲۰۱۷) بروز رسانی شده، در مورد گردشگری زیارتی (مذهبی) تأکید زیادی شده است، از جمله «وزارت میراث فرهنگی را ملزم می‌سازد تا پاسدار فرهنگ و ارزش‌های اسلامی بوده و با برنامه‌ریزی دقیق، ضمن توسعه گردشگری زیارت، زیرساخت‌ها و نیازهای آن را تأمین کند. در ادامه آمده که «بازاریابی هدف‌گیری موجود در بازار به ویژه در داخل منطقه و بازار داخلی در کوتاه مدت و میان مدت از طریق توسعه انواع گردشگری که یکی از آنها گردشگری زیارتی (مذهبی) است؛ صورت پذیرد. از جمله اهداف بنیادین مطالعات آمایش سرزمین استان قم که در سال ۱۳۸۹ آغاز شده و در سال ۱۳۹۳ در ۳۵ جلد به پایان رسیده است؛ تقویت فرهنگ اسلامی - ایرانی در استان و گردشگری زیارتی پایدار و

پیشرفته است. این یافته‌ها تأیید کننده فرضیه اول تحقیق هستند. به عبارتی تا سال‌های اخیر، در برنامه‌های سطوح ملی و منطقه‌ای و حتی محلی، وضعیت گردشگری مذهبی قم در نظام برنامه‌ریزی شهری چندان جایگاه مطلوبی نداشته است.

جایگاه گردشگری در سطوح مختلف برنامه‌ریزی

برای تعیین جایگاه گردشگری در سطوح مختلف برنامه‌ریزی از نظر کارشناسان در خصوص موضوع پژوهش، پرسشنامه‌ای تنظیم شد. سؤالات پرسشنامه با توجه به سطوح مختلف برنامه‌ریزی در سه سطح ملی، منطقه‌ای و محلی تقسیم بندی شد. از ۲۲ سؤال پرسشنامه، ۸ سؤال به بخش کلان و سطح ملی پرداخته و ۲ سؤال به میزان توجه برنامه‌ریزان به موضوع گردشگری مذهبی و برنامه‌های شهری در سطح منطقه‌ای اختصاص یافته و ۱۲ سؤال بقیه به استان و شهر قم به عنوان سطح محلی مربوط می‌شود.

برای آزمون آماری فرضیه‌ها، اگر جامعه مورد نظر نرمال باشد از آزمون‌های پارامتریک و اگر جامعه غیرنرمال باشد از آزمون‌های ناپارامتریک برای اثبات یا رد فرضیه‌ها استفاده می‌شود. نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف نشان داد توزیع داده‌ها نرمال هست. آزمون یک طرفه جهت مقدار مؤلفه‌ها در (جدول ۵) آورده شده است. مؤلفه‌های مدل، اختلاف معنی‌داری با میانگین داده‌ها و یا اثر معنی‌داری در مدل ندارند.

با توجه به مقدار مؤلفه‌های مورد آزمون یک طرفه می‌توان نتیجه گرفت که حد و اندازه ۳ مؤلفه؛ برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان، موضوع گردشگری مذهبی و برنامه‌های سطح منطقه‌ای در مورد شهر قم کمتر از

آزمون فریدمن استفاده شد. آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها بر اساس بیشترین تأثیر بر مؤلفه وابسته می‌باشد. برای بررسی ادعای یکسان بودن رتبه بندی مؤلفه‌ها، فرض‌های آماری زیر مطرح می‌شوند:

H_0 : اولویت مؤلفه‌ها یکسان است.

H_1 : دست کم دو اولویت متفاوتند.

برای بررسی رابطه بالا از آزمون فریدمن استفاده شد. چنانچه سطح پوشش آماره آزمون (Asym مؤلفه Sig). کمتر از سطح معنی‌داری (۰/۰۵) باشد، فرض صفر رد شده و ادعای یکسان بودن رتبه (اولویت) این مؤلفه‌ها پذیرفته نمی‌شود. (جدول ۷) میانگین رتبه‌های هر مؤلفه را نشان می‌دهد. نتیجه آزمون نیز در (جدول ۸) آمده است.

حد متوسط بوده و نشان از سطح ضعیف این مؤلفه‌ها می‌باشد و سایر مؤلفه‌ها در مورد شهر قم بیشتر از حد متوسط می‌باشد که حاکی از تأثیر قوی این مؤلفه‌ها در گردشگری مذهبی می‌باشد، بازه پراکندگی پاسخ دهندگان طبق طیف لیکرت (۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵) و در بازه پراکندگی حداقل می‌باشد و تلورانس حول میانگین داده‌ها در بازه قابل قبول نرمال می‌باشد و تأیید تمام مؤلفه در بازه نرمال استاندارد می‌باشد و این کیفیت دقیق داده‌ها را می‌رساند و مقدار هرکدام از مؤلفه‌ها تأثیری بیشتر از حد متوسط (حد متوسط ۵۰ درصد تأثیرگذاری را نشان می‌دهد و بلعکس) در تعیین الگوی واحد دارند و دلیل همبستگی متفاوت برای وجود پراکندگی و کشیدگی هر کدام از مؤلفه‌ها می‌باشد. برای دسته‌بندی هر مؤلفه در هر مدل در مؤلفه‌های مستقل؛ از

جدول ۵. داده‌های توصیفی پرسشنامه

مؤلفه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین انحراف استاندارد
برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان	۳۵	۲/۷۴	۰/۹۸	۰/۱۷
موضوع گردشگری مذهبی	۳۵	۲/۹	۱/۰۵	۰/۱۸
برنامه‌های سطح منطقه‌ای	۳۵	۲/۸۲	۰/۷۸	۰/۱۳
برنامه‌ریزان و مسئولین سطوح منطقه‌ای	۳۵	۲/۷۴	۰/۸۲	۰/۱۳
گردشگری مذهبی در برنامه‌های توسعه شهری	۳۵	۴/۰۶	۰/۸۰	۰/۱۴
گنجانیدن موضوع گردشگری مذهبی	۳۵	۴/۱۴	۰/۷۷	۰/۱۳
توجه به معماری اسلامی	۳۵	۳/۵۷	۱/۰۹	۰/۱۸
توسعه شهرهای مذهبی	۳۵	۴/۳۴	۰/۷۳	۰/۱۲
گسترش گردشگری مذهبی	۳۵	۴/۱۷	۰/۶۲	۰/۱۰
حرم حضرت معصومه(س) و مسجد مقدس جمکران	۳۵	۴/۵۴	۰/۵۰	۰/۰۹
اماکن مذهبی در توسعه کاربردی	۳۵	۴/۴۸	۰/۵۶	۰/۱۰
کاربری‌های مذهبی	۳۵	۴/۲۹	۰/۵۲	۰/۰۹
اماکن مذهبی در توسعه کاربردی مسکونی شهر	۳۵	۴/۰۹	۰/۷۸	۰/۱۳

جدول ۶. آزمون تی تک نمونه‌ای

معیار تصمیم‌گیری = ۰/۵۰	آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان با ۹۵ درصد	
					حد بالا	حد پایین
برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان	-۱۶/۵۵	۳۴	۰/۰۰۰	۲/۷۴	۲/۴۰	۳/۰۸
موضوع گردشگری مذهبی	-۱۶/۲۵	۳۴	۰/۰۰۰	۲/۸۸	۲/۵۲	۳/۲۵
برنامه‌های سطح منطقه‌ای	-۲۱/۳۱	۳۴	۰/۰۰۰	۲/۸۳	۲/۵۶	۳/۱۰
برنامه‌ریزان و مسئولین سطوح منطقه‌ای	-۱۹/۸۷	۳۴	۰/۰۰۰	۲/۷۴	۲/۴۶	۳/۰۲
گردشگری مذهبی در برنامه‌های توسعه شهری	۲۹/۹۲	۳۴	۰/۰۰۰	۴/۰۶	۳/۷۸	۴/۳۳
گنجاندن موضوع گردشگری مذهبی	۳۱/۷۳	۳۴	۰/۰۰۰	۴/۱۴	۳/۸۸	۴/۴۰
توجه به معماری اسلامی	۱۹/۳۴	۳۴	۰/۰۰۰	۳/۵۷	۳/۲۰	۳/۹۵
توسعه شهرهای مذهبی	۳۵/۴۲	۳۴	۰/۰۰۰	۴/۳۴	۴/۰۹	۴/۵۹
گسترش گردشگری مذهبی	۳۹/۹۵	۳۴	۰/۰۰۰	۴/۱۷	۳/۹۶	۴/۳۸
حرم حضرت معصومه (س) و مسجد مقدس جمکران	۵۳/۱۷	۳۴	۰/۰۰۰	۴/۵۴	۴/۳۷	۴/۷۲
اماکن مذهبی در توسعه کاربردی	۴۷/۲۱	۳۴	۰/۰۰۰	۴/۴۸	۴/۲۹	۴/۶۸
کاربری‌های مذهبی	۴۸/۸۹	۳۴	۰/۰۰۰	۴/۲۸	۴/۱۱	۴/۴۶
اماکن مذهبی در توسعه کاربردی مسکونی شهر	۳۰/۹۵	۳۴	۰/۰۰۰	۴/۰۹	۳/۸۲	۴/۳۵

جدول ۷. میانگین رتبه مؤلفه‌ها

رتبه میانگین	مؤلفه‌ها
۳/۶۱	برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان
۴/۰۴	موضوع گردشگری مذهبی
۳/۷۱	برنامه‌های سطح منطقه‌ای
۳/۴۴	برنامه‌ریزان و مسئولین سطوح منطقه‌ای
۷/۸۷	گردشگری مذهبی در برنامه‌های توسعه شهری
۸/۱۱	گنجاندن موضوع گردشگری مذهبی
۶/۴۳	توجه به معماری اسلامی
۹/۰۱	توسعه شهرهای مذهبی
۸/۳۱	گسترش گردشگری مذهبی
۱۰/۰۴	حرم حضرت معصومه (س) و مسجد مقدس جمکران
۹/۷۰	اماکن مذهبی در توسعه کاربردی
۸/۸۰	کاربری‌های مذهبی
۷/۹۰	اماکن مذهبی در توسعه کاربردی مسکونی شهر

جدول ۸. آزمون فریدمن

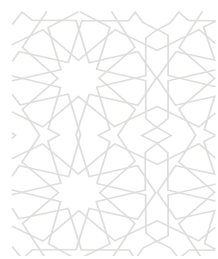
۳۵	حجم نمونه آماری (N)
۲۰۴/۴۰۲	آماره کی دو (chi-square)
۱۲	درجه آزادی (df)
۰/۰۰۰	سطح پوشش آماره آزمون (Asym مولفه Sig.)

همانطور که مشاهده می‌شود، سطح پوشش آماره آزمون (۰/۰۰) کمتر از سطح معنی‌داری آزمون (۰/۰۵) می‌باشد و این به معنی تفاوت بین آزمون‌هاست؛ به عبارت دیگر فرض مقابل که وجود دست کم دو اولویت متفاوت را تعریف می‌کرد، پذیرفته و فرض صفر رد می‌شود. همچنین با توجه به (جدول ۵)، میانگین رتبه مؤلفه‌های حرم حضرت معصومه (س) و مسجد مقدس جمکران و اماکن مذهبی در توسعه کاربری‌ها مهمترین مؤلفه‌ها شناخته شده و مؤلفه‌های برنامه‌ریزان و مسئولین سطوح منطقه‌ای و برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان رتبه‌های پایینی از نظر کارشناسان و اساتید دانشگاهی کسب کرده‌اند.

آزمون رتبه‌های دبلیو کندانال، که شکل نرمال شده آزمون فریدمن است، به عنوان یک ضریب توافق، به سنجش میزان توافق رتبه‌بندی‌ها در بین پاسخگویان می‌پردازد. در این آزمون، هر پاسخگو به عنوان یک قضاوت کننده یا رتبه دهنده، و هر گویه یا سؤال نیز به عنوان یک متغیر تلقی شده و در ادامه برای هر یک از این متغیرها، میانگین رتبه‌ها محاسبه می‌شود. این آزمون با مقایسه میانگین رتبه‌ها در بین متغیرها، تفاوت این میانگین‌ها را بررسی می‌کند. پس از اجرای آزمون کندانال، نتایج به ترتیب (جدول ۹) ارائه شده است.

جدول ۹. رتبه‌بندی نشانگرها بر مبنای آزمون کندانال

میانگین رتبه‌ها	نشانگرها
۳/۶۱	میزان توجه برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان، در برنامه‌های شهری به گردشگری
۴/۰۴	میزان توجه برنامه‌ریزان سطح ملی به موضوع گردشگری مذهبی
۳/۷۱	برنامه‌های سطح منطقه‌ای
۳/۴۴	برنامه‌ریزان و مسئولین سطوح منطقه‌ای
۷/۸۷	گردشگری مذهبی در برنامه‌های توسعه شهری
۸/۱۱	گنجاندن موضوع گردشگری مذهبی
۶/۴۳	توجه به معماری اسلامی
۹/۰۱	توسعه شهرهای مذهبی
۸/۳۱	گسترش گردشگری مذهبی
۱۰/۰۴	حرم حضرت معصومه (س) و مسجد مقدس جمکران
۹/۷۰	اماکن مذهبی در توسعه کاربردی
۸/۸۰	کاربری‌های مذهبی
۷/۹۰	اماکن مذهبی در توسعه کاربری مسکونی شهر



جدول ۱۰. خروجی آزمون کندال

تعداد	۳۵
آزمون کندال	۰/۶۸۷
کای اسکور	۲۰۴/۴۰۲
درجه آزادی	۱۲
.Sig	۰/۰۰۰

معنی دار است یا خیر، باید از نتایج (جدول ۷) استفاده کنیم. اطلاعات (جدول ۱۰) بیانگر آن است که میان اعضای جامعه آماری در خصوص شاخص‌های مورد نظر با توجه به نتیجه آزمون کندال (۰/۶۸۷) «اتفاق نظر قوی» وجود دارد.

مقدار آزمون رتبه‌های دبلیو کندال بین صفر تا یک می‌باشد که در آن، مقادیر نزدیک به صفر نشان از توافق کمتر و مقادیر نزدیک به یک نشان از توافق بیشتر بین پاسخگویان در خصوص متغیرهای مورد نظر دارد. در تفسیر نتایج آزمون دبلیو کندال، برای این که پی ببریم آیا تفاوت در میانگین رتبه پاسخگویان

جدول ۱۱. گویه‌های مربوط به سؤالات رتبه‌ای

سطح	سؤالات رتبه‌ای	شاخص‌ها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	جمع
ملی	۱. برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان، چقدر در برنامه‌های شهری به گردشگری توجه نموده‌اند؟	فراوانی	۳	۱۱	۱۵	۴	۲	۳۵
		درصد	۸/۵۷	۳۱/۴۳	۴۲/۸۶	۱۱/۴۳	۵/۷۱	۱۰۰
ملی	۲. چقدر در برنامه‌های سطح ملی به موضوع گردشگری مذهبی توجه شده است؟	فراوانی	۴	۷	۱۵	۷	۲	۳۵
		درصد	۱۱/۴۳	۲۰	۴۲/۸۶	۲۰	۵/۷۱	۱۰۰
منطقه	۳. چقدر در برنامه‌های سطح منطقه‌ای به موضوع گردشگری توجه شده است؟	فراوانی	۱	۱۱	۱۶	۷	۰	۳۵
		درصد	۲/۸۶	۳۱/۴۳	۴۵/۷۱	۲۰	۰	۳۵
منطقه	۴. برنامه‌ریزان و مسئولین سطوح منطقه‌ای، چقدر در برنامه‌های شهری به گردشگری مذهبی توجه نموده‌اند؟	فراوانی	۱	۱۳	۱۶	۴	۱	۳۵
		درصد	۲/۸۶	۳۷/۱۴	۴۵/۷۱	۱۱/۴۳	۲/۸۶	۱۰۰
ملی	۵. گنجاندن موضوع گردشگری مذهبی در برنامه‌های توسعه شهری، چه میزان در گسترش و رونق آن مؤثر می‌باشد؟	فراوانی	۱	۰	۴	۲۱	۹	۳۵
		درصد	۲/۸۶	۰	۱۱/۴۳	۶۰	۲۵/۷۱	۱۰۰
ملی	۶. گنجاندن موضوع گردشگری مذهبی در برنامه‌های توسعه شهری، تا چه میزان در توسعه شهرها می‌تواند نقش داشته باشد؟	فراوانی	۰	۱	۵	۱۷	۱۲	۳۵
		درصد	۰	۲/۸۶	۱۴/۲۹	۴۸/۵۷	۳۴/۲۹	۱۰۰
محلی	۷. توسعه شهرهای مذهبی، مانند مشهد و قم، چه میزان وابسته به مراکز مذهبی بوده است؟	فراوانی	۰	۱	۲	۱۶	۱۶	۳۵
		درصد	۰	۲/۸۶	۵/۷۱	۴۵/۷۱	۴۵/۷۱	۱۰۰

سطح	سؤالات رتبه‌ای	شاخص‌ها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	جمع
محلی	۸. گسترش گردشگری مذهبی در قالب برنامه‌های توسعه شهر قم، چقدر در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی می‌تواند مؤثر باشد؟	فراوانی	۰	۰	۴	۲۱	۱۰	۳۵
		درصد	۰	۰	۱۱/۴۳	۶۰	۲۸/۵۷	۱۰۰
محلی	۹. حرم حضرت معصومه (س) و مسجد مقدس جمکران، چقدر بر روی برنامه‌های توسعه شهری قم نقش داشته است؟	فراوانی	۰	۰	۰	۱۶	۱۹	۳۵
		درصد	۰	۰	۰	۴۵/۷۱	۵۴/۲۹	۱۰۰
محلی	۱۰. اماکن مذهبی، خصوصاً حرم حضرت معصومه (س) چقدر در توسعه کاربری‌های تجاری شهر قم نقش داشته است؟	فراوانی	۰	۰	۱	۱۶	۱۸	۳۵
		درصد	۰	۰	۲/۸۶	۴۵/۷۱	۵۱/۴۳	۱۰۰
محلی	۱۱. اماکن مذهبی، خصوصاً حرم حضرت معصومه (س) و مسجد جمکران در توسعه شبکه معابر درون شهری و برون شهری قم، چقدر نقش داشته‌اند؟	فراوانی	۰	۰	۱	۲۳	۱۱	۳۵
		درصد	۰	۰	۲/۸۶	۶۵/۷۱	۳۱/۴۳	۱۰۰
محلی	۱۲. اماکن مذهبی، خصوصاً حرم حضرت معصومه (س) و مسجد جمکران، در توسعه کاربری مسکونی شهر قم، چقدر تأثیر داشته‌اند؟	فراوانی	۰	۴	۷	۱۲	۱۲	۳۵
		درصد	۰	۱۱/۴۷	۲۰	۳۴/۲۹	۳۴/۲۹	۱۰۰

با توجه به مؤلفه‌ها و گویه‌های آنها که در جدول ۱۱ آمده است، توضیحات آن ارائه می‌شود. سؤالات داده شده در سه سطح ملی، منطقه‌ای و محلی تنظیم شده و جایگاه گردشگری و گردشگری مذهبی را در برنامه‌ها، کاربری‌ها و نمودهای آنها در سطوح ملی و منطقه‌ای و شهری و محلی را پوشش داده‌اند.

جایگاه گردشگری در سطوح ملی و منطقه‌ای

از بین ۱۲ سؤال داده شده، ۶ سؤال موضوع جایگاه گردشگری و گردشگری مذهبی را در برنامه‌ها، کاربری‌ها و نمودهای آنها در سطوح ملی و منطقه‌ای را پوشش داده است. در سؤال اول (جدول ۱۱) بیش از ۷۴ درصد از متخصصان گردشگری نظرشان این است که نظام برنامه‌ریزی چندان توجهی به گردشگری نداشته، به همین خاطر گزینه متوسط و کم را انتخاب نموده‌اند، لذا توجه بیشتر دولت مردان را می‌طلبد. در سؤال دوم؛ ۴۳ درصد از متخصصان بر این باورند که میزان توجه برنامه‌های سطح ملی به

موضوع گردشگری مذهبی در حد متوسط است. البته ۲۰ درصد نیز گزینه کم را انتخاب نموده و به صراحت اظهار کرده‌اند که در برنامه‌های ارائه شده در سطح ملی و از طرف دولت به صورت جدی به مسئله گردشگری و خصوصاً گردشگری مذهبی پرداخته نشده است. نظر پاسخگویان با بیش از ۷۷ درصد در سؤال سوم این است که در برنامه‌های ارائه شده، جایگاه گردشگری چندان جدی دیده نشده و به آن توجه نشده و نسبت به این موضوع نظر منفی دارند. طبق نظر صاحب‌نظران امر گردشگری، مسئولین و برنامه‌ریزان در سطح منطقه‌ای نیز به گردشگری و گردشگری مذهبی به عنوان یکی از شاخه‌های آن، توجه چندانی نداشته‌اند. در حدود ۴۶ درصد صاحب‌نظران گردشگری مذهبی در سؤال چهارم، گزینه متوسط و ۳۷ درصد گزینه کم را انتخاب کرده‌اند؛ براساس این نتایج، معلوم می‌شود که متخصصان اشتراک نظر داشته و همانند سه سؤال قبل نسبت به میزان توجه برنامه‌ریزان و مسئولین سطح منطقه‌ای به گردشگری مذهبی در برنامه‌های شهری نیز منفی است و اظهار

می‌دارند که دولت به موضوع گردشگری و زیر گروه آن، گردشگری مذهبی، اهمیت چندانی نداده و عملاً به آن توجهی ننموده است. در مجموع نظر متخصصان به سمت کم و متوسط به پائین تمایل دارد. در سؤال پنجم اکثر افراد با مقدار ۶۰ درصد معتقد هستند که گنجاندن موضوع گردشگری مذهبی در برنامه‌های توسعه شهری، به میزان زیادی در گسترش و رونق آن مؤثر می‌باشد و حدود ۲۶ درصد هم اعتقاد دارند که با قرار دادن این موضوع در برنامه‌های توسعه شهری، به میزان خیلی زیادی در گسترش و رونق گردشگری مذهبی تأثیر خواهد داشت و در مجموع حدود ۸۶ درصد از خبرگان به نقش زیاد و خیلی زیاد آن در گسترش و رونق گردشگری مذهبی اذعان دارند. ۸۳ درصد از کارشناسان گردشگری مذهبی در سؤال ششم با انتخاب گزینه‌های (خیلی زیاد و زیاد) معتقدند که اگر به گردشگری مذهبی در نظام برنامه‌ریزی شهری توجه شود و در برنامه‌های توسعه شهری گنجانده شود، به میزان زیاد و متمایل به خیلی زیاد، می‌تواند در توسعه شهرها نقش داشته باشد. در کل نظر متخصصان به سمت خیلی زیاد تمایل دارد.

جایگاه گردشگری در سطح محلی (شهر)

از بین ۱۲ سؤال ارائه شده، ۶ سؤال موضوع جایگاه گردشگری و گردشگری مذهبی را در برنامه‌ها، کاربری‌ها و نمودهای آنها در سطح محلی و شهر پوشش داده است. بیش از ۹۱ درصد از پاسخگویان به سؤال هفتم، متفق‌القول هستند که توسعه شهرهای مذهبی، مانند مشهد و قم، به میزان زیاد و خیلی زیادی وابسته به مراکز مذهبی بوده است، که در مشهد حرم مطهر امام رضا علیه السلام و در قم حرم مطهر حضرت معصومه

سلام الله علیها و مسجد جمکران را باید ذکر کرد که ادامه حیات و افزایش جمعیت و ماندگاری آنها در این شهرها و گسترش و توسعه آنها، وابسته به این حرم‌های شریف بوده و از پاسخ کارشناسان چنین منتج می‌شود که تمایل آنها به سمت تأثیر خیلی زیاد اماکن مذهبی در توسعه شهرهای مذهبی مثل قم و مشهد است. در سؤال هشتم (جدول ۱۱) میزان ۶۰ درصد از پاسخگویان معتقد هستند که به میزان زیادی گسترش گردشگری مذهبی در قالب برنامه‌های توسعه شهر قم، می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی این شهر مؤثر باشد. با نگاهی به پاسخ‌ها متوجه می‌شویم که تمایل پاسخگویان به سمت خیلی زیاد است.

تمام کارشناسان گردشگری در سؤال نهم با انتخاب گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد اعلام کرده‌اند که حرم حضرت معصومه (س) و مسجد مقدس جمکران، نقش و تأثیر بسیار زیادی بر روی برنامه‌های توسعه شهری قم و کلاً نظام برنامه‌ریزی شهری آن داشته‌اند، جالب است که بدانیم هیچ یک از گزینه‌های دیگر توسط پاسخگویان انتخاب نشده است. و با توجه به پاسخ‌ها متوجه می‌شویم که نظر خبرگان گردشگری به سمت تأثیر خیلی زیاد این اماکن مذهبی بر روی نظام برنامه‌ریزی شهری قم تمایل دارد. اکثریت قاطع پاسخگویان (۹۷ درصد) با انتخاب گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد در سؤال دهم، اعتقاد دارند که اماکن مذهبی موجود در شهر قم، خصوصاً حرم حضرت معصومه در توسعه کاربری‌های تجاری شهر قم نقش اساسی داشته‌اند. در نهایت با توجه به پاسخ‌ها متوجه می‌شویم که نظر خبرگان گردشگری به سمت تأثیر خیلی زیاد این اماکن مذهبی بر روی نظام برنامه‌ریزی شهری قم تمایل دارد. همچنین همین تعداد و

متوسط می باشد که حاکی از تأثیر قوی این مؤلفه‌ها در گردشگری مذهبی است. اولویت‌بندی و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها بر اساس بیشترین تأثیر بر مؤلفه وابسته با استفاده از آزمون فریدمن نشان داد میانگین رتبه مؤلفه‌های حرم حضرت معصومه، مسجد مقدس جمکران و اماکن مذهبی در توسعه کاربری‌ها مهمترین مؤلفه‌ها شناخته شده و مؤلفه‌های برنامه‌ریزان و مسئولین سطوح منطقه‌ای و برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان رتبه‌های پایینی از نظر کارشناسان و اساتید دانشگاهی کسب کرده‌اند. همچنین نتایج تحلیل سؤالات رتبه‌ای نشان داد میزان نظر متخصصان به ۵ سوال رتبه‌ای (توجه نظام برنامه‌ریزی به گردشگری، توجه برنامه‌های سطح ملی به موضوع گردشگری مذهبی، توجه برنامه‌های سطح منطقه‌ای به موضوع گردشگری، توجه برنامه‌ریزان و مسئولین سطوح منطقه‌ای، در برنامه‌های شهری به گردشگری مذهبی) متوسط به پایین و کم است و توجه بیشتر دولت مردان را می‌طلبد و میزان نظر متخصصان به ۷ سوال رتبه‌ای (گنجاندن موضوع گردشگری مذهبی در برنامه‌های توسعه شهری، میزان وابستگی توسعه شهرهای مذهبی مانند مشهد و قم به مراکز مذهبی، تأثیر گسترش گردشگری مذهبی در قالب برنامه‌های توسعه شهر قم در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی، نقش حرم حضرت معصومه (س) و مسجد مقدس جمکران بر روی برنامه‌های توسعه شهری قم، نقش اماکن مذهبی خصوصاً حرم حضرت معصومه (س) و مسجد جمکران در توسعه شبکه معابر درون شهری و برون شهری قم، نقش اماکن مذهبی خصوصاً حرم حضرت معصومه (س) و مسجد جمکران در توسعه کاربری مسکونی شهر قم) به سمت زیاد و خیلی زیاد متمایل است.

درصد (۹۷ درصد) در سؤال یازدهم، نظرشان این است که اماکن مذهبی و خصوصاً حرم حضرت معصومه (س) و مسجد جمکران، نقش شان در توسعه شبکه معابر درون شهری و برون شهری قم، خیلی زیاد بوده است. در نهایت با بررسی پاسخ‌ها متوجه می‌شویم که نظر خبرگان گردشگری به سمت تأثیر خیلی زیاد این اماکن مذهبی بر روی شبکه معابر درون شهری و برون شهری قم متمایل است. طبق نظر کارشناسی حدود ۶۹ درصد خبرگان در سؤال دوازدهم، اماکن مذهبی، خصوصاً حرم حضرت معصومه و مسجد جمکران، نقش زیاد و خیلی زیادی در توسعه کاربری مسکونی شهر قم داشته‌اند، و معنای آن این است که به خاطر وجود این دو مکان شریف بیشتر مردم به این شهر مهاجرت کرده و شروع به خانه سازی نموده و در آنجا ساکن شده‌اند و در نتیجه توسعه مسکونی صورت گرفته در اثر همین اماکن مذهبی است.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش پذیری گردشگری مذهبی در نظام برنامه‌ریزی شهر قم انجام پذیرفت. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد؛ در اسناد بالادستی در نظام جمهوری اسلامی، تا برنامه پنجم در هیچ سند یا برنامه‌ای به طور مستقیم به گردشگری مذهبی اشاره‌ای نشده است. همچنین نتایج حاصل از پرسشنامه با استفاده از آزمون یک طرفه و جهت مقدار مؤلفه‌ها نشان داد که اندازه و حد ۳ گویه (برنامه‌ریزان سطح ملی و کلان، موضوع گردشگری مذهبی و برنامه‌های سطح منطقه‌ای) در مورد شهر قم کمتر از حد متوسط بوده و نشان از سطح ضعیف این مؤلفه‌ها می باشد و سایر مؤلفه‌ها در مورد شهر قم بیشتر از حد

گردشگری مذهبی به عنوان زیر مجموعه گردشگری فرهنگی می‌تواند به عنوان یک واقعیت اجتماعی و فرهنگی کمک بسیاری به توسعه پایدار گردشگری جامعه بنماید. بررسی قوانین بالا دستی از این لحاظ اهمیت دارد که در این اسناد برای توسعه شهرها طرح‌ها و برنامه‌هایی پیشنهاد شده و برای ابعاد مختلف این توسعه راهکارها و برنامه‌هایی ارائه می‌شود. یکی از این برنامه‌ها موضوع گردشگری و خصوصاً گردشگری مذهبی است که دولت به عنوان محور اصلی و هسته مرکزی و پیشران برنامه‌های توسعه می‌تواند موجبات توسعه صنعت گردشگری در ابعاد مختلف آن را فراهم آورد؛ به طوری که برنامه‌ها و طرح‌های دولت به طور مستقیم بیشترین تأثیر را بر ابعاد توسعه صنعت گردشگری دارد و در عین حال با تأثیرگذاری بر اماکن خدماتی و تولید خدمات گردشگری و مردمی می‌تواند به صورت غیرمستقیم در توسعه صنعت گردشگری کشور نیز نقش بازی کند.

نتایج پژوهش حاضر با نتایج مطالعه هادیانی و همکاران (۱۳۸۹) در مورد اثرات اقتصادی گردشگری در شهرهای مذهبی، ابراهیم زاده و همکاران (۱۳۹۰) در مورد جایگاه واقعی کارکردهای مذهبی فرهنگی گردشگری مذهبی شهر قم، احمدی شاپورآبادی و همکاران (۱۳۹۰) در مورد ظرفیت‌های توسعه گردشگری مذهبی-فرهنگی کلان شهر قم، مهدی زاده ملاباشی (۱۳۹۵) در مورد راهبردهای عملی برای برنامه‌ریزی رسانه و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی با هدف رونق گردشگری مذهبی، عربشاهی و همکاران (۱۳۹۵) در مورد عوامل رفاهی مؤثر در گردشگری مذهبی شهر مشهد، موقرپاک و قربانی (۱۳۹۷) در مورد جایگاه گردشگری در روند توسعه، کالینز- کریئر (۱۹۹۹) در مورد تحولات و پیامدهای جغرافیای زیارت و جهانگردی، تالا و پادورین (۲۰۰۸)

در مورد جنبه‌های مرتبط با گردشگری مذهبی، هاردان سلیمان و محمد (۲۰۱۱) در مورد عوامل مؤثر بر بازار گردشگری مذهبی، کارتال و همکاران (۲۰۱۵) در مورد پتانسیل‌های گردشگری مذهبی، شیند (۲۰۱۶) برنامه‌ریزی برای شهرنشینی در مناطق گردشگری مذهبی همخوانی دارد. در مجموع با توجه به تحقیقات و پژوهش‌های انجام شده می‌توان دریافت که با وجود قدمت، گردشگری مذهبی متأسفانه نتوانسته جایگاه واقعی خود را داشته باشد، هر چند در عصر حاضر یک روند روبه رشدی را طی می‌کند. بنابراین راهکارهای ذیل پیشنهاد می‌شود:

- در برنامه‌های سطح ملی و منطقه‌ای به موضوع گردشگری مذهبی (قم) توجه شود و به موضوع گردشگری مذهبی در برنامه‌های توسعه شهری قم توجه بیشتری شود.

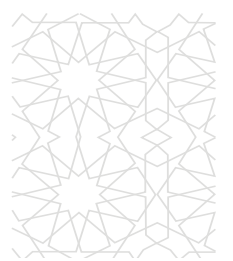
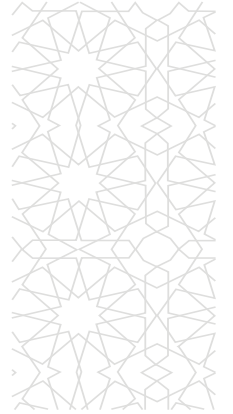
- امکانات و تسهیلات اماکن مذهبی خصوصاً حرم حضرت معصومه (س) و مسجد مقدس جمکران برای هر چه بیشتر شدن جریان‌ها و تقاضاهای گردشگری تقویت شود تا زمینه لازم برای توسعه اجتماعی، اقتصادی و فضایی شهر را فراهم آورد.

- جایگاه گردشگری مذهبی در دیگر شهرهای مذهبی ایران و همچنین در طرح‌های توسعه شهری در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی هم مورد مطالعه قرار گیرد و دولت به عنوان محور اصلی برنامه‌های توسعه، توجه ویژه‌ای به توسعه صنعت گردشگری مذهبی نماید.

- در کنار بخش گردشگری، به صورت مجزا در برنامه‌های توسعه، بخشی به عنوان گردشگری مذهبی و زیارت اختصاص یابد تا به صورت شفاف و ویژه به مسئله گردشگری قم و شهرهای زیارتی پردازد.

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی و شمس‌الله کاظمی‌زاد و محمد اسکندری‌ثانی (۱۳۹۰) برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی، مورد مطالعه: شهر قم، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۷۶، صص ۱۱۵-۴۱.
- احمدی شاپورآبادی، محمدعلی و احمد سبزابادی (۱۳۹۰) تحلیلی بر ظرفیت‌های توسعه گردشگری مذهبی-فرهنگی کلان شهر قم، فصلنامه مطالعات ملی، ۱۲ (۲)، صص ۱۱۲-۸۳.
- امینی، محمد تقی و محمد مهدی پرهیزگار و اصغر ابوالحسنی و صمد خباز باویل، (۱۳۹۹) طراحی مدل رفتاری توسعه صنعت گردشگری ایران، با محوریت جذب گردشگران خارجی، فصلنامه علمی پژوهشی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۹ (۲).
- بزازان، فاطمه و فهیمه آزادانا (۱۳۹۷). اثرات اقتصادی ورود گردشگران داخلی به قم (رویکرد داده ستانده دومنطقه‌ای)، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۷ (۲۵)، 24-8. doi: 10.22080/jtpd.2018.199
- بزازان، فاطمه و مهناز اسماعیلی و فرشته فارسی (۱۳۹۹) اثرات اقتصادی ورود گردشگران داخلی به استان خراسان رضوی، فصلنامه علمی پژوهشنامه اقتصادی، ۲۰ (۷۶)، صص ۵۵-۸۰.
- حسینی پور، سید احسان (۱۳۹۵) بررسی عوامل کشش و رانش مؤثر بر نیت سفر گردشگری مذهبی ونحوه تأثیر آنها (شهر قم)، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۱ (۳۶)، صص ۱۰۹-۱۲۴.
- رهبر معظم انقلاب (۱۳۹۷) فراخوان برای تکمیل و ارتقاء الگوی پایه اسلامی ایرانی پیشرفت، دفتر رهبر انقلاب.
- صادقی، علی و ولی اله نظری و محمد غلامی، و محمدمیر امراللهی (۱۴۰۱) تحلیل اثرات اقتصادی- اجتماعی گردشگری مذهبی در توسعه فضایی استان قم، دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۰ (۱۹)، صص ۲۲۰-۱۹۵.
- ضیایی، محمود و داود عباسی کارجگان و غلامرضا کاظمیان و مهدی کروی (۱۳۹۶) طراحی و تدوین الگوی سه بعدی مدیریت گردشگری شهر تهران، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲ (۳۷)، صص ۲۳-۱.
- عربشاهی، معصومه و امید بهبودی و روح اله شاه ابراهیمی (۱۳۹۵) شناسایی و رتبه بندی عوامل رفاهی مؤثر در گردشگری مذهبی در شهر مشهد مقدس با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند معیاره (AHP)، فصلنامه خراسان بزرگ، ۷ (۲۳)، صص ۸۸-۷۵.
- فیروزجانیان، علی اصغر و ندا یوسفی و سیداحمد میرمحمدتبار (۱۳۹۳) تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران (فراتحلیلی از تحقیقات موجود)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳ (۸)، صص ۱۶۵-۱۴۳.
- مجلس شورای اسلامی (۱۳۶۸) قانون پنج ساله برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۶۸-۱۳۷۲.
- مجلس شورای اسلامی (۱۳۷۴) قانون پنج ساله برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۴-۱۳۷۸.



----- (۱۳۷۹) قانون پنج ساله
برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و
فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۹-۱۳۸۳.

----- (۱۳۸۲) سند چشم انداز
جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴.

----- (۱۳۸۴) قانون پنج ساله
برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و
فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۴-۱۳۸۸.

----- (۱۳۸۹) قانون برنامه پنج
ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران،
۱۳۹۰-۱۳۹۴.

----- (۱۳۹۵) قانون برنامه پنج
ساله ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران،
۱۴۰۰-۱۳۹۶.

مجلس شورای ملی، قانون برنامه اول تا برنامه
پنجم توسعه قبل انقلاب.

موقرپاک، علی و فاطمه قربانی (۱۳۹۷) جایگاه
گردشگری در امنیت ملی و روند توسعه
کشورها (مطالعه موردی: کشور ایران)،
فصلنامه فضای گردشگری، ۷ (۲۶).

مهدی زاده ملباشی، تورج (۱۳۹۵) طراحی الگوی
برنامه ریزی رسانه ای مبتنی بر گردشگری
مذهبی در ایران (مورد مطالعه آذربایجان)،
رساله دکتری، دانشگاه بین المللی امام رضا
علیه السلام، دانشکده ادبیات و علوم انسانی،
گروه فرهنگ و ارتباطات. مشهد.

مهندسین مشاور شرق آیند (۱۳۹۳) مطالعه برنامه
آمایش استان قم، سند نهایی برنامه آمایش
استان قم، جلد های ۳ و ۸ و ۱۰ و ۱۸ و ۲۷ و ۳۳ و
۳۵، معاونت برنامه ریزی و اشتغال، استانداری
قم، آبان.

هادیانی، زهره و محسن احدنژاد روشنی و شمس الله
کاظمی زاد (۱۳۸۹) بررسی اثرات اقتصادی

گردشگری در شهرهای مذهبی، موردشناسی:
کلان شهر قم، مجموعه مقالات چهارمین
کنگره بین المللی جغرافیدانان جهان اسلام،
زاهدان، ایران.

هیأت دولت جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۹) سند
راهبردی توسعه گردشگری.

Božić, Sanja; Spasojević, Bojana; Vujičić, Miroslav
D.; and Stamenkovic, Igor (2016) «Exploring
The Motives Of Religious Travel By Applying
The AHP Method - The Case Study Of Monastery
Vujan (Serbia) International Journal of Religious
Tourism and Pilgrimage, 4 (4): 1-17.

Collins-Kreiner, Noga (1999). Pilgrimage Holy Sites:
A Classification of Jewish Holy Sites in Israel.
Journal of Cultural Geography, 18 (2): 57-78.
doi:10.1080/08873639909478304.

Conference proceedings, 9th Advances in Hospitality and
Tourism Marketing and Management (AHTMM)
Conference, Portsmouth, UK.

Durán-Sánchez, Amador, José Álvarez-García, María
De la Cruz Del Río-Rama, and Cristiana Oliveira.
(2018). Religious Tourism and Pilgrimage:
Bibliometric Overview, Religions, 9 (9): 249.
<https://doi.org/10.3390/re19090249>.

Fang, Wei-Ta (2020) Tourism in Emerging Economies:
The Way We Green, Sustainable, and Healthy,
Springer Nature Singapore Pte Ltd.

Hardan Suleiman, Jafar Subhi and Mohamed,
Badaruddin (2011) Factors Impact on Religious
Tourism Market: The Case of the Palestinian
Territories, International Journal of Business and
Management, 6 (7): 254-260.

in Pilgrimage Tourism, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175: 423 - 430.

Tala, Madalina Lavinia and Padurean, Ana Mihaela (2008) Dimensions of religious tourism. *Amfiteatru Economic*, 10 (Special 2): 242 - 253.

Vargas-Sánchez, Alfonso (2019) Halal tourism through the perspectives of the new generation in the UAE. 9th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference. Conference Proceeding.

Kartal, Burak; Tepeci, Mustafa and Atl, Hakan (2015) Examining the religious tourism potential of Manisa Turkey with a marketing perspective, *Tourism Review*, 70 (3): 214 - 231.

Rinschede, Gisbert (1992) Forms of religious tourism, *Annals of Tourism Research*, 19 (1): 51-67.

Shinde, Kiran A. (2017) Planning for urbanization in religious tourism destinations: insights from Shirdi, India, *Planning Practice and Research* 32 (2): 132-151

Štefko, Róbert; Kiráľová, Alžbeta & Mudrík, Martin. (2015) *Strategic Marketing Communication*

