

راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: حرم حضرت بی بی حکیمه (س)

جواد دهده جانی - مربی صنایع دستی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران
حسین خلیلی - دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران
محمدصادق میرزا ابوالقاسمی^۱ - استادیار پژوهش هنر، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۱۲

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۶/۱۲

چکیده

صنعت گردشگری در کشور ما، به ویژه در نوع گردشگری مذهبی، به دلیل قابلیت‌ها و مراکز مذهبی زیاد و همچنین موضوع سیر و سیاحت در فرهنگ و تمدن اسلامی که با اندیشه و باور مسلمانان پیوندی محکم دارد نقش تعیین کننده‌ای در توسعه یافتگی کشور می‌تواند داشته باشد. از این رو یکی از راه‌های دستیابی به چنین امری شناسایی راهبردهای اثرگذار بر روند توسعه گردشگری مذهبی است. بر این اساس، پژوهش حاضر با روش توصیفی - تحلیلی و پیمایشی، باهدف شناسایی راهبردهای اثرگذار بر توسعه گردشگری مذهبی در حرم مطهر بی بی حکیمه (س) و اولویت بندی آن‌ها بر اساس میزان اهمیتشان پرداخته است. برای این منظور، پرسشنامه‌ای محقق ساخته که از تفسیر داده‌های آن بتوان به مهم‌ترین نقاط قوت و فرصت و آرمان‌ها و درنهایت راهبردهای اصلی دست‌یافت تنظیم گردید و در این راستا از نظرت خبرگان و کارشناسان امر بهره گرفته شده است. بدین منظور نیز از چارچوب جامع تدوین استراتژی بر اساس مدل SOAR استفاده شده است. سپس نتایج حاصل از این مدل بر اساس نظرات خبرگان و با روش SWARA مورد ارزیابی و قضاوت قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان داد که راهبردهای بهبود و کیفیت زیرساخت‌ها و افزایش مراکز خدمات رستوران و مراکز پذیرایی و برگزاری مراسم‌های مذهبی در حرم به‌عنوان بهترین استراتژی برای محدوده مورد مطالعه انتخاب شدند. درنهایت با توجه به نتایج حاصله، راهکارها و تدابیر لازم به‌منظور بهره‌گیری از قوت‌ها و فرصت‌های گردشگری مذهبی در حرم مطهر بی بی حکیمه (س) جهت توسعه گردشگری مذهبی بیان شده است.

واژه‌های کلیدی: حرم بی بی حکیمه (س)، گردشگری مذهبی، مدل SOAR و swara.

مقدمه

گردشگری مذهبی به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های صنعت بزرگ و متنوع گردشگری جهانی از جایگاه ویژه‌ای در رشد اقتصادی کشورها برخوردار است (موسوی و سلطانی، ۱۳۹۳: ۷۸). بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، سالانه ۳۰۰ تا ۳۲۰ میلیون زائر از مکان‌های زیارتی جهان دیدن می‌کنند (Syamala & Kakoti, 2016: 115). به همین دلیل است که امروزه کشورهای جهان بیش از پیش به دنبال توسعه گردشگری مذهبی به عنوان منبعی برای اشتغال و درآمدزایی هستند (Egresi et al, 2012: 473). در کشور ما نیز نگاهی به برنامه‌های پنج‌ساله توسعه و برنامه‌ریزی‌های انجام شده از سوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به عنوان متولی اصلی مدیریت و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کشور، نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در مقصدهای مذهبی همیشه در اولویت برنامه‌های توسعه گردشگری قرار داشته‌اند که نشان از اهمیت خاص این مقاصد است (معصومی، ۱۳۹۱: ۵۴). از سوی دیگر با عنایت به این که ۹۹ درصد جمعیت کشور را مسلمانان تشکیل داده و تقریباً یک و نیم میلیارد مسلمان در جهان وجود دارد (OIC, 2008: 34) و این مهم که در دین اسلام تأکید فراوان به سفر شده است (آیات ۱۳۷ آل عمران، ۳۶ نحل، ۶۹ نمل، ۱۱ انعام، ۲۰ عنکبوت، ۹ و ۴۲ رم، ۱۸ سبأ، ۱۰۹ یوسف، ۴۶ حج، ۴۴ فاطر، ۲۱ و ۸۲ غافر، ۱۰ محمد ص)، ۲۲ یونس و ۱۵ الملک) (Zamani et al, 2010: 81). می‌توان تا حدی به ابعاد بازار بالقوه گردشگری مذهبی هم از بعد داخلی و هم بین‌المللی پی برد (بروجنی و ترکمان، ۱۳۹۲: ۵۸). اما علی‌رغم وجود پتانسیل‌های مذهبی بالا اقدامات اساسی به منظور شناسایی و بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها صورت نگرفته و گردشگری در مقصدهای مذهبی، بیشتر به زیارت معمول اماکن مقدسه محدود است. این در حالی که ست که توسعه گردشگری در مقصدهای مذهبی با بهره‌گیری از مؤلفه‌های تمدن اسلامی علاوه بر منفعت‌های مادی، نظیر ایجاد فرصت‌های شغلی جدید که برای این مقاصد به همراه دارد، سبب می‌شود مردم منطقه و نیز گردشگران داخلی از هویت ایرانی - اسلامی خود بهتر آگاه شوند و احساس غرور و خودباوری را در آن‌ها زنده کند. علاوه بر آن، آشنایی گردشگران خارجی با جاذبه‌های تمدن شکوهمند اسلامی موجب تغییر نگرش آنان به اسلام می‌شود و نوعی تبلیغ مذهبی و دینی به شمار می‌آید. از سوی دیگر، احیای مؤلفه‌های تمدن اسلامی و معرفی قابلیت‌های فرهنگی، هنری و اقتصادی آن در ارتباط با گردشگری مذهبی، می‌تواند عامل مهمی در جذب گردشگران کشورهای اسلامی باشد. این امر با توجه به تبعات مختلف فرهنگی و اجتماعی گردشگران خارجی، دولت‌های اسلامی را در جهت رسیدن به یک‌زبان مشترک در زمینه توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی یاری می‌دهد. با توجه به این که کشور ایران در داشتن جاذبه‌های گردشگری و تنوع اقلیمی کم‌نظیر در دنیا و به‌ویژه در زمینه جاذبه‌های مذهبی، جایگاه با ارزش صنعت گردشگری را در جهان دارا می‌باشد، انتظار می‌رود با اتخاذ تدابیر مدیریتی صحیح، بتوان زمینه را برای رونق هرچه بیشتر این صنعت فرهنگ‌ساز در کشور مهیا کرد. برای رسیدن به این امر نیاز به یک برنامه‌ریزی منسجم و دقیق با ارائه راهبردهای استراتژیکی با پی بردن به شناخت ظرفیت‌ها و نقاط قوت و فرصت و در نتیجه بهره‌گیری مفید از آن‌ها در جهت توسعه گردشگری امکان‌پذیر است.

استان کهگیلویه و بویراحمد با جاذبه‌های گوناگون تاریخی، طبیعی و فرهنگی و مذهبی یکی از استان‌های گردشگر پذیر کشور است. جاذبه‌های گردشگری مذهبی این استان از دیرباز مورد توجه گردشگران داخل و خارج از استان بوده است. حرم مطهر حضرت بی‌بی حکیمه (س) به عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری مذهبی، با قابلیت‌های فرهنگی و هنری دارای جایگاه خاصی در صنعت گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد است که پژوهش حاضر تلاش دارد ضمن معرفی پتانسیل‌های گردشگری مذهبی حرم بی‌بی حکیمه (س) به مخاطبان در سطح ملی و بین‌المللی، راه را برای رونق کمی و کیفی آن مرکز و همچنین شکوفایی همه‌جانبه گردشگری استان، هموار نموده و موجبات اتخاذ سیاست‌های مدیریتی کارا و کارشناسانه را فراهم نماید همچنین زمینه مطالعاتی لازم را برای انجام پژوهش‌های آتی در شناخت نیازهای مخاطبان آن مرکز گردشگری، ایجاد نماید.

از این رو این پژوهش با داشتن اهدافی چون، بررسی مهم‌ترین راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی و نیازسنجی و شناخت قابلیت‌های گردشگری مذهبی حرم مطهر حضرت بی‌بی حکیمه (س) و ارائه دیدگاه‌ها و راهبردهای کارشناسی شده در جهت اخذ سیاست‌های صحیح فرهنگی و اقتصادی در حوزه گردشگری مذهبی، سؤال‌های اساسی زیر را دنبال می‌کند: - چه راهکارهایی را می‌توان در توسعه گردشگری مذهبی - هنری حرم بی‌بی حکیمه (س) ارائه نمود؟ - مهم‌ترین و کاربردی‌ترین راهبردهایی که مسئولین امر می‌توانند در خصوص توسعه گردشگری مذهبی حرم بی‌بی حکیمه (س) و اقتصاد فرهنگ، هنر و گردشگری حرم مطهر بی‌بی حکیمه (س) اتخاذ نمایند، چیست؟

در زمینه صنعت گردشگری و حوزه‌های مختلف گردشگری مذهبی مطالعات گسترده‌ای صورت گرفته است که به مهم‌ترین آن‌ها در زیر اشاره می‌شود.

شاید (۲۰۱۸) در پژوهش خود به بررسی نقش دولت و مدیریت در توسعه گردشگری مذهبی در کشور هند پرداخته است. وی استدلال می‌کند که گردشگری مذهبی شکل غالب و اصلی‌ترین گردشگری در هند می‌باشد که کمتر مورد بررسی و چگونگی مدیریت آن قرار گرفته است. نویسنده در این مقاله ضمن بیان چارچوب سیاست و سازوکارهای نظارتی مربوط به گردشگری مذهبی به ارائه چگونگی اقتصاد گردشگری مذهبی می‌پردازد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با توجه به مشارکت فعالان مذهبی در توسعه و مدیریت اقتصاد گردشگری مذهبی در سطوح محلی و عدم مسئولیت و بر عهده گرفتن رسیدگی به اثرات منفی آن همواره یک خلاء نهادی در برخورد با اثرات مستقیم و غیرمستقیم گردشگری مذهبی وجود دارد. سیامالا و کاکوتی (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای باهدف بررسی پتانسیل‌ها و امکانات گردشگری مذهبی در کشور هند پرداخته‌اند و دریافته‌اند که هند محل مذاهب آیین هندو، اسلام، مسیحیت، بودا و ... می‌باشد و با تغییر زمان، مکان‌های مذهبی به‌جای سفر زیارتی به یک مکان توریستی تبدیل شده‌اند که دولت با ارائه خدمات و امنیت به تأمین نیازهای و خواسته‌های گردشگران پرداخته و در نتیجه یک صنعت عظیم برای گردشگری مذهبی ایجاد شده است و هنوز هم فرصت‌های جدیدی را در اختیار شرکت‌های تجاری جدید قرار داده است و تعداد زیادی فرصت‌های شغلی در کشور فراهم شده است و به توسعه بازار محلی و تولید درآمد و افزایش استاندارد زندگی محلی، توسعه زیرساخت‌های منطقه مانند ارتباطات جاده‌ای و ریلی، برق، آب آشامیدنی و ... کمک خواهد کرد. عالی پور و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی تعیین و اولویت‌بندی استراتژی‌های گردشگری مذهبی استان قم پرداخته‌اند. نتیجه این پژوهش تدوین و شناسایی اولویت‌های راهبردهای گردشگری مذهبی با استفاده از تلفیق تکنیک‌های سوات و ANP می‌باشد. بر اساس نتایج حاصل از پژوهش، استراتژی‌های گروه SO دارای بیشترین وزن بوده و به‌عنوان بهترین نوع استراتژی برای اجرا انتخاب شده‌اند. حاتمی نژاد و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی شهر دزفول پرداخته‌اند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که با توجه به اولویت‌های استخراج شده از نظر کارشناسان، امکان استفاده از ضعف‌ها و قوت‌ها و همچنین موازنه فرصت‌ها و تهدیدها در حد متوسط است؛ یعنی امکان بهره‌گیری از فرصت‌ها و قوت‌های موجود همراه با کمرنگ کردن ضعف‌ها و تهدیدها وجود دارد، اما این امر مستلزم برنامه‌ریزی و تقویت زیرساخت‌های گردشگری شهر و ارتقای آگاهی‌های عمومی در این زمینه است. همچنین راهبرد تهاجمی، مهم‌ترین راهبرد در توسعه گردشگری مذهبی شهر دزفول است و پس از آن، راهبرد بازنگری قرار دارد. آقاجانی و فراهانی فرد (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری مذهبی در ایران پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری از نگاه اسلام اهمیت بسیاری دارد و می‌توان آینده گردشگری مذهبی در ایران را مثبت ارزیابی کرد. درنهایت با توجه به نتایج حاصل از برآورد اثر عوامل مؤثر بر میزان گردشگری مذهبی، راهکارها و تدابیر لازم از

1 .Shinde

2 .Syamala. G, Kakoti. S

سوی ایران به منظور بهره‌گیری از فرصت‌های گردشگری مذهبی جهت افزایش درآمدهای ناشی از صنعت جهانگردی مذهبی در ایران به‌عنوان یکی از بهترین راه‌های خارج شدن از اقتصاد تک‌محصولی نفت بیان خواهد شد. کاویان‌فر (۱۳۸۶) به گردشگری مذهبی در فرانسه و جهان پرداخته و به این نتیجه رسیده که این نوع گردشگری در فرانسه در حال افزایش بوده و علاقه مردم به خاطر دیدن از مکان‌های دینی و جاذبه‌های فرهنگی مربوط به آن، بیشتر شده است. دیناری (۱۳۸۵) به بررسی جایگاه گردشگری در دین اسلام پرداخته و به این نتیجه رسیده که یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های گردشگری در جهان، مسافرت‌های مذهبی و زیارتی است. در جغرافیای گردشگری، مکان‌های مذهبی همواره به‌عنوان قطب جاذبه گردشگری شناخته می‌شود، به‌ویژه اگر آن ناحیه جغرافیایی از جلوه‌های بصری باکیفیت‌تری برخوردار گردد، می‌تواند جاذبه‌های بیشتری را برای گردشگران ایجاد نماید.

با توجه به چند حوزه‌ای بودن مطالعات گردشگری، می‌بایست در ابتدا، پژوهش‌هایی بنیادی در وجوه مختلف آن صورت گیرد تا روند تولید دانش و باکیفیت علمی بالا، منجر به نائل شدن به جایگاه شایسته گردشگری به‌عنوان یک علم کاربردی گردد. این مسئله به‌خصوص در کشور ما و با توجه به ذخایر عظیم فرهنگی و مراکز مذهبی و با تکیه بر موجودیت فرهنگی و نیروی انسانی آن، بیش‌ازپیش ایجاب می‌نماید که تحقیقاتی گسترده در جهت تولید علوم شناختی گردشگری کشور و تعریف مبادی و مبانی آن، و همچنین معرفی این مراکز مذهبی به جهانیان صورت پذیرد. مسئله‌ای که انگیزه اصلی را برای انجام این پژوهش ایجاد نموده، نبود توجهات علمی لازم از سوی پژوهشگران حوزه‌های مربوط به گردشگری، نسبت به شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری کشور و به‌ویژه گردشگری مذهبی است. از این‌رو، پژوهش حاضر با توجه به ارائه راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی در زمره مطالعات ارگانیک در دینامیسم تولید علم گردشگری مذهبی کشور قرار می‌گیرد.

مبانی نظری

مفهوم گردشگری، در ادبیات مطالعات بین‌رشته‌ای، در میان نظرها‌های چون اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی، فرهنگ پژوهی، مردم‌شناسی، روان‌شناسی، هنر پژوهی و ... است. بنا بر تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگری فعالیت‌های مسافرتی افراد و اقامت در خارج از محیط دائم زندگی آن‌ها برای بیش از بیست و چهار ساعت و کمتر از یک سال به‌قصد تفریح، تجارت و اهداف دیگر است (ضرغام، ۱۳۸۹: ۷۵). گردشگری به‌عنوان صنعتی پویا، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و درحالی‌که توسعه را به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2007). توسعه این صنعت در کشورهای صنعتی، موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می‌گردد و در کشورهای درحالی‌که توسعه، فرصتی برای صادرات، تولید ارز و ایجاد اشتغال به شمار می‌آید (Hall P, 1994: 653). علاوه بر این، سود صنعت گردشگری صرفاً در بهره اقتصادی خلاصه نمی‌شود، بلکه این بهره را از زوایای مختلفی همچون شناساندن فرهنگ داخلی به دیگر کشورها نیز می‌توان ارزیابی کرد. ویژگی‌های ساختار گردشگری هر مکان به‌نوبه خود از یک‌طرف متأثر از اهمیت، اعتبار، ماهیت، تنوع نقش و کارکرد مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری و به‌طور کلی جاذبه‌های مکانی آن است و از طرف دیگر، برگرفته و تأثیر پذیرفته از ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی (باورهای اعتقادی) و اقتصادی ساکنان محلی و گردشگران است (موسایی، ۱۳۸۶: ۹۸). صنعت گردشگری آن‌چنان در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان، آن را «صادرات نامرئی» نامیده‌اند (رضوانی، ۱۳۹۰: ۷۶). امروزه انگیزه‌های سفر بسیار متنوع است و گردشگری فقط جستجویی برای حقیقت و یا تلاشی برای لذت بردن نیست (Olsen, 2010) از این‌رو صنعت گردشگری

از انواع مختلفی برخوردار است که از جمله می‌توان به گردشگری فرهنگی، مذهبی، مذهبی - هنری و ... اشاره کرد. یکی از مهم‌ترین این گردشگری‌ها در جهان، مسافرت‌های مذهبی است (دیناری، ۱۳۸۵: ۵۷). که موضوع پژوهش حاضر نیز است. در ادبیات گردشگری، گردشگری مذهبی در زمره قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال سراسر جهان قرار دارد (Ajit K, 2004). که دشواری‌های اقلیمی یا بدی آب‌وهوا نیز مانع آن نمی‌شود و قدمت آن به قدمت خود فرهنگ دینی می‌رسد (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۸۴). گردشگری مذهبی از جمله سفرهای است که به سرعت در حال گسترش است (Eraqi, 2006: 472)، و بسیاری از مردم در سطح بین‌المللی سفر می‌کنند (Hudson, 2010). گردشگری مذهبی به عنوان اصطلاحی گسترده است که به الگوهای سفر اشاره دارد که در آن بازدیدکنندگان نیازهای مذهبی و تفریحی را با بازدید از مکان‌های مهم مذهبی و مکان‌های زیارتی در جوامع معاصر برآورده می‌کند (Timothy & Olsen, 2006; Stausberg, 2011). در گردشگری مذهبی، منابع اصلی برای تجربه فیزیکی و متافیزیکی بازدیدکنندگان عبارت‌اند از: عبادتگاه‌ها، معابد، مقبره‌ها، کلیساها و کلیساهای جامع، آیین‌ها، جشن‌ها، نمایش‌ها و رویدادها (Shackley, 2001). مذهب، عنصری مهم از گردشگری فرهنگی است (Jafari J, 2000) و گردشگری مذهبی، گونه‌ای مهم از گردشگری فرهنگی می‌باشد، زیرا در ارتباط مستقیم با ویژگی‌های معنوی، عقلایی و احساسی، و همچنین سنت‌ها، آیین‌ها و ارزش‌های یک اجتماع یا جامعه است که میان گروه کثیری مشترک و از نسلی به نسل دیگر نیز منتقل می‌شود (ICOMOS, 2002). همچنین در یک مکان مذهبی تمایل به استفاده از خدماتی مانند راهنمایان تور، فعالیت‌های تفریحی، دلیل دیگری است که گردشگر مذهبی را بخشی از صنعت گردشگری می‌نماید. برای توضیح سفر مذهبی، اغلب جنبه کلیدی زیارت که انگیزه سفر به مقصدی مقدس است، به کار می‌رود و تفریح و فعالیت‌های تعطیلات به عنوان فرصت‌هایی مضاعف در طی سفر مذهبی به آن افزوده می‌شوند (shinde, 2010: 47). زائر، گردشگری است که انگیزه معنوی یا مذهبی دارد (Olsen & Timothy, 2006) این درحالی‌که ست که گردشگران مذهبی می‌توانند انگیزه‌های فرهنگی بیشتری داشته باشد (Egresi et al, 2012). از این رو ممکن است افراد از امکان مذهبی بازدید کنند یا در فعالیت‌های مذهبی بدون انگیزه مذهبی یا بانگیزه‌های چندگانه شرکت کنند (Amber. G.R, 2018: 150). امروزه اکثر پژوهشگران بین زائران و گردشگران و یا بین زیارت و گردشگری تفاوت قائل نمی‌شوند در عوض، زیارت به طور معمول به عنوان یک شکل از گردشگری پذیرفته شده است زیرا زیارت، بسیاری از ویژگی‌های عمومی الگوهای سفر و استفاده از حمل‌ونقل، خدمات و زیرساخت‌ها را دارد (ضرغام بروجنی و ترکمان، ۱۳۹۲: ۶۲). از سوی دیگر نیز اغلب گردشگری مذهبی و گردشگری فرهنگی را به دلیل نزدیکی این دو ادغام می‌کنند، در صورتی که هر کدام مقوله‌ای جداگانه‌اند و ارتباط آن‌ها به دلیل این است که مذهب و دین جزئی از فرهنگ است (Mashhadigholam Rojo, 2007). انگیزه اصلی گردشگران مذهبی، بازدید و رویارویی با ارزش‌ها است که به صورت جاذبه گردشگری معرفی شده‌اند.

شیکلی (۲۰۰۳) جاذبه‌های مذهبی را این گونه دسته‌بندی می‌کند:

- آثار طبیعی (دریاچه‌های مقدس، کوه ه، جزیره‌ها، قبرها)

- ساختمان‌ها یا سایت‌هایی که باهدف مذهبی ساخته شده‌اند.

- ساختمان‌هایی با زمینه مذهبی

- رویدادهای ویژه مذهبی که در سایت‌های غیرمذهبی برگزار می‌شوند

- سایت‌های سکولار که با یک تراژدی یا رویداد سیاسی درگیر است مانند زندان نلسون ماندلا در جزیره روبن

(Blackwell, 2007: 38). نولان و نولان (۱۹۹۲) سیستم مذهبی اروپا را مجموعه‌ای از جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها (هم گردشگری و هم غیر گردشگری) و جشنواره‌ها توصیف کرده‌اند (Terzidou, 2010; Morpeth, 2007). گردشگری مذهبی علاوه بر تأثیرگذاری و تأثیرپذیری از گردشگری فرهنگی بر گردشگری هنری در ارتباط متقابل و دوسویه می‌باشد. تأثیر مذهب بر هنر و قابلیت آن برای تبدیل شدن به جاذبه گردشگری را نمی‌توان انکار نمود. مقصود از هنر، هنرهای فوتبیک (هنرهای سمعی، شنیداری و آوایی)، هنرهای پلاستیک (هنرهای بصری و دیداری)، هنرهای دراماتیک (هنرهای نمایشی) است (انصاری، ۱۳۸۳: ۹۳). از بارزترین نمونه‌های تأثیر مذهب بر هنرهای شنیداری و آوایی را می‌توان در مراسم عزاداری امام سوم شیعیان دید مانند سازهای دمام، فلوت، سرنا که در عزاداری و همچنین نوحه‌های عاشورایی مورد استفاده قرار می‌گیرد. از هنرهای بصری و دیداری می‌توان به نقاشی‌های کلیساها که از مشهورترین آن‌ها می‌توان به نقاشی آفرینش آدم، اثر میکال آنژ در کلیسای سیستین واتیکان و در ایران نقاشی‌های واقعه عاشورا چه نقاشی‌های قهوه‌خانه‌ای، دیوارنگاری‌های بقاع متبرکه و کلیساها و چه نقاشی‌های امروزی مانند کارهای استاد فرشچیان را نام برد. از هنرهای نمایشی نیز می‌توان به تعزیه و پرده‌خوانی اشاره نمود (ضرغام بروجنی و ترکمان، ۱۳۶۲: ۶۴).

روش پژوهش

این پژوهش بر اساس هدف، از نوع کاربردی، به لحاظ ماهیت، توصیفی - تحلیلی و پیمایشی و از نظر گردآوری داده‌ها، اسنادی - میدانی با استفاده از روش مصاحبه و تشکیل گروه‌های کانونی و در نهایت پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه به صورت محقق ساخته در قالب طیف لیکرت در ارتباط با اهداف پژوهش، تنظیم گردیده است. جامعه آماری پژوهش در بخش تنظیم راهبردها شامل شهروندان محلی، گردشگران، مسئولان و مدیران مرتبط با امور گردشگری و جامعه خبرنگاران می‌باشد که به صورت در دسترس ۱۲۰ نفر حجم نمونه انتخاب شدند و در بخش ارزیابی راهبردها نیز ۲۰ نفر از گروه خبرنگاران به روش گلوله برفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند تا با استفاده از نظرت آن‌ها مهم‌ترین راهبردها برای توسعه گردشگری مذهبی در حرم مطهر بی‌بی حکیمه (س) انتخاب شوند. روایی پرسشنامه نیز از طریق روایی صوری (جامعه خبرنگاران) و پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۲۴ حاصل شد که حاکی از پایایی بالای پرسشنامه است. نهایتاً پس از گردآوری داده‌های مربوطه جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل SOAR و میانگین عددی استفاده شده است. نتایج حاصل نیز با روش SWARA مورد ارزیابی و قضاوت خبرنگاران و صاحب‌نظران قرار گرفت تا در نهایت مهم‌ترین راهبرد برای جاذبه مذهبی حرم مطهر حضرت بی‌بی حکیمه به دست آید. برنامه‌ریزی استراتژیک و جامع به عنوان یک ضرورت در حیطه گردشگری مطرح است. به کمک این برنامه‌ریزی، مدیریت می‌تواند جهت‌گیری‌های خود را در آینده معین و سازمان مربوطه را در مقابل تغییرات و تحولات فردا مجهز سازد (الوانی، ۱۳۹۱: ۵۶). در این زمینه یکی از مدل‌های نسبتاً جدید در تدوین برنامه‌ریزی استراتژیک، مدل SOAR است این مدل ترکیبی از استراتژی SWOT و دیدگاه مثبت شناسی است که ژاکلین ام. استاورس آن را ابداع کرده است (Stavros & Saint, 2010). مدل SOAR همیشه در سطوح بالای مدیریت استفاده می‌شود و به دنبال این است که ذی‌نفعان را در همه سطوح در برگیرد. مدل SOAR و SWOT دارای بنیاد و اساس مشابه هستند، زیرا قوت‌ها و فرصت‌ها که بنیان و اساس SOAR به شمار می‌آیند، از مدل SWOT گرفته شده‌اند. مدل SOAR با یک تحقیق استراتژیک آغاز می‌شود (خاوریان گرمسیر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۰). این مدل شامل چهار بخش کلیدی است که شامل شناسایی قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج می‌شود. در جدول شماره ۱ این چهار مرحله مشاهده می‌شود.

جدول شماره ۱. چهار عامل کلیدی SOAR

تحقیق استراتژیک	قوت‌ها بزرگ‌ترین دارایی‌ها و جنبه‌های مثبت ما چیست؟	فرصت‌ها بهترین فرصت‌های ممکن پیش روی ما چیست؟
تصمیم‌های مثبت	آرمان‌ها آینده مطلوب و آرمانی ما چیست؟	نتایج بهترین نتایج قابل اندازه‌گیری چیست؟

منبع: (خاوریان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۲)

در روش SWARA نیز خبرگان نقش حیاتی را در ارزیابی شاخص‌ها و اوزان آن‌ها ایفا می‌کنند و بخش اجتناب‌ناپذیری از فرآیند تصمیم‌گیری بر عهده آن‌هاست. روش سوارا یکی از جدیدترین روش‌هایی است که در سال ۲۰۱۰ توسط کرسولین و همکارانش ابداع شده و تصمیم‌گیرنده را قادر می‌سازد تا به انتخاب، ارزیابی و وزن دهی شاخص‌ها بپردازد (Kersulienė et al, 2010). مهم‌ترین مزیت این روش نسبت به سایر روش‌های مشابه، توان آن در ارزیابی دقت نظر خبرگان درباره شاخص‌های وزن داده شده در طی فرایند روش می‌باشد (همان). علاوه بر این خبرگان می‌توانند با یکدیگر مشورت کرده و این مشورت نتایج حاصله را نسبت به دیگر روش‌های MCDM دقیق‌تر می‌کند. مراحل انجام وزن دهی با استفاده از روش سوارا مطابق گام‌های زیر است (Kersulienė & Turskis, 2011). گام‌های اصلی برای وزن دهی بر اساس روش سوارا به شرح زیر است:

-گام اول: مرتب کردن شاخص‌ها

ابتدا شاخص‌های مدنظر تصمیم‌گیرندگان به عنوان شاخص‌های نهایی و بر اساس درجه اهمیت، انتخاب و مرتب می‌شوند. بر این اساس، مهم‌ترین شاخص‌ها در رده‌های بالاتر و شاخص‌های کم‌اهمیت‌تر در رده‌های پایین‌تر قرار می‌گیرند.

-گام دوم: تعیین اهمیت نسبی هر شاخص (S_j)

در این مرحله باید اهمیت نسبی هر یک از شاخص‌ها نسبت به شاخص مهم‌تر قبلی مشخص شود که در فرایند روش سوارا این مقدار با S_j نشان داده می‌شود.

-گام سوم: محاسبه ضریب K_j

ضریب K_j که تابعی از مقدار اهمیت نسبی هر شاخص است با استفاده از رابطه ۱ محاسبه می‌شود.

$$\text{رابطه ۱) } K_j = S_j + 1$$

-گام چهارم: محاسبه وزن اولیه هر شاخص

وزن اولیه شاخص‌ها از طریق رابطه ۲ محاسبه می‌شود. در این زمینه باید توجه داشت که وزن شاخص نخست که مهم‌ترین شاخص است برابر یک در نظر گرفته می‌شود.

$$\text{رابطه ۲) } W_j = W_{j-1} - 1$$

$$K_j$$

-گام پنجم: محاسبه وزن نرمال نهایی

در آخرین گام از روش سوارا وزن نهایی شاخص‌ها که وزن نرمال شده نیز محسوب می‌شود از طریق رابطه ۳ محاسبه می‌شود.

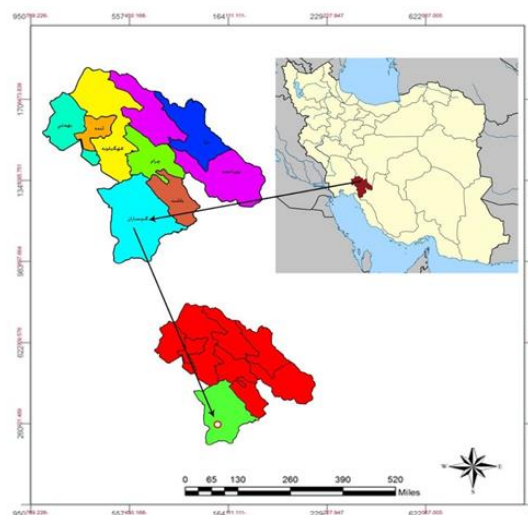
$$\text{رابطه ۳) } q_j = W_j$$

$$\sum w_j$$

محدوده مورد مطالعه

محدوده مکانی پژوهش حاضر حرم مقدس بی‌بی حکیمه (س) در استان کهگیلویه و بویراحمد، شهرستان گچساران است.

حضرت بی‌بی حکیمه خاتون (س) خواهر امام رضا (ع) می‌باشند (<http://bibihakimeh.org>)، که در روستایی به همین نام در حوالی گچساران و در استان کهگیلویه و بویراحمد به خاک سپرده شده‌اند. بنای اولیه آرامگاه آن حضرت، در دوره اسلامی و احتمالاً در محل معبدی از روزگاران ایلامی ساخته شده است (بادنج و موسوی، ۱۳۶۷). حرم بی‌بی حکیمه (س) با توجه به نسبت نزدیک ایشان با امام رضا (ع) و موقعیت ویژه مکانی خود و همچنین وجود پتانسیل‌های خاص هنری در منطقه، از قابلیت‌های قابل توجهی در جذب گردشگر مذهبی در سطح منطقه‌ای، کشوری و بین‌المللی برخوردار است. از امتیازات موقعیتی حرم بی‌بی حکیمه (س)، می‌توان به این موارد اشاره نمود: نزدیکی به بندرها جنوبی کشور، قرار داشتن در کانون منطقه‌ای فارس - اصفهان - خوزستان - بوشهر - چهارمحال و بختیاری، نزدیکی به یاسوج به‌عنوان یکی از مراکز مهم اکوتوریسم ایران، دسترسی به مرزهای عراق و کشورهای حاشیه خلیج فارس، نزدیکی به حرم حضرت شاهچراغ (ع) در شیراز؛ دسترسی به راه‌های ترانزیتی جنوب به شمال کشور، قرار گرفتن در کنار شهر گچساران به‌عنوان یکی از قطب‌های نفت و گاز ایران، دسترسی به گنجینه هنرهای سنتی استان کهگیلویه و بویراحمد و... حرم بی‌بی حکیمه (س) در محلی خاص و در موقعیتی صخره‌ای قرار دارد که این مسئله به لحاظ توریستی، دارای جذابیت‌های خاصی است. علاوه بر این، معماری حرم در بافت صخره‌ای اطراف، ترکیب‌بندی ویژه‌ای را ایجاد نموده که در صورت به‌کارگیری جلوه‌های بصری هنری و استفاده از هنرهای سنتی خاص منطقه (از قبیل: صنایع دستی، دست‌بافت‌ها، تزئینات هنری و...)، می‌توان آن را به‌نوعی اثر منحصر به فرد در معماری مذهبی و گردشگری هنری ایران، تبدیل کرد. از سوی دیگر، خیل عظیم زائران آن حضرت، موقعیتی استثنایی را برای ایجاد مراکز عرضه آثار هنری در جوار حرم، فراهم نموده است. ایجاد مراکزی از جمله: فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌های آثار صنایع دستی و دست‌بافت‌ها، موزه هنرهای آئینی، گالری خاص آثار هنرمندان در ارتباط با حضرت بی‌بی حکیمه (س) و امام رضا (ع) و... می‌تواند این حرم را تبدیل به مرکزی مهم در فرهنگ و اقتصاد گردشگری مذهبی ایران نماید.



شکل شماره ۳. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

بحث و یافته‌ها

در این پژوهش نقاط قوت و فرصت‌ها در جامعه مورد مطالعه از طریق گروه خبرگان آشنا با موضوع و محدوده مورد مطالعه، شناسایی شده و نهایتاً از افراد مشارکت‌کننده در این فرآیند دعوت شده تا آرمان‌ها و آرزوهایی را انتخاب کنند که امکان دستیابی به آن‌ها در آینده وجود دارد و نتایج مطلوب از طریق برنامه‌هایی تشویقی و بازنگرانه قابل اندازه‌گیری باشد. بدین

منظور در ادامه پژوهش افراد ذی‌نفع و صاحب‌نقش که می‌توانند در این زمینه مؤثر باشند و به نحوی نقش مهمی ایفا کنند در قالب گروه خبرگان شناسایی شدند و طی جلساتی در فرایند مصاحبه و پرسش قرار گرفتند و طی گفت‌وگوهایی به بررسی و شناخت لازم برای شناسایی نقاط قوت و فرصت پرداخته شد تا در واقع گامی در جهت ارائه راهبردهایی از طریق شناخت نقاط و تبدیل آن‌ها به آرمان‌ها و نتایج به‌منظور تطبیق آن‌ها و درنهایت چشم‌انداز نهایی پرداخته شد. در مرحله اول، در رابطه با نحوه استفاده از مدل SOAR بحث و تبادل نظر شد. در مرحله بعد شناخت در زمینه محدوده مورد مطالعه از نظر بررسی نقاط داخلی و محیط بیرونی به‌منظور خلق فرصت‌ها و تبدیل آن‌ها به آرمان‌ها و نتایج بحث شد. در مرحله سوم، تصور کردن، مجموعه نقاط قوت، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج به‌منظور تطبیق آن‌ها با آرمان‌ها مورد بررسی قرار گرفت. سپس نوآوری و ابتکار، راهبردهای ابتکاری شناسایی و اولویت‌بندی شدند و درنهایت مرحله آخر که حرکت به سمت اجرایی کردن برنامه‌ها می‌باشد بعد از این مرحله نیز نتایج و استراتژی‌های نهایی نیز با استفاده از روش SWARA و با نظر خبرگان امتیازدهی شدند تا راهبردها با توجه به میزان اهمیت و تحقق پذیریشان به ترتیب شناسایی شوند. در ادامه ابتدا به بررسی مصاحبه‌های صورت گرفته با افراد مشارکت‌کننده در رابطه با توسعه گردشگری مذهبی حرم مطهر بی‌بی حکیمه (س) پرداخته می‌شود. این افراد شامل جامعه محلی، گردشگران، مدیران و مسئولان، جامعه دانشگاهی و خبرگان می‌باشند که نتایج مصاحبه‌ها در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

جدول شماره ۲. خلاصه‌ای از مصاحبه ذی‌نفعان در امر پژوهش حاضر

ذینفعان	نقاط قوت گردشگری	فرصت‌های موجود گردشگری	آینده مطلوب و آرمانی از توسعه گردشگری	نتایج مورد انتظار از توسعه گردشگری
جامعه محلی	عنوان نمودن حرم بی‌بی حکیمه به‌عنوان پرآوازه‌ترین قطب گردشگری مذهبی در جنوب کشور، دارا بودن طبیعت زیبا و سرسبز	داشتن محیط سالم و تمیز، امکان افزایش اشتغال	افزایش میزان اشتغال، جذب گردشگران بیشتر از داخل و خارج از کشور	ارتقاء و بهبود زیرساخت‌ها، افزایش فرصت‌های شغلی
گردشگران	امامزاده‌های پرآوازه و صاحب‌جاه و جلالت و صحیح‌النسب در حوزه‌های شیعه‌نشین، دارا بودن گردشگران بسیار از داخل و کشورهای حوزه خلیج فارس، وجود امکانات و خدمات رفاهی به‌صورت سیار و ثابت	امکان جذب گردشگران بیشتر از سراسر کشور و کشورهای عربی همسایه، عرضه محصولات و خدمات بیشتر، جذب سرمایه‌گذاران خصوصی و امکان افزایش فرصت‌های شغلی برای جوانان	مطرح‌شدن بقاع متبرکه حرم حضرت بی‌بی حکیمه به‌عنوان جاذبه گردشگری مذهبی در سطح ملی و بین‌المللی، تأمین تمامی خدمات و نیازهای گردشگران	ایجاد و ساخت مراکز مختلف خدماتی و رفاهی در راستای جذب گردشگران بیشتر، معرفی حرم مطهر به‌عنوان جاذبه گردشگری مذهبی در جنوب کشور
مسئولین و مدیران	واقع‌شدن در میان تنگه‌ای زیبا و بزرگ، دارا بودن محبوبیت در بین زائران اهل‌بیت، قرارگیری در کریدورهای بین‌راهی، وجود آرامگاه گل‌خاتون کنیز وفادار بی‌بی حکیمه در مرقد مطهر، نسبت بی‌بی حکیمه با امام هشتم، وجود گردشگران بالغ‌بر یک‌میلیون نفر در سال از داخل و خارج از کشور، چهارمین حرم اهل بین (ع) در کشور	داشتن محیطی سالم و تمیز با جاذبه‌های طبیعی، جذب سرمایه و اعتبارات از طرف مسئولین اوقاف و امور خیریه، ارادت و محبت مسئولین، جامعه محلی و گردشگران نسبت به امامزاده، جذب سرمایه‌های مختلف از طرف بخش خصوصی و دولتی، امکان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	دستیابی به منبع درآمد پایدار، وجود مراکز تجاری بیشتر در نزدیکی حرم، افزایش اشتغال در بخش‌های مختلف، اجرای زیرساخت‌های مناسب برای جذب گردشگر، وجود اقامتگاه‌های موقت و ثابت	ایجاد کمپ‌های متعدد گردشگری در محوطه حرم مطهر، کاهش سطح خطرات جاده‌ای با ساماندهی مسیر جاده‌ای، معرفی امامزاده از طرف میراث فرهنگی استان، جذب گردشگران خارجی و داخلی
خبرگان و جامعه دانشگاهی	دارا بودن قدمت و پیشینه طولانی با معماری منحصربه‌فرد، قرارگیری در فضایی باز و طبیعی در عمق کوهستانی با طبیعت زیبا، معرفی ابعاد مختلف شخصیت و زندگی بانو بی‌بی	حس تعلق جامعه محلی به امامزاده، امکان افزایش درآمد پایدار و فرصت‌های شغلی بیشتر، امکان برگزاری کنگره‌های بیشتر در سطح ملی	ارتقاء کیفیت محیطی در فضای حرم مطهر، ارتقاء زیرساخت‌های و امکانات و رسیدن به استانداردهای شهری در مرقد مبارک، افزایش	ایجاد زیرساخت‌ها و مناظر زیبا در دل کوه‌های بکر و طبیعت بی‌نظیر حرم، اختصاص وسایل نقلیه کمکی از طرف شهرداری

شهر در زمان اوج گردشگران و زائران، ایجاد سرویس‌های اینترنتی، برگزاری همایش‌ها و کنگره‌های ملی و بین‌المللی، تهیه طرح گردشگری	میزان اشتغال، افزایش کاربری‌های خدماتی، تفریحی و رفاهی متناسب با نیازهای زائرین و مسافران، جذب سرمایه‌گذاران بومی در جهت توسعه زیرساخت‌ها،	و بین‌المللی جهت معرفی امامزاده از طرف مسئولین امر، امکان توسعه وسایل حمل‌ونقل عمومی و خدمات بیشتر، پتانسیل انگیزش‌شناسی گردشگری مذهبی - هنری به دلیل بافت غالب مذهبی و سنتی و خانواده‌مدار بودن جامعه	حکیمه با برگزاری کنگره‌های ملی و بین‌المللی، شاخص‌ترین امامزاده در جنوب کشور،
--	--	--	---

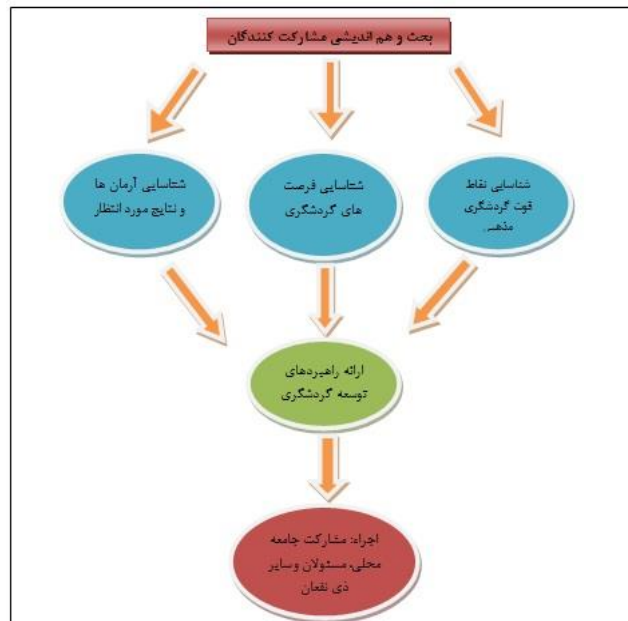
نتایج استخراج‌شده از مصاحبه‌های صورت گرفته در مورد توسعه گردشگری مذهبی در حرم مطهر بی‌بی حکیمه حاکی از آن است که مهم‌ترین فرصت‌ها، قوت‌ها، آرمان‌ها و نتایج مورد انتظار از نظر جامع محلی به ترتیب عنوان نمودن حرم بی‌بی حکیمه به عنوان پرآوازه‌ترین قطب گردشگری مذهبی در جنوب کشور با میانگین عددی ۳/۲۳، امکان افزایش اشتغال با میانگین عددی ۳/۴۶، جذب گردشگران بیشتر از داخل و خارج از کشور با میانگین عددی ۴/۱۲ و ارتقاء و بهبود زیرساخت‌ها با میانگین عددی ۲/۸۴ می‌باشند. بر اساس نظر گردشگران اولویت به ترتیب امامزاده‌ای پرآوازه و صاحب جاه و جلالت و صحیح‌النسب در حوزه‌های شیعه‌نشین با میانگین عددی ۳/۱۵، امکان جذب گردشگران بیشتر از سراسر کشور و کشورهای عربی همسایه با میانگین عددی ۳/۲۴، مطرح‌شدن بقاع متبرکه حرم حضرت بی‌بی حکیمه به عنوان جاذبه گردشگری مذهبی در سطح ملی و بین‌المللی میانگین عددی ۳/۲۲، ایجاد و ساخت مراکز مختلف خدماتی و رفاهی در راستای جذب گردشگران بیشتر با میانگین عددی ۳/۸۲ می‌باشند. بر اساس دیدگاه مسئولین و مدیران امر این اولویت‌ها به ترتیب چهارمین حرم اهل بین (ع) در کشور با میانگین عددی ۲/۷۴، جذب سرمایه و اعتبارات از طرف مسئولین اوقاف و امور خیریه با میانگین عددی ۴/۱۴، وجود اقامتگاه‌های موقت و ثابت با میانگین عددی ۴/۳۹، ایجاد کمپ‌های متعدد گردشگری در محوطه حرم مطهر با میانگین عددی ۳/۸۹ می‌باشند. و درنهایت بر اساس نظر خبرگان و جامعه دانشگاهی دارا بودن قدمت و پیشینه طولانی با معماری منحصربه‌فرد با میانگین ۳/۰۳، امکان برگزاری کنگره‌های بیشتر در سطح ملی و بین‌المللی جهت معرفی امامزاده از طرف مسئولین امر با میانگین عددی ۴/۰۲، ارتقاء زیرساخت‌های و امکانات و رسیدن به استانداردهای شهری در مرقد مبارک با میانگین عددی ۴/۱۸، تهیه طرح گردشگری با میانگین عددی ۳/۵ بوده‌اند. در فرایند مذکور مجموعه نقاط قوت، فرصت و آرمان‌ها و نتایج موردبازنگری قرار گرفتند و درنهایت تغییراتی نهایی در آن‌ها به وجود آمد که می‌توان خلاصه نتیجه چهار مرحله را در قالب جدول زیر مشاهده نمود.

جدول شماره ۳. نتایج چهار مرحله فرآیند استراتژیک SOAR

فرصت‌ها (Opportunities)	قوت‌ها (Strengths)
- امکان ایجاد اشتغال و افزایش سطح درآمد مردم	- قرار داشتن در کانون منطقه‌ای فارس - اصفهان - خوزستان - بوشهر - چهارمحال و بختیاری
- امکان معرفی و شناساندن این جاذبه مذهبی در سطح داخلی و خارجی	- نزدیکی به یاسوج به عنوان یکی از مراکز مهم اکوتوریسم ایران
- تلاش در جهت حفظ معماری حرم به‌عنوان هویت بومی	- نزدیکی به حرم حضرت شاه‌چراغ (ع) در شیراز
- امکان افزایش بهبود زیرساخت‌های و تأسیسات زیربنایی در محدوده	- دسترسی به گنجینه هنرهای سنتی استان کهگیلویه و بویراحمد و ...
- امکان به‌کارگیری کارشناسان و هنر شناسان از عناصر هنری (به‌خصوص جاذبه‌های هنرهای سنتی منطقه)، و ارتقاء کشش در میان مخاطبان نسبت به ابعاد اقتصادی گردشگری مذهبی - هنری	- دارا بودن جذابیت‌های خاص توریستی با توجه به موقعیت خاص صخره‌ای حرم بی‌بی حکیمه (س)
	- نوعیت معماری حرم در بافت صخره‌ای اطراف
	- پیشینه تاریخی و فرهنگی مکان قرارگیری

	- پتانسیل انگیزش شناسی گردشگری مذهبی - هنری به دلیل بافت غالب مذهبی و سنتی و خانواده‌مدار بودن جامعه	- برخورداری از پتانسیل بالای گردشگری - نسبت حضرت بی‌بی حکیمه با امام هشتم شیعیان
	نتایج (Results)	آرمان‌ها (Aspirations)
APPRECIATIVE	- افزایش مراکز خدماتی رستوران و مراکز پذیرایی	- ایجاد محلی با مناظر زیبا و جذاب با رویکرد توسعه پایدار
	- کاهش هزینه اقامتگاه‌ها با افزایش تعداد آن‌ها	- تبدیل شدن به قطب جاذبه گردشگری مذهبی در استان
	- تهیه طرح گردشگری	- ایجاد اشتغال برای افراد جویای کار
	- برگزاری آیین‌های و مراسم‌های مذهبی در حرم	- مکانی زیارتی - توریستی با جاذبه‌های زیبا
	- کمک گرفتن از سایر مسئولان و مدیران در زمینه توسعه و گسترش گردشگری مذهبی	- بهترین مقصد برای گردشگری مذهبی و هنری با دارا بودن خدمات رفاهی

با توجه به رویکرد مشارکتی و استراتژیکی مدل SOAR می‌توان دستیابی به توسعه گردشگری در حرم مطهر بی‌بی حکیمه (س) را به صورت زیر نشان داد.



شکل شماره ۲. مدل مفهومی راهبردهای توسعه گردشگری SOAR در حرم مطهر بی‌بی حکیمه (س)

در ادامه جهت روشن شدن اهمیت هر یک از راهبردهای اجرایی توسعه گردشگری مذهبی حرم مطهر بی‌بی حکیمه (س) که مستخرج از جدول بالا می‌باشند و در واقع خروجی اصلی تکنیک SOAR است، سعی گردید با روش SWARA به هر کدام از نتایج مطرح شده توسط خبرگان و کارشناسان امر وزن داده شود تا از این طریق بتوان پی برد که از نظر پاسخ‌گویان کدام یک از نتایج از ارزش و اهمیت بیشتری برخوردارند و راهبرد نهایی پژوهش حاضر به دست آید. جدول زیر میزان اهمیت نتایج را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۴. محاسبه وزن نهایی نتایج حاصل از تکنیک SOAR

اولویت بندی راهبردها	وزن نهایی $q \frac{J=W-1}{\sum WJ}$	وزن اولیه $\frac{WJ=XJ-1}{KJ}$	ضرب $KJ=SJ+1$	اهمیت نسبی SJ	نتایج نهایی
راهبرد اول	۰/۳۳۷	۱	۱	۰	افزایش مراکز خدماتی رستوران و مراکز پذیرایی
راهبرد دوم	۰/۲۲۵	۰/۶۶۶۶۶۶۶۶۶۶	۱/۵	۰/۵	برگزاری آیین های و مراسم های مذهبی در حرم
راهبرد سوم	۰/۱۷۳	۰/۵۱۲۸۲۰۵۱۲	۱/۳	۰/۳	کاهش هزینه اقامتگاه ها با افزایش تعداد آن ها
راهبرد چهارم	۰/۱۴۴	۰/۴۲۷۳۵۰۴۲۷	۱/۲	۰/۲	تهیه طرح گردشگری
راهبرد پنجم	۰/۱۲۰	۰/۳۵۶۱۲۵۳۵۵	۱/۲	۰/۲	کمک گرفتن از سایر مسئولان و مدیران در زمینه توسعه و گسترش گردشگری مذهبی

آن گونه که از جدول شماره ۳ و ۴ مشخص است نتایج بیشتری می تواند برای ارتقاء سطح کمی و کیفی گردشگری مذهبی حرم بی بی حکیمه (س) داشته باشد که در بین نتایج مطرح شده از دید خبرگان، افزایش مراکز خدمات رستوران و مراکز پذیرایی با امتیاز ۰/۳۳۷، برگزاری آیین ها و مراسم های مذهبی در حرم با امتیاز ۰/۲۲۵، کاهش هزینه اقامتگاه ها با افزایش تعداد آن ها با امتیاز ۰/۱۷۳، تهیه طرح گردشگری با امتیاز ۰/۱۴۴ و کمک گرفتن از سایر مسئولان و مدیران در زمینه توسعه و گسترش گردشگری مذهبی با امتیاز ۰/۱۲۰ به ترتیب مهم ترین نتایج است که از بار ارزشی بیشتری برخوردارند.

نتیجه گیری

گردشگری مذهبی، از مهم ترین گونه های گردشگری است که به خصوص در کشور ما، به دلیل وجود پیشینه فرهنگی و کشش های آئینی زیاد از سوی مخاطبان این نوع گردشگری، پتانسیل خوبی در توسعه اقتصادی آن وجود دارد. شناخت انگیزش ها و خصوصیت های این نوع از گردشگران و به ویژه نیازسنجی آنان نسبت به ابعاد کلی موضوع، سرآغاز مطالعات علمی گردشگری مذهبی را تشکیل می دهد. در میان مراکز گردشگری مذهبی کشور، حرم مطهر بی بی حکیمه به عنوان یکی از جاذبه های مذهبی دارای جایگاهی ارزشمند در استان کهگیلویه و بویراحمد و جنوب کشور می باشد که سالیانه هزاران گردشگر از داخل و خارج استان را به سوی خود جذب می کند. وجود این جاذبه با ارزش گردشگری نقش مؤثری در توسعه و ایجاد فرصت های شغلی جدید داشته است و نه تنها پشتوانه ای برای توسعه اقتصادی محسوب می شود بلکه از دیدگاه اجتماعی، زمینه ساز پویایی فرهنگی نیز می باشد. در صورتی که این جاذبه در فرآیند برنامه ریزی گردشگری قرار گیرد می تواند اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی و... فراوانی را برای شهر و استان فراهم کند. پژوهش حاضر با هدف آگاهی بخشی به عموم و سایر پژوهشگران، در خصوص قابلیت های ماهیت گردشگری مذهبی در توسعه صنعت گردشگری و با به کارگیری فرآیند برنامه ریزی استراتژیک، ضمن آشنایی با نقاط قوت و توانمندی های گردشگری به منظور توسعه این کارکرد، راهکارها و استراتژی های کاربردی در جهت توسعه گردشگری به ویژه گردشگری مذهبی را معرفی کرده است. بدین منظور با توجه به ماهیت استراتژی SOAR پس از گفتگوهای متعدد با گردشگران و کارشناسان امر در حوزه گردشگری نقاط مثبت و فرصت ها و آرمان های بخش گردشگری تعیین شد و در نهایت جهت بررسی و وزن دهی به نتایج حاصل شده برای ارتقاء حوزه گردشگری مذهبی در محدوده مورد مطالعه از روش نوین SWARA بهره گرفته شده است. با توجه به نتایج حاصله می توان گفت از نظر پاسخگویان حرم مطهر بی بی حکیمه دارای نقاط مثبت و فرصت بی شماری است که مهم ترین آن ها در جدول شماره ۳ بیان گردیدند و نتایج حاصل شده از مصاحبه ها و گفت وگوها نشان داد که افزایش مراکز خدمات رستوران و مراکز پذیرایی و برگزاری آیین ها و مراسم مذهبی در حرم مهم ترین اثرگذاری و ارزش را دارا می باشند. که این امر مستلزم همکاری و هماهنگی دولت و مدیریت

اجرای و سایر دست‌اندرکاران و مشارکت جامعه محلی و غیردولتی می‌باشد چراکه هر توسعه‌ای نیازمند تعاملات همه‌جانبه و جامع‌نگر و مشارکت متقابل و سودمند برای مردم و مسئولان دارد. بخش مدیریت با فراهم کردن بستر مناسب برای توسعه زیرساخت‌ها و دعوت به مشارکت جامعه محلی به‌عنوان متولیان امر می‌تواند این زمینه‌سازی برای توسعه گردشگری مذهبی در این حرم مطهر را فراهم کنند و بخش خصوصی نیز با همکاری و همیاری و برگزاری مراسم مذهبی و حضور پررنگ در این مراسم و شناساندن و معرفی کردن اثرگذار خواهند بود. نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل‌های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های آینده از نظر نقش و دولت و مدیریت و فعالیت مذهبی در توسعه گردشگری همسو می‌باشد. همچنین با پژوهشی که حاتمی نژاد و همکارانش در اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی شهر دزفول انجام داده‌اند نیز با توجه به اینکه در این پژوهش برنامه‌ریزی و تقویت زیرساخت‌های گردشگری و ارتقای آگاهی عمومی مهم‌ترین راهبرد تعیین شده‌اند با نتایج پژوهش حاضر هم‌راستا بوده است. در پژوهش حاضر، پس از جمع‌آوری داده‌های لازم و با توجه به مطالعات بنیادی و مشاهدات صورت گرفته، اقدام به ارائه راهکارهای نموده و در این راستا، مطالب زیر به‌عنوان ارائه راهکارهای در ارتقاء سطح کمی و کیفی گردشگری مذهبی حرم بی‌بی‌حکیمه و توسعه مربوط به آن، عنوان می‌گردد:

- فراهم کردن زیرساخت‌های رفاهی با توجه به افزایش گسترده گردشگران و ارائه تسهیلات خدماتی به گردشگران
- سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و اقتصادی کشور در خصوص گردشگری مذهبی، تاکنون فاقد کارایی لازم بوده است و ضروری است، نسبت به این مسئله و به‌کارگیری مشاوره‌های کارشناسانه، اقدامات لازم از سوی مسئولین امر، صورت پذیرد.
- نظام آموزشی کشور، در حال حاضر، لزوم توجه به اهمیت گردشگری در بین مخاطبان گردشگری مذهبی و انگیزش‌های مواجهه‌ای لازم از سوی آن‌ها را ایجاب نمی‌نماید و ضروری است که، آگاهی‌بخشی نسبت به این مسئله، در ساختار آموزش عمومی کشور، لحاظ گردد.
- علیرغم نوسانات موجود در اقتصاد کشور، به دلیل اعتقادات آئینی مردم، گردشگری مذهبی از کمیت خوبی برخوردار است، ضروری است که سیاست‌های فرهنگی و رسانه‌ای کارشناسانه‌ای اتخاذ گردد تا شاهد شکوفایی کیفی این نوع گردشگری در کشور باشیم.
- آگاهی‌بخشی رسانه‌ای، در کیفیت و کمیت انگیزش‌های مواجهه مخاطبان با وجوه اقتصادی گردشگری مذهبی بسیار تأثیرگذار است و در تعامل با مسائل تربیتی و آموزشی، بر ترجیحات شخصی مخاطب، نقشی تعیین‌کننده ایفا می‌نماید.

منابع

- (۱) آقاجانی، معصومه و فراهانی فرد، سعید (۱۳۹۴) گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی ایران)، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، دوره ۳، شماره ۹، صص ۶۶-۴۳.
- (۲) انصاری، جابر (۱۳۸۳) هنر ایرانی و تأثیر تشیع بر گونه‌های آن، فصلنامه شیعه‌شناسی، دوره ۲، شماره ۸، صص ۱۱۴-۸۵.
- (۳) حاتمی نژاد، حسین؛ حبیبیان، بهار؛ امیرشکاری، مریم (۱۳۹۵) به اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی شهر دزفول، گردشگری شهری، دوره ۳، شماره ۱، صص ۷۶-۵۹.
- (۴) خاوربان گرمسیر، امیرضا؛ ژاکلین استاورس؛ علیان، مهدی (۱۳۹۲) برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهری با استفاده از مدل استراتژیک SOA (نمونه موردی: شهر تفت)، برنامه‌ریزی و آمایش فضا، دوره ۱۷، شماره ۳، صص ۱۴۳-۱۲۷.
- (۵) دایره المعارف بزرگ اسلامی (فارسی)، (۱۳۶۷) نشر مرکز دایره المعارف بزرگ اسلامی.
- (۶) دیناری احمد (۱۳۸۵) "مذهب و گردشگری"، مجله زائر، شماره ۱۲۰، صص ۶۰-۵۴.
- (۷) رضوانی، علی اصغر (۱۳۹۰) جغرافیا و صنعت توریسم، چاپ ششم، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.

- ۸) ضرغام بروجنی، حمید (۱۳۸۹) برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی رویکردی هم‌پیوند، چاپ اول، تهران: انتشارات مهکامه.
- ۹) ضرغام بروجنی، حمید و ترکمان، نسرین (۱۳۹۲) تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی در استان همدان، فصلنامه علوم مدیریت ایران، دوره ۸، شماره ۳۰، صص. ۵۷-۸۱.
- ۱۰) عالی پور، یونس؛ ملکی، محمدحسن، فتحی، محمدرضا (۱۳۹۶) تعیین و اولویت‌بندی استراتژی‌های گردشگری مذهبی استان قم، جغرافیایی فضای گردشگری، دوره ۶، شماره ۲۲، صص. ۸۷-۱۰۸.
- ۱۱) گزارش اداره کل اوقاف و امور خیریه استان: <http://boyerahmad.awqaf.ir/news/view-8384.aspx>
- ۱۲) معصومی مسعود (۱۳۹۱) سابقه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در ایران، چاپ دوم، اصفهان: انتشارات سمیرا.
- ۱۳) منشی‌زاده رحمت‌الله (۱۳۸۴) اندر مقوله گردشگری، تهران: نشر منشی.
- ۱۴) موسایی میثم (۱۳۸۶)، اقتصاد توریسم، چاپ اول، تهران: انتشارات نور علم.
- ۱۵) موسایی میثم (۱۳۹۴). اقتصاد رسانه‌ها، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.
- ۱۶) موسوی، میرنجف و سلطانی، ناصر (۱۳۹۳) تحلیلی بر نقش گردشگری مذهبی در توسعه شهری (مطالعه موردی: امامزاده جعفر یزد)، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، دوره ۵، شماره ۱۸، صص. ۷۷-۹۴.
- ۱۷) نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی حرم بی‌بی‌حکیمه (س): <http://bibihakimeh.org>
- ۱۸) الوانی، مهدی (۱۳۹۱) مدیریت عمومی، تهران، نشر نی.
- 19) Ajit, K. (2004) "Quest for Good Governance, Contribution Find Potential of Religious Institutions as Stakeholders", Organized by the Monash Governance Reserch Unit & Monash Institute for Study of Global Movement 27 August.
- 20) Amber. G.R. (2018) Religious tourism – a review of the literature, journal of Hospitality and Tourism Insights, Vol.1, No.2, pp.150- 167.
- 21) Egresi, I. & Bayram, B. & Kara, F. & Kesik, O. (2012) Unlocking the potential of religious tourism in Turkey, Geo Journal of Tourism and Geosites, Vol.9, No.1, pp.123-132.
- 22) Eraqi, M.I. (2006) "Tourism services quality (TourServQual) in Egypt: the viewpoints of external and internal customers", Benchmarking: An International Journal, Vol.13 No.4, pp. 469-492.
- 23) Hall, P. & Stephan, F. (1994) Witt and Luie Management Handbook, Publisher: Prentice Hall, Second Edition.
- 24) Hudson, S. (2010) "Wooing zoomers: marketing to the mature traveler", Marketing Intelligence & Planning, Vol.28, No.4, pp. 444-461.
- 25) ICOMOS., International cultural tourism charter, Rome: ICOMOS publishing, (2002).
- 26) Jafari, J. (2000) Encyclopedia of tourism, London: Routledge.
- 27) Keršulienė, V. & Turskis, Z. (2011) Integrated fuzzy multiple criteria decision making model for architect selection. Technological and Economic Development of Economy, Vol.17, No.4, pp.645-666.
- 28) Keršulienė, V. & Zavadskas, E. K. & Turskis, Z. (2010) Selection of rational dispute resolution method by applying new step-wise weight assessment ratio analysis (SWARA). Journal of Business Economics and Management, 11, No.2, pp.243-258.
- 29) Mashhadigholam rojo, D. (2007) Religious tourism: the way to Santiago, Thesis of MA European Tourism Management, Bournemouth University.
- 30) Olsen, D.H. (2010) Pilgrim Tourist and Max Weber's " Ideal Types", Elsevier science Ltd.
- 31) Shackley. M. (2001) Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience, London: Continuum.
- 32) Shinde. K, (2018) Governance and Management of Religious Tourism in India, International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, Vol.6, No.1, pp.58-71.
- 33) Stausberg. M, (2011) Religion and Tourism: crossroads, destinations and encounters, London: Routledge.
- 34) Stavros, J. & Saint, G. (2010) SOAR: Linking Strategy and OD to Sustainable Performance. in W.J. Rothwell, J.M. Stavros, R. Sullivan & A. Sullivan (Eds.), Practicing Organization Development: A Guide for Leading, San Francisco, CA: Jossey-Bass Change, pp. 377-394.

- 35) Syamala, G. & Kakoti, S. (2016) A Study on Religious Tourism – Potential and Possibilities with reference to Shirdi A place of Religious Tourism, international Interdisciplinary Research Journal, Vol.5, No.6, pp.115-123.
- 36) Terzidou, M. (2010) Religion as a motivation to travel: The case of Tinos island in Greece, Science direct.
- 37) Timothy, D. N. & Gyan, P. (2009) Cultural heritage and tourism in the developing world: A regional perspective, London: Routledge.
- 38) Timothy, D. J. & Olsen, D.H. (2006) Tourism, Religion and Religion Journeys, London: Routledge.
- 39) UNWTO,. Tourism Highlights, Available in: www.unwto.com, (2007).
- 40) Zamani-Farahani, H. & Henderson, J. (2010) “Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: the cases of Iran and Saudi Arabia”, International Journal of Tourism Research, Vol.12, No.1, pp.79-89.