نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و چهارم، شماره ۷۳، تابستان ۱۴۰۳

ارائه الگوی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران (الگویی برآمده از نظریه داده بنیاد)

دریافت مقاله: ۹۹/۲/۱۰ **پذیرش نهایی :** ۹۹/۷/۱۳

صفحات: ۲۷۸- ۲۵۷

علی رستمی: دانشجوی دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، همدان، ایران.
Email: Ali.rostami318@yahoo.com
محمد ایدی: استادیار و عضو هیئت‌علمی دانشگاه ایلام، ایلام، ایران.[1]
Email: mohamaid@gamai.com
علیرضا اسلامبولچی: استادیار و عضو هیئت‌علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، همدان، ایران.
Email: Alireza.slamboiee@yahoo.com
محمدرضا ربیعی مندجین: استادیار و عضو هیئت‌علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.
Email: m.rabiee۲۰۱۲@yahoo.com

چکیده

گردشگری یکی از مهم‌ترین صنایع درآمدزای حال حاضر دنیا محسوب می‌گردد و از قابلیت‌های آن می‌توان به‌عنوان یکی از راهکارهای اصلی و اساسی برای حل مشکلات ناشی از معضلات بیکاری و رکود اقتصادی در کشورهای مختلف استفاده نمود. حجم وسیعی از گردشگران دنیا را گردشگران مذهبی تشکیل می‌دهند، تعداد زیادی از گردشگران مذهبی کشور مرز بین‌المللی مهران را به لحاظ امن بودن و نزدیکی به عتبات عالیات در کشور عراق، جهت انجام زیارت و امور مذهبی خود انتخاب می‌نمایند. هدف این پژوهش طراحی و تبیین مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد. در این تحقیق برای تعیین حجم نمونه در روش کیفی تعداد ۱۴ نفر از خبرگان موضوع گردشگری مذهبی متشکل از اساتید مجرب دانشگاهی و متولیان بحث گردشگری مذهبی شناسایی و به‌صورت مستقیم با آن‌ها مصاحبه انجام گرفت که یافته‌های پژوهش نشان داد الگوی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران دارای ۶ مؤلفه اصلی شامل شرایط علّی، مقوله‌ها، بسترها، عوامل مداخله‌گر، راهبردها، پیامدها و نتایج می‌باشد که طبق نظر خبرگان آن را می‌توان به‌عنوان الگویی مناسب برای گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران معرفی نمود.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری مذهبی، زیارت، مرز بین‌المللی مهران

[1] **نویسنده مسئول:** استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه ایلام

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

مقدمه

یکی از مهم‌ترین صنایع درآمدزای دنیا در حال حاضر صنعت گردشگری می‌باشد، این صنعت هم‌اکنون در تمام کشورهای دنیا دارای جایگاه و ارزش ویژه‌ای می‌باشد و کشورهای مختلف دنیا در تلاش هستند با بهره‌گیری از این قابلیت نسبت به جذب گردشگران از کشورهای مختلف جهت تحقق اهداف مدنظر خود و همچنین درآمدزایی و ایجاد اشتغال اقدام نمایند (بهمنی، افشین و حامد قادرمرزی، ۱۳۹۸). گردشگری در اقتصاد دنیا دارای جایگاه بسیار مهم و با اهمیتی می‌باشد به‌صورتی که در حال حاضر پس از صنایع نفت و خودروسازی سومین صنعت درآمدزا و عاملی مهم برای توسعه و پیشرفت کشورها تلقی می‌گردد، امروزه صنعت گردشگری با فراهم ساختن سطح بالایی از توسعه برای بخش اقتصادی اکثر کشورها به‌عنوان بخش پایه‌ای در توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. (ریورو، ۱:۲۰۰۹). به‌عنوان‌مثال در کشور مالزی، گردشگری به‌مثابه یک کاتالیزور اقتصادی مطرح می‌شود و عوامل اصلی موفقیت در آن عبارت هستند از: توسعه و برنامه‌ریزی (شارن و مارن ۲۰۱۳). توسعه گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن می‌تواند منجر به ایجاد مشاغل زیادی در بازار کار و اشتغال گردد (توکلی، حمید، ۱۳۹۸). اشتغال در هتل‌ها، رستوران‌ها، آژانس‌های مسافرتی، ایجاد مشاغل مرتبط با صنعت گردشگری به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم و خیلی از فعالیت‌های دیگر می‌تواند باعث و زمینه‌ساز ایجاد درآمد و بهبود وضعیت اجتماعی، اقتصادی سیاسی و روانی در مناطق مرزی و محروم کشور مانند استان ایلام و شهرستان مهران شود. یکی از مهم‌ترین زیرشاخه‌های گردشگری، گردشگری مذهبی می‌باشد. گردشگری مذهبی عبارت است از بازدید گردشگران از اماکن مقدس نظیر زیارتگاه‌ها، مقابر، امامزاده‌ها و نظایر آن‌ها، افراد و گروه‌های زیادی از مردم دنیا مایل و راغب هستند تا از اماکن زیارتی و مذهبی کشورهای دیگر بازدید به عمل‌آورده که این نوع گردشگری سابقه‌ای طولانی در دنیا دارد. در گذشته مناسب‌ترین راه شناخت آداب‌ورسوم ادیان و مناسک و اعتقادات آن‌ها، گفتگو و تعامل چهره به چهره بوده و این مهم میسر نمی‌شد، مگر آنکه روحانیون و پیروان آن ادیان به سرزمین‌های یکدیگر سفر و از نزدیک با هم ملاقات می‌کردند. (شالچیان، ۱۹:۱۳۸۲). این نوع گردشگری در تمام دنیا و به‌ویژه در میان مسلمان دارای جایگاه ویژه‌ای بوده و به‌سرعت در حال گسترش می‌باشد، کشور ما ایران علیرغم داشتن بهترین و جذاب‌ترین پتانسیل مناطق بکر و دیدنی متأسفانه در بخش جذب گردشگر نتوانسته است به‌جایگاه واقعی خود دست یابد، وجود مراکز دیدنی و گردشی و تفریحی، چهارفصل بودن کشور ایران و همه جذابیت‌های موجود به‌تنهایی برای جذب گردشگر کفایت نمی‌نماید. استان ایلام در تمام طول سال و به‌ویژه در ماه محرم و صفر و اربعین حسینی پذیرای میلیون‌ها نفر زائر می‌باشد که به‌قصد زیارت عتبات عالیات از مرز بین‌المللی مهران از کشور خارج می‌شوند اما نبود برنامه‌ریزی مناسب و نبود یک الگوی بومی مناسب باعث گردیده مردم استان ایلام علی‌الخصوص مردم محروم شهرستان مرزی مهران نتوانند از منافع مادی، مالی و اقتصادی حضور میلیونی گردشگران مذهبی داخلی و خارجی در مرز مهران بهره کافی را ببرند فلذا این پژوهش درصدد آن است تا با ارائه یک الگوی بومی گردشگری مذهبی نسبت به شناسایی مؤلفه‌های مختلف و متنوع گردشگری مذهبی اقدام تا در نهایت مردم استان و به‌ویژه مردم مرزنشین مهران بتوانند از منافع مادی، مالی و معنوی گردشگری مذهبی و حضور میلیونی گردشگران در استان بهره‌مند شوند. در واقع پژوهش حاضر به دنبال آن است تا پس از شناسایی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

مفاهیم اولیه گردشگری مذهبی و جذب گردشگران مذهبی، عوامل مشمول برحسب خصوصیات و ابعادشان بسط داده شده و مقوله‌های مقدماتی در ارتباط با مدل گردشگری مذهبی استخراج گردد. سپس یکی از مقوله‌ها محور فرآیند در حال بررسی و اکتشاف قرار داده می‌شود و سپس مقوله‌های دیگر به آن ارتباط می‌یابد. این مقوله‌ها عبارت‌اند از: شرایط علّی (علل موجد پدیده اصلی)، راهبردها (کنش‌ها یا کنش‌های متقابلی که برای کنترل، اداره، برخورد و پاسخ به پدیده اصلی انجام می‌شوند)، زمینه (شرایط بسترساز خاص مؤثر در راهبردها)، شرایط مداخله‌گر (شرایط بسترساز عام مؤثر در راهبردها) و پیامدها (ره‌آورد به کار بستن راهبردها). در نهایت دستیابی به ترکیب و ارتباط عوامل مؤثر در مدل گردشگری مذهبی در قالب مذکور محقق خواهد گردید.

پیشینه تحقیق

واژه گردشگری معادل فارسی کلمه توریسم[۲] در زبان انگلیسی است. این واژه انگلیسی از فرانسوی "تور[۳]" گرفته شده و به معنی حرکت چرخشی، عمل پیمودن، طی کردن به پیرامون، سیرکردن و گردش کردن است (یاوری و همکاران،۱۳۹۱:۹). در فرهنگ لغت لانگمن، گردشگری به معنای مسافرت و تفریح برای سرگرمی بیان شده است. بنا به تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگر کسی است که به‌طور موقت (حداقل ۲۴ ساعت و حداکثر یک سال) از خانه اصلی خود دور می‌شود و به منطقه دیگر سفر می‌کند (معاون و دیگران،۱۳۹۶:۹۸). امروزه گردشگری به‌عنوان یک رویکرد اقتصادی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصربه‌فرد (سازمان جهانی گردشگری ملل متحد[۴]،۲۰۰۷:۱۱). به یکی از بزرگ‌ترین و پرمنفعت‌ترین صنایع در اقتصاد جهان تبدیل‌شده است (همان منبع،۲۰۱۳:۲)؛ و به‌عنوان بستری برای ایجاد تغییرات اقتصادی و اجتماعی در بسیاری از کشورهای درحال‌توسعه به شمار می‌رود، گردشگری به‌عنوان یک پدیده‌ی پررونق دائماً خود را به‌سوی جلو برده و اهمیت خود را گسترش می‌دهد و توجه اغلب افراد در سراسر جهان را به خود جلب می‌کند، این پدیده هم‌اکنون یکی از مهم‌ترین صنایع جهان است (بوهالیس و کاستا[۵]،۲۰۰۶:۱). در بسیاری از کشورهای دنیا، صنعت گردشگری به مهم‌ترین منبع درآمدی و صادراتی تبدیل‌شده است و سیاست دولت‌ها در دهه‌های اخیر بر توسعه گردشگری به‌عنوان یکی از شیوه‌های مبارزه با بیکاری و ایجاد درآمد تأکید می‌کنند که در فراسوی مناقشات حاصل از تخصصی شدن فرآیند و نگرش تولیدی به گردشگری، اهمیت انعطاف‌پذیری جانشینی بین گردشگری و دیگر کالاها خدمات را مدنظر قرار می‌دهند (لانزا[۶]،۲۰۰۳:۳۲۰). گردشگری فعالیتی است که در دنیای امروزی توان تأثیرگذاری بر فرآیند توسعه متوازن و همه‌جانبه را در ایران و کشورهای مختلف دارد و موردتوجه بسیاری از سیاست‌مداران، برنامه‌ریزان و مدیران اجرایی و عملیاتی در کشورها

---

[۲] Tourism

[۳] Tour

[۴] United National World

[۵] Buhalis &Costa

[۶] Lanza

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]

[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

می‌باشد، این پدیده (گردشگری) ازجمله پدیده‌های قرن بیستم است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت و سالیانه میلیون‌ها نفر در جهان به مسافرت می‌روند که حضور گردشگران در کشورها و اماکن مقصد می‌تواند دارای مزایا معایب مختلف باشد به‌عنوان‌مثال حضور گردشگران در یک کشور، علاوه بر توسعه‌ی اقتصاد و تبادلات فرهنگی، بهترین تبلیغ در مورد وجود امنیت در آن کشور است (بریندان،۲۰۱۶:۲۳۹).

گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین صنایع و دارای رشد سریع و غیرقابل‌انکاری در دنیای فعلی می‌باشد و می‌توان آن را مهم‌ترین منبع درآمد، ثروت و اشتغال در بسیاری از کشورها دانست و اگر کشوری بتواند از این قابلیت‌ها استفاده کرده و چرخه این صنعت را در کشورش به حرکت درآورد شاهد شکوفایی شگرفی در سطح اقتصاد کشور خواهند بود، تأثیر این صنعت از جهات مختلف از جمله ورود ارز به کشور، اشتغال در بسیاری از زمینه‌ها، پویایی بازار خرده‌فروشی، فعال شدن فرودگاه‌ها و سیستم‌های حمل‌ونقل، افزایش سرمایه‌گذاری، افزایش تولیدات محلی و بومی و صنعتی (صنایع‌دستی و محصولات فرهنگی)، افزایش میزان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی (هتل‌سازی و سایر خدمات مرتبط) قابل‌بررسی و مهم است (رنجبر و دیگران،۱۳۹۰)؛ اما گردشگری برای اینکه بتواند به این رشد سریع ادامه داده و نقش مؤثری در زمینه تولید، درآمد و همچنین اشتغال مولد ادامه بدهد و نیازهای متنوع بازار را پاسخ دهد، نیازمند تلفیق با نوآوری و کارآفرینی می‌باشد که در سالیان اخیر کارآفرینی در حوزه گردشگری اهمیت روزافزونی پیدا نموده است (لردکیپاندز[۷] و همکاران). گردشگری می‌تواند زمینه‌ساز رشد و توسعه کسب‌وکارها به‌خصوص کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در دنیا گردد (بال[۸]،۲۰۰۵). بیان می‌کند که کارآفرینان از طریق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌توانند تأثیر زیادی در موفقیت هر صنعتی از جمله گردشگری داشته باشند و هاتن[۹] (۲۰۱۲) معتقد است که کسب‌وکارهای کوچک کارآفرینی این مزیت را دارند که موانع کمی برای ورود آن‌ها به بازار خدمات وجود دارد.

گردشگری علاوه بر اینکه یک امر روحی، روانی و فرهنگی به شمار می‌رود متناسب با سیستم‌های مختلف و وجود یا ایجاد عوامل جذب گردشگر، یک فعالیت اقتصادی سودآور می‌باشد ازنقطه‌نظر کارآفرینی گردشگری یک موضوع خاص هست و درک آن نسبت به دیگر بخش‌های صنعتی و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و فرآیند تبدیل آن‌ها به یک محصول قابل‌مصرف گردشگری متفاوت است، گردشگری یک بخش مهم و باارزش برای سرمایه‌گذاران و کارآفرینان است ولیکن مفهوم کارآفرینی گردشگری هنوز به‌درستی درک نشده است (شفیعی، زهرا، ۱۳۹۸). یکی از مهم‌ترین دلایل و انگیزه‌های مسافران و گردشگران از سفر و گردشگری، انگیزه‌های مذهبی و زیارتی می‌باشد و می‌توان گردشگران مذهبی را افرادی دانست که برای زیارت اماکن، آثار و یادمان‌های دینی و مذهبی و همچنین انجام اعمال دینی و مذهبی به مسافرت می‌روند، وجود مراکز دینی و مذهبی دارای جایگاه منحصربه‌فردی بوده به‌نحوی‌که می‌توان بیان نمود که وجود این مراکز (مراکز دینی و مذهبی) از دلایل عمده توسعه‌ی شهرها و رشد گردشگری به شمار می‌رود، گردشگری مذهبی یکی از مهم‌ترین عوامل رونق، صنعت گردشگری و همچنین معرفی و گسترش ادیان و مذاهب به‌حساب می‌آید، زیارتگاه‌ها و

[۷] Lordkipanizd

[۸] Ball

[۹] Haten

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]

[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

نمادهای فرهنگی و مذهبی یک جامعه هستند که اطلاعات زیادی را در اختیار بازدیدکنندگان یک مکان قرار می‌دهند (موسوی و همکاران،۱۸:۱۳۹۴).

اهمیت و جایگاه شهرهایی مانند مکه، مدینه، واتیکان، کربلا در کارکرد دینی و مذهبی آن نهفته است و می‌توان رشد و تحرک اقتصادی و اجتماعی شهرهایی مانند قم و مشهد مقدس را در جنبه‌ی مذهبی آن شهرها دانست، گردشگری مذهبی پدیده‌ای نوظهور نیست بلکه قرن‌های متمادی است که افراد و مسافران به دلایل مختلف از جمله کنجکاوی، عبادت و شرکت در مراسم‌های مذهبی به مکان‌های مذهبی و مقدس سفر می‌کنند (اولسن[۱۰]،۲۷:۲۰۰۸). مذهب عامل فرهنگی بسیار مهمی است چرا که مذهب یکی از تأثیرگذارترین و گسترده‌ترین نهادهای اجتماعی است و تأثیر قابل‌توجهی بر نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای افراد در سطوح فردی و اجتماعی دارد (مخلص[۱۱]،۲۰۰۹). در حال حاضر نرخ مسافرت و سفر گردشگران مسلمان به‌سرعت بیشتری از نرخ جهانی گردشگری در حال افزایش هستند و درآمدهای حاصل از گردشگران مسلمان در سال ۲۰۱۱ میلادی بالغبر ۱۲۶ میلیارد دلار بوده و پیش‌بینی می‌گردد که این درآمد تا ۲۰۲۰ میلادی به ۱۹۲ میلیارد دلار افزایش پیدا نماید و این در حالی است که جمعیت پیروان دین اسلام تا سال ۲۰۲۵ سی درصد از جمعیت کل دنیا را تشکیل خواهد داد (رحمان[۱۲]،۲۰۱۴). گردشگران مذهبی غالباً جهت زیارت اماکن مذهبی و یا انجام اعمال دینی و مذهبی به اماکن و نواحی مقدس و دارای جایگاه و ارزش دینی و مذهبی مسافرت می‌نمایند، مکان مقدس مکانی است، مکانی است که مسافر در آن به خدا دسترسی دارد، معمولاً این محل، محلی است که افراد به‌نوعی در آن خدا را می‌پرستند، این محل می‌تواند، علاوه بر مکانی مقدس، منظره‌ای طبیعی همچون یک کوه هم باشد گه افراد در آن به عجایب دنیا بنگرند و تجربه‌ای معنوی داشته باشند و مکان‌های مقدس مانند یک آهن‌ربا عمل می‌کنند که گردشگران دینی را به سمت خود جذب می‌کنند؛ اما علاوه بر آن مردم و نوع سفر و شهرها یا روستاهای مقصد هم در جذب گردشگر تأثیرگذار هستند (نی مینن[۱۳]،۲۰۱۲). گردشگری مذهبی و سفر با انگیزه‌های مذهبی و دینی می‌تواند زمینه‌ساز آرامش روحی و روانی مسافران در دنیای فعلی باشد، این نوع گردشگری ریشه در باورها و اعتقادات دینی و مذهبی افراد دارد و به دلیل ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خود توانسته است در متن گردشگری جهانی جایی بگیرد و سهم قابل‌توجهی از گردشگران جهانی را به خود اختصاص بدهد (کریمی علویجه و همکاران،۲۴:۱۳۹۴). گردشگری مذهبی علاوه بر جنبه‌های اقتصادی و مالی، باعث ارتباط بیشتر یک کشور با سایر جوامع اسلامی شده و تعامل بین ملل و فرهنگ‌هایی را که نقاط مشترکی دارند را سبب می‌شود (فیض‌آبادی و همکاران،۲:۱۳۹۰). گردشگری مذهبی از جمله مهم‌ترین و بااهمیت‌ترین انواع گردشگری بوده گه در حال حاضر در تمام نقاط دنیا وجود داشته و مورد اقبال عموم مردم نیز می‌باشد و وضعیت اقلیمی، شرایط بد آب و هوایی هم نمی‌تواند تأثیر زیادی بر این نوع گردشگری داشته باشد، گردشگری مذهبی این قابلیت را دارد که به‌عنوان عامل مؤثر تعامل فرهنگی، گفتگوی

[۱۰] Olsen

[۱۱] Mokhlis

[۱۲] Rahaman

[۱۳] Nieminen

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]

[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

تمدن ها، برقراری ارتباط وانس والفت میان ملت‌ها و کشورها تبدیل گردد، امروزه گردشگری مذهبی در راستای کسب درآمد و همچنین برای حفظ میراث فرهنگی موردتوجه کشورهای مختلف قرارگرفته است.

در بعد داخلی، توسعه‌ی گردشگری مذهبی می‌تواند در راستای توسعه‌ی منطقه‌ای، افزایش اشتغال و در بعد ملی افزایش درآمد و حفظ میراث فرهنگی را به دنبال داشته باشد (محمدی یگانه و همکاران،۹:۱۳۹۲). گردشگری فرهنگی با هدف افزایش درآمد بخش گردشگری در کنار حفظ ارزش‌ها شکل می‌گیرد، این اهداف با افزایش آگاهی از حفظ ارزش‌های گذشته، احترام به میراث فرهنگی، محیط طبیعی و هویت ملی جوامع ممکن می‌شود، گردشگری فرهنگی، حرکتی فرهنگی با انگیزه شناخت فرهنگ‌های جدید، شرکت در رویدادهای فرهنگی و یا بازدید از جاذبه‌های فرهنگی می‌باشد (بوجودوسو و همکاران[۱۴]،۳۱۳:۲۰۱۵). بسیاری از مقاصد گردشگری مذهبی برنامه‌هایی داشته و یا در حال برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی پایدار میراث مذهبی می‌باشند، دفاتر گردشگری، واحدهای عملیاتی را با هدف هماهنگی‌های بهتر شرکای درگیر در گردشگری مذهبی، به‌ویژه در بخش تجاری ایجاد نمودند؛ راهبردهای آن‌ها شامل روش‌های پیشرفته‌ی بازاریابی در ارتباط با برنامه‌سازی رشد و فروش محصولات فرهنگی و مذهبی می‌باشد، مقاصد گردشگری همچنین شرکت‌های خود را در داخل یا پیوستن به عوامل صنعت گردشگری که هدف آن افزایش شهرت و بهبود گردشگری مذهبی می‌باشد و در خارج با پر نمودن شبکه‌ای برای بیشتر مقاصد گردشگری مذهبی یا به‌عنوان درگاه ارتباطی برای تبادل تجربه، تحکیم می‌بخشند (تیرکا و همکاران[۱۵]،۱۳۳:۲۰۱۰).

زیارت یکی از مهم‌ترین و شناخته‌شده‌ترین پدیده‌های فرهنگی و مذهبی در جامعه‌ی بشری می‌باشد و زیارت به‌طور مرسوم، سفر به زیارتگاه‌ها و اماکن مذهبی که با هدف ادای فرایض دینی یا نیاز معنوی انجام می‌شود، گفته می‌شود (اگریسی[۱۶] و همکاران،۲۰۱۲). زیارت همیشه نمود و ظهوری از یک دین رایج است، هسته‌های گردشگری مدرن، در ساده‌ترین و بی‌تکلف‌ترین شکل یعنی زیارت ظهور یافت، زیارت، سفر به‌سوی مکان‌های مقدس است که انگیزه‌های مذهبی الهام‌بخش آن است (ضرغام و همکاران،۲۸:۱۳۹۰). زائر را می‌توان گردشگری دانست که هدف و انگیزه وی از مسافرت، زیارت می‌باشد، زیارت در معنای لغوی خود به معنی قصد نمودن و ملاقات نمودن به‌ویژه به معنای ملاقات با اشخاص و اماکن خاص می‌باشد که آن مکان یا شخص دارای قداست، احترام و جایگاه ویژه‌ای است که این مفهوم ریشه در متون ادیان مختلف از جمله دین مبین اسلام دارد و زیارت و گردشگری مذهبی ریشه در باورها و اعتقادات دینی و مذهبی دارد. به مفهوم تخصصی خود، زیارت فراتر از زمان و اوقات فراغت، عامل مهم جغرافیای انسانی و شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی است (مومنی و همکاران،۱۴:۱۳۸۷). مسافرت‌های زیارتی در همه‌ی ادیان از جمله دین اسلام بر اساس یک سری قوانین، ضوابط و مقررات شرعی انجام می‌پذیرد که قوانین و ضوابط شرعی نقشی اساسی در اقتصاد و فرهنگ گردشگری دارند (بابلی یزدی و همکاران،۱۵:۱۳۸۶). در زمینه زیارت مدارک و مستندات تاریخی موجود از تمدن‌های عظیم بین‌النهرین و مصر و سایر آثار و قرائن به‌جای مانده از روزگاران

[۱۴] Bujdoso etal.

[۱۵] Tirca

[۱۶] Egresi

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]

[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

پیش‌ازتاریخ، از دیرباز سفرهای مذهبی هزاران نفر از انسان‌ها حکایت می‌نماید، به‌نحوی‌که توده‌های متراکم انسانی از هزاران سال قبل و به‌منظور انجام فرایض دینی هر رنجی را بر خود هموار می‌کردند و راهی سفرهای دور و دراز می‌شدند، در واقع انگیزه در زیارت ریشه در باورها و اعتقادات دینی و مذهبی دارد (مومنی و همکاران،۱۴:۱۳۸۷). گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال حاضر در جهان است (سانتوس[۱۷]،۲۰۰۴)؛ که حدود ۲۶ درصد از کل گردشگری‌های صورت گرفته در دنیا را به خود اختصاص داده است، گردشگری مذهبی ریشه در باورها و اعتقادات مذهبی و دینی انسان‌ها داشته که از دوران باستان تاکنون وجود داشته و باانگیزه‌ی بازدید از اماکن متبرکه نظیر زیارتگاه‌ها، امامزاده‌ها و نظایر آن‌ها صورت می‌گیرد و عمداً هدف از این‌گونه سفرها، تزکیه نفس و دستیابی به حالا معنوی متعالی است (ضیایی و همکاران،۲۳:۱۳۹۱). علیرغم اینکه پدیده گردشگری مذهبی یک موضوع قدیمی و بسیار کهن می‌باشد اما تحقیقات صورت گرفته در مورد گردشگری مذهبی خود یک پدیده جدید است (اولسن[۱۸]،۲۰:۲۰۰۸)؛ و یا به‌عنوان‌مثال (ابراهیم‌زاده و همکاران،۱۳۹۰). به این نکته اشاره دارند که زیارت و گردشگری مذهبی ریشه در باورها و اعتقادات دینی و مذهبی دارد و به دلیل این ویژگی‌های ساختاری و کارکردی این امکان را یافته است تا در متن گردشگری جهانی جا بگیرد و سهم مهم و قابل‌توجهی از گردشگری در دنیا را به خود اختصاص بدهد. در طول تاریخ، موضوع گردشگری مذهبی نقش بسیار مهم و با اهمیتی در بازسازی و حیات شهرها و مسیرهای تردد گردشگران به اماکن مذهبی داشته است و می‌توان ادعا نمود که یکی از عوامل توسعه‌ی بعضی از شهرها گردشگری مذهبی می‌باشد و شاید به همین دلیل است که امروزه، کشورهای جهان بیش‌ازپیش به دنبال توسعه‌ی گردشگری مذهبی به‌عنوان منبعی برای اشتغال و درآمدزایی هستند (اگریسی[۱۹] و همکاران،۲۰۱۳). از گذشته‌های دور و با مطالعه اجمالی در مورد سفر و سفرهای زیارتی می‌توان به مواردی از گردشگری مذهبی مانند مراسم‌های مقدس در یونان باستان و در معبد آپلون، زئوس، زیارت مردمان ایران کهن در معبد آناهیتا کنگاور سفرهای مصریان قدیم برای دیدار فراعنه، سفرهای هندوها به معابد هندویسم، رودخانه گنگ، سفرهای چینی‌ها به معابد تائویسم و همچنین سفرهای اعراب در قبل از اسلام به شهر مقدس مکه و سفرهای یهودیان به بیت الحم، معبد سلیمان و اورشلیم اشاره نمود (قاسمی،۳۷:۱۳۸۹). در کشور ما ایران علی‌رغم وجود هشت هزار و نهصد و نوزده مکان مذهبی مقدس، هنوز فاقد ساماندهی تخصصی و متمرکز بوده و این وضعیت نامطلوب حتی در شهرهای مهمی مانند مشهد مقدس و قم نیز مشاهده می‌گردد و این در حالی است که از این تعداد، دست‌کم چهار هزار و سیصد و نوزده اثر در زمره‌ی آثار ثبت‌شده در فهرست میراث ملی نیز قرار دارند و علاوه بر داشتن جاذبه‌های زیارتی دارای جاذبه‌های فرهنگی –تاریخی هم هستند (تقوایی و همکاران،۳:۱۳۸۹). در ایران به لحاظ تنوع بسیار گسترده مراکز گردشگری مذهبی از قبیل مناطقی مانند بارگاه ملکوتی حضرت امام رضا علیه‌السلام در شهر مشهد مقدس، بارگاه حضرت معصومه (س) در شهر قم، اماکن متبرکه در شهرهایی مانند شیراز، شهرری و وجود زیارتگاه‌های امامزاده‌های متعدد در بیشتر نقاط کشور،

[۱۷] Santos

[۱۸] Olsen

[۱۹] Egresi

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]

[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

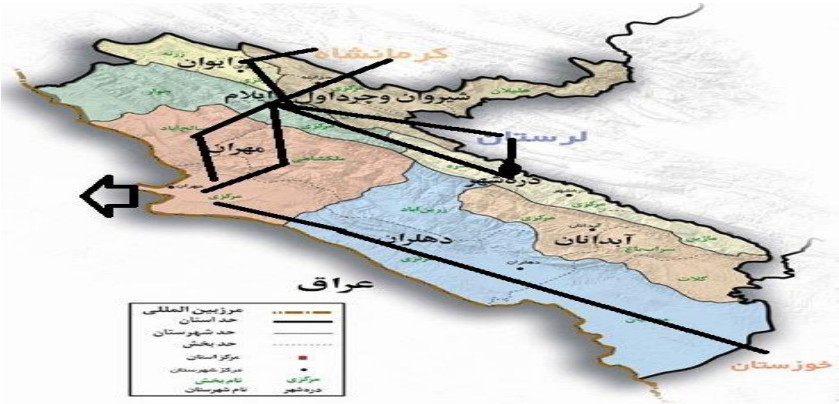
می‌توان گردشگری مذهبی را محور توسعه و رکن اصلی گردشگری در ایران دانست. ایران علاوه بر اماکن مذهبی اسلامی دارای معابد، کلیساهای و اماکن مذهبی خاص سایر ادیان و مذاهب می‌باشد که این جاذبه‌ها در سایر کشورها وجود ندارد که می‌توان با انجام هدف‌گذاری، برنامه‌ریزی، بازاریابی، تبلیغات و سرمایه‌گذاری‌های مناسب ایران را به یکی از کشورهای هدف گردشگری مذهبی در دنیا تبدیل نمود. گردشگری مذهبی برای گردشگران مذهبی دارای جاذبه‌هایی می‌باشد که آن‌ها (گردشگران مذهبی) را به پرداختن به این نوع گردشگری در همه شرایط آب و هوایی و حتی بدترین شرایط اقتصادی وا می‌دارد. قداست و محبوبیت اماکن زیارتی، گردشگر زیارتی را تحریک می‌کند تا این نوع گردشگری را انتخاب نمایند، محبوبیت اماکن زیارتی و مذهبی را در جاذبه‌هایی مانند تعداد پیروان یک دین یا مذهب، موقعیت جغرافیایی مکان زیارتی، زیرساخت، حمل‌ونقل، ثروت، آگاهی و سنت زیارت و تولید محصول‌های جدید مذهبی می‌باشد (جاکوسکی و دیگران،۴۷:۲۰۰۳). علاوه بر این شناخت جاذبه‌های مذهبی، بهترین گام و قدم در توسعه‌ی گردشگری مذهبی می‌باشد چراکه بدون این اقدامات امکان جذب گردشگران مذهبی به‌راحتی ممکن و میسر نخواهد بود، به‌این‌ترتیب شناخت و شناساندن جاذبه‌ها در ظهور و رونق گردشگری با اهمیت تلقی می‌شود (قره نژاد،۱۰۶:۱۳۸۶). شناخت دقیق و صحیح جاذبه‌های گردشگری مذهبی این امکان را برای متولیان موضوع فراهم می‌سازد تا بتوانند متناسب با این جاذبه‌ها و علایق گردشگران برنامه‌ریزی‌های لازم را در جهت جذب گردشگران مذهبی به عمل‌آورند.

روش تحقیق

معرفی محدوده مورد مطالعه

یکی از شهرستان‌های استان ایلام در مرز ایران و عراق است. مرکز این شهرستان شهر مهران است. شهرستان مهران با مساحت ۲۳۹۲ کیلومترمربع معادل ۱۲ درصد مساحت استان ایلام را به خود اختصاص داده است. این شهرستان از شمال به شهرستان ایلام، از جنوب به شهرستان دهلران، از شرق به شهرستان ملکشاهی و از غرب به کشور عراق محدودشده است. مِهران شهری در استان ایلام ایران است و مرکز بخش مرکزی شهرستان مهران است .شهر مهران در ۸۵ کیلومتری جنوب غربی شهر ایلام واقع شده است. مهران بخشی از مناطق گرمسیری استان ایلام محسوب می‌شود. در جنگ هشت‌ساله بین ایران و عراق، این شهر دو روز قبل از هجوم سراسری ارتش عراق یعنی ۲۹ شهریورماه ۱۳۵۹ اشغال شد. ۱۰ تیرماه ۱۳۶۵ سالروز آزادسازی این شهر است. مهران به ۴ بخش فرخ‌آباد، هرمزآباد، رستم‌آباد و بهین و بهروزان تقسیم می‌شود. طایفه‌هایی به نام‌های بهین و بهروزان و صیفی زرگوشو مردمی از ایل میشخاص در این شهرستان ساکن هستند. بنا بر سرشماری مرکز آمار ایران، جمعیت شهرستان مهران در سال ۱۳۹۵ برابر با ۲۹٬۷۹۷ نفر بوده است شکل (۱).

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]



شکل (۱). موقعیت شهر ایلام، در مسیر پیاده‌روی اربعین حسینی

این پژوهش به لحاظ هدف یک پژوهش کاربردی است که دارای رویکرد کیفی در پژوهش است. روش کیفی مبتنی بر تئوری داده بنیاد بوده که از آن جهت شناسایی و استخراج مؤلفه‌های مؤثر توسعه گردشگری در مرز بین‌المللی و ارائه مدل مفهومی آن استفاده شده است. استراتژی پژوهش در بخش کیفی استفاده از مصاحبه اکتشافی است که با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته از متخصصین این رشته نسبت به تعیین فاکتورهای مؤثر بر توسعه گردشگری متناسب با شرایط اقلیمی و فرهنگی آن اقدام گردید. این بخش با هدف و قصد ارائه روش مورداستفاده در پاسخ دادن به پرسش‌های تحقیق انجام تحقیق می‌پردازد، این پرسش که چگونه داده‌ها گردآوری شود و مورد تفسیر قرار بگیرد به‌طوری‌که ابهام حاصل از آن به حداقل ممکن کاهش یابد که این موضوع مربوط به روش‌شناسی[۲۰] تحقیق می‌باشد و دستیابی به اهداف علمی یا شناخت علمی مقدور نخواهد بود، مگر در زمانی که تحقیق با روش‌شناسی درست و صحیح انجام پذیرد به‌عبارتی‌دیگر تحقیق از حیث روش است که اعتبار می‌یابد، بنابراین پژوهشگر باید توجه داشته باشد که اعتبار دستاوردهای تحقیق به‌شدت تحت تأثیر روشی است که محقق برای خود برگزیده است (خاکی،۱۳۹۰:۵۵). به‌منظور پاسخ دادن به سؤال‌های اصلی تحقیق پس از بیان پارادایم تحقیق، به مطالعه و بررسی روش‌های مورداستفاده در تحقیق شامل روش‌های رویکرد آمیخته و همچنین روش کیفی متناظر با آن روش معرفی می‌شوند و در ادامه ابزارهای گوناگون مورداستفاده در جمع‌آوری داده‌ها با تأکید بر ابزار مصاحبه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و بهترین ابزارهای مورداستفاده موردبحث قرار خواهد گرفت و به دنبال آن جامعه و نمونه تحقیق به‌عنوان بستر انجام مطالعات موردی صورت گرفته موردبررسی قرار می‌گیرد و در پایان روش‌های مختلف تجزیه‌وتحلیل اطلاعات کیفی و نحوه سنجش اعتبار مدل ک کیفی موردبحث و تجزیه‌وتحلیل واقع خواهد شد.

انتخاب روش تحقیق

در پژوهش فعلی که هدف آن تدوین الگوی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد جهت دستیابی به هدف مدنظر لازم است که مؤلفه‌های اصلی این الگو شناسایی‌شده و سپس مورد آزمون قرا بگیرند، تحقیق‌های صورت گرفته از نظر هدف‌گیری و جهت تحقیق به دسته‌های کاربردی، تحقیق و توسعه، بنیادی و

[۲۰] Methodology

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

ارزیابی قابل تقسیم‌بندی می‌باشد که این پژوهش در تلاش است در مرحله اول از ماهیت بنیادی برخوردار باشد چرا که به دنبال تدوین و ارائه مدلی جدید و نو برای گردشگری مذهبی باشد و در گام بعدی این تحقیق کاربردی می‌باشد چرا که در تلاش است تا سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف دخیل در امر گردشگری به‌ویژه گردشگری مذهبی از نتایج این پژوهش بهره‌مند گردند؛ اما در عمل می‌توان گفت جهت‌گیری کلی این تحقیق کاربردی می‌باشد و از نظر نوع پژوهش یک پژوهش توصیفی-پیمایشی محسوب می‌شود که به روش آمیخته (اکتشافی) انجام خواهد شد و از جهت شیوه گردآوری اطلاعات یک تحقیق علی می‌باشد که محقق با استفاده از روش‌های تحقیق میدانی و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان موضوع و به‌کارگیری پرسش‌نامه محقق ساخته نسبت به جمع‌آوری اطلاعات اقدام خواهد نمود.

با توجه به اینکه هدف اصلی و کلی این پژوهش تدوین الگوی مناسب گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد که برای تحقق این هدف لازم است مؤلفه‌های اصلی این الگو شناسایی و مورد آزمون قرار گیرد لذا این پژوهش از نظر هدف بنیادی و از نوع پژوهش‌های توصیفی پیمایشی می‌باشد که به شیوه آمیخته اکتشافی انجام خواهد گرفت، این پژوهش از نظر روش‌های گردآوری داده‌ها از روش‌های کیفی استفاده خواهد شد که از روش آمیخته اکتشافی به‌عنوان روش کیفی استفاده خواهد شد.

تجزیه‌وتحلیل داده‌ها

هدف اصلی از پژوهش اخیر، ارائه الگوی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد که رویکرد و روش استفاده در این پژوهش آمیخته به روش آمیخته اکتشافی می‌باشد، در این پژوهش پژوهشگر با استفاده از روش کیفی و مصاحبه با خبرگان دانشگاهی و گردشگری به گردآوری داده‌های کیفی در خصوص موضوع گردشگری مذهبی پرداخته است که در این فصل ابتدا داده‌های کیفی مورد تحلیل قرار خواهند گرفت، جهت گردآوری داده‌های کیفی با تعداد ۱۴ نفر از خبرگان موضوع گردشگری مذهبی مصاحبه باز و نیمه ساختاریافته انجام گرفت بنابراین ابتدا متن هر مصاحبه بررسی‌شده و سپس با توجه به جملات اصلی و اساسی درون متن هر مصاحبه، نکات کلیدی استخراج و در نهایت مقوله‌ها استخراج و الگوی نهایی تحقیق با توجه به تحلیل داده‌های کیفی ارائه گردیده است یافته اصلی بخش کیفی، شناسایی عناصر اصلی مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد. جهت شناسایی عناصر اصلی در مصاحبه پرسیده شد که شرایط علی پیاده‌سازی گردشگری در شهران مهران بود مهم‌ترین گزاره‌های کلامی موجود در پاسخ هر یک از صاحب‌نظران به این سؤال موردبررسی قرار گرفت. صاحب‌نظران در مصاحبه‌های ۱۴ گانه به‌عمل‌آمده به طیف وسیعی از عوامل در پاسخ به سؤال اول اشاره نمودند که در مرحله اول، مضمون‌های زیادی به دست آمد که با تلفیق و تقلیل آن‌ها با استفاده از فرآیند رفت و برگشتی تحلیل داده‌ها، مجموعه‌ی کل کدهای اولیه به کدهای کمتری کاهش یافتند به این صورت که به‌منظور جلوگیری از تکرار، تمام کدهای اولیه تکراری یا مشابه که ازلحاظ مفهومی بسیار به هم نزدیک بودند، در یک مجموعه واحد قرار گرفتند و مفاهیمی را به وجود آوردند که مقولات را تشکیل دادند که نتایج حاصل از این مرحله در جدول (۱) آمده است.

جدول (۱). مقوله‌های اصلی شناسایی‌شده در رابطه سؤال اول مصاحبه

کده (مفاهیم شناسایی‌شده)	مقوله اصلی	صاحب‌نظران	فراوانی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

سابقه اشتراکات مذهبی و شیعه بودن مردم ایلام و استان‌های هم‌جوار، داشتن قومیت یکسان، نزدیکی دینی و مذهبی، اشتراکات مذهبی مردم دو طرف مذهب، آیین‌ها و مراسم‌های مذهبی جذاب و شباهت‌های فرهنگی، اشتراکات مذهبی بین مردم ایران و عراق، وجود اربعین حسینی، اشتراکات مذهبی و دینی دو ملت، آیین‌ها و مراسم‌های مذهبی و دینی، سابقه و پیشینه تاریخی و مذهبی کهن و اربعین	اشتراکات دینی، مذهبی و قومی	م ۱، م ۲، م ۴، م ۵، م ۶، م ۹، م ۱۰، م ۱۱، م ۱۲، م ۱۴	۱۰
وجود امکانات لازم برای گردشگری، توسعه‌ی راه و زیرساخت استان، تقویت زیرساخت‌ها، زیرساخت‌ها و حمل‌ونقل و امکانات رفاهی، ایجاد بسترهای لازم موردنیاز نظر زیرساخت، وجود زیرساخت‌های گردشگری، تقویت زیرساخت‌های استان، تقویت زیرساخت‌ها	زیرساخت‌های استان	م ۱، م ۳، م ۵، م ۶، م ۷، م ۸، م ۱۳، م ۱۴	۸
طولانی‌ترین مرز مشترک با عراق، نزدیکی به عتبات عالیات، نزدیکی مهران به عتبات عالیات، داشتن مرز طولانی با عراق، مرز مشترک با کشور عراق، مرز بین‌المللی مهران، نزدیکی مرز بین‌المللی مهران، وجود مرز بین‌المللی در مهران، مرز مشترک طولانی، مرز بین‌المللی در مهران، مرز طولانی	مرز مشترک با عراق و نزدیکی به عتبات عالیات	م ۵، م ۸، م ۲، م ۳، م ۴، م ۹، م ۱۰، م ۱۱، م ۱۲، م ۱۳، م ۱۴	۱۱
تبلیغات و اطلاع‌رسانی، موضوع تبلیغات، تبلیغات مناسب، ایجاد دفاتر اطلاع‌رسانی و گردشگری، تبلیغات هدفمند، تبلیغات مناسب جهت معرفی توانمندی‌های استان، تبلیغات بیشتر	تبلیغات	م ۱۰، م ۱۳، م ۱۴، م ۵، م ۶، م ۷، م ۸	۷

برای تعیین کفایت لازم جهت انتخاب مقوله‌های اصلی جهت بررسی پاسخ‌های مربوط به پرسش اول، محقق حداقل فراوانی ۷ را در نظر گرفته است و استدلال این عمل بر این استوار است که برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم موردنیاز معادل فراوانی ۷ و یا حداقل نیمی از مصاحبه‌شوندگان که همان صاحب‌نظران می‌باشد که به بیان آن مقوله در مصاحبه‌ها پرداخته باشند که در داده‌های مربوط به پاسخ به سؤال مربوط شرایط علی پیاده‌سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران مقوله‌های زیر شناسایی شدند: ۱-اشتراکات دینی، مذهبی و قومی ۲- زیرساخت‌های استان ۳- مرز مشترک با عراق و نزدیکی به عتبات عالیات ۴- تبلیغات که در بین مقوله‌های شناسایی‌شده مرز مشترک و نزدیکی به عتبات عالیات بیشترین فراوانی را داشته‌اند.

در بخش دوم مصاحبه‌ها جهت شناسایی عناصر اصلی در مصاحبه‌شونده‌ها پرسیده شد که مقوله‌های اصلی گردشگری مذهبی در شهر مهران کدام‌اند؟

صاحب‌نظران در مصاحبه‌های ۱۴ گانه به‌عمل‌آمده به طیف وسیعی از عوامل در پاسخ به سؤال دوم اشاره نمودند که در این مرحله نیز، مضمون‌های زیادی به دست آمد که با تلفیق و تقلیل آن‌ها با استفاده از فرآیند رفت و برگشتی تحلیل داده‌ها، مجموعه‌ی کل کدهای اولیه به کدهای کمتری کاهش یافتند به این صورت که به‌منظور جلوگیری از تکرار، تمام کدهای اولیه تکراری یا مشابه که از لحاظ مفهومی بسیار به هم نزدیک بودند، در یک مجموعه واحد قرار گرفتند و مفاهیمی را به وجود آوردند که مقولات را تشکیل دادند که نتایج حاصل از این مرحله در جدول (۲) آمده است.

جدول (۲). مقوله‌های اصلی شناسایی‌شده در رابطه سؤال دوم مصاحبه

کدها (مفاهیم شناسایی‌شده)	مقوله اصلی	صاحب‌نظران	فراوانی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

جاذبه‌های طبیعی، توجه به بوم‌گردی‌ها، گردشگری فرهنگی و گردشگری طبیعی، جاذبه‌های گردشگری، جاذبه‌های مذهبی، موضوع گردشگری، وجود جاذبه‌های گردشگری	گردشگری و زیرشاخه‌های آن	م ۱، م ۲، م ۴، م ۵، م ۸، م ۱۰، م ۱۴	۷
وجود اماکن مذهبی در ایران و عراق، وجود اماکن تاریخی و باستانی، اماکن مذهبی، یادگارهای دفاع مقدس، وجود زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس، وجود داشتن اماکن مقدس و زیارت گاهی، وجود عتبات عالیات در عراق و اماکن زیارت پگاهی در ایران، وجود اماکن زیارتی متعدد در ایران و عراق	اماکن مذهبی در ایران و عراق،	م ۹، م ۱۱، م ۱، م ۱۴، م ۸ م ۱، م ۲، م ۳، م ۴، م ۸، م ۹، م ۱۱، م ۱۴	۸
امنیت، وجود امنیت در استان، امنیت، امنیت پایدار، مقوله امنیت، امنیت در مرزهای استان، بحث امنیت، داشتن مرز طولانی و امن با کشور عراق،	امنیت	، م ۲، م ۵، م ۹، م ۱۰، م ۱۱، م ۱۲، م ۱۳، م ۱۴	۸

برای تعیین کفایت لازم جهت انتخاب مقوله‌های اصلی جهت بررسی پاسخ‌های مربوط به پرسش اول، محقق حداقل فراوانی ۷ را در نظر گرفته است و استدلال به عمل بر این استوار است که برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم موردنیاز معادل فراوانی ۷ و یا حداقل نیمی از مصاحبه‌شوندگان که همان صاحب‌نظران می‌باشد که به بیان آن مقوله در مصاحبه‌ها پرداخته باشند که در داده‌های مربوط به پاسخ به سؤال مربوط مقوله‌های اصلی پیاده‌سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران مقوله‌های زیر شناسایی شدند: ۱-گردشگری و زیرشاخه‌های آن ۲- اماکن مذهبی ایران و عراق ۳- امنیت که مقوله‌های امنیت و اماکن مذهبی در ایران و عراق دارای بیشتری فراوانی در میان پاسخ‌دهندگان می‌باشند.

در بخش سوم مصاحبه‌ها جهت شناسایی عناصر اصلی در مصاحبه‌شونده‌ها پرسیده شد که بسترهای (زمینه‌های) لازم برای پیاده‌سازی گردشگری در شهران مهران کدم‌اند؟

صاحب‌نظران در مصاحبه‌ها به طیف وسیعی از عوامل در پاسخ به سؤال سوم اشاره نمودند که در این مرحله نیز، به‌منظور جلوگیری از تکرار، تمام کدهای اولیه تکراری یا مشابه که از لحاظ مفهومی بسیار به هم نزدیک بودند، در یک مجموعه واحد قرار گرفتند و مفاهیمی را به وجود آوردند که مقولات را تشکیل دادند که نتایج حاصل از این مرحله در جدول (۳) آمده است.

جدول (۳). مقوله‌های اصلی شناسایی‌شده در رابطه سؤال سوم مصاحبه

کدها (مفاهیم شناسایی‌شده)	مقوله اصلی	صاحب‌نظران	فراوانی
ایجاد منطقه‌ی آزاد تجاری مهران، منطقه آزاد تجاری در شهرستان مهران، مجزا شدن مرز گمرک رسمی از بازارچه مهران، تقویت امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری گمرک، افزایش امکانات در پایانه مرزی مهران، توجه ویژه به منطقه آزاد تجاری مهران، تقویت زیرساخت‌ها در مرکز و پایانه مرزی	منطقه آزاد تجاری مهران	م ۱، م ۹، م ۱۰، م ۱۱، م ۱۲، م ۱۳، م ۱۴	۷
ایجاد هتل‌های بین‌المللی، مجتمع‌های رفاهی، جاده‌ها و امکانات	خدمات رفاهی و	م ۱، م ۲، م ۴، م ۵، م	۱۰

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

بین‌راهی، ایجاد مراکز خدماتی و رفاهی و هتل‌های مناسب، تقویت مراکز خدماتی و رفاهی، برقراری خدمات مناسب اقامتی و رفاهی، ایجاد تأسیسات و خدمات رفاهی، ایجاد امکانات رفاهی و گردشی و اقامتگاه‌های ایمن، ایجاد اماکن اقامتی و رفاهی از قبیل رستوران، توسعه‌ی مراکز گردشی و رفاهی و دایر نمودن هتل‌ها	بهداشتی	۷، م ۹، م ۱۰، م ۱۲، م ۱۳، م ۱۴	
توجه به ابعاد اقتصادی گردشگری مذهبی، منافع اقتصادی قضیه، تغییر دیدگاه نسبت به گردشگری از مذهبی صرف به اقتصادی و مالی، منافع مالی و اقتصادی گردشگری مذهبی، توجه ویژه به ابعاد اقتصادی گردشگری مذهبی، بسترهای اقتصادی موضوع، اهمیت ضرورت توجه به بعد اقتصادی موضوع گردشگری مذهبی در استان	بحث اقتصادی گردشگری مذهبی	م ۲، م ۴، م ۵، م ۶، م ۱۰، م ۱۳، م ۱۴	۷

مشابه سؤالات قبل برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم موردنیاز معادل فراوانی ۷ و یا حداقل نیمی از مصاحبه‌شوندگان که همان صاحب‌نظران می‌باشد که به بیان آن مقوله در مصاحبه‌ها پرداخته باشند که در داده‌های مربوط به پاسخ به سؤال مربوط شرایط بسترهای (زمینه‌های) پیاده‌سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران مقوله‌های زیر شناسایی شدند: ۱-منطقه آزاد تجاری در مهران ۲- خدمات رفاهی و بهداشتی ۳- بحث اقتصادی گردشگری مذهبی که مقوله خدمات رفاهی و بهداشتی دارای بیش‌ترین فراوانی می‌باشد.

در بخش چهارم مصاحبه‌ها جهت شناسایی عناصر اصلی در مصاحبه‌شونده‌ها پرسیده شد که شرایط مداخله‌گر برای پیاده‌سازی گردشگری مذهبی در شهر مهران کدم‌اند؟

صاحب‌نظران در مصاحبه‌ها به طیف وسیعی از عوامل در پاسخ به سؤال چهارم اشاره نمودند که در این مرحله نیز، به‌منظور جلوگیری از تکرار، تمام کدهای اولیه تکراری یا مشابه که از لحاظ مفهومی بسیار به هم نزدیک بودند، در یک مجموعه واحد قرار گرفتند و مفاهیمی را به وجود آوردند که مقولات را تشکیل دادند که نتایج حاصل از این مرحله در جدول (۴) آمده است.

جدول (۴). مقوله‌های اصلی شناسایی‌شده در رابطه سؤال چهارم مصاحبه

کدها (مفاهیم شناسایی‌شده)	مقوله اصلی	صاحب‌نظران	فراوانی
دشمنی کشورهایی مانند آمریکا و عربستان با ایران و تحریم‌ها، امور سیاسی، اراده کشورها، اراده کشورها، فضای سیاسی کشور، رایزنی و عقد تفاهم بین ایران و عراق در سطح کلان و ملی، تبلیغات کشورهای غربی و آمریکا، سیاست‌های دولت و نهادهای تصمیم گیر، ایجاد تفاهم میان دولت‌های ایران و عراق، همکاری میان دولت‌های ایران و عراق، فضای سیاسی بین ایران و عراق	عوامل سیاسی	م ۱۳، م ۱۴ م ۱۱، م ۸، م ۹ م ۱، م ۲، م ۱۰، م ۴، م ۵	۱۰
عدم استقلال در تصمیم‌گیری، دولتی بودن گردشگری و بوروکراسی موضوع، جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، واگذاری امور به بخش غیردولتی، وجود قوانین متعدد، تشریفات و قوانین اداری، واگذاری امور گردشگری به بخش غیردولتی	واگذاری امور به بخش غیردولتی	م ۱، م ۷، م ۱۰ م ۱۴، م ۱۳، م ۱۲، م ۸	۷
تغییرات آب و هوایی در استان، وجود ریزگردها و گردوغبارها، ریزگردها، بحث ریزگردها، گردوغبار، گردوخاک، مشکلات ناشی از ریزگردها و گردوخاک	تغییرات آب‌وهوایی	م ۸، م ۱، م ۳، م ۱۳، م ۵، م ۱۴، م ۱۲	۷

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

مشابه سؤالات قبل برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم موردنیاز معادل فراوانی ۷ و یا حداقل نیمی از مصاحبه‌شوندگان که همان صاحب‌نظران می‌باشد که به بیان آن مقوله در مصاحبه‌ها پرداخته باشند که در داده‌های مربوط به پاسخ به سؤال مربوط عوامل مداخله‌گر پیاده‌سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران مقوله‌های زیر شناسایی شدند: ۱-عوامل سیاسی ۲-واگذاری امور به بخش غیردولتی ۳-تغییرات آب و هوایی که مقوله عوامل سیاسی دارای بیشترین فراوانی می‌باشند.

در بخش پنجم مصاحبه‌ها جهت شناسایی عناصر اصلی در مصاحبه‌شونده‌ها پرسیده شد راهبردهای لازم برای پیاده‌سازی گردشگری در شهران مهران کدم‌اند؟

صاحب‌نظران در مصاحبه‌ها به طیف وسیعی از عوامل در پاسخ به سؤال پنجم اشاره نمودند که در این مرحله نیز، به‌منظور جلوگیری از تکرار، تمام کدهای اولیه تکراری یا مشابه که از لحاظ مفهومی بسیار به هم نزدیک بودند، در یک مجموعه واحد قرار گرفتند و مفاهیمی را به وجود آوردند که مقولات را تشکیل دادند که نتایج حاصل از این مرحله در جدول (۵) آمده است.

جدول (۵). مقوله‌های اصلی شناسایی‌شده در رابطه سؤال چهارم مصاحبه

کده (مفاهیم شناسایی‌شده)	مقوله اصلی	صاحب‌نظران	فراوانی
توسعه‌ی مطالعات با مراکز دانشگاهی و ایجاد رشته‌های گردشگری در دانشگاه‌ها، استفاده ارز نتایج تحقیقات صورت گرفته، تداوم کارهای پژوهشی، استفاده از نتایج تحقیقات صورت گرفته، ایجاد رشته‌های دانشگاهی مرتبط، توجه مسئولان به نتایج تحقیقات، همکاری و همفکری با مراکز دانشگاهی	آموزش و همکاری با مراکز دانشگاهی	م ۹، م ۱، م ۱۲، م ۱۳، م ۳، م ۴، م ۵،	۷
افزایش اعتبارات و تخصیص اعتبارات خاص، دادن تسهیلات، سرمایه‌گذاری هدفمند دولت در گردشگری مذهبی، افزایش امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری و سرمایه‌گذاری دولت، استفاده از اعتبارات و سرمایه‌گذاری‌های کلان دولتی، توجه ویژه دولت به سرمایه‌گذاری در استان ایلام	افزایش سرمایه‌گذاری دولت	م ۱۲، م ۱۴، م ۱۱، م ۸، م ۱، م ۳، م ۵،	۷
توجه به اربعین، اربعین حسینی و مناسبت‌های مذهبی، اربعین و ماه محرم، استفاده از قابلیت‌های عظیم ماه محرم و اربعین و همچنین مناسبت‌های دینی و مذهبی، استفاده از اربعین و فضای معنوی آن، توجه به اربعین در برنامه‌ریزی‌ها، استفاده از ظرفیت کنگره عظیم اربعین، مناسبت‌های مذهبی و دینی مشترک میان مردم ایران و عراق و سایر کشورها، استفاده از قابلیت مناسبت‌های مذهبی مانند اربعین و ماه محرم	استفاده از قابلیت‌های مناسبت‌های مذهبی مانند اربعین	م ۲، م ۴، م ۷، م ۸، م ۱۰، م ۱۱، م ۱۳، م ۱۴	۸

مشابه سؤالات قبل برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم موردنیاز معادل فراوانی ۷ و یا حداقل نیمی از مصاحبه‌شوندگان که همان صاحب‌نظران می‌باشد که به بیان آن مقوله در مصاحبه‌ها پرداخته باشند که در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

داده‌های مربوط به پاسخ به سؤال مربوط راهبردهای پیاده‌سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران مقوله‌های زیر شناسایی شدند: ۱-آموزش و همکاری با مراکز دانشگاهی ۲-افزایش سرمایه‌گذاری دولت ۳-استفاده از قابلیت مناسبت‌های مذهبی مانند اربعین که مقوله استفاده از قابلیت‌های مناسبت‌های مذهبی مانند اربعین دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.

در بخش ششم مصاحبه‌ها جهت شناسایی عناصر اصلی در مصاحبه‌شونده‌ها پرسیده شد پیامدها (نتایج) پیاده‌سازی گردشگری در شهران مهران کدم‌اند؟

صاحب‌نظران در مصاحبه‌ها به طیف وسیعی از عوامل در پاسخ به سؤال ششم اشاره نمودند که در این مرحله نیز، به‌منظور جلوگیری از تکرار، تمام کدهای اولیه تکراری یا مشابه که از لحاظ مفهومی بسیار به هم نزدیک بودند، در یک مجموعه واحد قرار گرفتند و مفاهیمی را به وجود آوردند که مقولات را تشکیل دادند که نتایج حاصل از این مرحله در جدول (۶) آمده است.

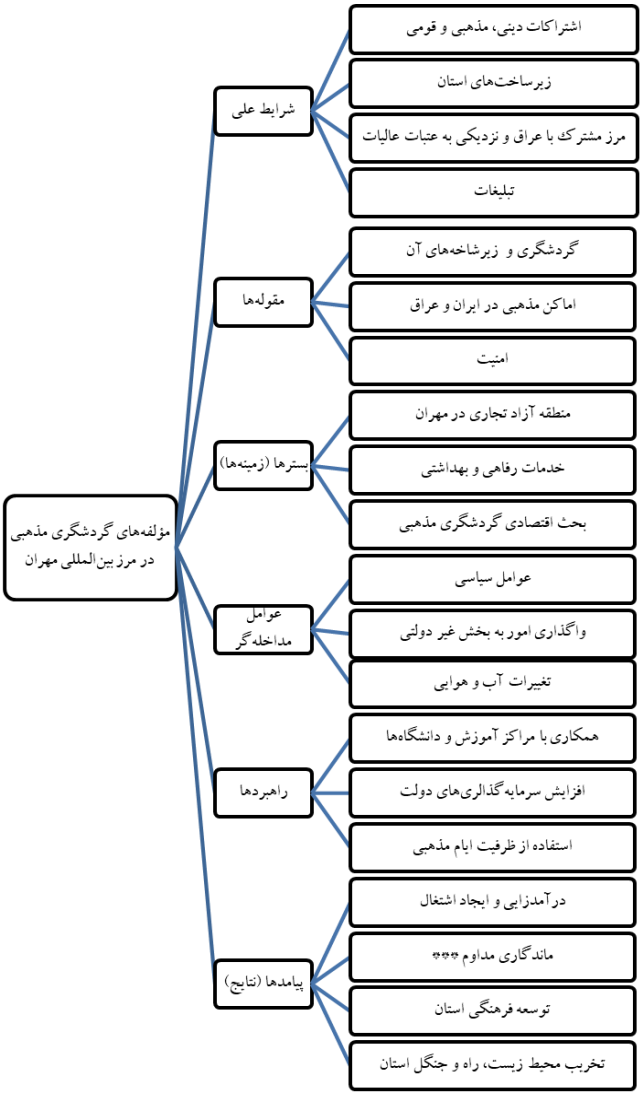
جدول (۶). مقوله‌های اصلی شناسایی‌شده در رابطه سؤال ششم مصاحبه

کده (مفاهیم شناسایی‌شده)	مقوله اصلی	صاحب‌نظران	فراوانی
ایجاد اشتغال و درآمد، به وجود آمدن اشتغال، رفع بیکاری، ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری، افزایش درآمدهای ارزی و ریالی، گردش مالی و معنوی منجر به اشتغال، کاهش نرخ بیکاری، ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری، کاهش بیکاری و افزایش اشتغال، رشد اشتغال و کاهش نرخ بیکاری، افزایش اشتغال و کاهش ملموس بیکاری، ایجاد درآمد پایدار و رفع معضل بیکاری، رفع مشکل بیکاری و ایجاد اشتغال، اشتغال‌زایی	درآمدزایی و ایجاد اشتغال	م ۱، م ۲، م ۴، م ۵، م ۶، م ۷، م ۸، م ۹، م ۱۰، م ۱۱، ۱۲، م ۱۳، م ۱۴	۱۳
ماندگاری مردم در مهران، افزایش وضع اقتصادی مردم مرزنشین و میل به اسکان در مرزها، توسعه منطقه و عدم خروج مردم از مناطق مرزی، اشتیاق بیشتر مردم بومی به اسکان در مناطق مرزی استان، تثبیت جمعیت مرزنشین، جلوگیری از مهاجرت مردم روستانشین، جلوگیری از مهاجرت مردم محلی و بومی، افزایش میل و رغبت به زندگی در نواحی مرزی مهران و استان ایلام	ماندگاری مردم در مرز و عدم مهاجرت	م ۱۱، م ۱۲، م ۱۳، م ۱۴، م ۱، م ۳، م ۶، م ۱۰،	۸
توسعه‌ی فرهنگ مذهبی و شناسایی فرهنگ استان ایلام، تقویت رابطه‌ی فرهنگی بین دو کشور، ایجاد فرهنگ عمومی، پیامدهای سیاسی فرهنگی، افزایش ارتباطات فرهنگی بین ایران و عراق، افزایش تعاملات فرهنگی، اتمسفر مطلوب مذهبی، تقویت ارتباطات فرهنگی بین ایران و عراق	توسعه‌ی فرهنگی استان	م ۳، م ۱، م ۲، م ۴، م ۵، م ۶، م ۷، م ۱۳	۸
تخریب محیط‌زیست و جاده‌های استان، قطع درختان و تخریب محیط‌زیست، ترافیک، آلودگی محیط‌زیست و قطع درختان، تخریب محیط‌زیست و جنگل، تخریب جاده‌های استان، تخریب محیط‌زیست، تخریب منابع طبیعی و محیط‌زیست و قطع جنگل	تخریب محیط‌زیست و جنگل و راه‌های استان	م ۷، م ۸، م ۳، م ۵، م ۱۰، م ۱۳، م ۱۴	۷

مشابه سؤالات قبل برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم موردنیاز معادل فراوانی ۷ و یا حداقل نیمی از مصاحبه‌شوندگان که همان صاحب‌نظران می‌باشد که به بیان آن مقوله در مصاحبه‌ها پرداخته باشند که در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

داده‌های مربوط به پاسخ به سؤال مربوط نتایج و پیامدهای پیاده‌سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران مقوله‌های زیر شناسایی شدند: ۱- درآمدزایی و ایجاد اشتغال، ۲-ماندگاری مردم در مرز و عدم مهاجرت، ۳-توسعه‌ی فرهنگی استان، ۴-تخریب محیط‌زیست و جنگل و راه‌های استان بود که درآمدزایی و ایجاد اشتغال بیشترین فراوانی را در بین مقوله‌های شناسایی‌شده داشتند.



شکل (۱). مدل استخراج‌شده مؤلفه‌های اصلی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران

نتیجه‌گیری

گردشگری در اقتصاد دنیا دارای جایگاه بسیار مهم و با اهمیتی می‌باشد به‌صورتی که در حال حاضر پس از صنایع نفت و خودروسازی سومین صنعت درآمدزا و عاملی مهم برای توسعه و پیشرفت کشورها تلقی می‌گردد، امروزه صنعت گردشگری با فراهم ساختن سطح بالایی از توسعه برای بخش اقتصادی اکثر کشورها به‌عنوان بخش پایه‌ای در توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. صنعت گردشگری در سالیان اخیر به‌عنوان یکی از بهترین

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

راهکارها و روش‌ها برای ایجاد شغل و حل مشکلات بیکاری موردتوجه دولت‌ها قرارگرفته است به‌نحوی‌که در خیلی از کشورها درآمد حاصل از گردشگری به درآمد اصلی و اساسی آن کشورها تبدیل‌شده است. حجم وسیعی از گردشگران در دنیا را گردشگران مذهبی تشکیل می‌دهند، گردشگری مذهبی عبارت است از بازدید گردشگران از اماکن مقدس نظیر زیارتگاه‌ها، مقابر، امامزاده‌ها و نظایر آن‌ها، افراد و گروه‌های زیادی از مردم دنیا مایل و راغب هستند تا از اماکن زیارتی و مذهبی کشورهای دیگر بازدید به عمل‌آورده که این نوع گردشگری سابقه‌ای طولانی در دنیا دارد. وجود عتبات عالیات در کشور عراق و همچنین بارگاه ملکوتی حضرت امام رضا (ع) در شهر مقدس مشهد و حضرت معصومه (ص) در شهر قم و سایر مراکز مذهبی و دینی باعث گردیده تعداد زیادی از گردشگران مذهبی از هر دو کشور ایران و عراق، هرساله به‌قصد زیارت از کشور همسایه دیدن نموده و اعمال و مناسک مذهبی خود را به‌جای آورند. در دنیایی که انسان حتی از هوای پاک و غیره به‌عنوان یک جاذبه برای جذب گردشگران استفاده می‌نماید، نمی‌توان به‌راحتی از اهمیت گردشگری مذهبی در جذب گردشگر و در نهایت درآمدزایی و اشتغال پایدار غافل شد. با توجه به اهمیت گردشگری مذهبی و نقش پررنگ آن بر پیشرفت اقتصادی کشور در این تحقیق سعی گردید تا مدلی جامع و کامل برای گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران ارائه گردد. سؤال اصلی تحقیق حاضر این بود که مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران چگونه است که در راستای پاسخ به سؤال اصلی پژوهش پس از شناسایی خبرگان و انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته با آنان و تجزیه‌وتحلیل داده‌های حاصل، مدل گردشگری مذهبی که شامل شرایط علی، مقوله‌ها، عوامل مداخله‌گر، بسترها، راهبردها و پیامدها بود مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران ارائه گردید. در ادامه نتایج حاصل از تحلیل داده‌های کیفی تحقیق که تحلیل و بررسی پاسخ به ۶ سؤال فرعی مصاحبه بود، ارائه می‌شود:

۱. با احتمال ۹۵ درصدی می‌توان ادعا نمود که اشتراکات دینی مذهبی و قومی، زیرساخت‌های استان ایلام، مرز مشترک با عراق و نزدیکی به عتبات عالیات و همچنین تبلیغات از عوامل علی جذب گردشگر مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد.
۲. با احتمال ۹۵ درصدی می‌توان ادعا نمود که گردشگری و زیرشاخه‌های مرتبط با آن، اماکن مذهبی در کشورهای ایران و عراق و همچنین امنیت از جمله مقوله‌های اصلی در جذب گردشگران مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد.
۳. با احتمال ۹۵ درصدی می‌توان ادعا نمود که منطقه آزاد تجاری در مهران، خدمات رفاهی و بهداشتی و همچنین مبحث اقتصادی گردشگری مذهبی از جمله بسترها و زمینه‌های لازم برای جذب گردشگر مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد.
۴. با احتمال ۹۵ درصدی می‌توان ادعا نمود که عوامل سیاسی، واگذاری امور به بخش غیردولتی و همچنین تغییرات آب و هوایی از جمله عوامل مداخله‌گر در جذب گردشگر مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد.
۵. با احتمال ۹۵ درصدی می‌توان ادعا نمود که همکاری با مراکز آموزشی و دانشگاهی، افزایش سرمایه‌گذاری‌های دولت و استفاده از ظرفیت‌های ایام مذهبی از جمله راهبردهای لازم در جذب

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

گردشگران مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد.

۶. با احتمال ۹۵ درصدی می‌توان ادعا نمود که درآمدزایی و ایجاد اشتغال، ماندگاری مردم در مرز و عدم مهاجرت، توسعه‌ی فرهنگی استان ایلام و همچنین تخریب محیط‌زیست، راه و جنگل‌های استان از جمله نتایج و پیامدهای با اهمیت جذب گردشگران مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد.

پیشنهادات

با توجه به نتایج این تحقیق پیشنهاد می‌گردد با توجه به شرایط اقتصادی مردم ایلام تحقیقی کامل و جامع صرفاً راجع به نتایج اقتصادی گردشگری مذهبی در استان ایلام انجام گیرد همچنین به‌عنوان یک مسیر جدید برای کارهای آتی می‌توان با توجه به اینکه این تحقیق در یک بازه زمانی خاص انجام‌گرفته پیشنهاد می‌گردد همین تحقیق در بازه‌های زمانی دیگر انجام تا از نتایج آن در برنامه‌ریزی‌های آتی استفاده گردد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]

[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]

[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

منابع

ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۰). **برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری مذهبی (موردمطالعه: شهر قم)**. پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، (۷۶).

بهمنی، افشین و حامد قادرمرزی، ۱۳۹۸، **امکان‌سنجی توسعه گردشگری مذهبی با تأکید بر مراسم‌های آیینی مطالعه موردی: شهرستان زنجان**، چهاردهمین کنگره انجمن جغرافیایی ایران، تهران، انجمن جغرافیایی ایران.

پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۹۰). **گردشگری، ماهیت و مفاهیم**، چاپ ششم، تهران: انتشارات سمت.

توکلی، حمید، ۱۳۹۸، **صنعت گردشگری؛ فرصت‌ها و چالش‌های پیش‌روی آن در رشد و توسعه ملی**، همایش ملی توسعه پایدار (با رویکرد فرصت‌ها و چالش‌های سرمایه‌گذاری در منطقه ترشیز)، کاشمر.

توکلی نیا، جمیله، و هرائینی، مصطفی. (۱۳۹۷). **ارزیابی میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری بر اساس مدل کانو و سروکوال (مطالعه موردی: واحدهای پذیرائی محله دربند تهران)**. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۸ (۴۹): ۲۴۱-۲۵۸.

خاکی، غلامرضا (۱۳۹۱). **روش تحقیق در مدیریت**. تهران: انتشارات فوژان.

سجاد فردوسی، نجمه نظری مزیدی، مهدی مودودی ارخودی، (۱۳۹۷). **تحلیلی بر شاخص باقیمانده ظرفیت تحمل جامعه میزبان نسبت به توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر شاهرود)**، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۸ (۴۹): ۹۳-۱۱۰.

رنجبر، علی؛ تاج‌آبادی، رضا؛ شعبانی، سمیه؛ برهانی یزدی، بهاره (۱۳۹۰). **تأثیر صنعت توریسم و گردشگری در اشتغال‌زایی و کارآفرینی پایدار**، همایش گردشگری و توسعه‌ی پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

شالچیان، فاطمه، **آثار میان فرهنگی و نقش گردشگری در ایجاد وفاق بین ادیان اسلام و مسیحیت**، فصلنامه گردشگری، ۲ (۳).

شفیعی، زهرا، ۱۳۹۸، **بررسی نقش مراسم و آیین‌های معنوی و مذهبی در رونق گردشگری مذهبی (محرم) موردمطالعه: (مراسم نخل گردانی در استان یزد)**، فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، ۱ (۴).

ضرغام، حمیدرضا، توحید لو، معصومه (۱۳۹۰). **الگوی مدیریت اثربخش گردشگری، مطالعه موردی مقصد مذهبی مشهد**، فصلنامه مطالعات گردشگری، ۷ (۱۶).

ضیایی، محمود؛ تراب احمدی، مژگان (۱۳۹۱). **شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی**، چاپ اول، تهران: نشر علوم اجتماعی.

فیض‌آبادی، مصطفی جهانگیر؛ وزیری محبوب، سید جمال (۱۳۹۰). **ضرورت مطالعات آینده‌پژوهی و روش‌های آن در توسعه‌ی گردشگری مذهبی،** کنفرانس میقات الرضا (ع)، شهرستان مشهد مقدس.

قاسمی، محمد (۱۳۸۹). **نگرشی بر مفاهیم زیارت، گردشگری مذهبی و فرهنگی و چگونگی خدمات‌رسانی به زائران بر اساس نگرش سیستمی،** همایش علمی پژوهشی خدمت‌رسانی فرهنگی به زائران حرم رضوی، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی.

کریمی علویجه، محمدرضا؛ احمدی، محمدمهدی؛ نظری، مهسا (۱۳۹۵) **بررسی اثرات ارزش‌های سنتی و ارزش‌های اسلامی بر رضایت و وفاداری گردشگران خارجی شهر قم،** فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۰ (۳۲).

محمدی یگانه، بهروز؛ چراغی، مهدی؛ ولایی، محمد (۱۳۹۲). **نقش گردشگری مذهبی در توسعه‌ی روستایی با تأکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی؛ مطالعه موردی: روستای قپیچاق شهرستان میاندوآب،** تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۳ (۳۰).

معاون، زهرا، موحد، مجید، طبیعی، منصور. (۱۳۹۶). **درک گردشگران مذهبی زن از کنش زیارت در بقاع متبرکه شهر شیراز مطالعه مردم نگارانه**. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۶ (۲۲): ۹۷-۱۱۷
doi: 10.22080/jtpd.2017.1709.

موسوی، سید نجف؛ سلطانی، ناصر؛ کشکولی؛ علی باقر (۱۳۹۳). **پژوهش‌های جغرافیای انسانی،** ۴۶(۴): ۸۴۱-۸۲۵.

یاوری، حسین؛ خوشنویس، مریم؛ غلامی، الهام (۱۳۹۱). **اقتصاد گردشگری،** تهران: انتشارات آذر،۳۹-۱۷۲

Ball.S.(2005). **The importance of Entre pneur ship to Hospitality, leisure.** sport and Tourism Network.

Brendan,c, (2016) **Tourism Culture:Nexus,Characteristics, context and sustainability**, Tourism Management,vol.53pp,239-243.

Buhalis.D and costu,c. (2006). **Tourism Business Frontier (consumers,products and industry)** .oxford: Elsevier.

Bujdoso,Z., Lorant,D., Anett T., Gyon gyi K., Veronika, m.mGulmirau., peter k.and mariav.(2015). **Basis of beritagization and cultural tourism development journal of procedia-social and Behaviorral Scicences**,vol.188pp.307-315.

Egresi,I., bayram,B., Kars,F. and Kesik,O.(2012).**unlocking the potential of religious tourism in Toukey**, Geo journal of Tourism and Geosties,Year v no.1.,vol.9.may

Jacows; I,A.Ptazycka-Jackos; a,D., and soljan,I. (2003). **The world system of pilgrimage Holy place,** social compass 47(1):21-32.

Lanza, My riam, (2003). **Analyzing Heritage Resources for urban Tourism in European Cities,Tourism management,**Volume.29.Issue5.

Lordkipanidze, Maia, Han Brwzet, and Mikael Backman. (2005). **The enter peneur ship factor in sustainable tourism development.** Journal of cleaner production,13(8):787-980.

Mokhlis,s. (2009). **Relevancy and measurement of religion sity in consumer behavior research.** international Business Research,75-84.

Nieminen Katri (2012). **Religious tourism a finish perspective.**

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]
[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

Olsen. D. H & Timothy, D. J (2006). **Tourism Religion and Spiritual Journers,** NY: Routledege.

Rahman,m.k. (2014). **Motivating factors of Islamic Tourism,s Destination Loyalty:An Empirical Investigation in Malaysia.** Journal of Tourism and Hosptiality Mangement.63-77.

Regidor, Rivero. **IMPACTS OF Music Festivals on Tourisit,Destination Image and local Community, Case study:Womad and Contempoprane Festivals in Extremadura (Spain):M.A.European Tourism Management,Bournemouth Univerisity. 2009**.

Santos.M.(2004). **Religious tourism: contributions towards a clarification of concepts.in:c..Fern anders:F.Mcgettigan and J.Edwards(Eds).** Religious Tourism and Pligrimage (Portugal: Atlas special tourism Interest Group).

Tirca&stanciuledu (2010). **Implications of commercial Activity within monastic settlements as away to maintain the sustainable Development of Religious Tourism in Romania,** Amfiteatru Economic,vol xli. NO. 27 Februavy.2010.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]

[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.196.9]

[DOI: 10.61186/jgs.24.73.257]