

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها

علی رستمی^۱، محمد ایدی^{۲*}، علیرضا اسلامبولچی^۳، محمد رضا ربیعی مندجین^۴

چکیده

گردشگری در اقتصاد کشورهای مختلف دنیا دارای جایگاه مهم و با اهمیتی می‌باشد و از مهم‌ترین صنایع درآمدزای حال حاضر دنیا محسوب می‌گردد و از گردشگری می‌توان به‌عنوان یکی از ابزارهای 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 که بیشتر این گردشگران مذهبی مرز بین‌المللی مهران را به لحاظ امن بودن و نزدیکی به عتبات عالیات در کشور عراق، جهت ورود و خروج از ایران جهت انجام زیارت و امور مذهبی خود انتخاب می‌نمایند.

هدف این پژوهش طراحی و تبیین مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد که روش تحقیق مورد استفاده آمیخته اکتشافی می‌باشد و برای استخراج مدل مفهومی تحقیق، نظریه‌ها، مدل‌ها و تحقیقات مختلف مرتبط با گردشگری مذهبی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. برای تعیین حجم نمونه در روش کیفی با استفاده از روش گلوله برفی تعداد ۱۸ نفر از خبرگان موضوع گردشگری مذهبی و در روش کمی نیز پس از توزیع پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته تعداد ۳۸۴ پرسش‌نامه مورد تجزیه و تحلیل و ارزیابی قرار گرفت که یافته‌های پژوهش نشان داد الگوی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران دارای ۶ مؤلفه اصلی شامل شرایط علی، مقوله‌ها، بسترها، عوامل مداخله‌گر، راهبردها، پیامدها و نتایج می‌باشد که طبق نظر خبرگان این مدل را می‌توان به‌عنوان یک مدل مناسب برای گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران معرفی نمود.

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

^۱ گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، همدان، ایران

^۲ دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران

^۳ گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، همدان، ایران

^۴ دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

مقدمه

گردشگری در اقتصاد دنیا، دارای جایگاه بسیار مهم و با اهمیتی می‌باشد به صورتی که در حال حاضر پس از صنایع نفت و خودروسازی سومین صنعت درآمدزا بوده 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، ۲۰۰۹: ۱). به‌عنوان مثال در کشور مالزی، گردشگری به مثابه یک کاتالیزور اقتصادی مطرح می‌شود و عوامل اصلی موفقیت در آن عبارت هستند از: توسعه و برنامه ریزی (شارن و مارن ۲۰۱۳). صنعت گردشگری در سالیان اخیر به‌عنوان یکی از بهترین راهکارها و روش‌ها برای ایجاد شغل و حل مشکلات بیکاری مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است به نحوی که در خیلی از کشورها درآمد حاصل از گردشگری به درآمد اصلی و اساسی آن کشورها تبدیل شده است، گردشگری سومین بخش بزرگ اقتصادی جهان است (لوزانو، اویولا و همکاران ۲۰۱۲: ۶۵۹).

آمارهای سازمان جهانی گردشگری^۱ بیانگر آن است که در سال ۲۰۰۸ درآمد حاصل از گردشگری ۹۴۴ میلیارد دلار بوده که این رقم در سال ۲۰۲۰ میلادی به حدود ۲۰۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید، آمارهای سازمان جهانی گردشگری نشانگر آن است که در سال ۲۰۱۰ میلادی کشورهای فرانسه، آمریکا، چین، اسپانیا، ایتالیا ۵ کشور برتر در زمینه جذب گردشگر به داخل کشور خود بوده‌اند (سازمان جهانی گردشگری ۲۰۱۰).

گردشگری می‌تواند به‌عنوان منبع درآمد ارزی و اشتغال‌زایی در کنار سایر صنایع مطرح گردد و بین ورود گردشگر به یک منطقه و رشد و توسعه اقتصادی آن منطقه رابطه‌ی تنگاتنگی وجود دارد. (پرت ۲۰۱۳). صنعت گردشگری نتایج و دستاوردهای زیادی را به دنبال دارد که از آن جمله می‌توان به جنبه اشتغال‌زایی و تاثیر آن بر کارکردهای توسعه‌ای و اقتصادی و اجتماعی در منطقه یا کشور اشاره داشت (هال‌جیواس ۲۰۰۳: ۲).

در طول تاریخ بشر تاکنون، فعالیتی مشابه گردشگری که بتواند ارتباط انسان‌های دارای ملیت‌ها و قومیت‌های مختلف را در ابعاد این چنین میسر سازد، سابقه ندارد. (شایسته فر، ۱۳۸۹: ۶۸). صنعت جهانگردی باعث به وجود آمدن مشاغل بسیاری در دنیا می‌گردد و حدوداً ۲۰۰ میلیون شغل در سراسر دنیا ایجاد نموده است. (اندی درام، آلن مور، ۱۳۸۸: ۹).

¹- Lozano-oyola et all

²- UNWTO

³- part

⁴- holjevac

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۶۷

گردشگری مذهبی یکی از انواع عمده گردشگری است که شامل دیدار از اماکن مذهبی و انجام فرایض مذهبی است. (حیدری چاپانه ۱ ۲۰۰۸) بحث پرستش و عبادت از جمله قدیمی‌ترین نیازهای بشر بوده و این نیاز در در دنیای فعلی نیز بسیار احساس می‌شود که نمونه بارز این نوع گردشگری، زیارت خانه خدا و مراسم عبادی حج، یا زیارت ائمه اطهار و امام زادگان در دین اسلام است. (سیگا، ۲۰۱۲: ۲).

گردشگری مذهبی به‌عنوان یکی از مهمترین زیر مجموعه‌های بزرگ صنعت گردشگری از جایگاه ویژه‌ای در رشد اقتصادی کشورها برخوردار است، ایران اسلامی به لحاظ وجود اماکن مذهبی و زیارتی، در صورت توجه به این صنعت، اشتغال زایی و توسعه پایدار اقتصادی را به دنبال خواهد داشت (دفتر تعاونی‌های خدمات بازرگانی وزارت تعاون، ۱۳۸۲: ۶).

علاوه بر جنبه‌های گفته شده گردشگری مذهبی می‌تواند آرامش بیشتری به انسان مدرن بدهد و نقش تسکین بخشی ایفا نماید. (کرز نیک ۲۰۱۶: ۴۴). گردشگری مذهبی می‌تواند به تقویت سرمایه‌های اجتماعی بیانجامد و باعث توسعه‌یمنطقه‌ای و محلی، افزایش اشتغال، کاهش نرخ بیکاری به ویژه در میان جوانان و مناطق محروم و افزایش رشد اقتصادی نیز بگردد.

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 است تا تعداد زیادی از گردشگران مذهبی از هر دو کشور ایران و عراق، هر ساله به قصد زیارت از کشور همسایه دیدن نموده و اعمال و مناسک مذهبی خود را به جای آورند. در دنیایی که انسان حتی از هوای پاک و غیره به‌عنوان یک جاذبه برای جذب گردشگران استفاده می‌نماید، نمی‌توان به راحتی از اهمیت گردشگری مذهبی در جذب گردشگر و در نهایت درآمدزایی و اشتغال پایدار غافل شد.

شهرستان مهران در جنوب غربی ایران و در فاصله ۷۹۱ کیلومتری از تهران قرار دارد، و در ۱۲ کیلومتری مرز ایران با کشور عراق واقع شده و حدود ۲۰ کیلومتر با شهرهای کرد نشین عراق مانند زرباطیه و بدره فاصله دارد. با توجه به نزدیکی مهران به بازارهای کشور عراق که امکان انتقال سریع کالاها و اجناس را به آن کشور فراهم نموده می‌توان از این قابلیت برای افزایش سهم ایران از بازارهای کشور عراق استفاده و میزان صادرات غیر نفتی کشور را نیز افزایش داد و در نهایت درآمدزایی نمود.

با توجه به اینکه مرز بین‌المللی مهران به‌عنوان دروازه عتبات عالیات و پایتخت خادمین امام حسین (ع) شناخته شده و هر ساله میلیون‌ها نفر جهت زیارت اماکن مذهبی کشور همسایه عراق از

1- HeydariChapaneh

2- StrategicInitiatives& Government Adveisory(SIGA)

این مرز خارج شده و زوار کشور عراق نیز جهت زیارت مرقد امام رضا (ع) و حضرت معصومه (ص) و دیگر اماکن مذهبی وارد کشور ایران می‌شوند می‌توان از این قابلیت منحصر به مفرد در جهت بهبود اوضاع اقتصادی مردم منطقه و رفع مشکل بیکاری استفاده نمود.

ادبیات نظری تحقیق

تعاریف و مفاهیم گردشگری

بحث در مورد اصطلاحات فنی در هر حوزه علمی و آرایه چارچوب مشخصی از این تعاریف و مفاهیم ضروری است چون این تعاریف پایه و اساس مفروضات و نظریه پردازی ها قرار می‌گیرد ولی گردشگری به دلیل ویژگی بین رشته ای خود قابلیت نگرش های متفاوت را دارا می‌باشد که این موضوع باعث آرایه تعاریف بسیاری از آن شده است به نحوی که اشخاص ذینفع و درگیر در موضوع گردشگری از دیدگاه خود به پدیده گردشگری می‌نگرند،

تعاریف اولیه عمدتاً بر گردشگری به‌عنوان یک مولد اقتصادی توجه داشته اند ولی معانی اخیر مفهومی کاملاً وسیع تر را پوشش می‌دهد، دیدگاه های اخیر احتمالاً ناشی از افزایش دانش بشر در باره ابعاد گردشگری است، چون امروزه ثابت شده است که گردشگری پدیده ای چند وجهی و بسیار پیچیده است (محمدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۸).

واژه گردشگری معادل فارسی کلمه توریسم^۱ در زبان انگلیسی است. این واژه انگلیسی از فرانسوی "تور" 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 به طور موقت (حداقل ۲۴ ساعت و حداکثر یکسال) از خانه اصلی خود دور می‌شود و به منطقه دیگر سفر می‌کند (معاون و دیگران، ۱۳۹۶: ۹۸).

گردشگری به مجموعه فعالیت هایی اطلاق می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد، این فرآیند شامل فعالیت هایی مانند برنامه ریزی سفر، سفر به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود، همچنین فعالیت هایی را که گردشگر همچون بخشی از سفر انجام می‌دهد نظیر خرید کالا های مختلف و تعامل میزبان و مهمان را نیز در بر می‌گیرد، به طور

¹Tourism

²Tour

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۶۹
کلی می‌توان گفت هرگونه فعالیت و انفعال را که در جریان سفر یک سیاحت‌گر اتفاق می‌افتد، گردشگری تلقی می‌شود (شریف‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۲).

واژه جهانگردی نخستین بار در سال ۱۸۱۱ میلادی در مجله انگلیسی به نام اسپورتینگ ماگازین^۱ ارایه شده که در آن زمان این لغت به معنی مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب و کار به کار می‌رفت (ذیلابی؛ داودزاده و شالوغفاری، ۱۳۹۸). گردشگری مسافرت‌هایی را در بر می‌گیرد که برای استراحت، تفریح، تجارت و یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا اینکه برای شرکت در مراسم خاصی انجام می‌گیرد، این در حالی است که غیبت شخص گردشگر از محل سکونت دائمی خود طی سفر، موقتی و گذرا است (پور اصغر و وویسی، ۱۳۹۰: ۱۹۱). با توجه به اینکه صنعت گردشگری به‌عنوان یک صنعت چند وجهی شناخته شده است، تعاریف و مفاهیم استخراج شده از آن نیز دارای تنوع می‌باشد به نحوی که امروزه گردشگری نه اسباب تفریح و سرگرمی که به تدریج به ابزار شناخت جهان پیرامون، حقایق آن و غنای بینش و نگرش آدمیان به مفاهیم زندگی‌شان تبدیل شده است (زمانی، فرید و فرهاد حمزه، ۱۳۹۸). در تعریفی دیگر گردشگری به عمل جابجایی به خارج از جامعه برای تجارت و تفریح و نه برای انجام کار گفته می‌شود.

جایگاه و اهمیت گردشگری در ایران

کشور ایران که دارای توانایی‌های بالقوه عظیمی در زمینه‌های زیست‌محیطی، تاریخی، میراث فرهنگی و غیره است نمی‌تواند و نباید به دلایل مسایل سیاسی و نگرانی‌های فرهنگی-اجتماعی خود را از این جریان اقتصادی دور نگه دارد و از سوی دیگر بازار بین‌المللی گردشگری نیز نمی‌تواند از جاذبه‌های ایران برای گردشگری چشم‌پوشی کند (یعقوب‌زاده، ۱۳۸۸: ۱۷).

سرزمین ما ایران با توجه به فرهنگ و تاریخ باستانی خود که ریشه در تاریخ کهنسال این مرز و بوم دارد و نیز آثار باستانی زیادی که در جای‌جای این کشور دیده می‌شود، در ردیف یکی از کشورهای مهم جهان به لحاظ جایگاه تاریخی، فرهنگی و سایر جاذبه‌های گردشگری قرار گرفته است (مهدی‌آبادی، ۱۳۸۴: ۸). جایگاه ایران در میان کشورهای دنیا از لحاظ جاذبه‌های گردشگری، جایگاه ویژه‌ای می‌باشد به نحوی که ایران از لحاظ داشتن ابنیه تاریخی جزء نه کشور نخست دنیا و از لحاظ جاذبه‌های اکوتوریستی در میان ده کشور برتر دنیا قرار دارد (ارمغان، ۱۳۸۶: ۲۳۶).

کشور ایران دارای بهترین و گسترده‌ترین زمینه‌های طبیعی و خدادادی برای جذب گردشگر می‌باشد، تنوع فرهنگی، اجتماعی، طبیعی و بومی ایران به حدی است که قابلیت ورود و جذب گردشگر به داخل کشور در تمامی فصول سال و در همه نقاط کشور وجود دارد.

¹Sporting Magazine

ایران یکی از سه قطب برتر در صنایع دستی دنیاست، در سفالگری، شیشه‌گری، قلم‌زنی، مشبک بافی، حکاکی بر روی فلزات، مینا کاری، خاتم‌سازی، معرق‌سازی، منبت‌کاری، قالی بافی، نمد مالی و... ایران دارای بهترین جایگاه بوده و ایران معجونی از گوناگونی فرهنگی، زبانی، قومی، زیست محیطی و اقلیمی است و همچنین از لحاظ تاریخی و میراث فرهنگی جزء ده کشور دنیا محسوب می‌شود (نویخت، ۱۳۸۷: ۴۵). ایران به‌عنوان یکی از جذاب‌ترین نواحی گردشگری جهان محسوب شده و تنوع آب و هوایی، فرهنگ و تاریخ غنی و دیگر عوامل تاثیر گذار، فضای مناسبی را برای ظهور اشکال مختلف گردشگری در ایران فراهم نموده است (اسدی و دریایی، ۲۰۱۱: ۱۴۴).

کشور ما ایران ما با داشتن قدمت تاریخی چند هزار ساله، به‌عنوان یکی از ده کشور جذاب از لحاظ گردشگری در دنیا قرار می‌گیرد (انجمن جهانی اقتصاد، ۲۰۰۹). ایران بلحاظ داشتن منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی، تمدنی و مذهبی فرهنگی چند هزار ساله از قابلیت‌های ویژه‌ای در جهت توسعه گردشگری برخوردار است، اما به دلایل مختلف ایران تاکنون نتوانسته جایگاه در خور توجهی کسب نماید، ایران علیرغم آنکه دارای پتانسیل و شرایط آب و هوایی متفاوت، تنوع اقوام و مذاهب بوده اما متأسفانه هنوز، این صنعت به منبع درآمد مطمئن و پایداری تبدیل نشده است، کشوری که از نظر آثار تاریخی و فرهنگی در میان هشت کشور نخست جهان جای دارد و از نظر جاذبه‌های طبیعت گردی ۲ و تنوع اقلیمی جزو پنج کشور برتر دنیاست، با همه‌ی این موارد از کشور ما از مواهب الهی به نحو مناسبی بهره‌برداری و سودآوری نشده است (زاهدی، ۱۳۸۷: ۴۱).

گردشگری مذهبی^۳

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 منحصر به فردی بوده به نحوی که 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 به حساب می‌آید، زیارت‌گاه‌ها و نمادهای فرهنگی و مذهبی یک جامعه

¹The Travel & Tourism Competitiveess.

²Ecotorism

³Religious Tourism

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۷۱
هستند که اطلاعات زیادی را در اختیار بازدید کنندگان یک مکان قرار می‌دهند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۸).

اهمیت و جایگاه شهرهایی مانند مکه، مدینه، واتیکان، کربلا در کارکرد دینی و مذهبی آن شهرها 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 مذهب و مقدس سفر می‌کنند (اولسن، ۲۰۰۸: ۲۷).

مذهب عامل فرهنگی بسیار مهمی است چرا که مذهب یکی از تاثیر گذارترین و گسترده‌ترین نهادهای اجتماعی است و تاثیر قابل توجه‌ای بر نگرش‌ها، ارزش‌ها، و رفتارهای افراد در سطوح فردی و اجتماعی دارد (مخلص، ۲۰۰۹: ۲).

در حال حاضر نرخ مسافرت و سفر گردشگران مسلمان به سرعت بیشتری از نرخ جهانی گردشگری در حال افزایش هست و درآمدهای حاصل از گردشگران مسلمان در سال ۲۰۱۱ میلادی بالغ بر ۱۲۶ میلیارد دلار بوده و پیش بینی 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، ۲۰۱۴: ۳).

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 به نوعی در آن خدا را می‌پرستند، این محل می‌تواند، علاوه بر مکانی مقدس، منظره‌ای طبیعی همچون یک کوه هم باشد که افراد در آن به عجایب دنیا بنگرند و تجربه‌ای معنوی داشته باشند و مکان‌های مقدس مانند یک آهن ربا عمل می‌کنند که گردشگران دینی را به سمت خود جذب می‌کنند؛ اما علاوه بر آن مردم و نوع سفر و شهرها یا روستاها ی مقصد هم در جذب گردشگر تاثیر گذار هستند (نی مینن، ۲۰۱۲: ۴).

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 جای

¹Olsen

²Mokhlis

³Rahaman

⁴Nieminen

۱۷۲ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

بگیرد و سهم قابل توجهی از گردشگران جهانی را به خود اختصاص بدهد (کریمی علویجه و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۴).

گردشگری مذهبی علاوه بر جنبه های اقتصادی و مالی، باعث ارتباط بیشتریک کشور با سایر جوامع اسلامی شدهو تعامل بین ملل و فرهنگ هایی را که نقاط مشترکی دارند را سبب می شود (فیض آبادی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲). در بعد داخلی، توسعه ی گردشگری مذهبی می تواند در راستای توسعه ی منطقه ای، افزایش اشتغال و در بعد ملی افزایش درآمد و حفظ میراث فرهنگی را به دنبال داشته باشد (محمدی یگانه و همکاران، ۱۳۹۲: ۹).

اهداف پژوهش

هدف اصلی

تدوین الگوی مناسب گردشگری مذهبی در مرز بین المللی مهران

اهداف فرعی

اهداف فرعی بصورت موردی در زیر ذکر شده اند:

شناسایی زمینه ها و عوامل مهم جذب گردشگران مذهبی

۲- شناسایی پیامدها و نتایج حاصل از حضور گردشگران مذهبی در مرز بین المللی مهران

شناخت چگونگی استفاده از ظرفیت و پتانسیل بالقوه حضور میلیونی گردشگران در استان ایلام در

جهت حل مشکلات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی استان و شهر مرزی مهران

پیشینه تحقیق

خلیوند و کرمی (۱۳۹۵) در مقاله ای با عنوان تحلیلی بر نقش گردشگری مذهبی در توسعه پایدار شهری بیان نمودند که توسعه و تنوع بخش اشتغال با ورود جمعیت گردشگر به منطقه باعث ایجاد مشاغل بیشتر و متنوع مانند افزایش شرکت های مسافرتی، هتلداری و غیره می شود، همچنین نتایج تحقیق نامبردگان بیانگر آن است که افزایش و توسعه گردشگری مذهبی موجب گسترش امکانات شهر نشینی و توسعه شهری و کاهش بیکاری، کاهش مهاجرت و احساس امنیت خواهد شد.

موسوی و نجفی (۱۳۹۳) در مقاله ای با عنوان تحلیلی بر نقش گردشگری مذهبی در توسعه شهری مطالعه موردی امام زاده جعفر (ع) یزد اعلام نمودند که گردشگری مذهبی به عنوان یکی از مهمترین زیر مجموعه های صنعت بزرگ و متنوع گردشگری جهانی از جایگاه ویژه ای در رشد اقتصادی کشورها برخوردار است و عوامل تاثیر گذار بر توسعه گردشگری مذهبی و رونق شهرنشینی را تشریح نمودند.

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۷۳

محنت فر (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان تاثیر درآمدهای گردشگری بر جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی مطالعه موردی ۲۳ کشور جهان، اثر درآمدهای گردشگری بر سرمایه گذاری مستقیم خارجی را با روش اقتصاد سنجی داده‌های تابلویی مورد مطالعه قرار داده که نتایج تحقیق بیانگر مثبت بودن اثر درآمد یاد شده، باز بودن اقتصاد و تولید ناخالص داخلی سرانه بر سرمایه گذاری و منفی بودن تاثیر تورم بر سرمایه گذاری بوده است.

عبدالهی و نجفی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه کارآفرینی روستاهای پیرامونی در منطقه پشتلو شهرستان زنجان به این نتیجه رسیدند که زمینه‌های گردشگری مذهبی در منطقه مورد مطالعه باعث بروز و خلق ایده‌های کارآفرینانه نشده اما در بین ابعاد اشتغال، درآمد و مهاجرت فقط در بعد اشتغال تاثیراتی داشته است.

تقوایی یزدی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق به بررسی تاثیر سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: پارک علم و فناوری مازندران) پرداختند.

حسن نژاد و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله شناسایی استراتژی‌های توسعه ی سرمایه گذاری گردشگری مذهبی در ایران (مطالعه موردی: زیارت گاه امام رضا (ع)) به بررسی تاثیر عوامل داخلی و خارجی، گردشگری مذهبی به‌عنوان مقوله ای چند وجهی پرداخته و ضمن تحلیل نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت های موجود در حوزه ی گردشگری مذهبی شهر مقدس مشهد، راهبردهای مناسب برای بهبود و توسعه ی سرمایه گذاری و جذب سرمایه گذاری های داخلی و خارجی را در حوزه ی زیارت بارگاه ملکوتی امام رضا (ع) پیشنهاد دادند.

محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله ای با عنوان نقش گردشگری مذهبی در توسعه ی روستایی با تاکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی در روستای قیچاق شهرستان میاندوآب به این نتیجه دست پیدا نمودند که گردشگری مذهبی در بین ابعاد اقتصادی، کاربردی، اجتماعی و زیست محیطی تنها در بعد کاربردی و بهبود وضعیت کیفیت زندگی خانوارهای مورد مطالعه نتایجی به همراه داشته است.

عبدی هولایی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق به پیش بینی بازاریابی کار آفرینانه بواسطه برنامه ریزی استراتژیک (به انضمام مطالعه موردی) پرداختند.

محمدی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله ای با عنوان تدوین راهبردهای توسعه ی صنعت گردشگری در استان ایلام به تشریح فرصت ها و تهدیدهای موجود و همچنین شناسایی عوامل داخلی و خارجی موثر بر توسعه ی صنعت گردشگری استان ایلام پرداخته که این تحقیق گشایش مرز بین‌المللی با کشور عراق و امکانات بالقوه موجود از قبیل احتمال تبدیل شهرستان مهران به منطقه ی آزاد تجاری

۱۷۴ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

و وجود تبات عالیات در کشور همسایه عراق را از جمله مزیت های منحصر به فرد موجود در شهرستان مهران می داند.

محقق داماد (۱۳۹۵) در مقاله ای موضوع گردشگری و معنویت را از دیدگاه قرآنی آن مورد مطالعه قرار داده و این مفهوم را از زاویه ی فواید و منابع مورد شناسایی قرار داده که طی این مطالعه و بررسی، انواع سفر و مسافرت از دیدگاه عرفان مورد شناسایی قرار گرفته و اهداف و مقاصد سفر زمینی که می تواند زمینه ی معنویت را فراهم سازد عنوان شده که تفریح، اکتساب معیشت، تحصیل دانش، همنشینی با دوستان از جمله ی این اهداف می باشد که می توانند ابعاد معنویت را دارا باشند.

شفیا و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله ای با عنوان گردشگری مذهبی، گردشگری معنوی یا گردشگری و معنویت: بررسی شباهت ها و تفاوت ها از طریق تحلیل محتوا به تبیین مفاهیم کاربردی در زمینه ی معنویت و گردشگری مذهبی پرداخته و گردشگری مذهبی را دارای منافع بسیار برای بشریت دانسته و معنویت را یک مفهوم بسیار گسترده و عام می داند.

قدم زن جلالی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی به تبیین رابطه بین سرمایه فکری، یادگیری سازمانی و عملکرد کارکنان شعب بانک پارسیان استان گیلان پرداختند.

سقای و همکاران (۱۳۹۳) شاخص های تاثیر گذار خدمات گردشگری مذهبی در شهر مشهد مقدس را به ترتیب اقامت، امنیت، خدمات پذیرایی و تغذیه، جابجایی، بهداشت و سلامت، ارتقای فرهنگ میزبانی، اطلاع رسانی، گذران اوقات فراغت، زیبایی مناظر، روانی ترافیک، دسترسی سهل و آسان مراکز خدماتی و تجاری، حمایت های اجتماعی بیمه، برنامه های فرهنگی و مذهبی، دسترسی به مراکز تفریحی بیان می نماید.

باتور و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان گردشگری اسلامی، بررسی تجربی از انگیزه و قصد و رضایت سفر به کشور مالزی را انجام داده تا انگیزه گردشگران مسلمان از سفر به کشور مالزی مشخص گردد که نتایج پژوهش صورت گرفته بیانگر آن بود احساس موفقیت، ماجراجویی و هیجان و در کنار خانواده خود بودن از مهمترین عوامل انگیزشی و مناظر طبیعی، فضاها و فعالیت های گوناگون و پاکیزگی و خرید بعنوان مهمترین عوامل جذب گردشگر شناسایی شدند.

توحیدی اردهی (۲۰۱۱) در تحقیق خود به بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در کشورهای در حال توسعه با استفاده از روش تحلیل - توصیفی پرداخته است، نتایج به دست آمده نشان می دهد که با برنامه ریزی استراتژیک کوتاه مدت و بلند مدت و با استفاده از توانایی خاص و تولیدات گردشگری کشورهای در حال توسعه اکثر مشکلات اقتصادی کشورهای متبوع می تواند حل گردد.

اگرسی و دیگران (۲۰۱۲) در تحقیقی با عنوان "گردشگری مذهبی پتانسیلی مغفول در ترکیه" نتیجه گیری می کند که گردشگری انبوه دارای اثرات منفی بوده و نیاز به گردشگری جایگزین

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۷۵
همچون اکوتوریسم، گردشگری روستایی، گردشگری درمانی و گردشگری فرهنگی و مذهبی وجود دارد.

امین (۲۰۱۳) در تحقیق خود با عنوان "گردشگری مذهبی در مصر" با مقایسه استراتژی‌های مختلف در گردشگری، گردشگری در کشور مصر را بررسی نموده و نقش دولت و سایر سازمان‌های مربوطه را در این زمینه بیان نمودند.

سلیمان و محمد (۲۰۱۱) در پژوهش خود با عنوان "تأثیر عوامل موثر بر گردشگری مذهبی، مطالعه موردی کشور فلسطین" اهمیت گردشگری مذهبی در کشور فلسطین را بررسی نموده و نتیجه گیری می‌کند که کشور فلسطین با توجه به فرهنگ، میراث، موقعیت جغرافیایی، محیط زیست و مذاهب آن نقش منحصر به فردی در گردشگری مذهبی دارد.

ایزمالو و همکاران ۱ (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی، پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی در دنیای امروز به این نتیجه دست پیدا نمودند که در شرایط حاضر توسعه گرایش‌های نوآورانه در زمینه اقتصاد بومی گردشگری، در آینده‌ای نزدیک، می‌تواند با ارائه محصولات ویژه گردشگری مذهبی پا به عرصه بازار بین‌المللی نهاد.

بیوین ۲ و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیق خود به بررسی ظرفیت‌های گردشگری اسلامی در منطقه اقتصادی شرق مالزی پرداختند، مطالعات آن‌ها نشان داد که فرصت‌های زیادی جهت توسعه گردشگری اسلامی در مالزی وجود دارد و ارگان‌ها و نهادهای مختلف از قبیل کنفرانس اسلامی، می‌توانند نقش کلیدی در این راستا ایفا نمایند و اگر گردشگری مذهبی گسترش یابد نسل کنونی و آینده از میراث باشکوه اسلامی مطلع خواهند شد و این نیز به دنبال خود پایداری اقتصادی آن کشورها را تضمین خواهد کرد.

عبدالله زاده و تقی پور (۲۰۱۵)، در تحقیقی با استفاده از تجزیه و تحلیل چند معیاره برای توسعه بازار گردشگری در ایران (شهر نطنز)، منطقه مناسب برای توسعه اکوتوریسم را شناسایی و اولویت بندی کردند.

میرزایی و همکاران (۲۰۱۵)، در تحقیقی رابطه بین ظرفیت‌های اجتماعی با تعارضات را به عنوان یک نتیجه، در درک سایت‌های تاریخی بازدید کننده مطالعه کردند.

استراتان و همکاران ۳ (۲۰۱۵) به شناسایی پتانسیل‌های گردشگری فرهنگی از طریق مصرف فرهنگی در میان گردشگران پرداختند و بیان داشتند که مدیریت فرهنگی ناقص، میراث فرهنگی را به خطر خواهد انداخت، یکی دیگر از محدودیت‌های مهم در توسعه گردشگری فرهنگی، مشارکت

¹Izmailov&etal

²Bhuiyan

³Stratan et al.

کمدر رویدادهای فرهنگی و گردشگری هست که در کشور برگزار می شود، نتایج تحقیق نشان می دهد که وضعیت فعلی خواستار یک رویکرد انعطاف پذیرتر و نوآورانه برای توسعه ی صنعت گردشگری در کشور می باشد.

بوجدوسو و همکاران^۱ (۲۰۱۵) ارکان و اساس توسعه ی گردشگری در اروپا را مورد بررسی و پژوهش قرار دادند و با بهره گیری از ادبیات مربوطه به معرفی روابط پیچیده بین فرهنگ، میراث فرهنگی، جغرافیا و اقتصاد پرداختند و یک تعریف مشخص و روشن از هر واژه را بیان نمودند و پیشنهاد کردند که شکل و روند نو و جدید تری در اقتصاد و گردشگری فرهنگی ایجاد نمایند.

مواد و روشها

در پژوهش فعلی که هدف آن تدوین الگوی گردشگری مذهبی در مرز بین المللی مهران می باشد جهت دستیابی به هدف مدنظر لازم است که مؤلفه های اصلی این الگو شناسایی شده و سپس مورد آزمون قرا بگیرند، تحقیق های صورت گرفته از نظر هدف گیری و جهت تحقیق به دسته های کاربردی، تحقیق و توسعه، بنیادی و ارزیابی قابل تقسیم بندی می باشد که این پژوهش در تلاش است در مرحله اول از ماهیت بنیادی برخوردار باشد چرا که به دنبال تدوین و ارایه مدلی جدید و نو برای گردشگری مذهبی باشد و در گام بعدی این تحقیق کاربردی می باشد چرا که در تلاش است تا سازمان ها و ارگان های مختلف دخیل در امر گردشگری به ویژه گردشگری مذهبی از نتایج این پژوهش بهره مند گردند. اما در عمل می توان گفت جهت گیری کلی این تحقیق کاربردی می باشد و از نظر نوع پژوهش یک پژوهش توصیفی-پیمایشی محسوب می شود که به روش آمیخته (اکتشافی) انجام خواهد شد و از جهت شیوه گردآوری اطلاعات یک تحقیق علی می باشد که محقق با استفاده از روش های تحقیق میدانی و مصاحبه نیمه ساختار یافته با خبرگان موضوع و به کارگیری پرسش نامه محقق ساخته نسبت به جمع آوری اطلاعات اقدام خواهد نمود.

با توجه به اینکه هدف اصلی و کلی این پژوهش تدوین الگوی مناسب گردشگری مذهبی در مرز بین المللی مهران می باشد که برای تحقق این هدف لازم است مولفه های اصلی این الگو شناسایی و مورد آزمون قرار گیرد لذا این پژوهش از نظر هدف بنیادی و از نوع پژوهش های توصیفی پیمایشی می باشد که به شیوه آمیخته اکتشافی انجام خواهد گرفت، این پژوهش از نظر روش های گردآوری داده ها از ترکیب روش های کیفی و کمی استفاده خواهد شد که در مرحله اول از روش آمیخته اکتشافی به عنوان روش کیفی استفاده خواهد شد و در مرحله دوم از روش معادلات ساختاری به عنوان

¹Bujdoso

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۷۷

یک روش کمی استفاده می‌شود که با استفاده از روش تحقیق میدانی و مصاحبه نیمه ساختار یافته عمیق و همچنین به کارگیری پرسش‌نامه محقق ساخته اطلاعات مورد نظر گردآوری خواهد شد. در این قسمت برای به دست آوردن جامعه آماری در بخش کیفی از روش گلوله برفی تعداد ۱۸ نفر از خبرگان گردشگری مذهبی متشکل از اساتید مجرب دانشگاهی و فعالان و مدیران بخش گردشگری که دارای دانش و تجربه کافی راجع به موضوع گردشگری مذهبی بودند شناسایی و با آنها به صورت مستقیم مصاحبه انجام گرفت. در تحقیق حال حاضر جامعه آماری شامل افرادی می‌باشد که به قصد زیارت عتبات عالیات از طریق مرز بین‌المللی مهران از کشور ایران خارج و به کشور عراق مسافرت نموده اند و یا به قصد زیارت از عراق وارد کش. ر ایران شده اند که حجم جامعه آماری به لحاظ تعداد زیاد آن نامحدود در نظر گرفته شده است.

یافته‌های بخش کیفی

سوال اول تحقیق: شرایط علی پیاده سازی گردشگری مذهبی در شهر مهران کدامند؟ (الزامات پیاده سازی گردشگری مذهبی در شهر مهران کدامند؟)

جدول شماره ۱: مقوله‌های اصلی شناسایی شده در رابطه سوال اول مصاحبه

فراوانی	صاحب نظران	مقوله اصلی	کدها (مفاهیم شناسایی شده)
۱۲	۱م، ۲م، ۴م، ۵م، ۶م، ۹م، ۱۰م، ۱۱م، ۱۲م، ۱۴م، ۱۵م، ۱۵م، ۱۷م	اشتراکات دینی، مذهبی و قومی	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
۱۲	۱م، ۳م، ۵م، ۶م، ۷م، ۸م، ۱۳م، ۱۴م، ۱۵م، ۱۶م، ۱۷م، ۱۸م	زیر ساخت‌های استان	وجود امکانات لازم برای گردشگری، توسعه‌ی راه و زیر ساخت استان، تقویت زیر ساخت‌ها، زیر ساخت‌ها و حمل و نقل و امکانات رفاهی، ایجاد بسترهای لازم مورد نیاز نظر زیر ساخت، وجود زیر ساخت‌های گردشگری، تقویت زیر ساخت‌های استان، تقویت زیر ساخت‌ها
۱۳	۲م، ۳م، ۴م، ۵م، ۸م، ۹م، ۱۰م، ۱۱م، ۱۲م، ۱۳م، ۱۴م، ۱۵م، ۱۸م	مرز مشترک با عراق و نزدیکی به عتبات عالیات	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
۹	۵م، ۶م، ۷م، ۸م، ۱۰م، ۱۳م، ۱۴م، ۱۵م، ۱۶م	تبلیغات	تبلیغات و اطلاع‌رسانی، موضوع تبلیغات، تبلیغات مناسب، ایجاد دفاتر اطلاع‌رسانی و گردشگری، تبلیغات هدفمند، تبلیغات مناسب جهت معرفی توانمندی‌های استان، تبلیغات بیشتر

۱۷۸ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

برای تعیین کفایت لازم جهت انتخاب مقوله‌های اصلی جهت بررسی پاسخ‌های مربوط به پرسش اول، محقق حداقل فراوانی را ۹ در نظر گرفته است و استدلال این عمل بر این استوار است که برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم مورد نیاز معادل فراوانی ۹ 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 سوال مربوط شرایط علی پیاپی سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران مقوله‌های زیر شناسایی شدند: ۱- اشتراکات دینی، مذهبی و قومی ۲- زیر ساخت‌های استان، ۳- مرز مشترک با عراق و نزدیکی به عتبات عالیات ۴- تبلیغات که در بین مقوله‌های شناسایی شده مرز مشترک و نزدیکی به عتبات عالیات بیشترین فراوانی را داشته‌اند.

سوال دوم تحقیق: مقوله‌های اصلی گردشگری مذهبی گردشگری مذهبی در شهر مهران کدامند؟

جدول شماره ۲ مقوله‌های اصلی شناسایی شده در رابطه سوال دوم مصاحبه

فراوانی	صاحب نظران	مقوله اصلی	کدها (مفاهیم شناسایی شده)
۹	۱م، ۲م، ۴م، ۵م، ۸م، ۱۰م، ۱۴م، ۱۵م، ۱۷م	گردشگری و زیر شاخه‌های آن	جاذبه‌های طبیعی، توجه به بوم‌گردی‌ها، گردشگری فرهنگی و گردشگری طبیعی، جاذبه‌های گردشگری، جاذبه‌های مذهبی، موضوع گردشگری، وجود جاذبه‌های گردشگری
۱۰	۱م، ۲م، ۳م، ۴م، ۸م، ۹م، ۱۱م، ۱۴م، ۱۶م، ۱۷م	اماکن مذهبی در ایران و عراق،	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 زیارت‌گاهی، وجود عتبات عالیات در عراق و اماکن زیارت‌پگاهی در ایران، وجود اماکن زیارتی متعدد در ایران و عراق
۱۲	۲م، ۵م، ۹م، ۱۰م، ۱۱م، ۱۲م، ۱۳م، ۱۴م، ۱۵م، ۱۶م، ۱۷م، ۱۸م	امنیت	امنیت، وجود امنیت در استان، امنیت، امنیت پایدار، مقوله امنیت، امنیت در مرزهای استان، بحث امنیت، داشتن مرز طولانی و امن با کشور عراق،

برای تعیین کفایت لازم جهت انتخاب مقوله‌های اصلی جهت بررسی پاسخ‌های مربوط به پرسش اول، محقق حداقل فراوانی را ۹ در نظر گرفته است و استدلال به عمل بر این استوار است که برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم مورد نیاز معادل فراوانی ۹ 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 سوال مربوط مقوله‌های اصلی پیاپی سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران مقوله‌های زیر شناسایی شدند: ۱- گردشگری و زیر شاخه‌های آن ۲- اماکن مذهبی ایران و عراق ۳- امنیت که مقوله‌های امنیت دارای بیشتری فراوانی در میان پاسخ‌دهندگان می‌باشد.

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۷۹

سوال سوم تحقیق: بسترها (زمینه‌ها) ی لازم برای پیاده سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران کدامند؟

جدول شماره ۳ مقوله‌های اصلی شناسایی شده در رابطه سوال سوم مصاحبه

کدها (مفاهیم شناسایی شده)	مقوله اصلی	صاحب‌نظران	فراوانی
ایجاد منطقه ی آزاد تجاری مهران، منطقه آزاد تجاری در شهرستان مهران، مجزا شدن مرز گمرک رسمی از بازارچه مهران، تقویت امکانات نرم افزاری و سخت افزاری گمرک، افزایش امکانات در پایانه مرزی مهران، توجه ویژه به منطقه آزاد تجاری مهران، تقویت زیر ساخت ها در مرک و پایانه مرزی	منطقه آزاد تجاری مهران	م ۱، م ۹، م ۱۰، م ۱۱، م ۱۲، م ۱۳، م ۱۴، م ۱۵، م ۱۷	۹
ایجاد هتل های بین‌المللی، مجتمع های رفاهی، جاده ها و امکانات بین راهی، ایجاد مراکز خدماتی و رفاهی و هتل های مناسب، تقویت مراکز خدماتی و رفاهی، برقراری خدمات مناسب اقامتی و رفاهی، ایجاد تاسیسات و خدمات رفاهی، ایجاد امکانات رفاهی و گردشگری و اقامت گاه های ایمن، ایجاد اماکن اقامتی و رفاهی از قبیل رستوران، توسعه ی مراکز گردشگری و رفاهی و دایر نمودن هتل ها	خدمات رفاهی و بهداشتی	م ۱، م ۲، م ۴، م ۵، م ۷، م ۹، م ۱۰، م ۱۲، م ۱۳، م ۱۴، م ۱۵، م ۱۷، م ۱۸	۱۳
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، م ۱۵، م ۱۶، م ۱۸	۱۰

برای تعیین کفایت لازم جهت انتخاب مقوله‌های اصلی جهت بررسی پاسخ‌های مربوط به پرسش سوم، محقق حداقل فراوانی ۹ را در نظر گرفته است و استدلال به عمل بر این استوار است که برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم مورد نیاز معادل فراوانی ۹ و یا حداقل نیمی از مصاحبه شوندگان که همان صاحب‌نظران می‌باشد که به بیان آن مقوله در مصاحبه‌ها پرداخته باشند که در داده‌های مربوط

۱۸۰ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

به پاسخ به سوال مربوط شرایط بسترها (زمینه ها) ی پیاده سازی 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.

سوال چهارم تحقیق: شرایط مداخله‌گر برای پیاده سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران کدامند؟

جدول شماره ۴ مقوله‌های اصلی شناسایی شده در رابطه سوال چهارم مصاحبه

فراوانی	مقوله اصلی	کدها (مفاهیم شناسایی شده)
۱۳	عوامل سیاسی	دشمنی کشورهایی مانند آمریکا و عربستان با ایران و تحریم ها، 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، سیاست های دولت و نهادهای تصمیم گیر، ایجاد تفاهم میان دولت های ایران و عراق، همکاری میان دولت های ایران و عراق، فضای سیاسی بین ایران و عراق
۱۰	واگذاری امور به بخش غیر دولتی	عدم استقلال در تصمیم گیری، دولتی بودن گردشگری و بوروکراسی موضوع، جذب سرمایه گذاران بخش خصوصی، واگذاری امور به بخش غیر دولتی، وجود قوانین متعدد، تشریفات و قوانین اداری، واگذاری امور گردشگری به بخش غیر دولتی
۱۱	تغییرات آب و هوایی	تغییرات آب و هوایی در استان، وجود ریز گردها و گرد و غبارها، ریزگردها، بحث ریزگردها، گرد غبار، گرد و خاک، مشکلات ناشی از ریز گردها و گرد و خاک

برای تعیین کفایت لازم جهت انتخاب مقوله‌های اصلی جهت بررسی پاسخ های مربوط به پرسش اول، محقق حداقل فراوانی ۹ را در نظر گرفته است و استدلال به عمل بر این استوار است که برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم مورد نیاز معادل فراوانی ۹ و یا حداقل نیمی از مصاحبه شوندگان که همان صاحب نظران می‌باشد که به بیان آن مقوله در مصاحبه ها پرداخته باشند که در داده های مربوط به پاسخ به سوال مربوط عوامل مداخله‌گر پیاده سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۸۱

مقوله‌های زیر شناسایی شدند: ۱- عوامل سیاسی ۲- واگذاری امور به بخش غیر دولتی ۳- تغییرات آب و هوایی که مقوله عوامل سیاسی دارای بیشترین فراوانی می باشد.

سوال پنجم تحقیق: راهبردهای لازم برای پیاده سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران کدامند؟

جدول شماره ۵ مقوله‌های اصلی شناسایی شده در رابطه سوال پنجم مصاحبه

کدها (مفاهیم شناسایی شده)	مقوله اصلی	صاحب‌نظران	فراوانی
توسعه‌ی مطالعات با مراکز دانشگاهی و ایجاد رشته‌های گردشگری در دانشگاه‌ها، استفاده از نتایج تحقیقات صورت گرفته، تداوم کارهای پژوهشی، استفاده از نتایج تحقیقات صورت گرفته، ایجاد رشته‌های دانشگاهی مرتبط، توجه مسوولان به نتایج تحقیقات، همکاری و همفکری با مراکز دانشگاهی	آموزش و همکاری با مراکز دانشگاهی	۱م، ۳م، ۴م ۵م، ۹م، ۱۲م ۱۳م، ۱۵م ۱۶م، ۱۷م	۱۰
افزایش اعتبارات و تخصیص اعتبارات خاص، دادن تسهیلات، سرمایه گذاری هدفمند دولت در گردشگری مذهبی، افزایش امکانات نرم افزاری و سخت افزاری و سرمایه گذاری دولت، استفاده از اعتبارات و سرمایه گذاری های کلان دولتی، توجه ویژه دولت به سرمایه گذاری در استان ایلام	افزایش سرمایه گذاری دولت	۱م، ۳م، ۵م ۹م، ۱۱م ۱۲م، ۱۴م ۱۵م، ۱۶م ۱۷م، ۱۸م	۱۱
توجه به اربعین، اربعین حسینی و مناسبت های مذهبی، اربعین و ماه محرم، استفاده از قابلیت های عظیم ماه محرم و اربعین و همچنین مناسبت های دینی و مذهبی، استفاده از اربعین و فضای معنوی آن، توجه به اربعین در برنامه ریزی ها، استفاده از ظرفیت کنگره عظیم اربعین، مناسبت های مذهبی و دینی مشترک میان مردم ایران و عراق و سایر کشورها، استفاده از قابلیت مناسبت های مذهبی مانند اربعین و ماه محرم	استفاده از قابلیت های مناسبت های مذهبی مانند اربعین	۲م، ۴م، ۷م ۸م، ۱۰م ۱۱م، ۱۳م ۱۴م، ۱۵م ۱۶م، ۱۷م ۱۸م	۱۲

برای تعیین کفایت لازم جهت انتخاب مقوله‌های اصلی جهت بررسی پاسخ‌های مربوط به پرسش اول، محقق حداقل فراوانی ۹ را در نظر گرفته است و استدلال به عمل بر این استوار است که برای انتخاب هر مقوله کفایت لازم مورد نیاز معادل فراوانی ۹ 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 سوال مربوط راهبردهای پیاده سازی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران مقوله‌های زیر شناسایی شدند: ۱- آموزش و همکاری با مراکز دانشگاهی ۲- افزایش سرمایه گذاری

۱۸۲ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

دولت ۳- استفاده از قابلیت مناسبت های مذهبی مانند اربعین که مقوله استفاده از قابلیت های مناسبت های مذهبی مانند اربعین دارای بیشترین فراوانی می باشد.

سوال ششم تحقیق: پیامدهای (نتایج) پیاده سازی گردشگری مذهبی در مرز بین المللی مهران کدامند؟

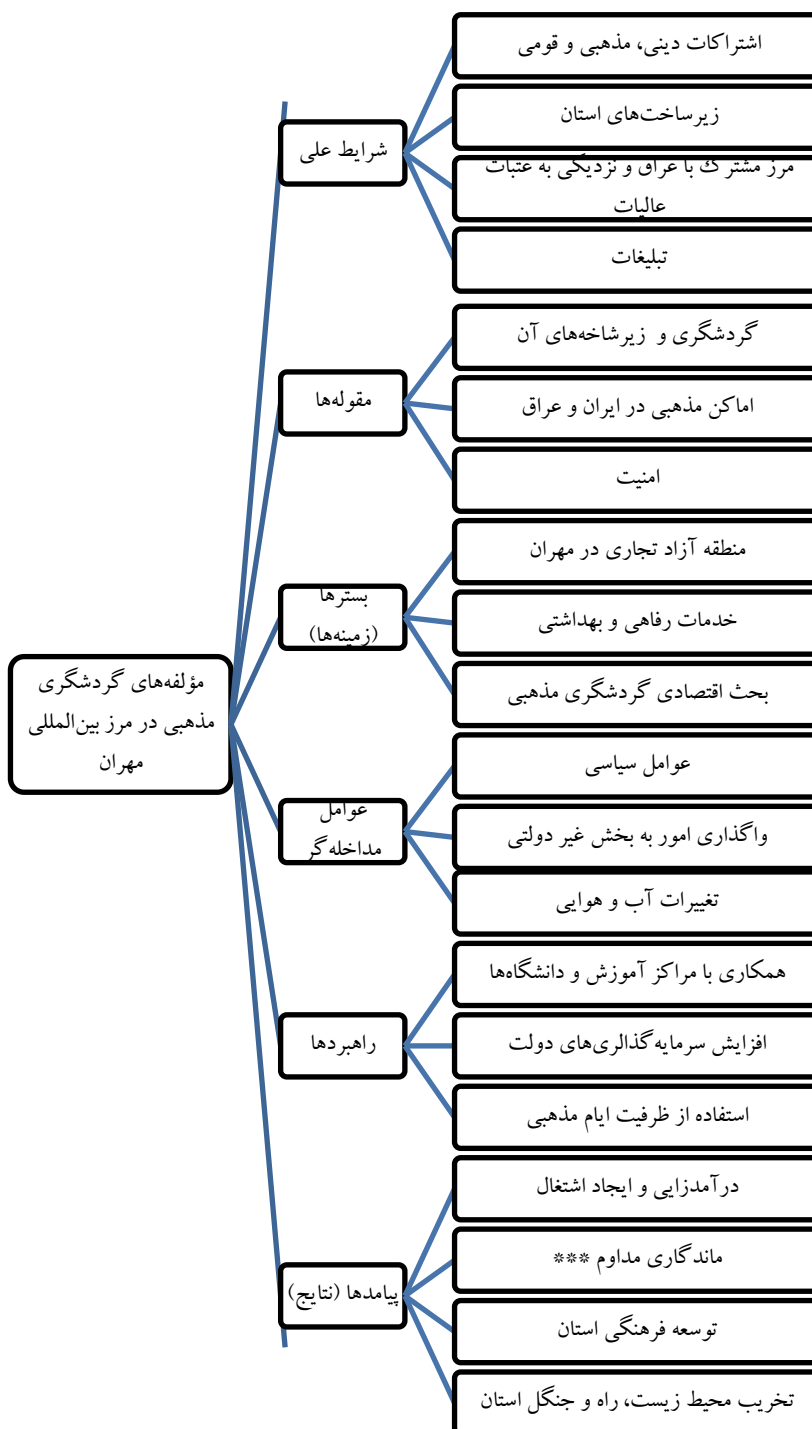
جدول شماره ۶ مقوله های اصلی شناسایی شده در رابطه سوال ششم مصاحبه

فرآوانی	صاحب نظران	مقوله اصلی	کدها (مفاهیم شناسایی شده)
۱۷	م ۱، م ۲، م ۴، م ۵، م ۶، م ۷، م ۸، م ۹، م م ۱۰، م ۱۱، م ۱۲، م ۱۳، م ۱۴، م ۱۵، م ۱۶، م ۱۷، م ۱۸	درآمدزایی و ایجاد اشتغال	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، اشتغال زایی
۱۱	م ۱، م ۳، م ۶، م ۱۰، م ۱۱، م ۱۲، م ۱۳، م ۱۴، م ۱۶، م ۱۷، م ۱۸	ماندگاری مردم در مرز و عدم مهاجرت	ماندگاری مردم در مهران، افزایش وضع اقتصادی مردم مرز نشین 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 مرز نشین، جلوگیری از مهاجرت مردم روستا نشین، جلوگیری از مهاجرت مردم محلی و بومی، افزایش میل و رغبت به زندگی در نواحی مرزی مهران و استان ایلام
۱۱	م ۱، م ۲، م ۳، م ۴، م ۵، م ۶، م ۷، م ۱۳، م ۱، م ۲، م ۳، م ۴، م ۵، م ۶، م ۷، م ۱۳، م ۱۶، م ۱۷، م ۱۸	توسعه ی فرهنگی استان	توسعه ی فرهنگ مذهبی و شناسایی فرهنگ استان ایلام، تقویت رابطه ی 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
۱۱	م ۷، م ۸، م ۳، م ۵، م ۱۰، م ۱۳، م ۱۴، م ۳، م ۵، م ۷، م ۸، م ۱۰، م ۱۳، م ۱۴، م ۱۵، م ۱۶، م ۱۷، م ۱۸	تخریب محیط زیست و جنگل و راه های استان	تخریب محیط زیست و جاده های استان، قطع درختان و تخریب محیط زیست، ترافیک، آلودگی محیط زیست و قطع درختان، تخریب محیط زیست و جنگل، تخریب جاده های استان، تخریب محیط زیست، تخریب منابع طبیعی و محیط زیست و قطع جنگل

برای تعیین کفایت لازم جهت انتخاب مقوله های اصلی جهت بررسی پاسخ های مربوط به پرسش اول، محقق حداقل فرآوانی ۹ را در نظر گرفته است و استدلال به عمل بر این استوار است که برای

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۸۳

انتخاب هر مقوله کفایت لازم مورد نیاز معادل فراوانی ۹ و یا حداقل نیمی از مصاحبه شوندگان که همان صاحب‌نظران می‌باشد که به بیان آن مقوله در مصاحبه‌ها پرداخته باشند که در داده‌های مربوط به پاسخ به سوال 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- توسعه فرهنگی استان ۴- تخریب محیط زیست و جنگل و راه‌های استان که درآمدزایی و ایجاد اشتغال بیشترین فراوانی را در بین مقوله‌های شناسایی شده داشتند. که با توجه به انجام مصاحبه با خبرگان و یافته‌های پژوهش و نتایج بخش کیفی تحقیق عناصر اصلی گردشگری مذهبی به شرح ذیل نمودار ۱ ارائه می‌شود.



نمودار ۱ مؤلفه‌های اصلی گردشگری مذهبی

یافته‌های بخش کمی

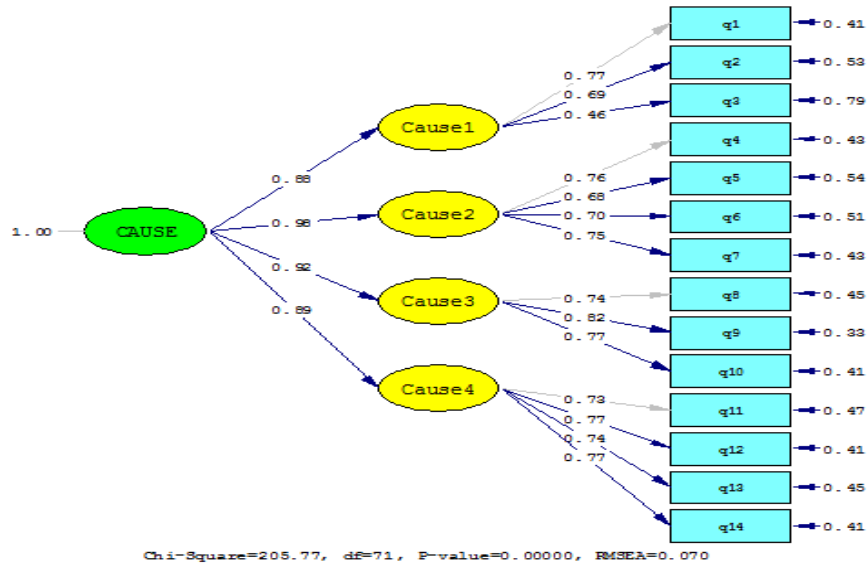
به‌منظور تایید اینکه آیا خرده مقیاس‌های هریک از عوامل علی، مقوله‌ها، بسترها، مداخله‌گرها، راهبردها و پیامدها خرده مقیاس‌های سازنده‌ای برای هر یک از عوامل ذکر شده هستند یا نه و اینکه هریک از خرده مقیاس‌ها تا چه اندازه عوامل مربوط به خود را به‌عنوان یک‌سازه تبیین می‌نمایند، از روش تحلیل عامل تأییدی استفاده شد. بنابراین با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی ساختار کلی پرسشنامه‌های تحقیق مورد روائی سنجی محتوایی قرار گرفته است. برای تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌یابی معادلات ساختاری بارعاملی استاندارد و آماره t محاسبه شده است. بطور کلی قاعده زیر حاکم است:

قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده بوسیله بار عاملی نشان داده می‌شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از $0/3$ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته می‌شود. بارعاملی بین $0/3$ تا $0/6$ متوسط و اگر بزرگتر از $0/6$ باشد خیلی مطلوب است. زمانیکه همبستگی متغیرها شناسائی گردید باید آزمون معناداری صورت گیرد. جهت بررسی معنادار بودن رابطه بین متغیرها از آماره آزمون t یا همان t -value استفاده می‌شود. چون معناداری در سطح خطای $0/05$ بررسی می‌شود، بنابراین اگر میزان بارهای عاملی مشاهده شده با آزمون t -value از $1/96$ کوچکتر محاسبه شود، رابطه معنادار نیست و در نرم افزار لیزرل با رنگ قرمز نمایش داده خواهد شد (کلاین، ۱۹۹۴). در تحلیل عاملی تأییدی قبل از هرچیزی باید نوع متغیرها از نظر یک مرحله ای و دو مرحله ای بودن مشخص شود. اگر متغیر موردنظر یک مرحله ای باشد، پس فقط یک تحلیل عاملی تأییدی دارد. چنانچه متغیر موردنظر دو مرحله ای بود، پس دو تحلیل عاملی تأییدی دارد، تحلیل عاملی مرتبه اول رابطه بین پرسش‌ها و ابعاد را می‌سنجد و تحلیل عاملی مرتبه دوم به بررسی رابطه بین ابعاد و خود متغیر اصلی می‌پردازد. در مدل مورد بررسی، کلیه عوامل علی، مقوله‌ای، بسترها، مداخله‌گرها، راهبردها و پیامدها از نوع متغیرهای دو مرحله ای بوده و دارای دو مرتبه تحلیل عاملی تأییدی می‌باشند. با توجه به کدهای مشخصی که برای عوامل و ابعاد (خرده مقیاس) مربوط به آنها در این کار تحقیقی استفاده شده است لازم است که قبل از پرداختن به آزمون تحلیل عاملی تأییدی و آزمون مدل و فرضیه‌ها، جهت آشنایی خوانندگان با این کدها، در جدول ۷ توضیح داده شوند.

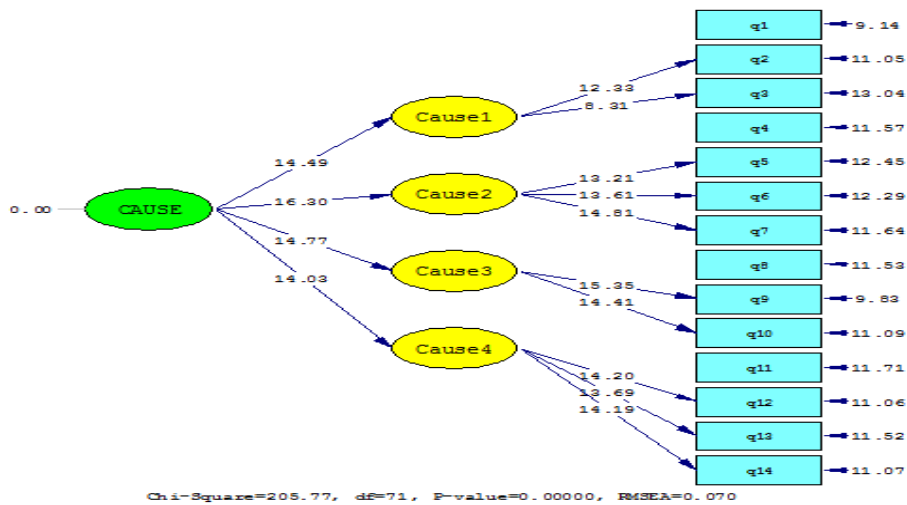
جدول ۷ کدهای مربوط به متغیرها

متغیر	کد	بعد	کد
شرایط علی	Cause	Cause1	اشتراکات دینی، مذهبی، قومی
		Cause2	زیرساخت‌های استان
		Cause3	مرز مشترک با عراق
		Cause4	تبلیغات
مقوله‌ها	Categories	Categories1	گردشگری و زیر شاخه‌های آن
		Categories2	اماکن مذهبی در ایران و عراق
		Categories3	امنیت
بسترسازها	Creator	Creator1	منطقه آزاد تجاری در مهران
		Creator2	خدمات رفاهی و بهداشتی
		Creator3	بحث اقتصادی گردشگری مذهبی
مداخله‌گرها	Interferer	Interferer1	عوامل سیاسی
		Interferer2	واگذاری امور به بخش غیر دولتی
		Interferer3	تغییرات آب و هوایی
راهبردها	Strategy	Strategy1	همکاری با مراکز آموزشی و دانشگاهی
		Strategy2	افزایش سرمایه‌گذاری‌های دولت
		Strategy3	استفاده از ظرفیت پیام مذهبی
پیامدها	Consequences	Consequences1	درآمدزایی و ایجاد اشتغال
		Consequences2	ماندگاری مردم در مرز و عدم مهاجرت
		Consequences3	توسعه فرهنگی استان
		Consequences4	تخریب محیط زیست، راه و جنگل - های استان

تحلیل عاملی تأییدی شرایط علی



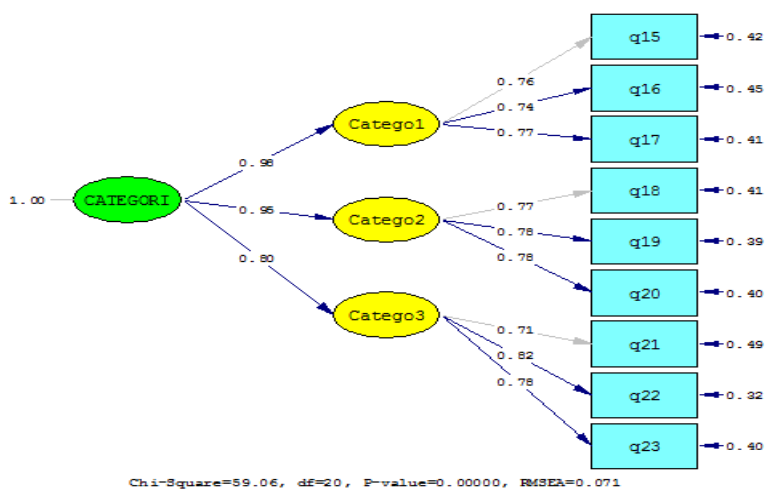
نمودار ۲- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم متغیر شرایط علی در حالت تخمین استاندارد با توجه به نمودار ۲ رابطه بین ابعاد شرایط علی با خود متغیر شرایط علی در تمامی موارد بزرگتر از ۰/۳ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی این مدل قابل تأیید است. با توجه به اینکه بار عاملی بین شرایط علی با چهار بعد آن (اشتراکات دینی مذهبی قومی، زیرساخت‌های استان، مرز مشترک با عراق و تبلیغات) از مقدار ۰/۶ بیشتر است، ساختار عاملی مدل در حالت خیلی مطلوب قرار دارد.



نمودار ۳ تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم شرایط علی در حالت عدد معناداری

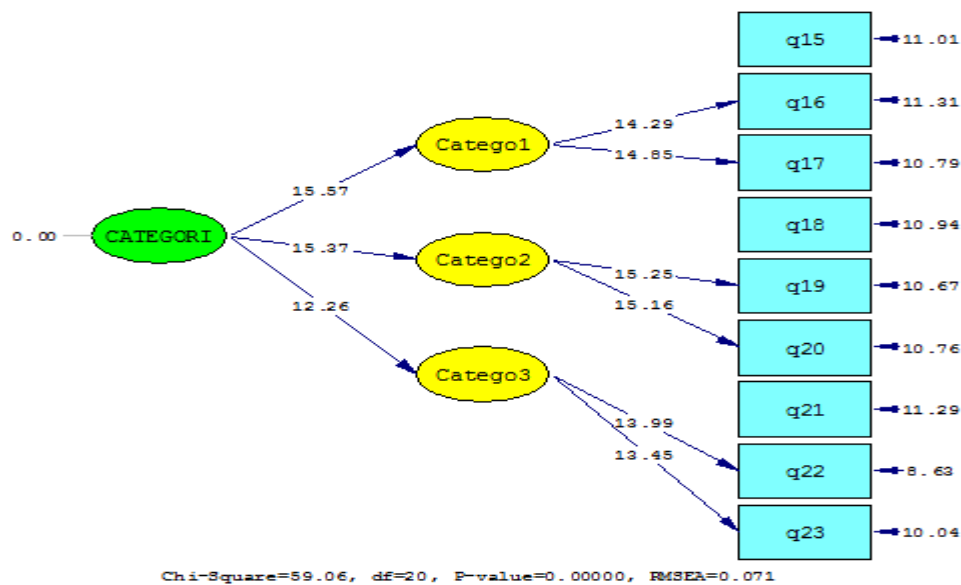
بعد از محاسبه بار عاملی استاندارد باید آزمون معناداری صورت گیرد. براساس نتایج مشاهده شده در نمودار ۳ بار عاملی آماره t شرایط علی با هر یک از چهار بعد آن در سطح اطمینان ۵٪ مقداری بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است.

تحلیل عاملی تأییدی عامل مقوله‌ها



نمودار ۴ تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم مقوله‌ها در حالت تخمین استاندارد با توجه به نمودار ۴ رابطه بین ابعاد عامل مقوله‌ها با خود عامل مقوله‌ها در تمامی موارد بزرگتر از ۰/۳ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی این مدل قابل تأیید است. با توجه به اینکه بار عاملی بین مقوله‌ها سه بعد آن (گردشگری و زیر شاخه‌های آن، اماکن مذهبی در ایران و عراق و امنیت) از مقدار ۰/۶ بیشتر است، ساختار عاملی مدل در حالت خیلی مطلوب قرار دارد.

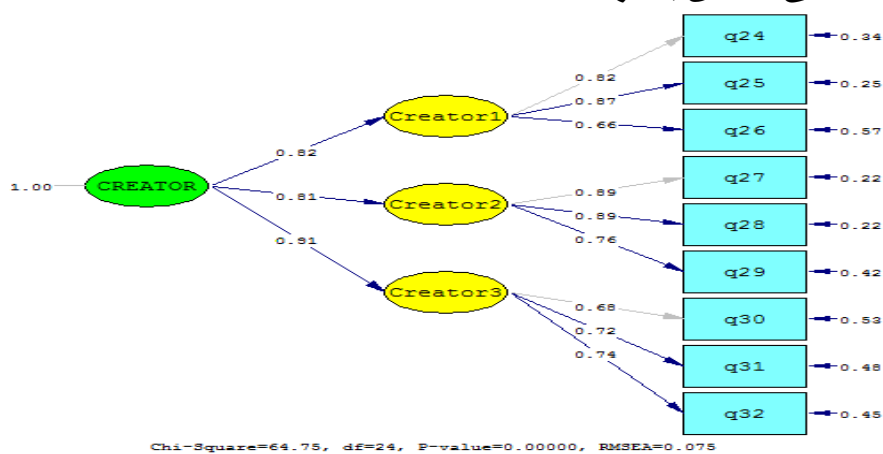
مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۸۹



نمودار ۵- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم مقوله‌ها در حالت عدد معناداری

بعد از محاسبه بار عاملی استاندارد باید آزمون معناداری صورت گیرد. براساس نتایج مشاهده شده در نمودار ۵ بار عاملی آماره t عامل مقوله‌ها با هر یک از سه بعد آن در سطح اطمینان ۵٪ مقداری بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است.

تحلیل عاملی تأییدی بسترها

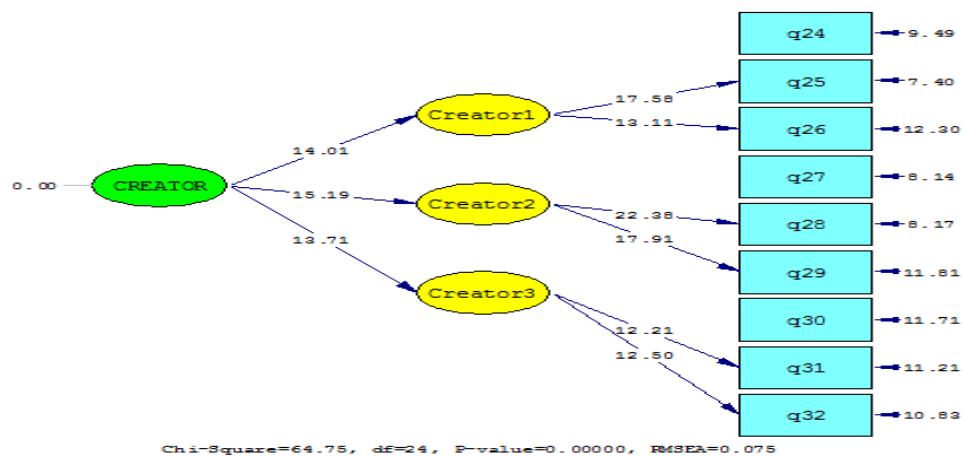


نمودار ۶- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم عامل بسترها در حالت تخمین استاندارد

با توجه به نمودار ۶ رابطه بین ابعاد عامل بسترها با خود عامل بسترها در تمامی موارد بزرگتر از ۰/۳ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی این مدل قابل تأیید است. با توجه به اینکه بار عاملی بین

۱۹۰ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

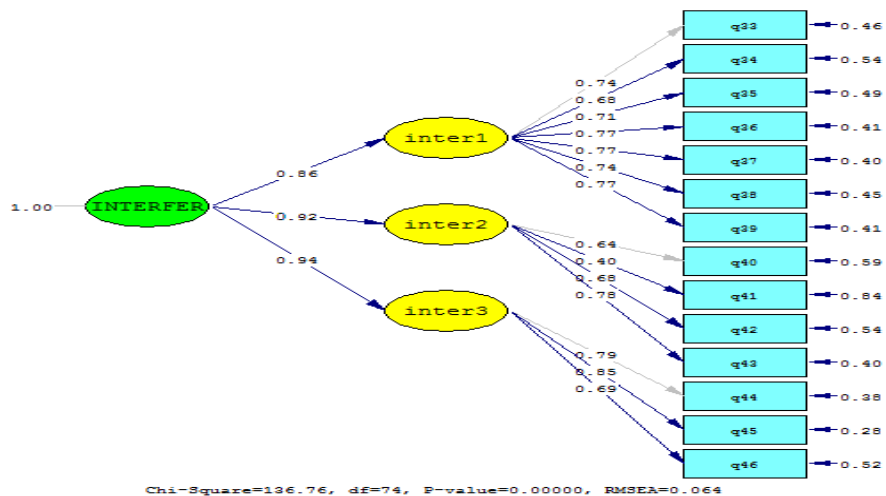
عامل بسترها با سه بعد آن (منطقه آزاد تجاری در مهران، خدمات رفاهی بهداشتی و بحث اقتصادی گردشگری مذهبی) از مقدار ۰/۶ بیشتر است، ساختار عاملی مدل در حالت خیلی مطلوب قرار دارد.



نمودار ۷- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم عامل بسترها در حالت عدد معناداری

بعد از محاسبه بار عاملی استاندارد باید آزمون معناداری صورت گیرد. براساس نتایج مشاهده شده در نمودار ۷ بار عاملی آماره t عامل بسترها با هر یک از سه بعد آن در سطح اطمینان ۵٪ مقداری بزرگتر از ۱/۹۶ می باشد. بنابراین همبستگی های مشاهده شده معنادار است.

تحلیل عاملی تأییدی عوامل مداخله گر

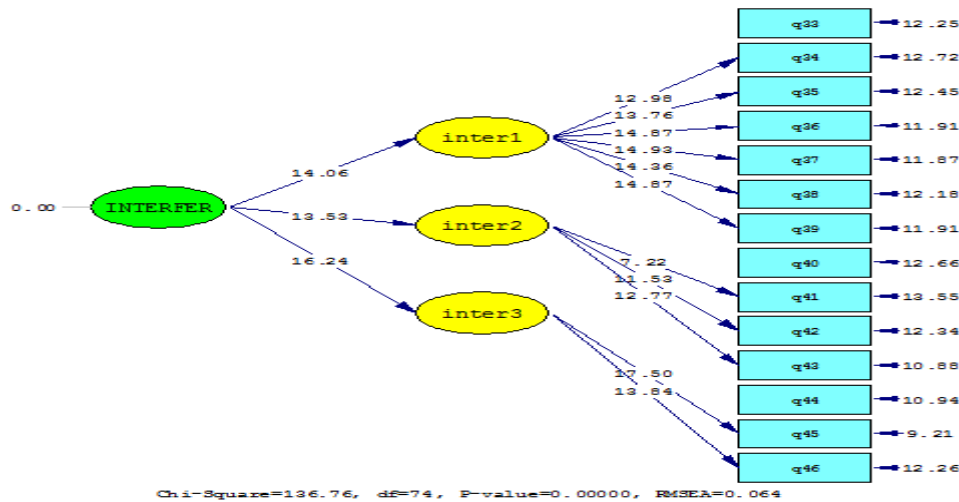


نمودار ۸- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم عوامل مداخله گر در حالت تخمین استاندارد

با توجه به نمودار ۸ رابطه بین ابعاد عوامل مداخله گر با خود عوامل مداخله گر در تمامی موارد بزرگتر از ۰/۳ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی این مدل قابل تایید است. با توجه به اینکه بار عاملی

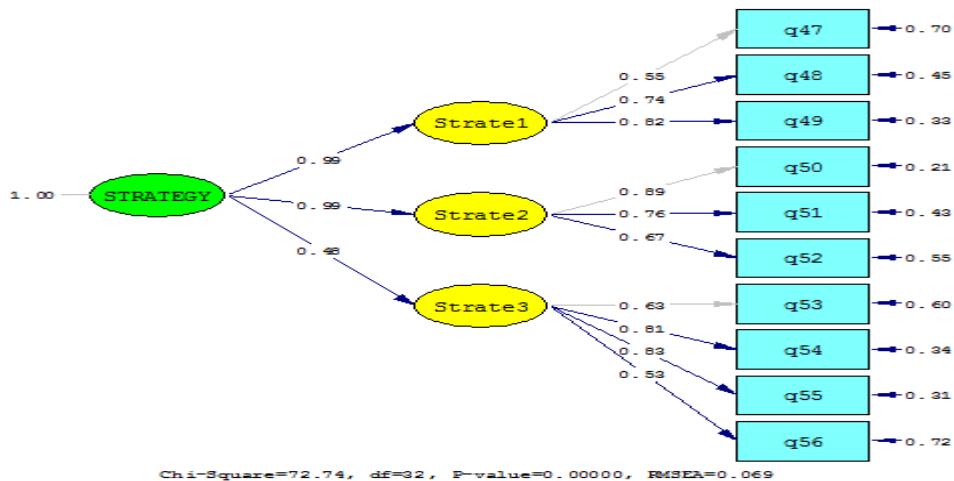
مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۹۱

بین عوامل مداخله‌گر با سه بعد آن (عوامل سیاسی، واگذاری امور به بخش غیر دولتی و تغییرات آب و هوایی) از مقدار ۰/۶ بیشتر است، ساختار عاملی مدل در حالت خیلی مطلوب قرار دارد.



نمودار ۹- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم عوامل مداخله‌گر در حالت عدد معناداری بعد از محاسبه بار عاملی استاندارد باید آزمون معناداری صورت گیرد. براساس نتایج مشاهده شده در نمودار ۹ بار عاملی آماره t عوامل مداخله‌گر با هر یک از سه بعد آن در سطح اطمینان ۵٪ مقداری بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است.

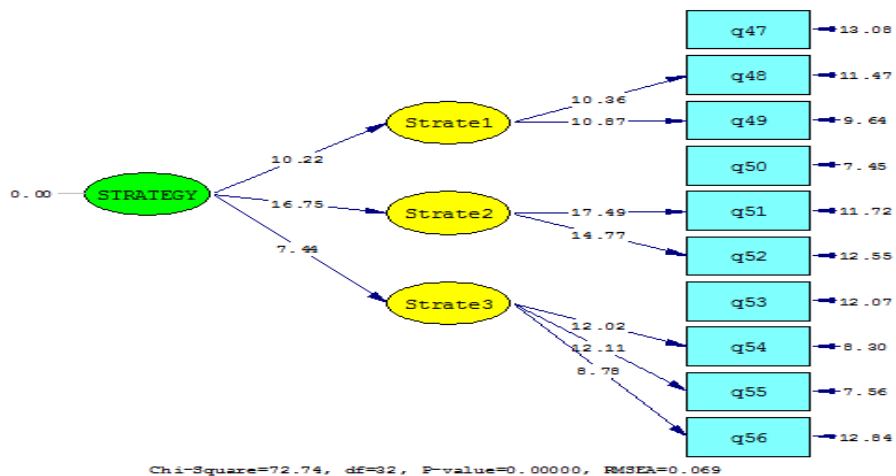
تحلیل عاملی تأییدی راهبردها



نمودار ۱۰- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم راهبردها در حالت تخمین استاندارد

۱۹۲ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

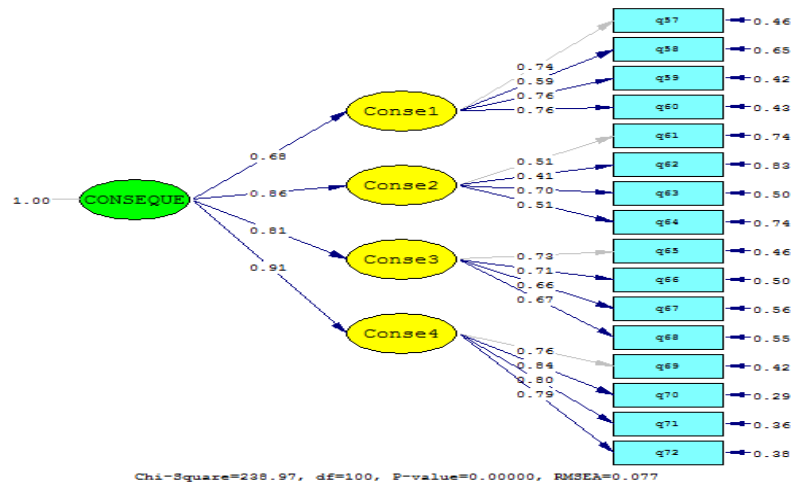
با توجه به نمودار ۱۰ رابطه بین ابعاد راهبردها با خود راهبردها در تمامی موارد بزرگتر از ۰/۳ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی این مدل قابل تأیید است. با توجه به اینکه بار عاملی بین راهبردها با سه بعد آن (همکاری با مراکز آموزشی و دانشگاهی، افزایش سرمایه‌گذاری‌های دولت و استفاده از ظرفیت ایام مذهبی) از مقدار ۰/۶ بیشتر است، ساختار عاملی مدل در حالت خیلی مطلوب قرار دارد.



نمودار ۱۱- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم راهبردها در حالت عدد معناداری

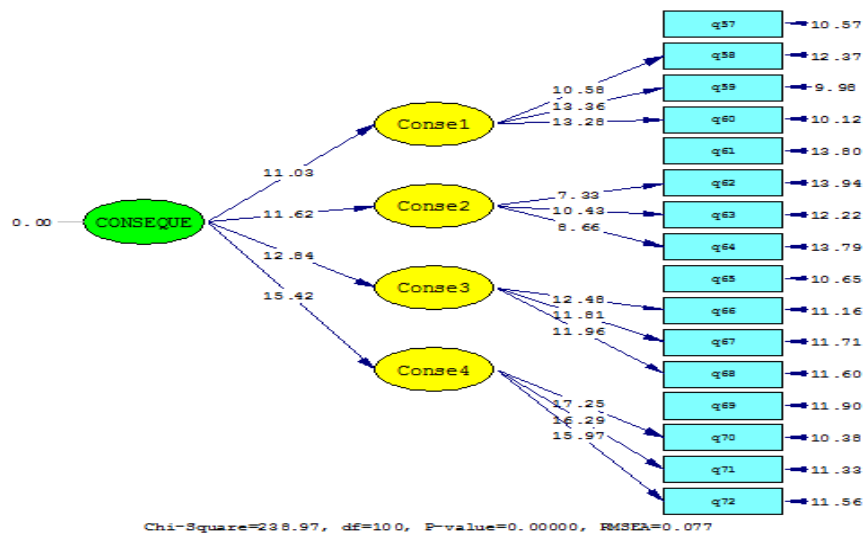
بعد از محاسبه بار عاملی استاندارد باید آزمون معناداری صورت گیرد. براساس نتایج مشاهده شده در نمودار ۱۱ بار عاملی آماره t متغیر راهبردها با هر یک از سه بعد آن در سطح اطمینان ۵٪ مقداری بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است.

تحلیل عاملی تأییدی پیامدها



نمودار ۱۲- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم پیامدها در حالت تخمین استاندارد

با توجه به نمودار ۱۲ رابطه بین ابعاد پیامدها با خود پیامدها در تمامی موارد بزرگتر از $0/3$ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی این مدل قابل تأیید است. با توجه به اینکه بار عاملی بین متغیر استراتژی قیمت‌گذاری با چهار بعد آن (درآمدزایی و ایجاد اشتغال، ماندگاری مردم در مرز و عدم مهاجرت، توسعه فرهنگی استان و تخریب محیط زیست راه‌ها و جنگل‌های استان) از مقدار $0/6$ بیشتر است، ساختار عاملی مدل در حالت خیلی مطلوب قرار دارد.



نمودار ۱۳- تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم پیامدها در حالت عدد معناداری

بعد از محاسبه بار عاملی استاندارد باید آزمون معناداری صورت گیرد. براساس نتایج مشاهده شده در نمودار ۱۳ بارعاملی آماره t پیامدها با هر یک از سه بعد آن در سطح اطمینان ۵٪ مقداری بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است. که مدل نهایی به دست آمده به صورت زیر بیان می‌شود:



شکل ۱۳ مدل نهایی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران

نتیجه گیری

نتایج حاصل از سوال اصلی پژوهش

سوال اصلی تحقیق حاضر این بود که مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران چگونه است که در راستای پاسخ به سوال اصلی پژوهش پس از شناسایی خبرگان و انجام مصاحبه نیمه ساختار یافته با آنان و تجزیه و تحلیل داده های کمی حاصل از پرسش‌نامه مدل گردشگری مذهبی که شامل شرایط علی، مقوله‌ها، عوامل مداخله‌گر، بسترها، راهبردها و پیامدها بود که مدل حاصله گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران به شرح شکل ۲ ارائه گردید.

نتایج حاصل از سوالات فرعی پژوهش

نتایج حاصل از سوال فرعی اول تحقیق

سوال فرعی اول تحقیق عبارت بود از: مقوله اصلی جذب گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران کدام هست؟

عوامل علی را می‌توان عوامل انگیزاننده بیان نمود و یا به عبارتی عوامل علی مجموعه شرایط و وقایعی هستند که به علل و چرایی جذب گردشگر مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌پردازد که به همین جهت و در راستای پاسخ دادن به سوال فرعی اول فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت که نتایج حاصل از آزمون‌های صورت گرفته بیانگر آن بود که با احتمال ۹۵ درصدی می‌توان ادعا نمود که اشتراکات دینی مذهبی و قومی، زیر ساخت‌های 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.

نتایج حاصل از سوال فرعی دوم تحقیق

سوال فرعی دوم تحقیق حال حاضر عبارت بود از: مقوله‌های اصلی جذب گردشگر مذهبی در مرز بین‌المللی مهران کدامند؟ که در جهت پاسخ دادن به سوال فرعی دوم تحقیق نسبت به تدوین فرضیه آماری اقدام و بعد از مورد آزمون قرار دادن فرضیه نتایج حاصل بیانگر آن بود که با احتمال ۹۵ درصدی می‌توان ادعا نمود که گردشگری و زیر شاخه‌های 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.

نتایج حاصل از سوال فرعی سوم تحقیق

سوال سوم فرعی تحقیق صورت گرفته عبارت بود از: بسترها (زمینه‌ها) ی جذب گردشگر مذهبی در مرز بین‌المللی مهران کدامند؟ که برای پاسخ دادن به سوال فرعی سوم فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت که نتایج حاصل از آزمون‌های صورت گرفته بیانگر آن بود که با احتمال ۹۵ درصدی

۱۹۶ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال دوازدهم، شماره سوم، بهار ۱۴۰۰

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.

نتایج حاصل از سوال فرعی چهارم تحقیق

سوال چهارم فرعی تحقیق عبارت بود از عوامل مداخله‌گر در جذب گردشگری مذهبی کدامند؟ برای پاسخ دادن به پرسش فرعی چهارم فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت که نتایج حاصل از آزمون‌های صورت گرفته بیانگر آن بود که با احتمال ۹۵ درصدی می‌توان ادعا نمود که عوامل سیاسی، واگذاری امور به بخش غیر دولتی و همچنین تغییرات آب و هوایی از جمله عوامل مداخله‌گر در جذب گردشگر مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد.

نتایج حاصل از سوال فرعی پنجم تحقیق

سوال فرعی پنجم تحقیق عبارت بود از اینکه راهبردهای لازم برای جذب گردشگر مذهبی در مرز بین‌المللی مهران کدامند؟ برای پاسخ دادن به سوال فرعی پنجم فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت که نتایج حاصل از آزمون‌های صورت گرفته بیانگر آن بود که 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 گردشگران مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد.

نتایج حاصل از سوال فرعی ششم تحقیق

سوال فرعی ششم این تحقیق عبارت بود از اینکه پیامدها و نتایج حاصل از جذب گردشگران مذهبی در مرز بین‌المللی مهران کدامند؟ برای پاسخ دادن به سوال فرعی ششم فرضیه آماری تدوین و مورد آزمون قرار گرفت که نتایج حاصل از آزمون‌های صورت گرفته بیانگر آن بود که 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 محیط زیست، راه و جنگل‌های استان از جمله نتایج و پیامدهای با اهمیت جذب گردشگران مذهبی در مرز بین‌المللی مهران می‌باشد.

پیشنهادها و توصیه‌های کاربردی و اجرایی

۱- تکمیل بزرگراه اربعین و تقویت زیر ساخت‌های استان

۲- احداث فرودگاه در شهرستان مهران

۳- ایجاد هتل‌ها و امکان مناسب جهت اسکان گردشگران

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۹۷

۴-افزایش سرمایه‌گذاری‌های دولت

۵-انجام تبلیغات مناسب

۶-استفاده بیشتر از ظرفیت عظیم اربعین

۷-ایجاد بازارچه و نمایشگاه دائمی و موقت صنایع دستی و تولیدات محلی و بومی

۸-ایجاد امنیت پایدار

۹-توجه بیشتر به بخش غیر دولتی

محدودیت‌های تحقیق

در اجرای تحقیق حال حاضر پژوهشگر با محدودیت‌هایی روبرو بود که به اختصار به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌گردد:

۱-یکی از مهمترین محدودیت‌ها و مشکلات مربوط به موضوع گردآوری داده‌ها و انجام مصاحبه با خبرگان بود به نحوی که انجام مصاحبه با خبرگان حدود چند ماه زمان بر بود، تعیین وقت مصاحبه با توجه به شرایط کاری و شغلی مصاحبه‌شوندگان به سختی انجام می‌گرفت.

۲-در بسیاری از موارد قانع و راضی نمودن مصاحبه‌شوندگان به ضبط صدای آنان برای یادداشت برداری و پیاده‌سازی مصاحبه صورت گرفته به سختی امکان‌پذیر بود.

۳-حضور در مرز بین‌المللی مهران جهت توزیع پرسش‌نامه بین نمونه آماری با توجه به شرایط اقلیمی موجود در مرز مهران مشکلات خاص خود را به همراه داشت.

منابع

- یاوری، حسین؛ خوشنویس، مریم؛ غلامی، الهام (۱۳۹۱). اقتصاد گردشگری، تهران: انتشارات آذر.
- معاون، زهرا؛ موحد، مجید؛ طبیعی، منصور (۱۳۹۶). درک گردشگران مذهبی از زیارت ذر بقاع متبرکه شهر شیراز، مطالعه مردم نگارانه، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم شماره ۹۸، ۲۲۲.
- ذیلابی، حمید؛ فاطمه داودزاده و سعید شالوغفاری، ۱۳۹۸، ویژگی های موثر درمبانی نظری موزه فرهنگ و مردم شناسی، دومین همایش تدبیر معماری، شهرسازی، عمران و جغرافیا در توسعه پایدار، مشهد، شرکت به اندیش آوران تدبیر قهستان.
- پور اصغر، فرزاد؛ ویسی، رضا (۱۳۹۰). آمایش سرزمین مبنایی برای توسعه ی صنعت گردشگری پایدار، فصلنامه مدرس علوم انسانی، سال چهارم، شماره ۱۴۰ صص ۲۰۰-۱۸۶.
- زمانی، فرید و فرهاد حمزه، ۱۳۹۸، امکان سنجی زیرساختهای ارتباطی و گردشگری استان اصفهان به منظور توسعه گردشگری الکترونیکی، پنجمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری، تهران، موسسه آموزشی عالی مهر ارونند و مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار.
- همایون، محمد هادی (۱۳۹۱). جهانگردی: ارتباطی میان فرهنگی: مطالعه تطبیقی الگوی غربی معاصر و الگوی اسلامی: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، تهران؛ چاپ دوم.
- پارسائیان، علی؛ اعرابی، سید محمد (۱۳۸۲). جهانگردی در چشم انداز جامع، ناشر: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- یعقوب زاده (۱۳۸۸). گردشگری فرهنگی و ارایه راهکارها، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک و دانشگاه آزاد، جلد اول، چاپ اول
- مهدی آبادی، شکوفه (۱۳۸۴). ارزیابی طرح نهایی توسعه ی توریسم سایت تاریخی - طبیعی بیستون و ارایه راهکارهای آن، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه آزاد واحد ملایر.
- ارمغان، س (۱۳۸۶). توریسم و نقش آن در جغرافیا، اسلام شهر: انتشارات دانشگاه آزاد شهرستان اسلام شهر.
- نوبخت، محمد باقر (۱۳۸۷). توسعه ی صنعت گردشگری در ایران، موانع و راهکارها، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، جلد اول، چاپ اول.
- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۷). مبانی توریسم و اکو توریسم پایدار، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی تهران..

مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها □ ۱۹۹

- کریمی علویجه، محمدرضا؛ احمدی، محمد مهدی؛ نظری، مهسا (۱۳۹۵) بررسی اثرات ارزش‌های سنتی و ارزش‌های اسلامی بر رضایت و وفاداری گردشگران خارجی شهر قم، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم، شماره ۳۲.
- محمدی یگانه، بهروز؛ چراغی، مهدی؛ ولایی، محمد (۱۳۹۲). نقش گردشگری مذهبی در توسعه‌ی روستایی با تاکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی؛ مطالعه موردی: روستای قپیچاق شهرستان میاندوآب، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال سیزدهم، شماره ۳۰.
- حیدری چیانه، رحیم (۱۳۸۹). مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، انتشارات سمت.
- وسوی، سیدنجف؛ سلطانی، ناصر؛ کشکولی؛ علی باقر (۱۳۹۳). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۶، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۳، صص ۸۴۱-۸۲۵.
- موسوی، میرنجف؛ سلطانی، ناصر (۱۳۹۳). تحلیلی بر نقش گردشگری مذهبی در توسعه‌ی شهری (مطالعه‌ی موردی: امام زاده جعفر (ع) شهرستان یزد) مجله پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال پنجم، شماره هیجدهم، پاییز ۱۳۹۳.
- محقق داماد، سید مصطفی (۱۳۹۵). گردشگری و معنویت، اولین کنفرانس گردشگری و معنویت، دانشگاه علم و فرهنگ تهران.
- شفیعا، سعید؛ فیروزی، غزال؛ غلامی، فاطمه زهرا (۱۳۹۶). گردشگری مذهبی، گردشگری معنوی یا گردشگری معنویت، بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌های از طریق تحلیل محتوا، دهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت اقتصاد.
- شفیعا، سعید؛ صباغ‌پور آذریان، مهدیه (۱۳۹۵). تبیین مفهوم معنویت در گردشگری با استفاده از تحلیل محتوا، فصلنامه مدیریت گردشگری، سال یازدهم، شماره ۳۵.
- سقایی، مهدی (۱۳۹۳). تحلیل استراتژیک عرصه‌های خدمات رفاهی گردشگری مذهبی در کلان‌شهر مشهد مقدس با تاکید بر کیفیت منسجم گردشگری مذهبی، ششمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری، مشهد.
- Olsen, D.H. & Timothy, D.J. (2006). *Tourism Religion and Spiritual Journeys*, NY: Routledge.
- Rahman, M.K. (2014). *Motivating factors of Islamic Tourism, s Destination Loyalty: An Empirical Investigation in Malaysia*. *Journal of Tourism and Hospitality Management*. 63-77.
- Bujdoso, Z., Lorant, D., Anett T., Gyongyi K., Veronika, M. M. Gulmirau., Peter K. and Maria V. (2015). *Basis of beritagization and cultural tourism development* *journal of procedia-social and Behaviorral Scicences*, vol. 188 pp. 307-315.
- Abdi Hevelayi. A; Safarian Hamedani. S; Yusefi Saeed Abadi. R; Taghipour. M. " Predicting Entrepreneurial Marketing through Strategic

- Planning (Including Case Study)". Educational Administration Research Quarterly. 2019, 10(2):127-142.
- Abdollahzadeh.N; Taghipour.M. " Identify and Priorize Suitable Area for Ecotourism Development using Multi-criteria Analysis for Development of the Tourism Market in Iran (Nathanz City)". International Journal of Innovative Research in Science,Engineering and Technology (IJIRSET),2015, Vol. 4, No. 11, pp. 11525-11536.
 - Ghadamzan Jalali. A; Habibi Machiani. H; Taghipour. M; Fathi Vajargah. K; Moshtaghi. S. "Explain the Relationship Between Intellectual Capital, Organizational Learning and Employee Performance of Parsian Bank Branches in Gilan province. Educational Administration Research Quarterly, 2020, Vol. 10, Issue 2, pp.127-142.
 - Mirzaie.F; Nazari.A; Zargham Boroujeni.H; Taghipour.M. " The Relationship Between Social Bearing Capacities with Conflict as a Result, in the Perception of the Visiting Historical Sites". Journal of Investment and Management, 2015, Vol. 4, No. 6, pp. 403-408.
 - Taghvaei yazdi. M; Taghipour.M; Abdi.J; Habibi Machiyani. A. "The Impact of Intellectual Capital on Organizational Entrepreneurship (Case Study: Mazandaran Science and Technology Park) ". Journal of Modern Thoughts in Education, 2020, Vol. 15, Issue 3, pp.44-58.
 - Olsen,D.H., (2008),Contesting Identity,space and sacred site management at Tempet square in salt lake city,Utah,a thesis presented to the university of waterloo,Ontario,Canada.
 - Rahman,m.k. (2014).motivating factors of Islamic tourist Destination Loyalty:An Empirical Investigation in malaysia. journal of Tourism and Hospitality management,63-77.
 - Olsen,D.H, (2008).Contesting Identity,Space and sacred site management at temple square in salt city,Utah,athesis presented to the university of waterloo,Ontario,Canada.
 - Egresi,I.,Bayram,B.,Kara,F and Kesik,A. (2012).Unlocking the potential of religious tourism in Turkey,Geo journal of tourism and Geo site,1(1):65-80.