



مسعود تقوایی<sup>۱</sup>  
سیدعلی موسوی<sup>۲</sup>  
یونس غلامی بيمرغ<sup>۳</sup>

## تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهرستان نور آباد ممسنی)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۹/۲ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۸/۱۲/۱

### چکیده

امروز به دلیل اثرات چشم‌گیری که فعالیت‌های گردشگری در اقتصاد مناطق پذیرنده گردشگران بر جای می‌گذارد، توجه فراوانی به این زمینه از فعالیت معطوف می‌گردد. شهرستان ممسنی با وجود قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان همچنان برای گردشگران ناآشناست، لذا شناخت جاذبه‌های گردشگری این شهرستان و برنامه‌ریزی متناسب با شرایط

E- mail: m.taghvaei@ltr.ui.ac.ir

- ۱- عضو هیات علمی گروه جغرافیای دانشگاه اصفهان.
- ۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا دانشگاه اصفهان.
- ۳- دانشجوی دکترای جغرافیا دانشگاه اصفهان.

اجتماعی و فرهنگی شهرستان ضروری به نظر می‌رسد. هدف از نگارش این مقاله «تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی شهرستان ممسنی» است. روش تحقیق در این پژوهش از نوع (تحلیلی، توصیفی و پیمایشی) است. جامعه آماری در این تحقیق را کل گردشگران مکان‌های مذهبی شهرستان نورآباد ممسنی تشکیل می‌دهد که تعداد آنها در سال ۱۳۸۶ بر اساس اطلاعات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان ممسنی ۴۰۰۰۰ نفر برآورده گردید که از این تعداد بالغ بر ۳۸۰ نفر را به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند و از طریق پرسشنامه در سال ۱۳۸۷ طراحی و اجرا شده است. برای نشان دادن پراکنش فضایی اماکن مذهبی شهرستان از نرم افزار ArcGIS استفاده شده است، همچنین تکنیک‌های مورد استفاده در این تحقیق، می‌توان از x2 (کی دو یا کای اسکور)، همبستگی اسپیرمن و کندال نام برد.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در جهان امروز و نقش مکان‌های مذهبی در جذب گردشگران و تاثیر آن بر توسعه مناطق مختلف که یک نمونه از آن شهرستان ممسنی در استان فارس است که دارای امامزاده‌های بسیاری می‌باشد که با نگاه مدیریتی به این منطقه و برنامه‌ریزی صحیح برای این خطه از کشورمان، شاهد احیای مکان این امامزاده‌ها و محیط پیرامون آن می‌باشیم و در نهایت محیطی مناسب جهت جذب گردشگران مذهبی و رفع بخشی از مسایل شهرستان نورآباد ممسنی باشیم.

**کلید واژه‌ها:** گردشگری مذهبی، قابلیت‌های توسعه گردشگری، نورآباد ممسنی، پراکنش فضایی.

#### مقدمه

#### طرح مساله

امروزه صنعت جهانگردی در بسیاری از کشورها نمودی از هویت فرهنگی یک کشور و یکی از منابع مهم کسب ارز است. توسعه صنعت توریسم برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است (صباغ کرمانی و امیریان، ۱۳۷۹: ۵۸). گردشگری و گذران اوقات فراغت به شیوه‌ای جدید، پدیده‌ای پیامدی و همزمان جزو جدایی‌ناپذیر جامعه‌ی صنعتی و حلقه‌ای مهم در باز تولید آن است (مؤمنی، ۱۳۸۴: ۱۵). گردشگری مذهبی یکی از

قدیم‌ترین گردشگری‌های گذشته و در حال حاضر در سراسر جهان است (مؤمنی و دیگران، ۱۳۷۸: ۴) ابرگرفته از (Ajit, 2004: 2). لذا جاذبه‌های گردشگری کشور ما بسیار گرانبهاست. آثار باستانی، اماکن دینی و مقدسه، منابع طبیعی، صنایع دستی، آب‌های معدنی و درمانی، غارها، صید و شکار، کویرنوردی و دریانوردی، جاذبه‌های معنوی و ادبی و هنرهای نمایشی، تجسمی، موزه‌ها، بازی‌های محلی و هنرهای بومی، موسیقی‌های محلی، تنها گوشه‌ای از جذابیت‌های گردشگری کشور ماست (لطفی خواجویی، ۱۳۸۴: ۱۰۱) یکی از این جاذبه‌ها، جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس است که هر ساله تعداد زیادی از جهانگردان را به سوی خود جذب می‌کنند (رضوانی، ۱۳۸۵: ۱۹).

با رواج اسلام در ایران و گسترش مذهب شیعه در قرون اولیه اسلامی، شهرها و روستاهای ایران تبدیل به مراکزی برای زندگی و پس از مرگ امامزاده‌ها، مقبره‌هایشان به محلی برای زیارت مشتاقان تبدیل شده که یکی از جنبه‌های مهم گذران اوقات فراغت در زندگی مردم به حساب می‌آید (منصوری، ۱۳۸۳: ۶۳). جاذبه‌های اماکن مذهبی ایران که گره خوردگی تعالیم مذهبی با اندیشه و هنر و زندگی ایرانی را به نمایش می‌گذارد، هنوز جزو اولین اولویت‌های گردشگران خارجی برای سفر به ایران است (<http://aftab.ir>). بنابراین گردشگری مذهبی در ایران با وجود ۸ هزار و ۹۱۹ مکان مذهبی مقدس، هنوز فاقد ساماندهی تخصصی و متمرکز بوده و این وضعیت نابسامان حتی در شهرهای مهمی چون مشهد و قم نیز مشاهده می‌شود و این در حالی است که از این تعداد، دست‌کم ۴ هزار و ۳۱۹ اثر در زمره آثار ثبت شده در فهرست میراث ملی نیز قرار دارند و علاوه بر داشتن جاذبه زیارتی، دارای جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی هم هستند (<http://kheimhnews.com>). اما نباید فراموش کنیم ملت‌هایی که فقط به گذشته تاریخی خود افتخار می‌کنند و کوشش برای ادامه بهروزی و پیروزی عهد باستان نمی‌کنند، نتیجه‌ای جز رکود و انحطاط، پیش‌رو نخواهند داشت (شکوئی، ۱۳۵۴: ۵). بنابراین باید همگام با کشورهای توسعه یافته، قدم‌های بلند و رو به ترقی را برداشت تا شاهد پیشرفت همه جانبه کشور بود. شکی نیست که جاذبه‌ها، اصلی‌ترین هدف در گردشگری است، چرا که بدون جاذبه، جلب و جذب گردشگر به مقصدها، ضعف و متاقبا حمل نقل، امکانات استراحت، خدمات، ارائه غذا و توزیع سایر خدمات کاهش می‌یابد و به این ترتیب شناخت و

شناساندن جاذبه‌ها در ظهور و رونق گردشگری با اهمیت تلقی می‌شود (قره‌نژاد، ۱۳۸۶:۱۰۶).

در واقع گردشگران مذهبی، گردشگرانی فرهنگی هستند که برای زیارت اماکن، آثار، یادمان‌های مذهبی، انجام اعمال مذهبی و دینی، ترویج و آموزش و گذران اوقات فراغت در مکان‌ها و مراکز مذهبی جهان سفر می‌کنند (<http://www.talasal.com>). با این وجود امروز گردشگری مذهبی با همه‌ی اجزاء و گونه‌های مختلف آن، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص توانسته خود را در متن گردشگران جهانی جای دهد، به طوری که حوزه نفوذ آن سراسر جهان را فرا گرفته است (مؤمنی و دیگران، ۱۳۷۸:۱۵ برگرفته از: Nola, 1989:11/Satos, 2004:8).

با توجه به توانمندی کشور ایران در داشتن جاذبه‌های گردشگری و تنوع اقلیمی کم نظیر در دنیا و جایگاه با ارزش صنعت توریسم در جهان، که با اختصاص نزدیک به ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۱۴ درصد از نیروی کار جهانی و ۷/۱ درصد درآمدهای جهانی یکی از بنیانی‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان محسوب می‌شود (تولایی، ۱۳۸۶:۵۹ برگرفته از: WTO, 1997). بنابراین شهرستان ممسنی با وجود قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان همچنان برای گردشگران ناآشناست، این شهرستان با دارا بودن جاذبه‌های فراوان و ده‌ها جاذبه فرهنگی، تاریخی، مذهبی و قدمت تاریخی زیاد آن، که با این همه پتانسیل‌های گردشگری این سؤال مطرح می‌شود که چه عامل یا عواملی باعث شده که این شهرستان با این مواهب گوناگون صنعت گردشگری که تبدیل به یکی از بخش‌های اقتصادی و پردرآمد جهان شده است، بی‌بهره بماند؟ و از چه روشی می‌توان این صنعت نوپا و سودآور را در شهرستان توسعه داد؟ برای رسیدن به پاسخ این سؤالات فوق شناخت جاذبه‌های گردشگری شهرستان، امکانات، کاستی‌ها، انتظارات گردشگران و برنامه‌ریزی متناسب با شرایط اجتماعی و فرهنگی شهرستان ضرورت دارد. متأسفانه تحقیقات اندکی در زمینه نقش توریسم در توسعه نواحی مختلف کشور انجام شده است. در این میان شهرستان ممسنی در بحث گردشگری زمینه‌ی زیادی برای تحقیق و پژوهش دارد که یک نمونه از این جاذبه‌ها این شهرستان جاذبه‌های مذهبی است که در زمینه جذب گردشگر بسیار مؤثر می‌باشد. لذا توجه دولت و ترتیبات لازم جهت تجهیز این اماکن به امکانات لازم و تبلیغات مناسب، شاهد جذب گردشگران به منطقه و از بین رفتن مشکلات موجود در شهرستان ممسنی خواهیم بود.

### ضرورت و اهمیت تحقیق

کشور ایران با توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌های فراوان خویش که از لحاظ منابع گردشگری (جاذبه‌ها) تاریخی- فرهنگی جزو ده کشور اول جهان و از نظر تنوع جغرافیای طبیعی گردشگری جزو ۵ کشور اول جهان می باشد (UNWTO, 2000: 11). توریسم از مهم‌ترین فعالیت‌های انسانی معاصر است که همراه با به وجود آوردن تغییرات شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، منش و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می سازد (محلای، ۱۳۸۰: ۱۳). بنابراین توریسم هم مانند یک علم و صنعت برای رشد و پیشرفت خود نیاز به پژوهش دارد و نخستین گام برای ارتقاء صنعت توریسم شناخت جاذبه‌های توریستی است (رهنمایی، ۱۳۶۹: ۵). صنعت گردشگری آنچنان در توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نامیده‌اند (رضوانی، ۱۳۷۴: ۸).

گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه‌های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل است، دارای اهمیت فراوان است و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده که توسعه آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن ناحیه شده است.

بنابراین پژوهشگران سعی دارند تا از طریق شناسایی پتانسیل‌ها و جاذبه‌های مذهبی، با ارائه راهکارهایی جهت بهره برداری منطقی و بهینه و نگهداری و بررسی مشکلات این پتانسیل‌ها، ضمن ارتقاء صنعت گردشگری مذهبی، تاثیر آن در توسعه شهرستان ممسنی جهت رفع محرومیت‌های این منطقه را مورد بررسی قرار دهند.

### پیشینه‌ی تحقیق

سیر و سفر و گردشگری پیشینه تاریخی وسیعی دارد، اما مقوله گردشگری موضوعی است که امروز بویژه در قرن حاضر توجه صاحب‌نظران و برنامه‌ریزان را به خود معطوف داشته و به تدریج به مرحله فنی، اقتصادی و اجتماعی کنونی خود رسیده است.

از جمله مطالعاتی که در زمینه گردشگری و برنامه‌ریزی گردشگری صورت گرفته عبارتند از: منصور، (۱۳۷۶) با تحلیل جغرافیایی جاذبه‌های توریستی شهرستان کازرون به شناخت انواع و تعداد جاذبه‌های توریستی شهرستان پرداخته و به آن اهمیت ویژه داده و چنین نتیجه گرفته که عمده‌ترین مانع توسعه توریسم در این منطقه عدم برنامه‌ریزی است.

دیناری، (۱۳۸۵) به بررسی جایگاه گردشگری در دین اسلام پرداخته و به این نتیجه رسیده که یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های گردشگری در جهان، مسافرت‌های مذهبی و زیارتی است. در جغرافیای گردشگری، مکان‌های مذهبی همواره به عنوان قطب جاذبه گردشگری شناخته می‌شوند، بویژه اگر آن ناحیه جغرافیایی از چشم‌اندازهای طبیعی و زیبا برخوردار گردد، می‌تواند جاذبه‌ی بیشتری را برای گردشگران ایجاد نماید.

منشی‌زاده، و مرادی، (۱۳۸۶) به بررسی تاثیر گردشگران مذهبی بر روی فضاهای کالبدی شهر مشهد پرداخته و به این نتیجه رسیده که با گسترش و رشد بالای زائران به اطراف حرم این بافت به دلیل قدیمی بودن آسیب‌های زیادی دیده و تبدیل به خرابه‌هایی شده که مشکلات فراوانی را برای زائران به وجود آورده است.

کاویان‌فر، (۱۳۸۶) به گردشگری در فرانسه و جهان پرداخته و به این نتیجه رسیده که این نوع گردشگر در فرانسه در حال افزایش می‌باشد و علاقه‌ی مردم به خاطر دیدن از این مکان‌ها به دین بیشتر شده است.

خسروی، (۱۳۸۶) به تحلیل بایدها و نبایدها، با بررسی ظرفیت‌ها و مشکلات گردشگری شهر پرداخته و نتیجه گرفته که صنعت گردشگری امروزه مهم است و شهرهای ایران خصوصاً قم نیازمند برنامه‌ریزی برای گردشگری می‌باشد.

مهدیزاده، (۱۳۸۶) به بررسی صنعت گردشگری در ایران پرداخته و راهکارهایی مانند گسترش فعالیت‌های شهرداری و دیگر سازمان‌ها را ارائه کرده است

زنگی‌آبادی و همکاران (۱۳۸۶) در شناخت پتانسیل‌های گردشگری بخش باغباداران و برنامه‌ریزی توسعه آن به بررسی و شناخت محرومیت‌های این منطقه پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که برای رسیدن به یک گردشگری مناسب باید به فعالیت‌هایی همچون ساماندهی شبکه‌های ارتباطی، دادن خدمات و تأسیساتی مانند هتل در منطقه بپردازند.

مؤمنی، و همکاران (۱۳۸۷) در تحلیل ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان‌شهر مشهد به بررسی کارکردها و ساختارهای شئون زندگی معنوی (اجتماعی و فرهنگی) و مادی (اقتصادی و فضای) پرداخته و این شهر از همین سرشت مذهبی- فرهنگی دانسته و به این نتیجه رسیده که این شهر افزون بر بهره‌مندی از اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی/ فرهنگی گردشگری مذهبی- فرهنگی، گرفتار ناپایداری‌های مختلف زیست محیطی، اجتماعی و فرهنگی از جمله

اسکان غیر رسمی است. عمده‌ی این ناپایداری‌ها از جمعیت فزاینده و گسستگی مدیریت گردشگری، یعنی عدم مدیریت یکپارچه‌ی آستان قدس رضوی با سایر دستگاه‌های دولتی و غیر دولتی که بخشی از مدیریت گردشگری شهر و منطقه را عهده دارند، سرچشمه می‌گیرد. بنابراین شایسته است، نهادی فراست متشکل از کنشگران فوق تشکیل شود تا برای برقراری ارتباط سازمند اجزاء و کارکردهای گردشگری مذهبی / فرهنگی به نفع تقویت و کارایی بیشتر در راستای توسعه پایدار شهر و منطقه که جای از کارکرد گردشگری نیست، تلاش و فعالیت نماید.

پژوهشگران سعی در شناساندن قابلیت‌ها، پتانسیل‌ها و ضعف‌های توریسم مذهبی شهرستان ممسنی و ارائه راه‌کارهایی برای بهتر شدن این مکان‌ها جهت زیارت این اماکن توسط مردم و نقش آن در توسعه این شهرستان را دنبال می‌کنند، از جمله این مکان‌های می‌توان از امامزاده پیر شمس، درب آهنی، محمد محمود و ... نام برد.

### اهداف پژوهش

اهداف این پژوهش عبارت‌اند از:

- بررسی و شناخت مکان‌های مذهبی شهرستان نورآباد ممسنی؛
- شناخت ویژگی‌های گردشگران ورودی به مکان‌های مذهبی شهرستان ممسنی؛
- بررسی رضایت گردشگران از امکانات و تجهیزات مکان‌های مذهبی شهرستان ممسنی؛
- ارائه پیشنهادها و راهکارهایی برای استفاده بهتر شدن این مکان‌ها جهت جذب گردشگران؛

### فرضیات پژوهش

فرضیه‌های پژوهش عبارت‌اند از:

- چه عوامل و زمینه‌هایی می‌توانند نقش مهمی در میزان ورود گردشگران به اماکن مذهبی ممسنی داشته باشد؟
- ضعف چه تجهیزات و تاسیسات زیربنایی عامل عدم رشد و توسعه‌ی صنعت گردشگری مکان‌های مذهبی شهرستان ممسنی است؟
- آیا با افزایش تعداد گردشگران در مکان‌های مذهبی، اثرات زیست محیطی نیز افزایش می‌یابد؟

- به نظر می رسد بین مشارکت مردمی و حفظ این مکان‌های مذهبی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

### روش تحقیق

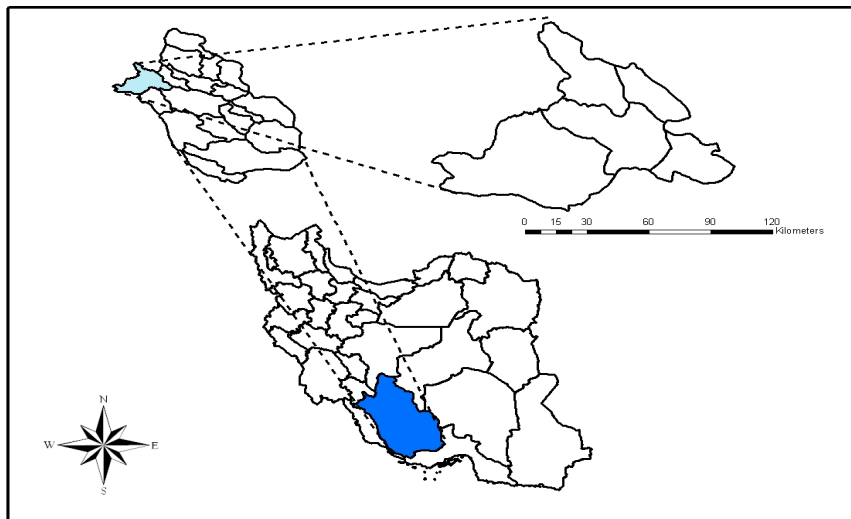
در این تحقیق با توجه به هدف تحقیق (تحلیلی برگردشگری مذهبی به منظور برنامه‌ریزی و توسعه شهرستان ممسنی) از روش (تحلیلی، توصیفی و پیمایشی) استفاده شده است. با توجه به تعداد و پراکنش این مکان‌ها ما پرسشنامه خود را در ۱۵ امامزاده در بین گردشگران تقسیم و جمع‌آوری کردیم. لذا بر اساس آمار اداره میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان ممسنی در سال ۱۳۸۶، بیش از ۴۰ هزار نفر از این مکان‌ها در شهرستان دیدن کردند، در این تحقیق برای بررسی توزیع فضایی مناطق مذهبی شهرستان از نرم افزار ArcGIS استفاده شده، و همچنین با توجه به حجم جامعه و واریانس محاسبه شده برخی از متغیرها در مرحله‌ی پیش آزمون، از فرمول کوکران برای برآورد حجم نمونه استفاده شد. حجم نمونه در این پژوهش با سطح اطمینان ۹۵ درصد و احتمال خطای ۵ درصد محاسبه شده، به ۳۸۰ پرسشنامه نیاز داشت.

$$N = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} =$$

### قلمرو پژوهش

قلمرو این پژوهش را شهرستان ممسنی تشکیل می دهد. این شهرستان از شمال و شمال غربی به استان کهگیلویه و بویراحمد، از شمال شرقی به شهرستان سپیدان از مشرق به شهرستان شیراز و از طرف مغرب به شهرستان دو گنبدان (گجساران) و رودخانه زهره و از طرف جنوب و جنوب غربی به شهرستان کازرون، برازجان و بندر گناوه محدوده می شود (برنامه و بودجه، ۱۳۷۸:۱). مساحت تقریبی شهرستان ممسنی معادل پانزده هزار کیلومتر مربع بوده و در شمال غربی استان فارس واقع گردیده است و دارای آب و هوایی معتدل می باشد (خرمایی، ۱۳۸۶:۷۲). این شهرستان در عرض شمال ۳۳ و ۲۹ تا ۲ و ۳۱ درجه گسترده شده است. طول شرقی آن بین ۵۷ و ۵۰ تا ۷ و ۵۲ درجه می باشد. مرکز شهرستان نورآباد ممسنی با طول جغرافیایی ۳۰-۵۱ شرقی و عرض ۳۰-۵ شمالی قرار گرفته است (هرمزی، ۱۳۸۳:۹). این شهرستان از پنج بخش، رستم، مرکزی، دشمن زیاری، ماهورمیلاتی و جاوید تقسیم شده است.





نقشه ۱: موقعیت فضایی استقرار شهرستان نورآباد ممسنی در استان فارس و کشور ایران  
 ماخذ: استانداری فارس، ۱۳۸۷

### مبانی نظری

گردشگری تأثیر فراوانی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشورها می‌گذارد. گردشگری اشتغال ایجاد می‌کند، سرمایه‌های اقتصادی را به جریان می‌اندازد، به دنبال افزایش تقاضا برای سفر به داخل کشور امنیت داخلی را افزایش می‌دهد و به مشروعیت سیاسی در سطح بین‌المللی می‌انجامد و امروز سفر نه اسباب تفریح و سرگرمی که به تدریج به ابزار شناخت و آگاهی زندگی مردمان، تفاهم با دیگران، و فراتر از آن به شناخت جهان پیرامون، حقایق آن و غنای بینش و نگرش آدمیان به مفاهیم زندگی‌شان تبدیل شده است (شجایی و نوری، ۱۳۸۶: ۶۴). زیارت و گردشگری مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادات دینی - مذهبی دارد، به مفهوم تخصصی خود فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت، عامل مهم جغرافیای انسانی در شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی است. در این میان گردشگران مذهبی با دو گروه مواجه هستیم: یکی زائران، کسانی که انگیزه‌ی آنها از مسافرت، فقط انجام امور مذهبی است و زمان و مدت اقامت آنها، تابع اوقات فراغت نیست و دیگری گردشگران مذهبی که ضمن انجام زیارت و شرکت در مراسم مذهبی از مکان‌های دیگر

گردشگری (اعم از مذهبی و غیر زیارتی) نیز دیدن می کنند و یا به عبارتی دیگر، اهداف مسافرت آنها چند منظوره با اولویت زیارت است (مؤمنی و همکاران، ۱۳۷۸:۱۴).

قدمت این گردشگری به فرهنگ دینی می رسد. اگر نگاهی به تاریخ گذشته در زمینه سفرها و گردش های مذهبی داشته باشیم، به گردش های مذهبی چون مراسم مقدس یونانیان باستان در معابد آپولو و ...، سفرهای مصریان برای دیدار از فراعنه و ... (دورانت، ۱۳۷۷:۲۰۵)، ایرانیان باستان به معبد آناهیتا در کنگاور و ... (مؤمنی و دیگران، ۱۳۷۸:۱۴) برگرفته از کریستین سن، ۱۳۶۹:۲۳۲) و نظایر آن بر می خوریم که هر یک به گونه ای، قدمت و رواج این شکل از گردشگری را در میان ملل مختلف نشان می دهند.

گردشگری و مسافرت های زیارتی (چه در اسلام و چه در غیر اسلام) یکی از انواع گسترده گردشگری است که خود تحت تأثیر تقویم و ضوابط و قوانین شرعی است. قوانین و ضوابط شرعی نقش اساسی در اقتصاد و فرهنگ گردشگری دارد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶:۱۵). از جنبه دینی باید گفت که در دین اسلام، مانند ادیان دیگر، بر اهمیت سیر و سیاحت تأکید ویژه ای شده است. شاید قرآن مجید نخستین کتابی باشد که اهمیت سیر و سیاحت و گردشگری را به وضوح و تفصیل به مردم نشان داده و از آنها خواسته تا در زمین بنگرند و در آثار بر جای مانده از گذشته بیان داشتند و از سیر گذشته شان پند بگیرند. در مجموع، سیزده آیه شریفه قرآن درباره سیر و سیاحت و زمین گردی و جهان گردی است (کاظمی، ۱۳۸۵:۷). در همه ادیان، بخصوص اسلام، یک سری وظایف و مسایل اخلاقی برای مسافر معین شده که رعایت آنها از نظر شرعی لازم است (رحیم پور و سید موسوی، ۱۳۷۹: ۵۹-۵۶) حتی در کتب ادعیه و احادیث و کتاب های اخلاقی، ابوابی به این موضوع اختصاص یافته که در آنها روایاتی در آداب سیر و سفر، از لحظه بیرون آمدن از خانه تا بازگشت به وطن آمده است (دوانی، ۱۳۷۶:۷۳).

بنابراین در قرآن مجید که کتاب آسمانی دین اسلام است، به سیر و سیاحت در زمین بسیار سفارش شده است. این تأکید بنا به اهمیتی است که در سیر و سفر نهفته است و بهره های گوناگونی از آن حاصل می شود. قرآن کریم سیر و سیاحت در زمین را مایه رشد نیروی تفکر و تعقل انسان می شمرد. خداوند در قرآن کریم می فرماید:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَّلْنَا خَلْقَ بَدَلِ الْخَلْقِ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ (بگو در زمین سیر کنید و ببینید که خدا چگونه خلق را ایجاد کرد سپس نشانه آخرت را ایجاد خواهد کرد). در سخنان معصومین علیهم السلام به فوائد گوناگون مسافرت اشاره شده است. از جمله این فوائد تحصیل سلامتی جسم و روح، دانش‌اندوزی و کسب علم، آشنایی با بزرگان و آداب و اخلاق اجتماعی سایر ملت‌ها، پندگیری و عبرت آموزی از بین رفتن غم‌ها و رنج‌ها، تأمین معیشت و کسب شغل، تفکر در نعمت‌های الهی، تفریح سالم و نشاط بدن (بیرانوند، ۱۳۷۸: ۳۷) را می‌توان نام برد.

حضرت علی (ع) می‌فرماید: از بین رفتن غم و اندوه، افزایش در آمد، به دست آوردن دانش و آداب اجتماعی و پیوند دل‌ها از جمله نتایج حرکات توریستی است (ساسان، ۱۳۶۴: ۷۰). از امام صادق (ع) نقل شده که در کتاب حکمت آل‌داوود آمده است: انسان عاقل جز با یکی از اهداف سه‌گانه زیر سفر نمی‌کند؛ ۱- توشه‌گیری برای آخرت ۲- بازسازی معاش و اقتصاد زندگی ۳- دستیابی به لذت‌های مشروع (بیرانوند، ۳۸، ۱۳۷۸).

علاوه بر این‌ها نمونه‌های دیگر از بهره‌های سفر را می‌توان از: شادابی تن و روح، رشد عقلانی، عبرت‌اندوزی، کنار آمدن با دشواری‌ها، شناسایی بهتر اطرافیان و بهروری و برخورداری نام برد (<http://www.hawzah.net>). همچنین اسلام نسبت به اخلاق در سفر سفارشات داشته که می‌توان گفت در دین مبین اسلام در زمینه تشویق و ترغیب به مسافرت بسیار زیاد سفارش شده که نشان اهمیت گردشگری در ادیان می‌باشد. گندها و بارگاه‌ها به عنوان یکی از کانون‌های توریستی نقش مؤثری در فعالیت‌های توریستی فراغتی و بالطبع در توسعه توریسم داخلی در مقیاس‌های مختلف خواهد داشت. گسترش این بُعد از فعالیت‌های توریستی علاوه بر ماهیت اصلی خود که جنبه مذهبی دارد، جنبه‌های فرعی و با اهمیت دیگری نیز دارد از جمله:

۱- ممکن است زائر به تجارت بپردازد که یقیناً در بهبود اقتصادی ناحیه مؤثر خواهد بود؛  
 ۲- زائر علاوه بر این که کار اصلی خود یعنی زیارت را انجام می‌دهد از مناطق و اماکن توریستی دیگر دیدن می‌نماید (معانی رحیمی، ۱۳۸۳: ۷۸).

در واقع یکی از مکان‌های گردشگری، همین مکان‌های مقدس در دنیا می‌باشد که از جنبه‌های مختلف مورد بازدید گردشگران قرار می‌گیرد. کشور ایران به عنوان یکی از کشورهای مورد

توجه گردشگران مذهبی، از جایگاه بسیار مناسبی برخوردار می باشد. شهرستان ممسنی با داشتن تعداد زیادی از مکان‌های مذهبی مورد توجه گردشگران شهرستان‌های همجوار قرار گرفته است، پژوهشگران سعی دارند نقش این مکان‌ها را در توسعه این شهرستان مورد توجه قرار بدهد.

### جاذبه‌های مذهبی شهرستان ممسنی

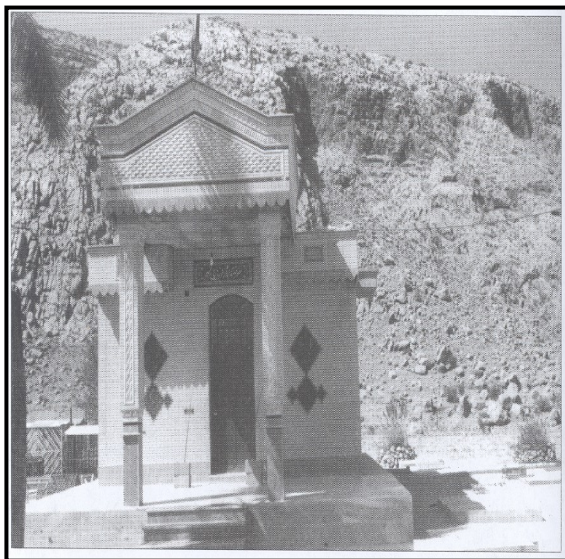
در اقصی نقاط شهرستان ممسنی بیش از ۸۰ بقاع متبرکه زیارتگاهی وجود دارد که بسیاری از آنها فاقد لوح تاریخی بودند این اماکن زیارتگاهی موجود در شهرستان ممسنی به سه دسته منفک می گردد.

دسته اول، اماکن متبرکه‌ای که مربوط به سال ۲۰۲ هجری قمری هم زمان با مسافر کاروان حضرت احمد بن موسی کاظم (شاه چراغ) و محمد بن موسی (سید میر محمد) و حسین بن موسی (سید علاءالدین حسین) برادران حضرت امام رضا (ع) به سوی خراسان می باشد.

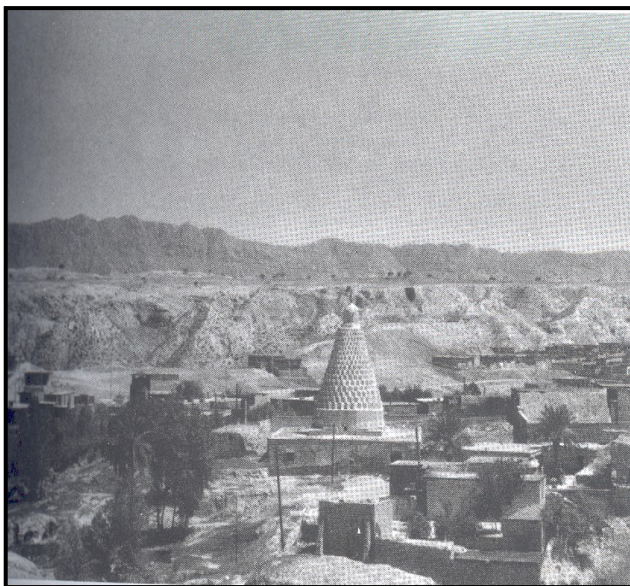
گروه دوم، مهاجران شیعی مذهب از اولاد ائمه بودند که به علت ظلم و ستم و بیداری عمال خلفای بنی عباس، به ممسنی که جایگاهی امن و امان و کوهستانی بوده است، پناهنده می شوند و در نقاط صعب العبور آن موطن اختیار می کنند که بعد از مرگ، مقابر آنها به زیارت‌گاه مبدل می گردد.

گروه سوم نه امام و نه امامزاده بوده‌اند، بلکه دسته‌ای از مغان و روحانیون بلند پایه و مقتدر زرتشتی دوران هخامنشی، اشکانی و ساسانی و یا مردان و زنان بلند پایه و یا حاکمان و سرداران مقتدر و با نفوذ محلی سلسله‌های فوق در سرزمین ممسنی بوده‌اند که بعد از فوت آرامگاه و بنایی بر روی قبور آنها ساخته می شد و طی یک دوره استحاله می گردید و بقاع متبرکه و در نتیجه به زیارت‌گاه و قدمگاه مبدل می شدند (حبیبی فهلیانی، ۱۳۸۴: ۲۸۸-۲۸۷).

شکل شماره ۱: تصویری از امامزاده مرضیه خاتون در فهلیان ممسنی



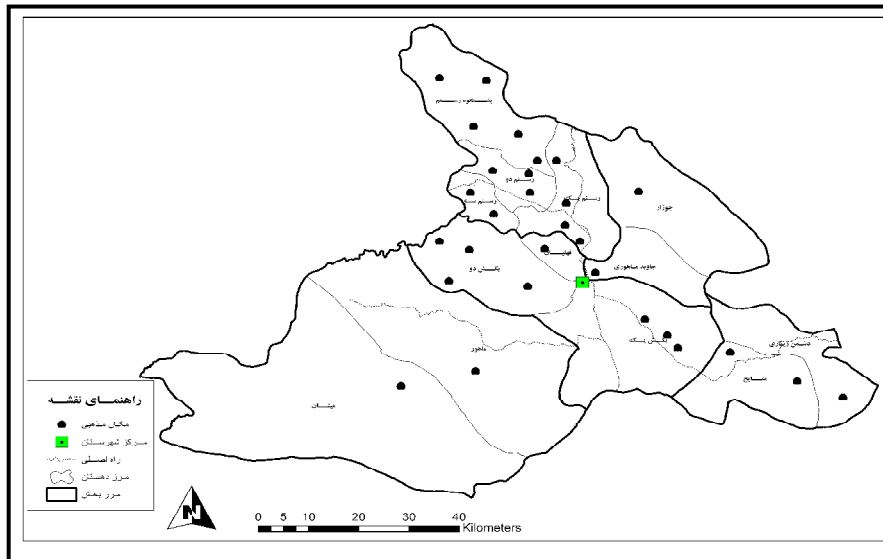
شکل شماره ۲: تصویری از امامزاده بابا منیر در ماهور میلاتی ممسنی



شهرستان ممسنی با داشتن تعدادی بقاع متبرکه و زیارت‌گاهی، که تعداد آنها در بخش‌های این شهرستان به صورت زیر می باشد:

- ۱- بخش رستم با ۲۶ بارگاه؛
- ۲- بخش مرکزی با ۲۸ بارگاه؛
- ۳- بخش جاوید با ۱۲ بارگاه؛
- ۴- بخش دشمن زیاری با ۷ بارگاه؛
- ۵- بخش ماهور میلّتی با ۱۳ بارگاه (حبیبی فهلیانی، ۱۳۸۴: ۳۰۸-۳۰۵).

نقشه ۲: پراکنش فضایی تعدادی از اماکن مذهبی در شهرستان ممسنی



مأخذ: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان فارس

تجزیه و تحلیل  
روش تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌های این مطالعه در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفته است. در سطح آمار توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین به تجزیه و تحلیل داده‌ها و مفروضات آزمون‌های آماری، از آزمون همبستگی پیرسون، اسپیرمن، کندال استفاده گردید. ابزار تجزیه و تحلیل، رایانه و نرم افزار SPSS 11.5 است که با استفاده از جداول و نمودارها و آزمون‌های آماری موجود در اطلاعات خام پردازش گردید.

جدول ۱: آلفای محاسبه شده

عوامل و زمینه‌ها در میزان گردشگران ورودی	ضعف تجهیزات و تأسیسات مکان‌ها مذهبی و عدم رشد و توسعه گردشگری مذهبی	بین ازدیاد تعداد گردشگران و اثرات زیست محیطی	بین مشارکت مردمی و حفظ مکان‌ها مذهبی
۰/۷۲۱۴	۰/۷۳۳۸	۰/۷۵۴۱	۰/۷۲۲۸

طبق قاعده تجربی، آلفا دست کم باید ۰/۷ باشد تا بتوان مقیاس را دارای پایایی به شمار آورد (داوس، ۱۳۸۱:۲۵۳). در این تحقیق آلفای محاسبه شده اعداد مطلوبی هستند و نشان می‌دهد که گویه‌ها از همسازی و پایداری درونی بسیار بالای برخوردارند.

### یافته‌های پژوهش

#### بررسی داده‌ها

در مطالعه حاضر از کل نمونه‌ی آماری که بالغ بر ۳۸۰ نفر بودند، ۳۰۲ نفر یا ۷۹/۲ درصد مرد، ۷۹ نفر یا ۲۰/۷ درصد زن هستند. سن این افراد، ۲۶ نفر یا ۶/۷ درصد زیر بیست سال، ۱۶۰ نفر یا ۴۱/۷ درصد بین ۲۰ تا ۲۹ سال، ۷۸ نفر یا ۲۰/۳ درصد بین ۳۰ تا ۳۹ سال، ۷۰ نفر یا ۱۸/۲ درصد بین ۴۰ تا ۴۹ سال و ۴۹ نفر یا ۱۲/۷ درصد بالاتر از ۵۰ سال است و از این تعداد، میزان تحصیلات، ۴۱ نفر یا ۱۰/۶ درصد زیر دیپلم، ۳۹ نفر یا ۱۰/۱ درصد دیپلم، ۱۱۵ نفر یا ۲۹/۹ درصد فوق دیپلم، ۱۳۲ نفر یا ۳۴/۳ درصد لیسانس و ۵۷ نفر یا ۱۴/۸ درصد فوق لیسانس و بالاتر دارند و از این تعداد پاسخگویان، ۱۶۴ نفر یا ۴۲/۹ درصد شغلشان دولتی، ۹۹ نفر یا ۲۵/۹ درصد آزاد، ۳۹ نفر یا ۱۰/۲ درصد کارمند، ۴۸ نفر یا ۱۲/۵ درصد کارگر ۳۲ نفر یا

۸/۳ سایرین هستند و میزان درآمد ۲۰ نفر یا ۵/۲ درصد زیر ۱۰۰ هزار تومان، ۲۴ نفر یا ۶/۲۵ درصد بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان، ۸۱ نفر یا ۲۱ درصد بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان، و ۱۶۲ نفر یا ۴۲/۱ درصد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان و ۹۷ نفر یا ۲۵/۲ درصد بالای ۴۰۰ هزار تومان است و از این تعداد پاسخگویان ۲۸۱ نفر یا ۷۳/۱ درصد اولین بار، ۵۹ نفر یا ۱۵/۳ درصد دومین بار، ۱۵ نفر یا ۳/۹ سومین بار، ۱۳ نفر ۳/۳ چهارمین بار و ۱۶ نفر یا ۴/۱ پنجمین بار به این مکان‌های مذهبی سفر کردند و از این تعداد پاسخگویان ۲۹۶ نفر یا ۷۷/۲ درصد با انگیزه مذهبی، ۳۰ نفر یا ۷/۸ درصد با انگیزه دیدار اقوام و خویشان، ۲۵ نفر ۶/۵ درصد با انگیزه علمی، ۲۱ نفر یا ۵/۴ درصد با انگیزه اقتصادی و ۱۱ نفر یا ۲/۸ درصد با انگیزه فرهنگی به منطقه سفر کردند و ۳۵۱ نفر یا ۹۱/۴ درصد پاسخگویان از طریق دوستان، اقوام و خویشان از این مکان‌ها اطلاع پیدا کردند و از این تعداد پاسخگویان نسبت به سفارش به دیگران جهت دیدار از امامزاده‌ها، ۳۶۶ نفر یا ۹۵/۵ درصد بله گفتند و ۱۷ نفر یا ۴/۴ درصد نه گفتند و نسبت به تکرار حضور خود در این مکان‌ها، ۳۳۹ نفر یا ۸۸/۲۸ درصد بله و ۴۵ نفر یا ۱۱/۷ درصد نه گفتند و رضایت گردشگران از این مکان‌های مذهبی، ۳۲۱ نفر یا ۸۳/۵ درصد گزینه بله و ۶۳ نفر یا ۱۶/۴ درصد گزینه نه را پاسخ دادند.

### تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه‌ها

در این بخش پس از شناسایی متغیرهای اصلی تحقیق به تجزیه و تحلیل آنها پرداخته می‌شود تا نشان دهیم که کدام یک از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته رابطه معناداری دارند.

فرضیه اول: چه عوامل و زمینه‌هایی می‌تواند نقش مهمی در میزان ورودی گردشگران به اماکن مذهبی ممسنی داشته باشد؟

بین عوامل و زمینه‌های موثر در میزان ورودی گردشگران به اماکن مذهبی ممسنی رابطه معناداری وجود دارد. متغیر مستقل در این فرضیه عوامل و زمینه‌های اثر گذار می‌باشد که شاخص‌های آن عبارتند از عامل مذهبی و اعتقادی، تسکین روحی و آرامش، نذر و نیاز برای حاجتی، وجود چشم‌انداز زیبا در کنار امامزاده‌ها، تبلیغات مناسب، امنیت منطقه، وجود امکانات و تجهیزات لازم و متغیر وابسته میزان ورودی گردشگران به اماکن مذهبی ممسنی می‌باشد. این فرضیه در این پژوهش مورد سنجش قرار گرفت و نتایج زیر حاصل شد



جدول ۲: آزمون شاخص‌های عوامل و زمینه‌های می‌تواند نقش مهمی در میزان ورودی گردشگران به اماکن

مذهبی ممسنی

درجه معناداری Asymp.sig	Chi-square	درجه آزادی df	واریانس	میانگین	The observed N فراوانی داده‌های مشاهده شده					شاخص فراوانی
					بسیار ضعیف	ضعیف	متوسط	خوب	خیلی خوب	
۰/۰۰۰	۴۰۹/۸۴	۴	۰/۶۸	۴/۳۶	۵	۸	۳۵	۱۳۵	۲۰۷	عامل مذهبی و اعتقادی
۰/۰۰۰	۴۳۲/۶۴	۴	۰/۷۰	۴/۳۱	۹	۸	۱۶	۱۷۴	۱۸۳	تسکین روحی و آرامش
۰/۰۰۰	۱۸۱/۸۷	۴	۱	۳/۷۵	۱۵	۱۳	۱۲۸	۱۳۲	۱۰۲	نذر و نیاز برای حاجتی
۰/۰۰۰	۴۴۵/۳۹	۴	۰/۸۴	۴/۳۹	۸	۱۱	۳۰	۹۵	۲۲۲	وجود چشم انداز زیبا در کنار امامزاده‌ها
۰/۰۰۰	۳۶۴/۹۰	۴	۰/۶۵	۴/۱۷	۵	۹	۴۰	۱۹۰	۱۴۲	تبلیغات مناسب
۰/۰۰۰	۵۸۲/۴۹	۵	۷/۴۵	۴/۵۲	۴	۶	۴۸	۱۰۱	۲۲۰	امنیت منطقه
۰/۰۰۰	۳۶۰/۸۴	۴	۱	۴/۲۴	۶	۱۹	۶۶	۸۲	۲۱۷	وجود امکانات و تجهیزات لازم

برطبق اطلاعات جدول فوق، همه شاخص‌های مربوط به عوامل و زمینه‌ها، معنی‌دار بوده و لذا بر متغیر میزان ورودی گردشگران به اماکن مذهبی ممسنی تاثیر داشته‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که عامل مذهبی و اعتقادی (۴/۳۶)، تسکین روحی و آرامش (۴/۳۱)، نذر و نیاز برای حاجتی (۳/۷۵)، وجود چشم‌انداز زیبا در کنار امامزاده‌ها (۴/۳۹)، تبلیغات مناسب (۴/۱۷)، امنیت منطقه (۴/۵۲) وجود امکانات و تجهیزات لازم (۴/۲۴) در میزان ورودی گردشگران به اماکن مذهبی ممسنی داشته باشد تأثیر می‌گذارد.

علاوه بر سطح تفکیک شاخص‌ها و معنی‌دار بودن آنها، در سطح دیگری نیز شاخص‌های فوق در درون بُعد قرار داده و از طریق بعد عوامل و زمینه‌های ایجاد شد. سپس از آزمون  $\chi^2$  تک متغیر جهت تأیید یا رد فرضیه استفاده شد و نتایج آن را در حاصل زیر می‌بینیم.

جدول ۳: آزمون فرضیه اول

سطح معنی داری Asymp.sig	درجه آزادی df	(کای اسکور) x <sup>2</sup> Chi-square	متغیر
۰/۰۰۰	۲/۷	۸۴۱/۱۰۸	عوامل و زمینه‌های

همانگونه که در این جدول نشان می‌دهد، مقدار  $x^2$  برابر با ۸۴۱/۱۰۸ درجه آزادی برابر با ۲/۷ و سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ می‌باشد. بنابراین با توجه به مقدار  $x^2$  و سطح معناداری آن می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه زیر: «چه عوامل و زمینه‌هایی می‌توانند نقش مهمی در میزان ورودی گردشگران به اماکن مذهبی ممسنی داشته باشند» تایید می‌گردد.

فرضیه دوم: آیا ضعف تجهیزات و تأسیسات زیربنایی، عامل عدم رشد و توسعه صنعت گردشگری مکان‌های مذهبی شهرستان ممسنی است؟

بین ضعف تجهیزات و تأسیسات زیربنایی و عدم رشد و توسعه گردشگری مذهبی شهرستان ممسنی رابطه معناداری وجود دارد. در این رابطه، متغیر مستقل ضعف تجهیزات و تأسیسات زیربنایی می‌باشد که شاخص‌های آن عبارتند از:

پارکینگ در مکان‌های مذهبی، سرویس بهداشتی این مکان‌ها، آب آشامیدنی برای زائران، توجه دولت به این مکان‌ها، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، وضعیت رفاهی و اقامتی، برخورد گردشگران با محیط مکان‌های مذهبی، وضعیت جاده منتهی به این مکان‌ها و متغیر وابسته عدم رشد و توسعه گردشگری مذهبی شهرستان ممسنی می‌باشد. این رابطه در این پژوهش مورد سنجش قرار گرفته که نتایج آن نشان داده شده:

جدول ۴: آزمون شاخص‌های ضعف تجهیزات و تاسیسات زیربنایی و عدم رشد و توسعه گردشگری مذهبی

شهرستان ممسنی

درجه معناداری Asymp.sig	Chi-square	درجه آزادی df	واریانس	میانگین	The observed N فراوانی داده‌های مشاهده شده					فراوانی شاخص
					خیلی خوب	خوب	متوسط	ضعیف	بسیار ضعیف	
۰/۰۰۰	۴۸۷/۵۴	۶	/۸۸۹	۴/۰۲	۷	۱۵	۸۳	۱۴۴	۱۳۵	پارکینگ در مکان‌های مذهبی
۰/۰۰۰	۴۶۶/۴۱	۳	۱/۰۴۶	۳/۸۰	۱۶	۱۹	۱۰۷	۱۴۳	۱۰۹	سرویس بهداشتی این مکان‌ها
۰/۰۰۰	۱۸۳/۲۲	۴	۱/۱۵۰	۳/۶۰	۲۴	۱۳	۱۴۰	۱۱۰	۹۷	آب آشامیدنی برای زائرین
۰/۰۰۰	۳۰۸/۹۵	۴	۱/۱۰۴	۳/۶۴	۹	۴۱	۱۲۶	۱۰۹	۹۷	توجه دولت به این مکان‌ها
۰/۰۰۰	۳۴۵/۹۰	۴	۱/۵۵	۳/۸۶	۲۶	۲۳	۷۲	۸۹	۱۶۴	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
۰/۰۰۰	۳۷۵/۶۱	۴	/۹۴۷	۴/۰۵	۵	۱۷	۸۷	۸۴	۱۶۵	وضعیت رفاهی و اقامتی
۰/۰۰۰	۳۵۵/۲۱	۵	۱/۳۵	۴	۱۵	۱۹	۹۱	۲۶	۱۸۷	برخورد گردشگران با محیط مکان‌های مذهبی
۰/۰۰۰	۳۴۱/۰۲	۴	۱/۱۷۵	۳/۶۲	۱۷	۳۵	۱۲۰	۱۱۱	۱۰۱	وضعیت جاده منتهی به این مکان‌ها

بر اساس جدول فوق، تمامی شاخص‌های مربوط به ضعف تجهیزات و تاسیسات زیربنایی، معنی‌دار بوده و لذا در عدم رشد و توسعه گردشگری مذهبی شهرستان ممسنی بر کاهش گردشگران تأثیر داشته است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که پارکینگ در مکان‌های مذهبی (۴/۰۲)، سرویس بهداشتی این مکان‌ها (۳/۸۰)، آب آشامیدنی برای زائران (۳/۶۰)، توجه دولت به این مکان‌ها (۳/۶۴)، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی (۳/۸۶)، وضعیت رفاهی و اقامتی (۴/۰۵)، برخورد گردشگران با محیط مکان‌های مذهبی (۴/۰۵)، وضعیت جاده منتهی به این مکان‌ها (۳/۶۲) بر عدم رشد و توسعه گردشگری تأثیر می‌گذارد.

علاوه بر ارائه شاخص‌های ضعف تجهیزات و تاسیسات زیربنایی و معنی‌دار بودن آنها، در سطح دیگری نیز شاخص‌های فوق‌سنجیده شد. بدین معنی که از مجموع شاخص‌ها، بُعد

ضعف تجهیزات و تأسیسات زیربنایی ایجاد شد و سپس جهت تأیید یا رد رابطه از آزمون (x2) تک متغیر استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره ۵ ارائه شده است.

جدول ۵: آزمون رابطه ضعف تجهیزات و تأسیسات زیربنایی و عدم رشد و توسعه گردشگری مذهبی شهرستان ممسنی

متغیر	کای اسکور (x2) Chi-square	درجه آزادی df	سطح معنی داری Asymp.sig
ضعف تجهیزات و تأسیسات زیربنایی	۱۰۸۹/۴۳۶	۳/۳۰	۰/۰۰۰

براساس این جدول مقدار (x2) برابر با ۱۰۸۹/۴۳۶، درجه آزادی آن برابر با ۳/۳۰ و سطح معناداری آن برابر با ۰/۰۰۰ می باشد. بنابراین با توجه به مقدار (x2) و سطح معناداری آن، می توان نتیجه گرفت که رابطه زیر«بین ضعف تجهیزات و تأسیسات زیربنایی و عدم رشد و توسعه گردشگری مذهبی شهرستان ممسنی رابطه‌ی معناداری وجود دارد»، تأیید می گردد.

فرضیه سوم: آیا با ازدیاد تعداد گردشگران در مکان‌های مذهبی اثرات زیست محیطی نیز افزایش می یابد؟

از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن به این منظور استفاده شده است. چون سطح معناداری محاسبه شده (Sig= 0.000) از سطح معناداری مورد نظر ( $\alpha=0.05$ ) کمتر می باشد، لذا این فرضیه تأیید می شود. به عبارتی بین دو متغیر ازدیاد تعداد گردشگر و افزایش اثرات زیست محیطی رابطه خطی معنادار حاصل آمده است. ضمناً نوع رابطه مستقیم می باشد، یعنی هرچه تعداد گردشگر بیشتر باشد، اثرات زیست محیطی آنها افزایش می یابد و برعکس. همچنین میزان رابطه بین این دو ۰/۵۴ می باشد که بیانگر همبستگی مستقیم و به بالا است. در جدول ۵ نتایج مربوط به آزمون اسپیرمن آمده است.

جدول ۶: آزمون اسپیرمن برای بررسی رابطه ازدیاد تعداد گردشگران و افزایش اثرات زیست محیطی

سطح معناداری	میزان همبستگی	تعداد	نوع آزمون
/۰۰۰	۰/۵۴	۳۸۴	اسپیرمن

فرضیه چهارم: به نظر می رسد بین مشارکت مردمی و حفظ این مکان‌ها مذهبی رابطه معناداری وجود دارد؟

برای آزمون فرضیه فوق از ضریب همبستگی کندال استفاده گردید. نتایج به دست آمده از این آزمون حاکی از آن است که چون سطح معنی داری محاسبه شده (sig0.000) کمتر از سطح معناداری ( $\alpha=0.05$ ) بوده است، بنابراین از لحاظ آماری همبستگی بین دو متغیر مذکور معنادار می باشد. میزان همبستگی بین دو متغیر فوق ۰/۶۷ درصد بوده که در سطح معنی داری بیانگر همبستگی مستقیم و به بالا است. نوع همبستگی بین متغیر، مشارکت مردمی و حفظ مکان‌های مذهبی همبستگی خطی است، یعنی افزایش مشارکت مردمی در مسایل مذهبی باعث تقویت و حفظ جایگاه مکان‌های مذهبی خواهد شد. در جدول ۵ نتایج مربوط به آزمون کندال آمده است.

جدول ۷: آزمون ضریب همبستگی کندال برای بررسی مشارکت مردمی و حفظ مکان ای مذهبی

سطح معناداری	میزان همبستگی	تعداد	آزمون
۰/۰۰۰	۰/۶۷	۳۸۴	ضریب کندال

### جمع بندی و نتیجه گیری

امروز صنعت گردشگری به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی و یکی از بزرگ‌ترین منابع اقتصادی جهان محسوب می شود، از این رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی‌اند. کشور ایران با داشتن سابقه چند هزار ساله و جاذبه‌های فراوان گردشگری جایگاه بسیار مناسبی در بین کشورها دارد. نمونه‌هایی از این جاذبه‌ها، جاذبه‌های مذهبی می باشند که با برنامه‌ریزی و مدیریت درست و شناسایی و سرمایه‌گذاری مناسب می توان جایگاه مورد قبولی از لحاظ جذب گردشگر در دنیا کسب کرد. با رواج اسلام و گسترش مذهب شیعه در قرون اولیه اسلامی، شهرها و روستای‌های ایران تبدیل به مراکزی برای زندگی و پس از مرگ امامزاده‌ها، مقبره‌هایشان به محلی برای زیارت مشتاقان تبدیل شده. بنابراین وجود بارگاه امام هشتم،

برادران و خواهران و نوادگان خود نشان از جایگاه مناسب کشورمان از لحاظ اماکن مذهبی می باشد. بنابراین با توجه به اعتقاد مردم به امامزاده‌ها که باعث توجه مردم به این مکان‌ها می شود و به دلایلی همچون عدم سرویس بهداشتی کافی، پارکینگ، توجه دولت به این مکان‌ها، عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و... به عنوان دافع‌های این مکان‌ها می توان نام برد، که قبلاً ذکر شده و در یک بیان کلی می توان گفت:

- عوامل و زمینه‌های اعتقادی نقش مهمی در مراجعه و افزایش گردشگران دارد؛
- ضعف تجهیزات و تأسیسات زیربنایی، عامل عدم رشد و توسعه صنعت گردشگری مکان‌های مذهبی شهرستان ممسنی است؛
- با ازدیاد تعداد گردشگران در مکان‌های مذهبی و اثرات زیست محیطی نیز افزایش می یابد؛
- بین مشارکت مردمی و حفظ این مکان‌ها مذهبی رابطه معناداری وجود دارد؛
- در یک جمع‌بندی نهایی می توان گفت می توان نتیجه گرفت که در این زمینه دولت یا بخش خصوصی با مطالعه کامل و جامع منطقه با توجه به پتانسیل‌های منطقه در جهت رفع کمبودهای این مکان‌ها اقدام کند تا اول شاهد رفع مسایل این مکان‌ها، دوم حفظ این میراث ملی برای نسل‌های بعدی باشیم.

### پیشنهادها و راهکارها

- ۱- تلاش در جهت احداث یا تعمیر بقعه‌ی بعضی از امامزاده‌های شهرستان؛
- ۲- تحقیقات و توسعه: جمع آوری اطلاعات مربوط به نظرات گردشگرانی که به شهرستان مسافرت کرده‌اند، استخراج نتایج مربوط و ارائه آن به مراکز متولی امر گردشگری؛
- ۳- فرهنگ‌سازی عمومی برای پذیرش گردشگر؛
- ۴- ادامه تحقیقات علمی و کاربردی در خصوص گردشگری؛
- ۵- ایجا اقامتگاه مناسب در کنار این اماکن برای گردشگران؛
- ۶- ایجاد پارکینگ برای پارک کردن وسایل گردشگران؛
- ۷- استفاده از درآمدهای مکان‌های مذهبی جهت بهسازی و حفاظت از مکان‌های؛
- ۸- برنامه‌ریزی برای حفظ و نگهداری مکان‌های گردشگری که محیطی ارزشمند، رضایت‌بخش و دلپذیر برای گردشگر باشد.

- ۹- ایجاد سطل زباله در این مکان‌ها یا توزیع نایلون در بین خانواده خواهان زیارت امامزاده‌ها، در قبل از ورود آنها به جایگاه‌ها، جهت عدم جا گذاشتن زباله‌های خود؛
- ۱۰- آموزش دادن مردم توسط رسانه‌های جمعی، برای حفظ اماکن مذهبی، جهت عدم تخریب محیط اطراف آنها؛
- ۱۱- ایجاد نظم و انضباط اجتماعی در کنار امامزاده‌ها توسط نهاده‌های متولی؛
- ۱۲- ایجاد فضای سبز یا جاذبه‌های دیگر در کنار مکان‌های مذهبی شهرستان.

منابع

- ۱- دیناری، الف. (۱۳۸۵)، «مذهب و گردشگری»، *مجله زائر*، شماره ۱۲۰، صص ۵۴-۶۰.
- ۲- قره‌نژاد، ح. (۱۳۸۶)، «مقدمه‌ای بر توسعه گردشگری و مهمان‌پذیری» چاپ اول، نشر دانشگاه آزاد اسلامی نجف آباد.
- ۳- شکوئی، ح. (۱۳۵۴)، «مقدمه‌ای بر جغرافیای جهانگردی»، چاپ اول، تبریز.
- ۴- پاپلی یزدی، م. ح. و سقایی، م. (۱۳۸۵)، «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)»، چاپ اول، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. تهران.
- ۵- بیرانوند، الف. (۱۳۸۷)، «تحلیل فضایی جاذبه‌های اکوتوریسم شهرستان خرم آباد»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.
- ۶- مغانی رحیمی، ب. (۱۳۸۳)، «تحلیل جغرافیای پتانسیل‌های توریستی شهر فیروزآباد»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان.
- ۷- مهدیزاده، ج. (۱۳۸۶)، «مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران»، *مجله مجلس و پژوهش*، شماره ۴۴، صص ۷۴-۹۰.
- ۸- حبیبی فهلیانی، ح. (۱۳۸۴)، «اثرهای پیش از تاریخ و دوران تاریخی و مشاهیر ممسنی»، چاپ اول، نشر بنیاد فارس شناسی، نورآباد ممسنی.
- ۹- هرمزی، ح. (۱۳۸۳)، «اقلیم کشاورزی شهرستان ممسنی در رابطه با کشت برنج»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا (گرایش اقلیم شناسی)، دانشگاه اصفهان.
- ۱۰- هومن، ح. ع. (۱۳۷۸)، «استنباط آماری در پژوهش رفتاری»، چاپ چهارم، نشر پارس، تهران.
- ۱۱- دواس، دی. ای. (۱۳۸۱)، «پیمایش در تحقیقات اجتماعی»، ترجمه هوشنگ نایبی، نشر نی، تهران.
- ۱۲- منشی زاده، ر. و مرادی، الف. (۱۳۸۴)، «تاثیر گردشگران مذهبی بر روی فضاهای کالبدی شهر مشهد»، *نشریه دانشکده علوم زمین*، شماره ۱۱، صص ۱۲۵-۱۴۰.



- ۱۳- کاویان فر، س. (۱۳۸۶)، «گردشگری در فرانسه و جهان به بررسی این نوع گردشگری»، *مجله شهرداری‌ها*، شماره ۷۸، صص ۶۲-۷۴.
- ۱۴- تولایی، س. (۱۳۸۶)، «*سروری بر صنعت گردشگری*»، چاپ اول، نشر دانشگاه تربیت معلم، تهران.
- ۱۵- محلاتی، ص. (۱۳۸۰)، «*درآمدی بر جهانگردی*»، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- ۱۶- رضوانی، ع. (۱۳۸۵)، «*جغرافیا و صنعت توریسم*» چاپ ششم، نشر دانشگاه پیام نور، تهران.
- ۱۷- دوانی، ع. (۱۳۷۶)، «اسلام و سیر و سیاحت»، *مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران*، جلد ۱، صص ۸۸-۱۰۲.
- ۱۸- رحیم پور، ع. و موسوی، س. د. (۱۳۷۹)، «*سیمای جهانگردی اسلامی*»، نشر محیا.
- ۱۹- زنگی آبادی، ع. و همکاران. (۱۳۸۶)، «شناخت پتانسیل‌های گردشگری بخش باغبادران و برنامه‌ریزی توسعه آن»، *شهرداری‌ها*، شماره ۷۸.
- ۲۰- منصوری، ع. (۱۳۷۶)، «تحلیل جغرافیایی جاذبه‌های توریستی شهرستان کازرون»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان.
- ۲۱- منصوری، ع. (۱۳۸۳)، «نقش گردشگری در برنامه‌ریزی شهری شیراز»، پایان‌نامه دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان.
- ۲۲- صباغ کرمانی، م. و امیریان، س. (۱۳۷۹)، «بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از تحلیل داده-ستاده»، *مجله پژوهش‌های بازرگانی*، تهران، صص ۵۷-۸۳.
- ۲۳- خرمایی، م. ک. (۱۳۸۶)، «*راهنمای گردشگری فارس*»، چاپ اول، نشر فرهنگ پارس، شیراز.
- ۲۴- رهنمایی، م. ت. (۱۳۷۶)، «*اثرات توسعه بر محیط زیست استان لرستان*»، نشر دفتر طرح و تحقیقات دانشگاه ادبیات دانشگاه تهران، تهران.

۲۵- لطفی خواجه‌نوی، م. (۱۳۸۴)، «جهانگردی و منافع اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی و ارائه راهکارهایی برای پیشبرد این صنعت»، مجموعه مقالات اولین همایش علمی و منطقه‌ای «توریسم، موانع و پیامدها»، نشر دانشگاه اسلامی فلاورجان، اصفهان، صص ۸۵-۱۰۴.

۲۶- مؤمنی، م. (۱۳۸۶)، «توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران (از مفهوم تا راهکار)»، سازمان نیروهای مسلح، چاپ اول، تهران.

۲۷- مؤمنی، م. و دیگران. (۱۳۷۸)، «ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی- فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان‌شهر مشهد»، مجله جغرافیا و توسعه، سال ششم، شماره پیاپی ۱۱، زاهدان، صص ۱-۲۵.

۲۸- شجایی، م. و نوری، ن. (۱۳۸۶)، «بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارایه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری کشوری»، مجله دانش مدیریت، شماره ۷۸، صص ۶۳-۹۰.

۲۹- کاظمی، م. (۱۳۸۵)، «مدیریت گردشگری»، چاپ اول، نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.

۳۰- وزارت برنامه و بودجه. (۱۳۷۸)، «گزیده آمار فارس»، سال دوم، شماره دوم، شیراز.

۳۱- جیمز دورانت، و. (۱۳۷۰)، «تاریخ تمدن»، ترجمه احمد آرام، جلد اول و دوم، چاپ سوم، تهران.

32- World Tourism Organization (2000), "**Tourism market trends**", Asia and the Pacific, Madrid: Author.

33- <http://aftab.ir/lifestyle/view/138622>, 17/7/2009.

34- <http://kheimhnews.com/vdcenn8z.jh8wwi9bbj.htm> 15/9/2009.

35- <http://www.hawzah.net/hawzah/default.aspx.25/8/2009>.

36- <http://www.talasal.com/hoda.htm.28/8/2009>.