

## مطالعات جغرافیایی مناطق خشک

سال پنجم، شماره بیستم، تابستان ۱۳۹۴

دریافت مقاله: ۹۳/۱۰/۱۲ تأیید نهایی: ۹۴/۷/۲۵

صص ۷۱-۹۰

## واکاوی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد

حمیده محمودی، دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی روستایی - دانشگاه فردوسی مشهد

مریم قاسمی\*، استادیار دانشکده ادبیات و علوم انسانی - دانشگاه فردوسی مشهد

حمید شایان، استاد دانشکده ادبیات و علوم انسانی - دانشگاه فردوسی مشهد

## چکیده

امروزه گردشگری، با ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، به یکی از بزرگ‌ترین و پرمنفعت‌ترین صنایع در اقتصاد جهان تبدیل شده و بستری جهت ایجاد تغییرات در فضاهای جغرافیایی فراهم آورده است. گردشگری مذهبی یکی از گونه‌های گردشگری است که توسعه آن می‌تواند منجر به افزایش اشتغال و درآمد و رونق اقتصاد در فضاهای مختلف جغرافیایی خصوصاً نواحی روستایی گردد. پژوهش حاضر با هدف بررسی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی انجام شده است. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی است. متغیر مستقل «گردشگری مذهبی» است که توسط ۱۱ مؤلفه، کمی شده است و متغیرهای وابسته «درآمد» و «اشتغال» در نواحی روستایی است که به ترتیب با ۲۱ و ۱۰ مؤلفه مورد بررسی قرار گرفته‌اند. با توجه به الگوی راپرت در تعیین حوزه نفوذ گردشگاهی کلان شهرها، تعداد ۱۰ روستای دارای بقعه متبرکه در دو شهرستان مشهد و بینالود به عنوان نمونه انتخاب شد. واحد تحلیل در این مطالعه روستا بوده و جامعه آماری از دو گروه: جامعه میزبان شامل ۱۹۶ نفر روستایی و جامعه میهمان شامل ۱۸۵ نفر گردشگر تشکیل شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در نرم افزار SPSS از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی ساده و همچنین به منظور نمایش توزیع فضایی روستاهای مورد بررسی از نرم افزار GIS استفاده شد. نتایج حاصل از رگرسیون نشان می‌دهد که گردشگری مذهبی به میزان ۰٫۷۹ بر درآمد، ۰٫۶۸ بر اشتغال و در مجموع ۰٫۷۷ بر اقتصاد سکونتگاه‌های روستایی مورد بررسی موثر بوده است. در واقع توسعه گردشگری مذهبی در روستاهای دارای بقاع متبرکه در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و رونق اقتصادی تأثیر مثبتی داشته است. در مجموع گردشگری مذهبی با ویژگی‌های ساختاری و کارکردی‌اش، عاملی مهم جهت احیاء اقتصاد روستاهای دارای این امتیاز و سایر روستاهای مجاور محسوب می‌شود.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری مذهبی، سکونتگاه‌های روستایی، توسعه اقتصادی، اشتغال و درآمد روستایی، حوزه نفوذ.

\* Email: Magh30@um.ac.ir

نویسنده مسئول:

## ۱- مقدمه

گردشگری مذهبی در زمره قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گونه‌های گردشگری در گذشته و حال سراسر جهان است که قدمت آن به قدمت خود فرهنگ دینی می‌رسد. امروزه گردشگری مذهبی با همه اجزا و گونه‌های مختلف، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی بارز خود توانسته است در متن گردشگری جهانی جای گیرد، به طوری که حوزه نفوذ آن بر اساس برآورد سازمان جهانی سفر و جهانگردی، ۲۶ درصد کل جریان‌های گردشگری جهان است (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۶-۱۱۷).

ایران به لحاظ موقعیت فرهنگی- مذهبی خود از جایگاه خاصی در زمینه گردشگری مذهبی برخوردار بوده و پتانسیل بالایی جهت رشد و توسعه دارد. در حال حاضر ۹۴۸۷ زیارتگاه در سطح کشور وجود دارد که از این تعداد، ۷۹۳۳ زیارتگاه، معادل ۸۳/۶ درصد در نواحی روستایی قرار دارند (رحمانی، ۱۳۸۹: ۸۸). همچنین ۴۳۱۹ زیارتگاه معادل ۴۵/۵ درصد، در زمره آثار ثبت شده در فهرست میراث ملی قرار دارند که علاوه بر داشتن جاذبه‌ی زیارتی به لحاظ برخورداری از بنای با ارزش، دارای جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی نیز هستند (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۱). استان خراسان رضوی به دلیل وجود بارگاه امام رضا (ع) عمده‌ترین محور گردشگری مذهبی کشور محسوب می‌شود و همه ساله پذیرای حجم بالای گردشگر ملی و بین‌المللی است. در حال حاضر در این استان ۴۰۳ بقعه متبرکه وجود دارد که از این تعداد ۴۷ بقعه معادل ۱۱،۷ درصد در سکونتگاه‌های شهری و ۳۵۶ بقعه معادل ۸۸،۳ درصد در آبادی‌های استان (اعم از روستا و مکان) واقعند (اداره بقاع سازمان اوقاف و امور خیریه خراسان رضوی: ۱۳۹۰).

جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس همواره تعداد زیادی از گردشگران را به سوی خود جذب می‌کند (رحمانی، ۱۳۸۹: ۷۱) به طوری که گردشگری مذهبی توسط بسیاری از صاحب‌نظران به عنوان گزینه‌ای موثر جهت تنوع بخشی اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. روستاهای مورد بررسی در این مطالعه روستاهای دارای بقاع متبرکه در حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد هستند که در زمینه گردشگری مذهبی از قابلیت‌های زیادی به شرح ذیل برخوردارند:

- هم‌جواری با مهم‌ترین کلان‌شهر مذهبی کشور (شهر مشهد)، که سالیانه پذیرای میلیون‌ها گردشگر است، باعث جذب درصدی از سرریز گردشگران شهر مشهد به این نواحی گردیده است. به طوری که روستاهای مورد مطالعه در سال ۱۳۹۰ پذیرای ۶۲۱۵۰۰۰ گردشگر بوده‌اند (سازمان اوقاف و امور خیریه استان خراسان رضوی).

- حضور گردشگران می‌تواند با تزریق درآمد به احیای اقتصادی این نواحی کمک نماید، به طوری که بررسی‌ها نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۰ تنها درآمد حاصل از بخش نذورات به بقاع مذکور ۲۸۱۳۰۰۰۰۰۰ تومان بوده است (امور مالی سازمان اوقاف و امور خیریه استان خراسان رضوی).

- روستاهایی مورد بررسی در سال ۱۳۹۰، جمعیتی معادل ۱۰۰۸۴ نفر داشته‌اند (سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۰) که در صورت استفاده از پتانسیل‌های موجود، می‌توانند علاوه بر نگه داشتن جمعیت خود، روستاهای مجاور را نیز در مدار توسعه قرار دهند.

با توجه به حجم بالای گردشگر و حجم درآمد حاصل از نذورات، به جرأت می‌توان ادعا کرد که روستاهای دارای بقاع متبرکه منسوب به امام زادگان نسبت به سایر روستاهای شهرستان مشهد از شرایط متفاوت و ویژه‌ای برخوردارند. با توجه به اهمیت این امر مطالعه حاضر در تلاش است اثر گردشگری مذهبی را بر توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی مورد واکوی قرار دهد.

گردشگری با توجه به پشتیبانی از بخش صنعت و کشاورزی گزینه مناسبی جهت ایجاد تنوع و پویایی اقتصاد روستایی محسوب می‌گردد. بررسی‌ها نشان می‌دهد با توجه به تنگناهای حاکم بر بخش کشاورزی، بخش خدمات (خصوصاً گردشگری) در بین بخش‌های مختلف اقتصادی گزینه مناسبی جهت فعال سازی اقتصاد روستایی و پشتیبانی بخش کشاورزی و صنعت به شمار می‌رود چرا که گردشگری، فعالیتی اشتغال‌زا است که می‌تواند افراد دارای مهارت‌های گوناگون با تحصیلات و تخصص متفاوت و در سنین مختلف را جذب کند. گردشگری گذشته از ایجاد اشتغال مستقیم، موجب فعال شدن سایر بخش‌های

اقتصادی نظیر حمل و نقل، مواد غذایی، سوخت و انرژی، صنایع دستی، بخش ساختمان و... می‌شود (جوان و قاسمی، ۱۳۸۵: ۲۲). در این میان هر چند گردشگری راه حلی برای تمام مشکلات نواحی روستایی این منطقه محسوب نمی‌شود ولی یکی از شیوه‌هایی است که می‌تواند اثرات اقتصادی قابل توجهی داشته باشد و به نوعی می‌تواند زمینه‌ی توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی، تنوع بخشی اقتصادی و رشد آن، خلق فرصت‌های شغلی، حل معضل بیکاری و کاهش مهاجرت‌های روستایی (خصوصاً جوانان) را فراهم نماید. با توجه به مباحث مطرح شده سوال اساسی تحقیق به این صورت مطرح می‌گردد: گردشگری مذهبی به چه میزان بر توسعه اقتصاد روستایی تأثیر دارد؟

## ۲- پیشینه تحقیق

مطالعات درباره اقتصاد حاصل از گردشگری مذهبی پارادایم جدیدی برای درک ماهیت پدیده گردشگری است. بررسی‌ها نشان می‌دهد ادبیات توسعه گردشگری در مقیاس بین‌المللی در گذشته توجه کمی به گردشگری مذهبی معطوف داشته است. بررسی ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که در زمینه گردشگری مذهبی کتاب‌های متعددی موجود است از جمله کتاب مدیریت گردشگری مذهبی و زیارت، گردشگری مذهبی، گردشگری مذهبی و مدیریت حج و امثالهم. همچنین در این ارتباط مقالات علمی-پژوهشی متعددی در مورد گردشگری مذهبی در داخل و خارج کشور به رشته تحریر درآمده است اما در اغلب مطالعات به صورت مختصر اشاراتی به نقش گردشگری در اقتصاد شده است و اختصاصاً در مورد اثر گردشگری مذهبی بر اقتصاد روستایی با تاکید بر شهرستان مشهد) مطالعه ای مشاهده نگردید، ادبیات تحقیق در دو مقوله «گردشگری مذهبی» و «اثر گردشگری بر اقتصاد» مورد بررسی قرار گرفت که به شرح جداول ۱ و ۲ می‌باشد:

جدول ۱: ادبیات تحقیق پیرامون گردشگری مذهبی

نویسنده	عنوان	نتایج
فیروزجانیان، یوسفی، میرمحمدتبار (۱۳۹۳)	تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران (فراتحلیلی از تحقیقات موجود)	در این مقاله با استفاده از روش فراتحلیل و با تأکید بر نظریه کارکردگرایی پارسونز به بررسی گردشگری مذهبی و کارکردهای مثبت و منفی آن در جامعه ی ایرانی پرداخته شد. باتوجه به نظریه ی پارسونز، اثرات گردشگری مذهبی به چهار بخش اقتصادی، سیاسی و برنامه ای، اجتماعی و فرهنگی قابل تقسیم است. در خرده نظام زیستی، گردشگری مذهبی موجب بهبود زیرساخت‌های اساسی در منطقه، ایجاد اشتغال، افزایش درآمدها و بهبود اقتصادی شهرهای پذیرای گردشگری می‌شود. در خرده نظام شخصیتی، تأثیر آن بر برنامه ها و سیاستها به صورت دوطرفه و دوجانبه است؛ بر خرده نظام اجتماعی بر افزایش کیفیت زندگی، بالارفتن امکانات رفاهی و افزایش انسجام اجتماعی تأثیرگذار است. درنهایت، انرژی حاصل از گردشگری به خرده نظام فرهنگی می‌رسد که در اینجا خرده نظام فرهنگی خودش را با پدیده ی انتقال و اشتراک فرهنگی و حفظ ارزشها نشان می‌دهد.
رحمانی (۱۳۸۹)	ارزیابی عملکرد اماکن مذهبی در توسعه روستایی، مطالعه موردی: روستاهای اورامان تخت، هجیج و نجار (پایان نامه)	اماکن مذهبی و زیارتی موجب ارتقای ظرفیت‌های توسعه اجتماعی، کالبدی و اقتصادی در روستاهای مورد مطالعه شده است. در این راستا به نظر می‌رسد تأثیر مکان‌های مذهبی در بعد اجتماعی توسعه به نسبت ابعاد اقتصادی و کالبدی توسعه بیشتر بوده است. همچنین بر اساس نتایج به دست آمده حاصل از تحلیل SWOT راهبرد توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه راهبرد تهاجمی می‌باشد.
قاسمی خوزانی (۱۳۸۶)	ساختار، کارکرد و مدیریت گردشگری مذهبی در کلان‌شهر مشهد (پایان	پتانسیل‌های محیطی و وجود جاذبه‌های طبیعی در شهرستان مشهد، ضمن وسعت بخشیدن به کارکرد گردشگری شهر مشهد و منطقه در زمینه جذب سایر انگیزه‌های گردشگری (گردشگران تفریحی، طبیعت گرا و...) به نوبه

خود موجب پخشایش گردشگران مذهبی- فرهنگی در سطح منطقه و افزایش توان ظرفیت پذیرش و پایداری اکولوژیک کلان شهر مشهد شده است.	نامه)	
با ارتقاء امکانات رفاهی و خدماتی موجود می‌توان ماندگاری گردشگر را افزایش داد و زنجیره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی و خدماتی ایجاد کرد و ضمن تنوع بخشی به اقتصاد مانع رکود اقتصاد روستایی شد.	تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی شهرستان مشهد (مقاله)	قاسمی (۱۳۹۰)
اقتصاد شهر قم متناسب با توانمندی‌ها و جاذبه‌های گردشگری آن، از توسعه شایسته‌ای برخوردار نبوده و عواملی مانند کمبود زیرساخت‌ها، تأسیسات، تجهیزات و خدمات مورد نیاز گردشگران و زائران، فصلی بودن گردشگری، کمبود نیروی انسانی متخصص و آموزش دیده، باعث پایین آمدن مدت زمان اقامت گردشگران و به دنبال آن گردش اندک منابع مالی در شهر قم می‌باشد که نتیجه آن پایین بودن سهم اقتصاد شهر از صنعت گردشگری است.	بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در شهرهای مذهبی (مورد شناسی: کلان شهر قم) (مقاله)	هادیانی، احدنژاد، روشنی، کاظمی زاد (۱۳۸۹)
با اهمیت یافتن صنعت گردشگری در جهان امروز، نقش مکان‌های مذهبی در جذب گردشگران و تأثیر آن بر توسعه مناطق مختلف نیاز به نگاه مدیریتی و برنامه ریزی صحیح برای این منطقه می‌باشیم.	تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی شهرستان نورآباد ممسنی (مقاله)	تقوایی، موسوی و غلامی (۱۳۸۹)
این مقاله به بررسی پتانسیل گردشگری مذهبی مانيسا در ترکیه با یک چشم انداز بازاریابی می پردازد. یافته ها نشان می دهد که مانيسا با توجه به اینکه متعلق به سه مذهب بزرگ است اهمیت تاریخی- مذهبی بسیار مهمی دارد در این مقاله راهکارهای عملی مختلفی برای بازاریابی ارائه می شود از جمله فروش سوغات (به عنوان مثال مینیاتور، کارت پستال)، مواد غذایی محلی و نوشیدنی های محلی در فروشگاههای کنار بناهای مذهبی. همچنین می توان محصولات و خدمات گردشگری مذهبی را در ترکیب با فعالیت هایی مانند کمپینگ، کوه نوردی و گشت و گذار و امثالهم ارائه داد.	Examining the religious tourism potential of Manisa, Turkey with a marketing perspective (article)	کارتال، تپسی، آتلی (۲۰۱۵)
هدف مقاله شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدید گردشگری مذهبی در استان نونگ خای، تایلند است. گردشگری مذهبی در استان نونگ خای این پتانسیل را دارد که با یک برنامه اقامت در معبد به عنوان یک محصول گردشگری مذهبی به شما فرهنگ بودایی تایلندی را معرفی کند. به منظور بهبود پتانسیل برای گردشگری مذهبی در استان نونگ خای برای ایجاد یک برنامه اقامت معبد، موارد زیر مورد تاکید است. ۱) تنوع فعالیت های مذهبی برای گردشگران ۲) بهبود منابع انسانی در گردشگری ۳) تنظیم وسایل نقلیه خدمات عمومی برای رفتن به معابد ۴) روابط گسترده عمومی ۵) همکاری با ذینفعان.	SWOT Analysis of Religious Tourism in Nong Khai Province, Thailand Proposed Guidelines to Incorporate Temple Stay Program	میننتر، تران (۲۰۱۴)
امروزه سفر به اماکن مذهبی، زیارتگاه ها، معابد، کلیساها و جشن های مذهبی مورد توجه است. به طور تاریخی در مرکز و جنوب شرقی اروپا گروههای قومی و مذهبی زندگی می کنند. در قرن گذشته، در طول ۴۰ سال حکومت کمونیست دین تبعید شد و زندگی معنوی و روحانی به طور عمده به محیط داخلی محدود شد. از سال ۱۹۹۰، کشورهای سوسیالیستی سابق مانند مجارستان (به عنوان مثال لهستان، اسلواکی، رومانی و غیره)، با تغییراتی مواجه شدند. این مقاله در تلاش است چارچوب یکپارچه گردشگری مذهبی مسیحی و	Religious tourism in Hungary – an integrative framework (article)	ایری میاس و میچالکو (۲۰۱۳)

- 1- Kartal, Burak, Mustafa Tepeci, and Hakan Athi.
- 2- Maneenet, Thirachaya, and Thanh Ha Tran
- 3- Anna IRIMIAS and Gabor MICHALKO

جنبه های فرهنگی آن را در این منطقه مورد بحث قرار دهد.		
این کتاب دارای ۱۷ فصل می باشد که از فصل های مهم آن می توان به جهانی شدن گردشگری مذهبی، انگیزه های گردشگری مذهبی، زیرساخت های گردشگری مذهبی، مطالعات موردی همچون چین، مکه، سانتیاگو، ترکیه، هند و ماریا و... اشاره نمود.	Religious tourism and pilgrimage festivals management : an international perspective (book)	رزاق راج و نایجل دی مرپد (۲۰۰۷)
به بررسی گردشگری مذهبی در اروپا پرداخته و این را بیان نموده اسبت که زیارتگاهها در اروپا به عنوان یکی از جاذبه های گردشگری مذهبی، از ویژگی های تاریخی، هنری و طبیعی برخوردارند.	Religious site as tourism attraction in europe (article)	نولان و نولان <sup>۵</sup> (۱۹۹۲)

مآخذ: یافته های تحقیق با استفاده از منابع در دسترس.

مطالعات انجام شده پیرامون گردشگری مذهبی مؤید این امر است که با توجه به نقش مکان های مذهبی در جذب گردشگر و تأثیر آن بر رشد و توسعه، نیاز به توجه بیشتر از طریق برنامه ریزی به همراه مدیریت مناسب و هدفمند است. همچنین تقویت جاذبه های ثانویه به عنوان مکمل گردشگری مذهبی و تجهیز زیرساخت ها، افزایش تبلیغات و تقویت وسایل ارتباط جمعی در اغلب مطالعات مورد توجه بوده است..

جدول ۲: تحقیقات انجام شده پیرامون تأثیر گردشگری بر اقتصاد

نویسنده	عنوان	نتایج
جمعه پور و احمدی (۱۳۹۰)	تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی (مطالعه موردی: روستای برغان، شهرستان ساوجبلاغ) (مقاله)	گردشگری روستایی در روستای برغان، اگر چه باعث به وجود آمدن اشتغال و در نتیجه درآمد مرتبط با گردشگری و نیز کمک به رشد برخی از فعالیت های روستایی مانند باغداری و خدمات شده است، اما این تأثیر بسیار محدود است و تنها برخی از خانوارها را در بر می گیرد.
بدری، مطیعی، سلمانی، علیقلی زاده (۱۳۸۸)	اثرات اقتصادی گردشگری بر نواحی روستایی بخش مرکزی نوشهر (مقاله)	اگر چه گردشگری منجر به اثرات مثبت نظیر اشتغال زایی شده است. اما اثرات منفی مانند افزایش قیمت کالا و خدمات در فصل گردشگری، افزایش قیمت زمین، به طور کلی افزایش هزینه های زندگی ساکنان، ایجاد سود زیاد برای گروه اندکی از آن ها و وابستگی بیش از حد اقتصاد روستا به گردشگری را به دنبال داشت است.
میرزایی (۱۳۸۸)	تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه (مقاله)	گردشگری روستایی زمینه اشتغال فصلی در منطقه را به ویژه در بهار فراهم ساخته و شاغلان دیگر بخش های اقتصادی و به ویژه کشاورزی را به سوی خود جذب کرده است.
علیقلی زاده فیروزجایی، بدری، فرجی سبکیار (۱۳۸۶)	نگرش جامعه میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی، نمونه: بخش مرکزی شهرستان نوشهر (مقاله)	از دیدگاه ساکنان گردشگری اثرات اقتصادی مثبتی نظیر افزایش فرصت های شغلی و درآمد و اثرات منفی اقتصادی و محیطی نظیر افزایش قیمت کالا و خدمات، افزایش کاذب قیمت زمین، افزایش آلودگی صوتی و دست اندازی به حریم منابع طبیعی را موجب شده است. همچنین اثرات منفی اقتصادی و محیطی با رشد گردشگری یا میزان کارکرد گردشگری رابطه ای مستقیم دارد.
میراج (۱۳۸۶)	اثر جاذبه های گردشگری استان سمنان بر پویایی اشتغال (مقاله)	درآمد حاصل از توریسم استان را در برنامه چهارم توسعه ۱۲۳۲۹۶،۲۴ میلیون ریال پیش بینی می نماید که در صورت موفقیت از آن طریق، می توان ۹۴۸ شغل جدید در استان ایجاد نمود که ۲۴،۶۶ درصد از بیکاری استان را پوشش خواهد داد و اگر بتوان با ایجاد مدیریت کارآ، فقط ۲،۷ درصد از توریسم گذری

4- Razaq Raj and Nigel D. Morpeth

5- Mary Lee Nolan & Sidney Nolan

استان را که ۱۲ میلیون نفر بازدیدکننده در سال است جذب نماید مشکل بیکاری در استان رفع خواهد شد.		
اگر شیوه‌های مدیریتی صحیح در مورد گردشگری روستایی در ایران عملی گردد، گردشگری نیز همانند هر فعالیت اقتصادی، منبع در آمد و اشتغال برای روستاییان می‌شود و نیز تقاضا برای رستوران‌های محلی و اقامتگاه‌های روستایی و صنایع دستی و دیگر محصولات کشاورزی ارتقا می‌یابد و از همه مهم‌تر با ایجاد اشتغال پاره وقت و فصلی در نواحی روستایی مانع از مهاجرت روستاییان به شهرها می‌شود.	نقش گردشگری در اقتصاد روستایی ایران (مقاله)	مطیعی لنگرودی و ایمانی (۱۳۸۵)
توسعه نامتوازن یکی از ویژگی‌های آفریقای جنوبی است. سیاست‌های اخیر از طریق گردشگری در پی دستیابی به توسعه منطقه ای متوازن است. این مقاله به بررسی اقتصاد گردشگری در مناطق محروم برای جبران رشد ناموزون آنها اشاره دارد. در حال حاضر گردشگری در این نواحی در درجه اول شامل گردشگری داخلی و متمرکز بر بازدید از دوستان و بستگان است. چشم انداز توسعه منطقه ای در نهایت بر اعمال نفوذ دارایی بالقوه برای تفریح گردشگری بستگی دارد. چالش‌های کلیدی برای توسعه منطقه گردشگری منجر اولیه در آفریقای جنوبی شناسایی شده اند.	Tourism and regional development: The case of South Africa's distressed areas	روگرسون ۶(۲۰۱۵)

مآخذ: یافته‌های تحقیق با استفاده از منابع در دسترس.

بررسی‌ها نشان می‌دهد گردشگری در نواحی روستایی منجر به اثرات مثبت در زمینه اقتصادی نظیر ایجاد فرصت‌های شغلی، فروش محصولات کشاورزی، افزایش درآمد، افزایش قدرت خرید و امثالهم گردیده است، در این زمینه ارتقاء امکانات رفاهی و خدماتی در روستاهای مستعد می‌تواند ماندگاری گردشگر را افزایش داده و زنجیره‌ای از فعالیت‌های متنوع اقتصادی را ایجاد نموده و مانع رکود اقتصاد روستا می‌گردد. البته افزایش قیمت کالا و خدمات در فصل گردشگری، افزایش قیمت زمین و افزایش هزینه‌های زندگی ساکنان، ایجاد سود زیاد برای گروه اندکی از آن‌ها و وابستگی بیش از حد اقتصاد روستا به گردشگری از اثرات منفی گردشگری بر اقتصاد است که کاهش آن‌ها مستلزم شناسایی ساختار گردشگری و برنامه ریزی مناسب برای مقاصد گردشگری روستایی است.

### ۳- مبانی نظری

گردشگری و گذران اوقات فراغت به شیوه‌ای جدید، پدیده‌ای پیامدی و جزء جدایی ناپذیر جامعه صنعتی و حلقه‌ای مهم در بازار تولید است؛ اما زیارت و گردشگری که ریشه در باورها و اعتقادهای 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 چشم‌اندازهای فرهنگی است. با این وجود امروزه گردشگری مذهبی با همه اجزاء و گونه‌های مختلف، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص، توانسته خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد (یگانگی و باش‌افشار، ۱۳۹۰: ۱۰)، به طوری که سازمان جهانی جهانگردی مذهب را به عنوان یکی از اصلی‌ترین انگیزه‌های سفر شناخته و برگزاری کنفرانس‌هایی را که ارتباط گردشگری و مذهب را بررسی کنند لازم می‌داند.

در مورد توسعه گردشگری روستایی دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد بعضی آن را به عنوان بخشی از بازار گردشگری می‌شناسند و از جنبه‌های دیگر گردشگری به عنوان فلسفه‌ای برای توسعه روستایی مطرح گردیده است بر این اساس سه دیدگاه مهم وجود دارد.

- از یک نگرش گردشگری به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی که انعکاس دهنده ویژگی محیط روستایی است.
- در مواردی نیز گردشگری را به عنوان ابزار و سیاستی برای بازساخت اقتصاد روستایی می‌شناسند.

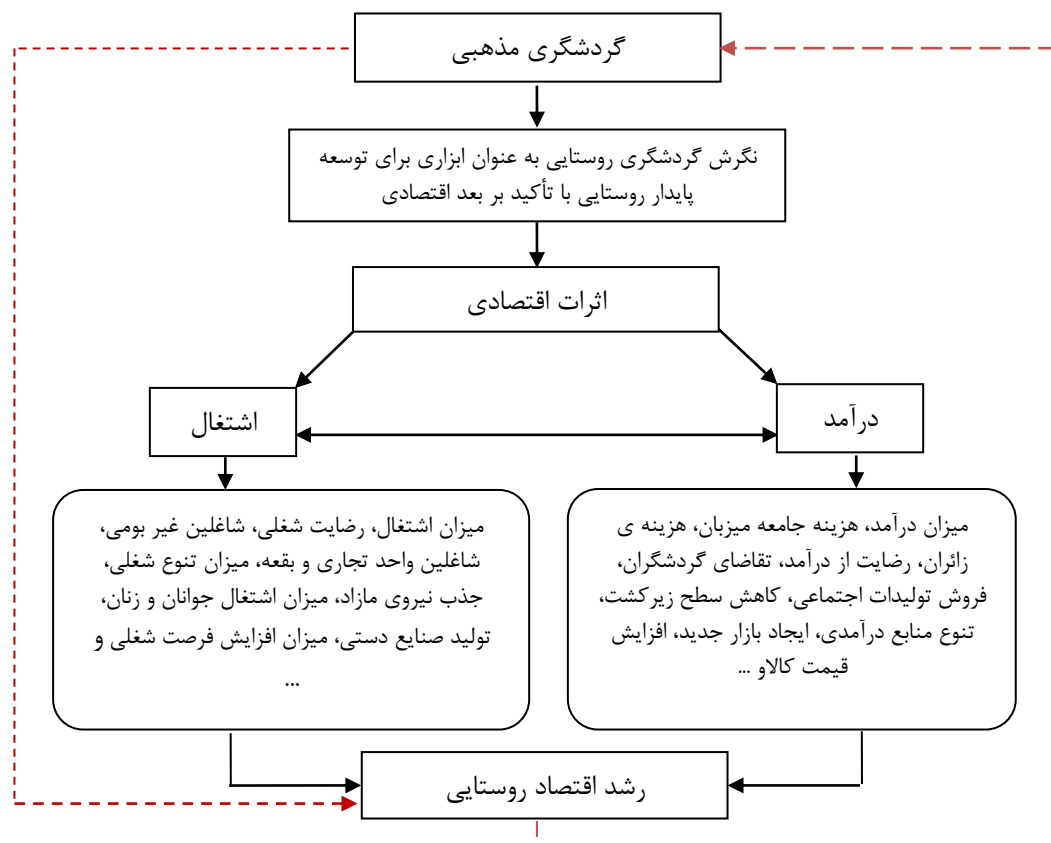
- بعضی نیز گردشگری را به عنوان سیاست و ابزاری برای توسعه پایدار روستایی قلمداد کرده‌اند (افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۲۸).

تحقیق حاضر گردشگری روستایی را به عنوان «ابزاری برای توسعه پایدار روستایی» مد نظر دارد. هدف این نگرش به حداقل رساندن آسیب‌های فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی و فراهم ساختن رضایت بازدیدکنندگان و در درازمدت و فراهم کردن مقدمات رشد اقتصادی ناحیه است. توسعه پایدار ابعاد مختلفی دارد که یکی از آن‌ها به اقتصاد مربوط می‌شود. گردشگری روستایی پایدار به فرصت‌های درآمدی خوبی برای اجتماعات محلی منجر می‌شود (افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۳۳).

گردشگری قبل از هر چیزی یک مسئله‌ی اقتصادی است و اثرات اقتصادی گردشگری روستایی حوزه‌ای پربار برای تحقیقات در میان طیفی از دانشمندان علوم اقتصادی بوده است که غالباً بر نقش گردشگری در مقام یک نوش دارو برای حل تمام بیماری‌های اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی اشاره شده است (Hall and Page, 2014: 225). امروزه بخش وسیعی از ادبیات گردشگری به نتایج اقتصادی و نقش مثبت آن در ایجاد اشتغال و فرصت‌های جدید متمرکز می‌شود (نوری کرمانی و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۳۹). اگر چه مشاغل مربوط به این صنعت خیلی پردرآمد نیستند، اما منافع بسیاری را نصیب روستاییان می‌کند (رکن الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۳۳). همچنین فروش محصولات کشاورزی، ایجاد فرصت‌های برابر اشتغال، تشکیل و توزیع متعادل سرمایه‌های عمومی در جوامع روستایی و بهبود توسعه پروژه‌های روستایی (شهیدی و دیگران، ۱۳۸۸: ۳)، از دیگر آثار مثبت گردشگری می‌باشد با توجه به جذابیت پیامدهای اقتصادی توسعه گردشگری، مطالعات اولیه طی دهه ۱۹۶۰ بیشتر بر آثار مثبت اقتصادی این پدیده متمرکز بود. اما در دهه ۷۰ محققان غالباً بر آثار منفی توسعه این فعالیت تاکید می‌ورزند. در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ بر اساس انتقادات صاحب نظرانی مانند چین<sup>۱</sup> تأثیرات مثبت و منفی به طور متوازن مد نظر قرار گرفت (کاظمی، ۱۳۸۵: ۹۸). آثاری مانند، افزایش نرخ مواد غذایی و زمین، ایجاد شکاف بین جوامع روستایی بر اثر توزیع نامتعادل درآمد (شهیدی و دیگران، ۱۳۸۸: ۳)، توزیع نامتعادل اشتغال، برگشت کم سرمایه، فصلی بودن مشاغل، جابجایی در اشتغال افراد بومی و منسوخ شدن برخی فعالیت‌ها مانند کشاورزی و ماهیگیری، جا به جایی نیروی کار از سایر بخش‌ها به گردشگری و امکان ایجاد کمبود نیروی کار در آن‌ها و تحمیل بار اضافی بر سیستم‌های حمل و نقل (زاهدی مازندرانی، ۱۳۸۵: ۴۳)، محرومیت از برخی مزایای رفاهی برای جامعه میزبان، فشار تقاضا برای منابع کمیاب، وابستگی بیش از اندازه نواحی میزبان به گردشگری (رضوانی، و صفایی، ۱۳۸۴: ۱۱۱) از پیامدهای منفی گردشگری می‌باشد.

اما آثار مثبتی که گردشگری بر اقتصاد روستا دارد بسیار قابل توجه تر از آثار منفی آن است، به طور کلی گردشگری به عنوان یک عامل اقتصادی عمده و بسیار موثر در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است و گسترش آن، می‌تواند فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل گوناگونی را در مناطق روستایی به وجود آورد که این فرصت‌های شغلی بیش تر خدماتی هستند افزایش تولیدات صنایع دستی و فروش آن، گسترش خدمات هتلداری و حمل و نقل، ایجاد فروشگاه‌ها و... باعث به وجود آمدن شغل‌های جدید می‌شود که به تبع آن، بیکاری و نرخ مهاجرت از روستاها به شهرها کاهش و هجوم نیروی کار مازاد بخش کشاورزی و دامداری به بخش خدمات افزایش می‌یابد و چه بسا که روند مهاجرت با توجه به رونق این مناطق معکوس شود. گسترش گردشگری باعث روی آوردن مردم به فعالیت‌های سازنده و رونق اقتصادی و کاهش فقر می‌شود که گسترش خدمات اجتماعی و رشد سرمایه گذاری را در مناطق در پی خواهد داشت (نوابخش و رفیعی پور، ۱۳۸۹: ۸)؛ لذا صنعت گردشگری با اتکا به ویژگی‌ها و تأثیرات اقتصادی خود می‌تواند به گونه‌ای کاملاً موثر در تحرک و پویایی بخش‌های مختلف اقتصادی جوامع محلی نقش عمده‌ای ایفا نماید که در نهایت به توسعه نواحی روستایی کم رشد کمک کند.

در این پژوهش گردشگری ابزاری برای توسعه پایدار روستایی با تأکید بر بعد اقتصادی مطرح است چرا که این نگرش و رویکرد با در نظر گرفتن اهداف مهمی چون رضایت گردشگران، منفعت برای مالکان و حفظ منابع و یکپارچگی جامعه در امر برنامه ریزی گردشگری بکار گرفته می‌شود (شکل ۱).



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

## ۴- روش شناسی

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و روش انجام تحقیق توصیفی-تحلیلی است. به منظور تدوین چارچوب نظری، پیشینه و متغیرهای تحقیق از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شد. واحد تحلیل در این پژوهش روستا است. اطلاعات استخراج شده از پرسشنامه با استفاده از روش‌های تجزیه و تحلیل آماری در محیط نرم افزار SPSS مورد بررسی قرار گرفت. همچنین از دو نرم افزار Excel و GIS در بخش‌های مختلف پژوهش استفاده شده است. جهت تعیین حوزه نفوذ گردشگاهی کلان شهرها از دو الگو می‌توان استفاده نمود: الف- «الگوی تعیین حد نهایی حوزه گردشگاهی کلان شهرها» که بر اساس فرمول  $R = \sqrt[1/2]{P}$  محاسبه می‌شود در این فرمول  $R =$  حد نهایی حوزه گردشگاهی  $P =$  جمعیت کلان شهر تقسیم بر هزار است. این الگو برای مشهد جمعیت ۲,۷۶۶ میلیون نفری (در سال ۱۳۹۰) حدود ۵۹ کیلومتر (شعاع حوزه نفوذ گردشگری) به دست آمد. ب- «الگوی راپرت» این الگو نیز یکی از الگوهای مربوط به حوزه نفوذ گردشگری است که از طریق فرمول  $A = \sqrt[1/4]{E}$  محاسبه می‌شود در این فرمول  $A =$  فاصله مناسب  $E =$  جمعیت شهری منطقه به ۱۰۰۰ نفر (سقایی، ۱۳۸۸: ۱۷۴) است. این الگو برای شهر مشهد با توجه به جمعیت شهر مشهد حوزه نفوذ برابر ۵۹ کیلومتر (شعاع حوزه نفوذ گردشگری) به دست آمده است.

با توجه به مطالعات میدانی صورت گرفته از ۱۲ روستای دارای امامزاده در دو شهرستان مشهد و بینالود که در حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد می‌باشند و با توجه به لحاظ نمودن پراکنش فضایی روستاها در تمام دهستان‌ها از هر دهستان حداکثر ۲ روستا به طور تصادفی انتخاب شد که در نهایت تعداد روستاهای نمونه شامل ۱۰ روستا شد (نقشه ۱) که عبارتند از: روستای حصار از شهرستان بینالود و تبادکان، برزش آباد، خواجه حسین آباد، رضوان، اندرخ، امان آباد، پیوه ژن، ده سرخ و میامی از شهرستان مشهد که در سال ۱۳۹۰ دارای جمعیتی برابر با ۱۰۰۸۴ نفر می‌باشند (مستخرج از شناسنامه آبادی‌های سرشماری

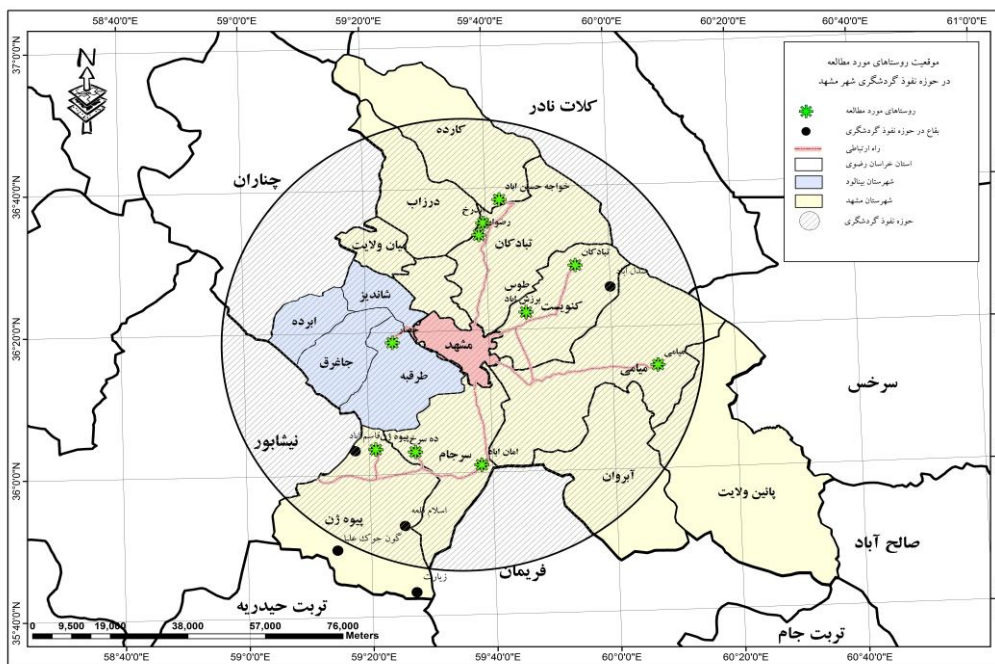


عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۰). با توجه به جدول (۳)، حجم خانوار در روستاهای نمونه برابر ۳۰۵۶ خانوار و حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران و با خطای ۰,۰۷ درصد برای خانوارهای روستاهای نمونه برابر با ۱۸۵ نفر می‌باشد که نسبت به سهم و حجم خانوارهای هر روستا تعداد نمونه هر روستا تعیین شد. برای آگاهی از تعداد گردشگران مذهبی در منطقه مورد مطالعه از آمار سازمان اوقاف و امور خیریه استفاده شده است. بر اساس آمار سازمان اوقاف حجم گردشگر در بقاع متبرکه روستاهای نمونه ۶۲۱۵۰۰۰ نفر می‌باشد (سازمان اوقاف و امور خیریه استان خراسان رضوی، ۱۳۹۲) که به علت نداشتن زائر شمار به صورت تقریبی می‌باشد. حجم گردشگران نمونه با استفاده از فرمول کوکران با خطای ۰,۰۷ درصد معادل ۱۹۶ نفر و حجم روستاییان به عنوان جامعه میزبان با همان مقادیر معادل ۱۸۵ خانوار تعیین گردید. لازم به ذکر است پرسشنامه گردشگر حاوی سوالاتی مربوط به کیفیت انواع امکانات بقعه، واحدهای تجاری و واحدهای اقامتی و میزان ماندگاری و مانند این‌ها بوده است که هم از گردشگران ایرانی و هم از گردشگران خارجی در این زمینه سوال شده است. همچنین پرسشنامه خانوارهای روستایی شامل مواردی است که اثر گردشگری مذهبی را بر اشتغال و درآمد آن‌ها کمی می‌نماید. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ انجام گرفت که مقدار آن ۰/۸۵ بیانگر پایایی مطلوب پرسشنامه است.

جدول ۳: بقاع نمونه، تعداد گردشگر، حجم خانوار و تعداد نمونه در هر روستا و جاذبه‌های فرهنگی (۱۳۹۰)

دهستان	آبادی	نام جاذبه‌های فرهنگی	تعداد گردشگر نفر	تعداد نمونه	خانوار ۱۳۹۰	تعداد نمونه
طرقبه	حصار	امام زادگان سید یاسر و ناصر	۲۵۰۰۰۰۰	۴۸	۵۶۹	۳۳
تبادکان	رضوان	امام‌زاده سید محمد حاتم	۵۰۰۰	۱۰	۲۱۴	۱۲
	اندرخ	سید عمادالدین، سید فتح الله	۱۰۰۰۰	۱۰	۱۶۲	۱۰
کنویست	برزش آباد	سید عبدالله...اسحاق	۱۰۰۰۰	۱۰	۳۳۱	۱۹
	تبادکان	امام‌زادگان تبادکان	۸۰۰۰۰	۱۲	۴۴۰	۲۶
کارده	خواجه حسین آباد	میر سبحان و بی بی صنوبر	۱۰۰۰۰	۱۰	۴۹	۸
سرجام	ده سرخ	سید عبد العزیز	۸۰۰۰۰	۱۲	۱۵۶	۱۰
	امان آباد	شاهزاده اسماعیل	۱۰۰۰۰	۱۰	۲۵۲	۱۵
احمد آباد	پیوه ژن	امام‌زادگان هاشم و محتشم	۱۰۰۰۰	۱۰	۲۵۵	۱۵
میامی	میامی	امام‌زاده یحیی	۳۵۰۰۰۰۰	۶۴	۶۲۸	۳۷
مجموع						
			۶۲۱۵۰۰۰	۱۹۶	۳۰۵۶	۱۸۵

مأخذ: سازمان اوقاف و امور خیریه استان خراسان رضوی و مرکز آمار استانداری خراسان رضوی



نقشه ۱: موقعیت روستاهای مورد مطالعه در شهرستان‌های مشهد و بینالود در استان خراسان رضوی  
ترسیم: نگارنده بر اساس نقشه پایه استانداری خراسان رضوی، ۱۳۹۳

در این تحقیق متغیر مستقل گردشگری مذهبی است که با استفاده از ۱۱ مؤلفه و ۲۸ شاخص مورد سنجش قرار گرفت (جدول ۴). به دلیل متفاوت بودن وزن هر یک از شاخص‌ها اقدام به وزن دهی شاخص‌ها از روش تخصیص نقطه‌ای شد.

جدول ۴: متغیر مستقل تحقیق و وزن و مقیاس هر یک از مؤلفه‌ها

متغیر	مؤلفه	تعداد شاخص	مقیاس	وزن
گردشگری مذهبی (مستقل)	کمیت و کیفیت امکانات جاذبه گردشگری مذهبی (امکانات تجاری ۰/۳۱، رفاهی ۰/۴۱، حمل و نقل ۰/۱۸ و فرهنگی و هنری ۰/۰۸)	۸	نسبی	۰/۱۹۸
	میزان ماندگاری گردشگران (ساعت)	۱	نسبی	۰/۱۶
	تعداد گردشگر	۱	فاصله‌ای	۰/۲۳۹
	کمیت و کیفیت واحدهای تجاری دخیل در گردشگری روستا	۲	فاصله‌ای	۰/۱۲۶
	کمیت و کیفیت واحدهای اقامتی گردشگری	۶	فاصله‌ای	۰/۰۹۷
	زیباسازی جاذبه گردشگری مذهبی (برخورداری از ضریح، گنبد، مناره و تزیینات)	۵	اسمی	۰/۰۱۸
	سرانه زائر سرا (متر مربع)	۱	نسبی	۰/۰۰۲
	فعالیت‌های فرهنگی (تعداد قرآن و نوحه خوان بقعه)	۱	فاصله‌ای	۰/۰۳۲
	تعداد شاغلین در جاذبه گردشگری مذهبی (بقاع متبرکه)	۱	فاصله‌ای	۰/۰۷۱
	نوع گردشگران (محلی ۱، شهرستانی ۲، استانی ۳ و بین‌المللی ۴)	۱	اسمی	۰/۰۰۸
	مساحت جاذبه گردشگری مذهبی (بقاع)	۱	نسبی	۰/۰۰۵
جمع		۲۸	-	۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۳

در تحقیق حاضر متغیر وابسته «اقتصاد روستایی» است که به وسیله متغیرهای «اشتغال» با ۱۰ مؤلفه و ۱۶ شاخص و «درآمد» با ۲۱ مؤلفه و ۳۲ شاخص کمی گردیده است (جدول ۵).

جدول ۵: متغیرهای وابسته تحقیق، واحد تحلیل و مقیاس هر یک

متغیر	مؤلفه	تعداد شاخص	مقیاس
اشتغال حاصل از گردشگری مذهبی	تعداد شاغلین گردشگری مذهبی در بخش خدمات (واحد تجاری، بقعه، حمل و نقل...)	۵	فاصله‌ای
	تعداد شاغلین گردشگری مذهبی در بخش صنعت (صنایع دستی، ساختمان و...)	۳	فاصله‌ای
	میزان رضایت شاغلین در بخش گردشگری مذهبی	۱	رتبه‌ای
	تعداد شاغلین غیر بومی در بخش گردشگری مذهبی	۱	فاصله‌ای
	میزان جذب نیروی مازاد کشاورزی در بخش گردشگری مذهبی	۱	رتبه‌ای
	میزان اشتغال جوانان در بخش گردشگری مذهبی	۱	فاصله‌ای
	میزان اشتغال زنان در بخش گردشگری مذهبی	۱	رتبه‌ای
	میزان افزایش فرصت شغلی (صنعت) در بخش گردشگری مذهبی	۱	رتبه‌ای
	میزان افزایش فرصت شغلی (خدمات) در بخش گردشگری مذهبی	۱	رتبه‌ای
درآمد حاصل از گردشگری مذهبی	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در تنوع شغلی	۱	رتبه‌ای
	میزان درآمد حاصل از گردشگری مذهبی در سه بخش اصلی اقتصاد	۳	نسبی
	متوسط هزینه‌ی زائران در سفر	۸	نسبی
	مقدار فروش تولیدات به زائران	۱	نسبی
	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در کاهش سطح زیر کشت	۱	رتبه‌ای
	میزان تقاضای گردشگران از محصولات محلی	۱	رتبه‌ای
	میزان رضایت از درآمد حاصل از گردشگری مذهبی	۱	رتبه‌ای
	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در فروش محصولات محلی	۱	رتبه‌ای
	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در افزایش واحد غیر کشاورزی	۱	رتبه‌ای
	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در افزایش درآمد	۱	رتبه‌ای
	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در ایجاد بازار جدید	۱	رتبه‌ای
	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در افزایش سرمایه گذاری	۱	رتبه‌ای
	میزان سرمایه گذاری در بخش گردشگری مذهبی	۱	رتبه‌ای
	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در افزایش تولیدات کشاورزی	۱	رتبه‌ای
	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در تأمین هزینه زندگی	۱	رتبه‌ای
	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در قدرت خرید	۱	رتبه‌ای
	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در تأمین مسکن	۱	رتبه‌ای
میزان تأثیر گردشگری مذهبی در افزایش قیمت کالا، خدمات و زمین و مسکن	۳	رتبه‌ای	
میزان افزایش اقامتگاه مربوط به گردشگری	۱	رتبه‌ای	

رتبه‌ای	۱	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در افزایش اجاره بها
رتبه‌ای	۱	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در کاهش فقر
رتبه‌ای	۱	میزان تأثیر گردشگری مذهبی در تنوع منابع درآمدی
۴۸		جمع

مأخذ: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۳

##### ۵- یافته‌های تحقیق

**الف- ویژگی‌های جامعه میزبان:** تعداد ۱۱۶ نفر مرد (۶۳،۷٪) و ۶۶ نفر را زنان (۳۶،۳٪) تشکیل می‌دهند. ۸۹،۲ درصد از افراد متأهل و ۱۰،۸ درصد مجرد هستند. اغلب روستاییان دارای تحصیلات زیر دیپلم و بی‌سواد به ترتیب با ۵۹،۳ و ۳۰،۲ درصد بوده‌اند؛ و عمده پاسخگویان (۴۸،۱ درصد) در گروه سنی ۳۰-۳۹ سال قرار دارند، همچنین تعداد خانوار اغلب پاسخگویان (معادل ۳۷،۳ درصد) ۶ تا ۷ نفر بوده است. ۴۶،۵ درصد پاسخگویان شاغل در بخش خدمات، ۳۲،۴ درصد شاغل در بخش کشاورزی، ۱۶،۲ درصد شاغل در بخش صنعت بوده‌اند؛ و ۴،۸۶ درصد به علت از کارافتادگی و عدم یافتن شغل مناسب بیکارند. بیشتر شاغلین در بخش خدمات مشغول به فعالیت هستند که علت این امر شکل گیری خدمات مرتبط با گردشگری در روستاهای مورد مطالعه و وجود تنگناهای فراوان موجود در بخش کشاورزی خصوصاً کمبود آب مطرح نموده‌اند.

**ب- ویژگی‌های جامعه میهمان:** از نظر جنسیت ۱۱۶ نفر از گردشگران مرد (۵۹،۱۸٪) و ۸۰ نفر را زنان (۴۰،۸۲٪) تشکیل می‌دهد. ۸۳،۲ درصد از گردشگران متأهل و ۱۶،۸ درصد مجرد هستند. اغلب گردشگران دارای تحصیلات متوسطه با ۳۴،۷ درصد بوده‌اند. عمده پاسخگویان (معادل ۴۵٪) در گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال قرار دارند. از نظر شغلی ۵۶،۸ درصد گردشگران شاغل در بخش خدمات، ۸،۱ درصد شاغل در بخش کشاورزی، ۲۴،۹ درصد شاغل در بخش صنعت هستند و ۱۰،۳ درصد به علت از کارافتادگی و عدم یافتن شغل مناسب بیکارند. ۸۶،۷ درصد از گردشگران روستاهای مورد بررسی از استان خراسان رضوی، ۷،۶ درصد از سایر استان‌های کشور و ۵،۶ درصد از پاسخگویان خارجی و از حوزه‌ی خلیج فارس بوده‌اند. با توجه به مطالعات میدانی صورت گرفته بیشتر گردشگران (۶۳،۸ درصد) با خانواده‌ی خود به روستاهای دارای گردشگری مذهبی سفر نموده‌اند و تنها ۲،۵ درصد گردشگران به صورت انفرادی به روستاهای مورد بررسی سفر کرده‌اند. با توجه به نتایج به دست آمده سفرهای فامیلی در مرتبه دوم با ۲۸،۱ درصد قرار دارند. همچنین ۴۶،۹ درصد از گردشگران اظهار داشتند که تعداد همراهانشان بین ۴ تا ۶ نفر می‌باشند.

در تحقیق حاضر متغیر وابسته «اقتصاد روستایی» است که توسط مؤلفه‌های متعدد مرتبط با «اشتغال» با ۱۰ و «درآمد» با ۲۱ مؤلفه کمی شده است و متغیر مستقل «گردشگری مذهبی» است که با ۱۱ مؤلفه کمی گردید. با توجه به اینکه شاخص‌های تحقیق در مقیاس‌های متفاوت نسبی، فاصله‌ای و ترتیبی می‌باشند اقدام به هم مقیاس کردن شاخص‌ها نمودیم. جدول ۶ میانگین متغیرهای تحقیق به تفکیک روستا

جدول ۶: میانگین متغیرهای تحقیق به تفکیک روستا

روستا	گردشگری مذهبی	درآمد	اشتغال	اقتصاد روستایی
تبادکان	۲	۲،۷۶	۲،۶۱	۲،۷۱
خواجه حسین آباد	۱،۳۴	۲،۱۶	۱،۹۹	۲،۱۱
ده سرخ	۲،۴۱	۲،۶	۲،۱۲	۲،۴۴
میامی	۴،۱۳	۳،۷۱	۳،۹	۳،۷۸
حصار	۳،۱۴	۳،۳۱	۲،۷۷	۳،۱۳
برزش آباد	۱،۰۲	۱،۳۱	۱،۱۶	۱،۲۶

۲,۴۹	۲,۲۱	۲,۶۳	۱,۸۸	پیوه ژن
۲,۳۷	۲,۰۸	۲,۵۱	۱,۲۳	امان آباد
۲,۰۲	۲,۰۴	۲,۰۱	۱,۰۲	رضوان
۲,۳۹	۲,۵۶	۲,۳	۱,۳۵	اندرخ
۲,۷۱	۲,۳۴	۲,۵۳	۱,۹۵	مجموع

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

به منظور بررسی اثر «گردشگری مذهبی بر اقتصاد روستایی» با توجه به مقیاس فاصله‌ای دو متغیر از رگرسیون خطی ساده استفاده شده است. با توجه به ضرورت خطی بودن رابطه بین دو متغیر که از مفروضات رگرسیون است در ابتدا از همبستگی پیرسون استفاده شد. جدول ۷ نشان می‌دهد که ضرایب همبستگی بین توسعه گردشگری مذهبی و اشتغال ۰,۸۴۶، توسعه گردشگری مذهبی و درآمد ۰,۹۰۲ و توسعه گردشگری مذهبی و اقتصاد روستایی ۰,۸۹۲ رابطه خطی معنی دار و مستقیم و با شدت قوی وجود دارد.

جدول ۷: بررسی رابطه بین گردشگری مذهبی و اقتصاد روستایی

گردشگری مذهبی		همبستگی پیرسون
سطح معناداری	آماره آزمون	
۰,۰۰۲	۰,۸۴۶	اشتغال
۰,۰۰۰	۰,۹۰۲	درآمد
۰,۰۰۱	۰,۸۹۲	اقتصاد روستایی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

**ج- بررسی اثر گردشگری مذهبی بر اقتصاد روستایی:** به منظور بررسی اثر «گردشگری مذهبی بر اقتصاد روستایی» از رگرسیون خطی ساده استفاده شده است. در رگرسیون متغیر مستقل، گردشگری مذهبی و متغیر وابسته، اقتصاد روستایی (که حاصل compute کردن گویه‌های دو متغیر اشتغال و درآمد است) می‌باشد. همان‌گونه که در جدول ۸ مشخص است مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰,۷۷ است که حاکی از توانایی بالای متغیر مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته می‌باشد. یعنی متغیر مستقل ۷۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند و مابقی این تغییرات (۲۳ درصد) که به مجذور کمیت خطا معروف است؛ تحت تأثیر متغیرهای خارج از مدل می‌باشند. همچنین مقدار دوربین واتسون برابر با ۱,۲۵ است که حاکی از مستقل بودن باقی‌مانده‌ها از هم است.

جدول ۸: مقدار همبستگی، ضریب تعیین تعدیل شده و خطای استاندارد برآورد

مقدار همبستگی	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد	دوربین واتسون
۰,۸۹۲	۰,۷۷	۰,۳۲	۱,۲۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

همان‌گونه که در جدول (۹) مشخص است مقدار رگرسیون برای این مدل برابر است با ۳,۲۴ و مقدار باقی‌مانده برابر است با ۰,۸۳ و چون مقدار مجذورات باقی‌مانده کوچک‌تر از مجموع مجذورات رگرسیون است، نشان دهنده‌ی قدرت تبیین بالای مدل در توضیح تغییرات متغیر وابسته است. در این مدل مقدار F برابر است با ۳۱,۲۱ و میزان معناداری آن هم برابر با ۰,۰۰۱ است که کوچک‌تر از ۰,۰۵ و معنادار است و متغیر مستقل قادر است به خوبی تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد؛ بنابراین فرضیه صفر آزمون مبنی بر عدم معنی داری مدل رگرسیون را با اطمینان ۹۹٪ رد می‌کنیم، بنابراین مدل رگرسیونی از لحاظ آماری

معنی‌دار است و فرضیه تحقیق که گردشگری مذهبی موجب رونق اقتصادی روستاهای مورد مطالعه گردیده است، تأیید می‌شود.

جدول ۹: مجموع مربعات، درجه آزادی، میانگین مربعات و سطح معناداری رگرسیون

سطح معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	رگرسیون
۰,۰۰۱	۳۱,۲۱	۳,۲۴	۱	۳,۲۴	رگرسیون
		۰,۱	۸	۰,۸۳	باقی‌مانده
			۹	۴,۰۷	مجموع

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

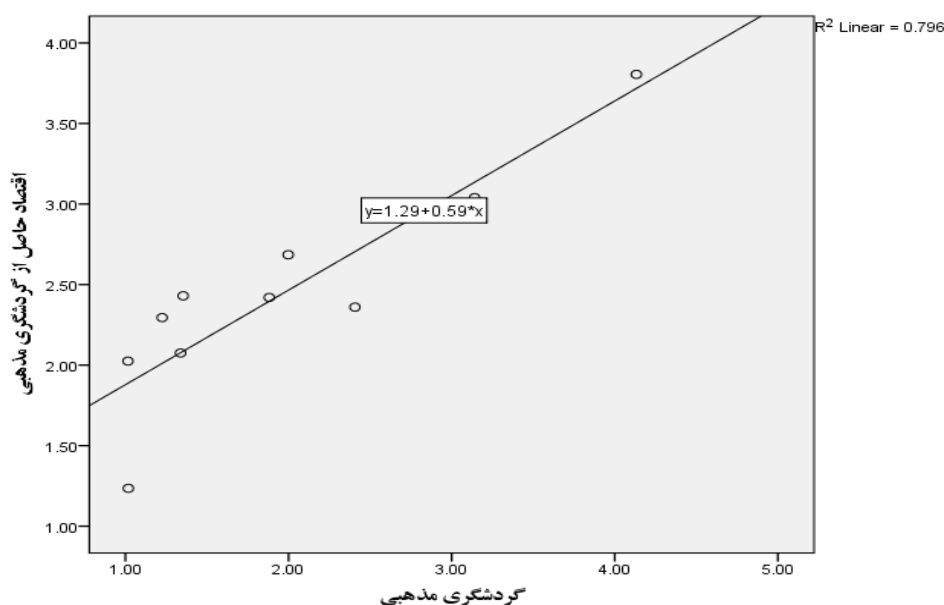
با توجه به آنچه که در جدول (۱۰) نشان داده شده است مقدار بتا در این مدل ۰,۸۹۲ است. بزرگ بودن مقدار بتا نشان دهنده اهمیت نسبی و نقش آن در پیشگویی متغیر وابسته می‌باشد. همچنین معادله رگرسیون با ضریب بتای استاندارد به شکل زیر می‌باشد:

$$Y = (۱,۲۹) + (۰,۸۹۲) X \text{ (اقتصاد روستایی)}$$

جدول ۱۰: ضریب رگرسیون استاندارد نشده و شده، آماره تی و سطح معناداری رگرسیون

میزان معناداری	آماره تی	ضریب رگرسیون استاندارد شده (بتا)	ضریب رگرسیون استاندارد نشده	ضریب ثابت
۰,۰۰۰	۵,۶۴	۰,۸۹۲	۱,۲۹	ضریب ثابت
۰,۰۰۱	۵,۵۹		۰,۵۹	گردشگری مذهبی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳



شکل ۲: خط و معادله رگرسیونی جهت بیان اثر گردشگری مذهبی بر اقتصاد روستایی

د- بررسی اثر گردشگری مذهبی بر اشتغال: به منظور بررسی اثر «گردشگری مذهبی بر اشتغال» از رگرسیون خطی ساده استفاده شده است. با توجه به جدول (۱۱) مقدار همبستگی بین گردشگری مذهبی (متغیر مستقل) و اشتغال (متغیر

وابسته) برابر با ۰,۸۴۶ است که همبستگی آن از نوع مستقیم با شدتی قوی است و همان‌گونه که در جدول مذکور مشخص است مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰,۶۸۱ است که حاکی از توانایی بالای متغیر مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته می‌باشد. یعنی متغیر مستقل ۶۸,۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند و مابقی این تغییرات (۳۲,۹ درصد) که به مجذور کمیت خطا معروف است؛ تحت تأثیر متغیرهای خارج از مدل می‌باشند. همچنین مقدار دوربین واتسون برابر با ۱,۲۵ است که حاکی از مستقل بودن باقی‌مانده‌ها از هم است.

جدول ۱۱: مقدار همبستگی، ضریب تعیین تعدیل شده و خطای استاندارد برآورد

مقدار همبستگی	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد	دوربین واتسون
۰,۸۴۶	۰,۶۸۱	۰,۳۹	۱,۳۶

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

همان‌گونه که در جدول (۱۲) مشخص است مقدار رگرسیون برای این مدل برابر است با ۳,۲۱ و مقدار باقی‌مانده برابر است با ۱,۲۷ و چون مقدار مجذورات باقی‌مانده کوچک‌تر از مجموع مجذورات رگرسیون است، نشان دهنده‌ی، قدرت تبیین بالای مدل در توضیح تغییرات متغیر وابسته است. در این مدل مقدار F برابر است با ۲۰,۲۲ و میزان معناداری آن هم برابر با ۰,۰۰۲ است که کوچک‌تر از ۰,۰۵ و معنادار است و متغیر مستقل قادر است به خوبی تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد؛ بنابراین مدل رگرسیونی از لحاظ آماری معنی‌دار است.

جدول ۱۲: مجموع مربعات، درجه آزادی، میانگین مربعات و سطح معناداری رگرسیون

سطح معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	رگرسیون
۰,۰۰۲	۲۰,۲۲	۳,۲۱	۱	۳,۲۱	رگرسیون
		۰,۱۶	۸	۱,۲۷	باقی‌مانده
			۹	۴,۴۸	مجموع

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

با توجه به آنچه که در جدول (۱۳) نشان داده شده است مقدار بتا در این مدل ۰,۸۴۶ است. بزرگ بودن مقدار بتا نشان دهنده اهمیت نسبی و نقش آن در پیشگویی متغیر وابسته می‌باشد. همچنین معادله رگرسیون با ضریب بتای استاندارد به شکل زیر می‌باشد:

$$\text{گردشگری مذهبی} = (۰,۸۴۶) + (۱,۲۰۴) \text{ (اشتغال روستایی)}$$

جدول ۱۳: ضریب رگرسیون استاندارد نشده و شده، آماره تی و سطح معناداری رگرسیون

میزان معناداری	آماره تی	ضریب رگرسیون استاندارد شده (بتا)	ضریب رگرسیون استاندارد نشده	(ضریب ثابت)
۰,۰۰۳	۴,۲۵۲	۰,۸۴۶	۱,۲۰۴	(ضریب ثابت)
۰,۰۰۲	۴,۴۹۷		۰,۵۸۴	گردشگری مذهبی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

ج- بررسی اثرات گردشگری مذهبی بر درآمد: برای بررسی میزان اثرگذاری گردشگری مذهبی بر درآمد به دلیل اینکه دو متغیر دارای سطح سنجش فاصله‌ای هستند از رگرسیون خطی ساده استفاده شده است. که متغیر مستقل، گردشگری مذهبی و متغیر وابسته، درآمد حاصل از گردشگری مذهبی می‌باشد.

با توجه به جدول شماره (۱۴) مقدار همبستگی بین گردشگری مذهبی (متغیر مستقل) و درآمد (متغیر وابسته) برابر با ۰,۹۰۲ است که همبستگی آن از نوع مستقیم با شدتی قوی است و همان‌گونه که در جدول مذکور مشخص است مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰,۷۹۰ است که حاکی از توانایی بالای متغیر مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته می‌باشد. یعنی متغیر مستقل ۰,۷۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند و مابقی این تغییرات (۲۱ درصد) که به مجذور کمیت خطا معروف است؛ تحت تأثیر متغیرهای خارج از مدل می‌باشند. همچنین مقدار دوربین واتسون برابر با ۱,۲۵ است که حاکی از مستقل بودن باقی‌مانده‌ها از هم است.

جدول ۱۴: مقدار همبستگی، ضریب تعیین تعدیل شده و خطای استاندارد برآورد

مقدار همبستگی	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد	دوربین واتسون
۰,۹۰۲	۰,۷۹۰	۰,۳۰	۱,۴۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

همان‌گونه که در جدول (۱۵) مشخص است مقدار رگرسیون برای این مدل برابر است با ۳,۲۷ و مقدار باقی‌مانده برابر است با ۰,۷۵ و چون مقدار مجزورات باقی‌مانده کوچک‌تر از مجموع مجزورات رگرسیون است، نشان دهنده‌ی، قدرت تبیین بالای مدل در توضیح تغییرات متغیر وابسته است. در این مدل مقدار  $F$  برابر است با ۳۴,۹۲ و میزان معناداری آن هم برابر با ۰,۰۰۰ است که کوچک‌تر از ۰,۰۵ و معنادار است و متغیر مستقل قادر است به خوبی تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد؛ بنابراین مدل رگرسیونی از لحاظ آماری معنی‌دار است.

جدول ۱۵: مجموع مربعات، درجه آزادی، میانگین مربعات و سطح معناداری رگرسیون

سطح معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	رگرسیون
۰,۰۰۰	۳۴,۹۲	۳,۲۷	۱	۳,۲۷	رگرسیون
		۰,۰۹	۸	۰,۷۵	باقی‌مانده
			۹	۴,۰۲	مجموع

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳

با توجه به آنچه که در جدول (۱۶) نشان داده شده است مقدار بتا در این مدل ۰,۹۰۲ است. بزرگ بودن مقدار بتا نشان دهنده اهمیت نسبی و نقش آن در پیشگویی متغیر وابسته می‌باشد. همچنین معادله رگرسیون با ضریب بتای استاندارد به شکل زیر می‌باشد:

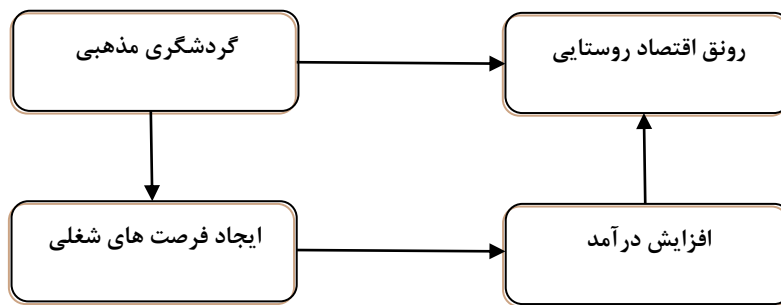
$$\text{(گردشگری مذهبی)} = (۰,۹۰۲) + (۱,۳۷) \text{ (درآمد)}$$

جدول ۱۶: ضریب رگرسیون استاندارد نشده و شده، آماره تی و سطح معناداری رگرسیون

میزان معناداری	آماره تی	ضریب رگرسیون استاندارد شده (بتا)	ضریب رگرسیون استاندارد نشده	(ضریب ثابت)
۰,۰۰۰	۶,۳۴	۰,۹۰۲	۱,۳۷	(ضریب ثابت)
۰,۰۰۰	۵,۹۱		۰,۵۹	گردشگری مذهبی



مآخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۳.



شکل ۳: اثرگذاری گردشگری مذهبی بر اقتصاد روستایی.

## ۶- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

شهرستان مشهد، به دلیل وجود بارگاه ملکوتی امام رضا (ع) مهم‌ترین قطب گردشگری مذهبی کشور محسوب می‌شود. به دلیل وجود بقاع متبرکه منسوب به امام زادگان در نواحی روستایی این شهرستان درصدی از گردشگران پس از زیارت بارگاه امام رضا (ع) در شهر مشهد جهت زیارت امام زادگان به نواحی روستایی این شهرستان سفر می‌کنند به طوری که روستای میامی در شهرستان مشهد در سال ۱۳۹۲ دارای ۳٫۵ میلیون نفر گردشگر و روستای حصار در شهرستان بینالود در همین سال دارای ۲٫۵ میلیون نفر گردشگر بوده است. طبق آمار سازمان اوقاف و امور خیریه استان خراسان رضوی روستاهای مورد مطالعه در سال ۱۳۹۲ پذیرای ۶۲۱۵۰۰۰ نفر گردشگر بوده‌اند و درآمد حاصل از نذورات این تعداد گردشگر به بقاع مذکور معادل ۲۸۱۳۰۰۰۰۰۰ تومان بوده است؛ لذا تحقیق حاضر به بررسی اثرات گردشگری مذهبی بر اقتصاد روستاهای دارای بقاع شهرستان مشهد می‌پردازد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد بالاترین درآمد متعلق به دو روستای میامی با میانگین ۳٫۷۱ و حصار با میانگین ۳٫۳۱ و پایین‌ترین درآمد مربوط به روستای برزش آباد با میانگین ۱٫۳۱ می‌باشد. در زمینه اشتغال روستای میامی با میانگین ۳٫۹ بالاترین و روستای برزش آباد با میانگین ۱٫۱۶ پایین‌ترین درآمد را به خود اختصاص داده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین گردشگری مذهبی، اشتغال، درآمد و اقتصاد رابطه‌ای مستقیم با شدتی قوی و معنی دار برقرار است بدین معنی که با افزایش امتیاز گردشگری مذهبی در روستاهای مورد مطالعه اقتصاد روستایی بهبود می‌یابد و با توجه به نتایج رگرسیون گردشگری مذهبی بر رونق اشتغال، درآمد و در مجموع اقتصاد روستایی اثر دارد. با توجه به نتایج بدست آمده می‌توان بیان کرد که، گسترش گردشگری مذهبی در منطقه مورد مطالعه بستری مناسب جهت ایجاد درآمد و اشتغال فراهم آورده است که باعث رونق اقتصادی روستاهای مورد بررسی شده است روستاهای مورد مطالعه به علت موقعیت جغرافیایی و نیاز شهر مشهد به مناطق تفریحی و ویلاقی جزء مراکز تفریحی پیراشهری مشهد محسوب می‌شوند.

نتایج پژوهش با مطالعات زیر هم سویی دارد: ۱. ترسا در سال ۲۰۰۷ در مقاله‌ای با عنوان «گردشگری به عنوان یک استراتژی زندگی پایدار» به این نتیجه رسیده است که گردشگری مکمل اقتصادی نواحی روستایی است و آن را به عنوان یک استراتژی برای امرار معاش روستاییان مناسب دانسته است. ۲- شارپلی در سال ۲۰۰۲ در مقاله‌ای با عنوان «گردشگری روستایی و چالش تنوع گردشگری: مطالعه موردی قبرس» به این نتیجه رسیده است گردشگری در اقتصاد و افزایش درآمد سرانه در کشور قبرس تأثیر داشته است. ۳- افتخاری و قادری در سال ۱۳۸۱ در مقاله خود تحت عنوان «نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی نقد و تحلیل چهارچوب‌های نظریه‌ای» به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگری روستایی در دنیای امروز یکی از

8 Tourism as a sustainable live hood strategy

9 Rural tourism and challenge of tourism diversification: the case study Cyprus

بخش‌های مهم فعالیت‌های اقتصادی محسوب می‌شود و این فعالیت مهم اقتصادی از دیدگاه‌های مختلفی مورد توجه قرار گرفته است. ۴- مطیعی لنگرودی و ایمانی در سال ۱۳۸۵ در مقاله‌ای با عنوان «نقش گردشگری در اقتصاد روستایی ایران» به این نتیجه رسیده‌اند که اگر شیوه‌های مدیریتی صحیح در مورد گردشگری روستایی در ایران عملی گردد، گردشگری نیز همانند هر فعالیت اقتصادی، منبع در آمد و اشتغال برای روستاییان می‌شود و نیز تقاضا برای رستوران‌های محلی و اقامتگاه‌های روستایی و صنایع دستی و دیگر محصولات کشاورزی ارتقا می‌یابد و از همه مهم‌تر با ایجاد اشتغال پاره وقت و فصلی در نواحی روستایی مانع از مهاجرت روستاییان به شهرها می‌شود. ۵- مهدوی حاجیلویی و همکارانش در سال ۱۳۸۷ هم با مقاله خود تحت عنوان «اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستاییان دره کن و سولقان» به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگری باعث افزایش درآمد و اشتغال، افزایش قیمت کالا و زمین و کاهش مهاجرت می‌شود. با توجه به یافته‌های تحقیق پیشنهادات زیر را می‌توان ارائه نمود:

از آنجا که رابطه مستقیمی میان سطح کمی و کیفی امکانات گردشگری (رفاهی، تجاری و حمل و نقل) با جریان‌های توریستی برقرار است، توسعه این امکانات در سطوح مختلف و متناسب با طبقات گردشگران تأثیر قابل ملاحظه‌ای در افزایش تعداد گردشگران دارد (سمندری، ۱۳۸۹: ۱۴۷). با توجه به فقدان و یا کمبود امکانات مورد نظر در روستاهای پیوه زن، امان آباد، اندرخ و ... و با توجه به حجم بالای گردشگران در روستاهای مذکور، رفع این مهم جهت افزایش ماندگاری و تعداد گردشگران مهم است.

مشارکت تمامی ذینفعان یعنی مردم محلی، گردشگران، مسئولین محلی در تمامی مراحل تصمیم سازی و تصمیم گیری برای مدیریت اثرات ناشی از توسعه اقتصاد گردشگری در منطقه، فعال‌سازی دهیاری‌ها و شوراهای روستایی در این زمینه می‌تواند کارساز باشد (عباسی، ۱۳۹۱: ۱۲). همچنین برنامه تبلیغات و بازاریابی نقش اساسی در شناساندن یک منطقه به عنوان یک مقصد توریستی در اذهان گردشگران ایجاد می‌کند. در حقیقت بین توسعه کمی و کیفی پوشش تبلیغاتی و میزان فروش اجزای اصلی و فرعی محصولات گردشگری رابطه مستقیمی وجود دارد. بدین معنی که هر قدر دامنه تبلیغات و بازاریابی صحیح‌تر باشد افراد بیشتری به استفاده از امکانات گردشگری راغب شده و پول افزون‌تری جهت استفاده از جاذبه‌ها، وسایل حمل و نقل، وسایل پذیرایی و ... پرداخت می‌کنند. این امر در سطوح مختلف از چاپ عکس و پوستر گرفته تا پخش فیلم در کانال‌های تلویزیونی صورت می‌گیرد (سمندری، ۱۳۸۹: ۱۴۷).

#### ۷- منابع

۱. ابراهیم زاده، عیسی؛ کاظمی زاد، شمس الله؛ اسکندری ثانی، محمد (۱۳۹۰). برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی شهر قم)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۶، صص ۱۱۵-۱۴۱.
۲. بدری، سیدعلی، مطیعی، سیدحسن، سلمانی، محمد، علیقلی‌زاده فیروزجایی، ناصر (۱۳۸۸). اثرات اقتصادی گردشگری بر نواحی روستایی، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره دوازدهم، صص ۱۳-۳۵.
۳. تقوایی، مسعود، موسوی، سیدعلی، غلامی بیمرغ، یونس (۱۳۸۹). تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی شهرستان نورآباد ممسنی، فضای جغرافیایی، سال ۱۰، شماره ۳۱، صص ۳۹-۶۴.
۴. جمعه‌پور، محمود، احمدی، شکوفه (۱۳۹۰). تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی (مطالعه موردی: روستای برغان، شهرستان ساوجبلاغ)، مجله پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره یکم، صص ۳۳-۶۳.
۵. جوان، جعفر، قاسمی، مریم (۱۳۸۵). گردشگری روستایی در بخش احمد آباد مشهد، انتشارات نشر آزند.
۶. رحمانی، خلیل (۱۳۸۹). ارزیابی عملکرد اماکن مذهبی در توسعه روستایی مطالعه موردی: روستاهای اورامان تخت، هجیج، نجار، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۷. رضوانی، محمدرضا، صفایی، جواد (۱۳۸۴). گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی: فرصت یا تحدید، نواحی روستایی شمال تهران، پژوهش‌های جغرافیایی، صص ۱۰۹-۱۲۱.
۸. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، قادری، اسماعیل (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چارچوب نظریه‌ای)، مجله مدرس، دوره ۶، شماره ۲، صص ۲۳-۴۱.

۹. زاهدی مازندرانی، محمدجواد (۱۳۸۳). ضرورت‌های کارکردی توسعه اشتغال در بخش کشاورزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال دوازدهم، شماره ۴۵، صص ۴۱-۶۸.
۱۰. سازمان اوقاف و امور خیریه استان خراسان رضوی، اداره بقاع و اداره فرهنگی ناحیه ۳ سازمان اوقاف و امور خیریه خراسان رضوی.
۱۱. سقایی، مهدی (۱۳۸۸). واسازی متن فضایی گردشگری در روستاهای پیرامون کلان شهرها (مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد)، پایان‌نامه دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه فردوسی مشهد، استاد راهنما دکتر عزت‌الله مافی.
۱۲. سمندری، یاسر (۱۳۸۹). بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی شهرستان آمل، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه فردوسی مشهد، استاد راهنما دکتر عزت‌الله مافی.
۱۳. شهیدی، محمدشریف، اردستانی، زهرالسادات و محمد مهدی گودرزی (۱۳۸۸). بررسی تأثیرات توریسم در برنامه ریزی نواحی روستایی، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۷، صص ۹۹-۱۱۴.
۱۴. عباسی، اکرم (۱۳۹۱). نقش میقات الرضا (ع) در تأمین نیازهای رفاهی، بهداشتی، فرهنگی و امنیتی، مجموعه‌ی مقالات دومین همایش بین‌المللی گردشگری دینی و توسعه فرهنگ زیارت، سازمان اوقاف و امور خیریه استان گلستان.
۱۵. علیقلی زاده فیروزجایی، ناصر، بدری، سیدعلی، فرجی سبکبار، حسنعلی (۱۳۸۶). نگرش جامعه میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان نوشهر، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۰، شماره ۱، صص ۱-۲۲.
۱۶. فیروزجائیان، علی اصغر، یوسفی ندا، میرمحمدتبار، سیداحمد (۱۳۹۳). تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران (فراتحلیلی از تحقیقات موجود)، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۸، ۱۴۳-۱۶۵.
۱۷. قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۸۶). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی- فرهنگی و مدیریت آن در کلان شهر مشهد، رساله دکتری، دانشگاه شهید بهشتی تهران.
۱۸. قاسمی، مریم (۱۳۹۰). تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی شهرستان مشهد، اولین همایش بین‌المللی گردشگری دینی و توسعه فرهنگ زیارت، آستان قدس رضوی.
۱۹. کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران.
۲۰. مرکز آمار ایران، تهران، نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۰.
۲۱. مرکز آمار و اطلاعات استانداری خراسان رضوی، ۱۳۹۲.
۲۲. مطیعی لنگرودی، سیدحسن، ایمانی، بهرام (۱۳۸۵). نقش گردشگری در اقتصاد روستایی ایران، مجله علوم جغرافیایی، شماره ۳، صص ۷-۲۹.
۲۳. میراج، فرح ناز (۱۳۸۶). اثر جاذبه‌های گردشگری استان سمنان بر پویایی اشتغال، نشریه علوم جغرافیایی، جلد ۷، شماره ۱۰، صص ۳۹-۵۸.
۲۴. میرزایی، رحمت (۱۳۸۸). تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۴، صص ۴۹-۷۶.
۲۵. نوابخش، مهرداد، رفیعی پور، مریم (۱۳۸۹). بررسی اجمالی آثار گردشگری بر زندگی اقتصادی اجتماعی مردم روستای زیارت، آمایش و محیط، شماره ۹، دوره ۳، صص ۱۱۵-۱۳۲.
۲۶. نوری کرمانی، علی، ذوقی، ایوب، یاری حصار، ارسطو، علایی، مسعود (۱۳۸۸). گردشگری شهری و پیوند عملکرد آن با اکو توریسم (مطالعه موردی: استان کردستان)، فضای جغرافیایی، شماره ۲۶، دوره ۹، صص ۱۳۷-۱۵۶.
۲۷. هادیانی، زهره، احدنژاد روشتی، محسن، کاظمی زاد، شمس‌الله (۲۰۱۰). بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در شهرهای مذهبی مورد شناسی: کلان شهر قم، مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام.
۲۸. یگانگی، کامران، باش افشار، سحر (۱۳۸۹). ارائه مدل مفهومی از گردشگری مذهبی، اولین همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.
29. Hall, M. C., & Page, S. J. (2014). The geography of tourism and recreation: Environment, place and space. Routledge.
30. IRIMIÁS, A., & MICHALKÓ, G. (2013). Religious tourism in Hungary—an integrative framework. Hungarian Geographical Bulletin, 62(2), 175-196.

31. Kartal, B., Tepeci, M., & Atlı, H. (2015). Examining the religious tourism potential of Manisa, Turkey with a marketing perspective. *Tourism Review*, 70(3), 214-231.
32. Maneenetr, T., & Tran, T. H. (2014). SWOT Analysis of Religious Tourism in Nong Khai Province, Thailand Proposed Guidelines to Incorporate Temple Stay Program. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 696.
33. Nolan, M. L., & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of tourism research*, 19(1), 68-78.
34. Raj, R., & Morpeth, N. D. (2007). *Religious tourism and pilgrimage festivals management: An international perspective*. CABI.
35. Rogerson, C. M. (2015). Tourism and regional development: The case of South Africa's distressed areas. *Development Southern Africa*, 32(3), 277-291.