

تحلیلی بر ظرفیت‌های توسعه گردشگری مذهبی - فرهنگی کلان شهر قم

محمدعلی احمدی شاپورآبادی*

E-mail: ahshapoorabady@yahoo.com

احمد سبزابادی**

E-mail: sabzab_ah@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۲/۴

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۹/۱۵

چکیده

برخورداری شهر قم از جاذبه‌های مذهبی مانند حرم حضرت معصومه (س) و مسجد جمکران این شهر را به یکی از مهم‌ترین محورهای گردشگری مذهبی و زیارتی کشور تبدیل کرده است. افزون بر آن با توجه به مرکزیت مدارس و حوزه‌های علوم دینی در قم و پایتخت معنوی انقلاب اسلامی بودن، این شهر می‌تواند در صورت ظرفیت‌سازی کافی، به برقراری ارتباط با پایگاه‌های دینی و مذهبی و تولید و نشر تفکر دینی در جهان اقدام کند. مقاله حاضر از نوع مطالعات توصیفی - تحلیلی بوده و جهت جمع‌آوری اطلاعات در آن، ترکیبی از روش‌های تحقیق اسنادی، کتابخانه‌ای و میدانی مورد استفاده قرار گرفته و با بهره‌گیری از مدل (SWOT) نقاط ضعف و قوت و نقاط فرصت و تهدید توسعه گردشگری در کلان‌شهر قم مورد تجزیه و تحلیل واقع شده و با تأکید بر کارکردهای فرهنگی و مذهبی شهر قم جهت غلبه بر موانع و چالش‌های توسعه گردشگری راهبردهایی ارائه شده است.

برخی از نتایج پژوهش نشان می‌دهد که استفاده بهینه از جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و فرهنگی شهر قم در کنار سودآوری اقتصادی آن منجر به ترویج و گسترش ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی، معرفی ارزش‌های انقلاب و فرهنگ ناب اسلامی - ایرانی و غنا بخشیدن به فرهنگ معنوی در سطوح بین‌المللی، منطقه‌ای و ملی می‌شود. با وجود این، به منظور تحقق توسعه گردشگری مذهبی - فرهنگی، بهبود زیرساخت‌های اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و فرهنگی ضروری به نظر می‌رسد.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، مذهبی - فرهنگی، زیارت، ظرفیت‌های توسعه، قم.

* دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان، نویسنده مسئول

** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه و طرح مسئله

از میان شاخص‌های حیاتی و نمادین تمدن‌های دنیای قدیم و جدید، گردشگری تنها نمادی است که گستره جغرافیایی آن را مرزهای سیاسی کشورها، تقسیمات اداری و قلمرو اقتدار قومی تعیین نمی‌کند (خسروی، ۱۳۸۴: ۵). زیارت و گردشگری مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادات دینی - مذهبی در جهان دارد، به مفهوم تخصصی خود و فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت، عامل مهم جغرافیای انسانی در شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی است (مؤمنی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۴). از دیگر سو صنعت گردشگری مذهبی یکی از راهکارهای معرفی هرچه بهتر تاریخ، فرهنگ و ارزش‌های اعتقادی و همزیستی مسالمت‌آمیز ادیان در بین کشورها است. به علاوه بقاع متبرکه و اماکن مذهبی علاوه بر قداست و معنویت منحصر به فرد خود، بیانگر آداب و رسوم، باورها و اعتقادات و اندیشه‌های مردم است (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۱: ۹۷). به لحاظ موقعیت فرهنگی - مذهبی خاص ایران در میان کشورهای دیگر، گردشگری مذهبی جای رشد و توسعه قابل توجهی در ایران فرهنگی دارد؛ به گونه‌ای که تنوع مراکز، آثار و ابنیه تاریخی و عبادتگاه‌های ادیان مختلف موجود در مناطق مختلف کشور، موقعیت ایران را در تمام دنیا کم‌نظیر کرده است. جاذبه‌های اماکن مذهبی ایران که گره‌خوردگی تعالیم مذهبی با اندیشه، هنر و زندگی ایرانی را به نمایش می‌گذارد، هنوز جزء یکی از اولویت‌های گردشگران خارجی برای سفر به ایران است. بنابراین انگیزه‌های مذهبی گردشگران خارجی برای سفر به ایران و وجود بیش از یک میلیارد مسلمان و دویست و پنجاه میلیون شیعه در جهان، بسیاری از موانع و مشکلاتی که در تعاریف ما از پدیده گردشگری و آثار منفی اجتماعی و فرهنگی مترتب بر آن نهفته است، برطرف می‌کند و راه برای توسعه صنعت گردشگری مذهبی - فرهنگی هموارتر می‌کند (سینایی، ۱۳۸۲: ۱۹). با وجود این، گردشگری مذهبی در ایران با وجود تعدد مکان‌های مقدس مذهبی (۸۹۱۹ مکان)، هنوز فاقد ساماندهی تخصصی و هدفمند بوده و این وضعیت نابسامان حتی در شهرهای مهمی چون مشهد و قم نیز مشاهده می‌شود. این در حالی است که از این تعداد مکان مذهبی دست‌کم ۴۳۱۹ اثر در زمره آثار ثبت شده در فهرست میراث ملی نیز قرار دارند و علاوه بر داشتن جاذبه‌های زیارتی، دارای جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی نیز می‌باشند (www.kheimhnews.com).

شهر قم به عنوان بخش کوچکی از پیکره پهناور سرزمین ایران با بهره‌مندی از ویژگی‌های فرهنگی، مذهبی (مانند جاذبه‌های انسانی گردشگری از قبیل حرم حضرت

معصومه (س)، مسجد جمکران، امامزاده‌ها و حوزه‌های علمیه در سطح جهان تشیع و... در کنار سایر جاذبه‌های اقتصادی گردشگری مانند صنایع دستی و نیز جاذبه‌های طبیعی گردشگری (جاذبه‌های کویری و حیات وحش، دریاچه نمک و...) از جمله مناطقی است که در صورت رفع موانع موجود و نیز بالفعل شدن برخی جاذبه‌های گردشگری می‌تواند پذیرای تعداد قابل توجهی از گردشگران داخلی و خارجی باشد (خسروی، ۱۳۸۴: ۹)؛ به‌ویژه گردشگری مذهبی که افزون بر منافع اقتصادی (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۱: ۱۲۴) می‌تواند به عنوان نمادی از هویت و تعاملات فرهنگی و توسعه فرهنگی - دینی در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی نیز قلمداد شود.

با توجه به تعدد مراکز عمده مذهبی کشور در قم بنا بر اذعان مسئولان حوزه گردشگری کشور، این شهر قرار است به یکی از مهم‌ترین محورهای گردشگری مذهبی و زیارتی کشور تبدیل شود و با پایگاه‌های دینی و مذهبی جهان ارتباط برقرار کند. افزون بر آن با توجه به تعدد مدارس علوم دینی و مرکزیت حوزه‌های علوم دینی در قم و عنایت به اینکه شهر قم پایتخت معنوی انقلاب اسلامی محسوب می‌شود، در صورت ظرفیت‌سازی لازم این شهر می‌تواند به تولید و نشر تفکر دینی در جهان اقدام کند. بنابراین اهمیت و ضرورت توسعه گردشگری مذهبی با کارکردهای آن مانند درآمدزایی، رشد در حوزه اقتصاد در سطح منطقه‌ای و مهم‌تر از آن کارکردها و اثرات آن در گسترش ارزش‌های اعتقادی و فرهنگ اسلامی - ایرانی در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی می‌تواند مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاستگذاران در جهت ایجاد زیرساخت‌های لازم قرار گیرد. هم‌چنین با توجه به نرخ بیکاری ۱۰/۸ درصدی در استان قم در سال ۱۳۸۸ (سالنامه آماری استان، ۱۳۸۸)، زیر بخش گردشگری مذهبی - فرهنگی با وجود ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فراوان می‌تواند به توسعه اشتغال و سرمایه‌گذاری کمک قابل توجهی کند. به این منظور، نویسندگان مقاله حاضر با استفاده از ترکیبی از روش‌های تحقیق اسنادی و میدانی به توصیف و تحلیل جاذبه‌ها، امکانات، فرصت‌ها و تهدیدها در وضعیت گردشگری مذهبی - فرهنگی و آثار آن در توسعه شهر قم پرداخته‌اند و با استفاده از مدل SWOT نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه پیش‌روی گردشگری مذهبی - فرهنگی در این شهر را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و راهبردهایی در این زمینه ارائه کرده‌اند.

پرسش‌های پژوهش

پرسش‌های شکل‌دهنده چارچوب این پژوهش به قرار زیر مورد تدوین قرار گرفته است:

- وضعیت گذشته و کنونی گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر قم چگونه بوده و می‌باشد؟

- با توجه به کارکردهای فرهنگی و مذهبی شهر قم چه فرصت‌هایی برای فائق آمدن بر موانع پیش روی وجود دارد و چه راهکارهایی را می‌توان پیشنهاد کرد؟
- با توسعه گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر قم چه منافع و اثراتی در ابعاد مذهبی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در جهت توسعه و پیشرفت در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی به وجود می‌آید؟

پیشینه مطالعات

پارک (۱۹۹۴) در پژوهش خود با کاربرد چارچوب مفهومی جغرافیای دینی و جغرافیای گردشگری به منظور استفاده بهتر از ویژگی‌های فضاها و مکان‌های مذهبی، بررسی واکنش‌های مذهبی در خصوص مقدس بودن این مکان‌ها و هم‌چنین بازتاب‌های این واکنش‌ها (به خصوص در مورد زائر محوری) در الگوها و جریان‌های جغرافیایی را ضروری می‌داند (پارک، ۱۹۹۴: ۲۴۵). براساس تحقیقات جانسن، وربک و ون‌ریکام (۱۹۹۶) در اروپا بیشتر مردم در سفرهای درون شهری یا از آثار تاریخی، کارهای هنری و موزه‌ها بازدید می‌کنند و در توجیه رفتار خود می‌گویند که بازدید از موزه، غذای فکر است یا ابراز می‌دارند برای آموختن چیزی و یا غنی کردن زندگی خود به این مکان‌ها مراجعه می‌کنند (جانسن، وربک و ون‌ریکام، ۱۹۹۶: ۳۷۵). سانتوس نیز (۲۰۰۰) در پژوهش خود بر این باور است که تولید انگیزه‌ها برای گردشگران مذهبی شهر فاطیمای پرتغال، در قالب شبکه دین (انگیزه)، گردشگری (سفر) و اوقات فراغت (مشغولیت) تبیین می‌شود. به‌زعم وی حتی با وجود ظهور مدرنیته و پیچیدگی‌های آن در دوران جدید، تعداد زیادی از افراد از سراسر دنیا به منظور زیارت این مکان مقدس در آن حضور می‌یابند (سانتوس، ۲۰۰۰: ۲۴). گیل و کاریل (۲۰۰۸) نیز در پژوهش خود به بررسی وضعیت گردشگری در ناحیه زیارتی دیو اسپانیا پرداخته و موفقیت گردشگری در این ناحیه را منوط به اجرای مدلی که در بردارنده مفهوم مناسبی از سرمایه اجتماعی باشد دانسته‌اند. این مدل مؤلفه‌های اشتغال و فعالیت‌های اقتصادی

و مرتبط با گردشگری، توسعه شهری و روستایی، شرایط و کیفیت عوامل محیطی و اکولوژیکی و کیفیت زندگی ساکنین می‌باشد (گیل و کاریل، ۲۰۰۸: ۴۱۹).

مؤمنی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگری مذهبی - فرهنگی کلان‌شهر مشهد افزون بر بهره‌مندی از اثرات فراوان مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، گرفتار ناپایداری‌های مختلف زیست محیطی، اجتماعی و فرهنگی از جمله اسکان غیررسمی است. این پژوهشگران عمده این ناپایداری‌ها را ناشی از عدم مدیریت یکپارچه نهادهای تأثیرگذار می‌دانند و تشکیل نهادی فرادست در راستای توسعه پایدار شهر و منطقه را پیشنهاد داده‌اند (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۴). نیز ضمن بررسی توانمندی‌های گردشگری استان قم و اثرات آن بر توسعه این استان، بر این نظر است که برای غلبه بر موانع اجتماعی - فرهنگی در پذیرش گردشگر در این استان، عواملی مانند شناخت منابع فرهنگی و تاریخی و بهبود شرایط بازدید و بهره‌برداری اقتصادی از آنها؛ شناخت و احیای منابع طبیعی و حفظ محیط زیست؛ شناخت، احیا و تقویت سنت‌ها و هنرهای بومی؛ بهبود زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری؛ استفاده از ظرفیت‌های انسانی و اقتصادی مراکز جمعیتی و بهبود سیمای شهر باید مورد توجه قرار گیرند (خسروی، ۱۳۸۴: ۱۷۸).

منتظرالقائم و حمیدی هم در مقاله‌ای به بررسی جایگاه آرامستان و نقش آن در شهر اسلامی پرداخته و گورستان‌ها را نشانه‌های میراث فرهنگی و هویتی جوامع انسانی می‌دانند که برای عبرت و تنبیه انسان و توجه به حیات ابدی اهمیت بسیاری دارند. این دو حفظ و حراست از گورستان‌ها را عامل تقویت بنیه فرهنگی و روشن کردن تاریخ هر منطقه می‌دانند. هم‌چنین زیارت قبور مسلمانان را یک سنت و دستور نبوی دانسته که برکات معنوی و تربیتی بی‌شماری دارد و در دیدار زائر از مزار، فیض حضور و ارتباط روحی و معنوی طرفینی ایجاد شده و جذبۀ شوق میان عاشق و معشوق در قلمرو محبت و عشق ملکوتی حاصل می‌شود (منتظرالقائم و حمیدی، ۱۳۸۷: ۴۷۰).

در همین راستا نتایج حاصل از کاوش‌ها و لایه‌نگاری‌های محوطه باستانی «قلی درویش» جمکران - قم، قدمت فرهنگ‌های مستقر در این محوطه باستانی را به هفت هزار سال پیش باز می‌گرداند که در این راستا به‌زعم مرحوم آذرنوش کاوش‌های باستان‌شناختی به محوطه قلی درویش علاوه بر، به آن بُعد تاریخی بخشیده است (سرلک، ۱۳۸۹: ۹).

چارچوب نظری

تعریف و مفهوم گردشگری مذهبی^۱

گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال حاضر در سراسر جهان است (شیندر، ۲۰۰۴: ۲) و قدمت آن به فرهنگ دینی می‌رسد. اگر نگاهی به تاریخ گذشته در زمینه سفرها و گردش‌های مذهبی همچون مراسم مقدس یونانیان باستان در معابد آپلون، سفرهای مصریان برای دیدار از فراغنه، (دورانت، ۱۳۷۰: ۲۰۵) انجام مراسم مقدس ایرانیان باستان در معبد آناهیتای کنگاور و نظایر آن داشته باشیم (کریستین سن، ۱۳۶۹: ۲۳۲) می‌بینیم که هر یک به گونه‌ای، قدمت و رواج این نوع از گردشگری را در میان ملل مختلف نشان می‌دهند.

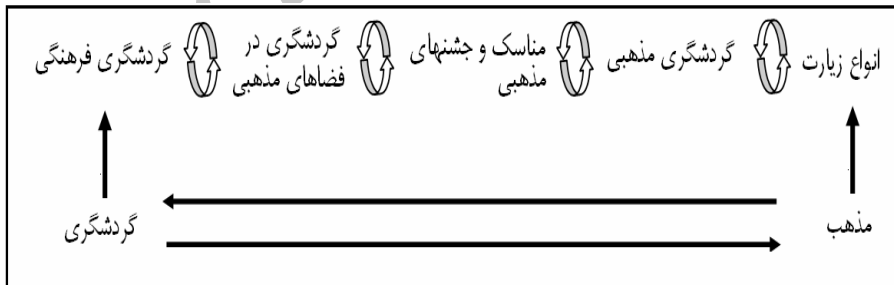
در گردشگری مذهبی با دو دسته مختلف از جهانگردان روبرو می‌شویم. دسته اول کسانی که از اماکن مقدس در دین خود بازدید می‌کنند و گروه دوم کسانی که از اماکن مقدس سایر ادیان دیدن می‌کنند. به هر حال، بسته به نوع هدفی که افراد دارند، ممکن است یکی از انواع جهانگردی مذهبی را انتخاب کنند. شاید تفاوت این دو دسته در میزان استقبالی باشد که جهانگردان از این سفرها می‌کنند؛ زیرا برخی سفرها به لحاظ اجرای فرامین مربوط به آن دین یا مذهب، حالت اجباری و یا تأکیدی به خود می‌گیرند و به‌ناچار همه افراد مؤمن به آن دین یا مذهب، مجبور به انجام آن سفر، دست‌کم برای یک‌بار می‌شوند (دقیقاً نظیر آنچه در دین اسلام مبنی بر زیارت خانه خدا بر مسلمانان واجب است). اما در نهایت با توجه به مقاصد افراد، اشکال مختلفی از جهانگردی مذهبی شکل می‌گیرد (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۴).

ارتباط متقابل مذهب و گردشگری

در گردشگری مذهبی ممکن است انگیزه‌های مذهبی با انگیزه‌هایی که در دیگر انواع گردشگری وجود دارد، تلفیق شود. این موضوع را می‌توان در قالب شکل شماره یک که روابط متقابل بین گردشگری و مذهب را نشان می‌دهد مشاهده کرد. در این شکل که به عوامل مؤثر بر ارتباط بین گردشگری و مذهب و انواع زیارت اشاره دارد تلاش شده تا مفهوم بهتری از این اصطلاحات ارائه گردد. این روایات و دیدگاه‌های متفاوت موجب شده، زیارت به نوعی از گردشگری تبدیل شود، این تمایز بر پایه مقاصد گوناگونی است که گردشگران به دلایلی هم‌چون اعتقادات مذهبی یا منزلت اجتماعی

انتخاب می‌کنند. زیارت‌کنندگان مکان‌های مقدس ممکن است از تسهیلاتی که برای جهانگردان اختصاص داده شده استفاده کنند، اما رفتاری شبیه یک جهانگرد ندارند و خود را به‌عنوان یک گردشگر تلقی نمی‌کنند. در گردشگری مذهبی از یک طرف باور مذهبی نقش دارد و از طرف دیگر زمانی که گردشگران صرف دیدن مکان‌های مذهبی می‌کنند، تقریباً شبیه زیارت است. جنبه دیگر واقعیت آن است که این گردشگران قبل از اینکه قصد سفر داشته باشند، انگیزه‌های مذهبی برای سفر دارند. حضور در مناسک و جشن‌های مذهبی سنتی هم بیشتر ماهیت مذهبی دارد؛ اگرچه مقاصد و دلایل دیگری از جمله جستارها و کنکاش‌های تاریخی و مسائل مذهبی هم ممکن است در بین باشد. بازدیدکنندگان از مناسک و جشن‌های مذهبی با به اشتراک گذاشتن عقاید مذهبی خود و تعمیق معنویت در خویش به گسترش و توسعه گردشگری مذهبی کمک می‌کنند. در گردشگری در فضاهای مذهبی، گردشگر با آثار تاریخی یا نوعی از میراث فرهنگی با ماهیت دینی مواجه می‌شود که او را در معرض فضاهای مذهبی قرار می‌دهد. اگر گردشگری در یک مکان تاریخی یا شکل دیگری از میراث فرهنگی که دارای ماهیت مذهبی است انجام شود، در این صورت با گردشگری در فضای مذهبی مواجه‌ایم. در این حالت جاذبه گردشگری با نوعی از جاذبه مذهبی (که جاذبه‌های هنری و زیبایی‌شناختی را در خود دارد) همراه می‌شود. به‌طورکلی این نوع از گردشگری نمایش ویژه‌ای از یک نوع گردشگری فرهنگی است که ارتقاء یا افزایش محصولات فرهنگی مختلف را به دنبال دارد و از طرفی موجب غنای فکری و معنوی نیز می‌شود. تعجب‌آور نیست که بدانیم بخش مهمی از گردشگری فرهنگی به‌عنوان گردشگری در مکان‌های مذهبی شناخته می‌شود (سانتوس، ۲۰۰۰: ۴).

شکل شماره ۱: ارتباط متقابل مذهب و گردشگری



مأخذ: (سانتوس، ۲۰۰۰: ۴)

کارکردهای گردشگری مذهبی، فرهنگی

گردشگری مذهبی و فرهنگی با شکل‌های بدیع خود، اقتصاد محلی را تقویت می‌کند و منجر به توسعه پایدار می‌شود. در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰م. گردشگری به‌عنوان یکی از عوامل نوسازی در کشورهای در حال توسعه در نظر گرفته می‌شد. از دهه ۱۹۸۰م. در چارچوب توسعه محلی، گردشگری به‌عنوان راهبردی برای ایجاد اشتغال و رشد بر پایه تعادل منطقه‌ای از سوی مؤسسات و نهادهای منطقه‌ای و بین‌المللی همچون اتحادیه اروپا توصیه می‌شد. از این رو گردشگری مذهبی از دیدگاه گردشگران و ساکنین منطقه دارای منافع بلندمدت است و باعث توسعه پایدار فرهنگی و منطقه‌ای می‌شود. بنابراین در یک ساختار ادراکی دو حوزه برای گردشگری مذهبی و فرهنگی قابل شناسایی می‌باشد. در یک طرف اندازه و ابعاد گردشگری مذهبی و فرهنگی و در طرف دیگر گردشگری مذهبی و فرهنگی به‌عنوان کارگزار توسعه محلی مورد توجه قرار می‌گیرد. بر این اساس گردشگری مذهبی - فرهنگی ابزار مؤثر و قابل اعتمادی را برای توسعه اقتصاد محلی و قلمرو جغرافیایی بر مبنای توسعه پایدار فراهم می‌کند. در ارتباط با گردشگری فرهنگی ترکیبی از ارزش‌های فرهنگی و عوامل اقتصادی وجود دارد که باعث می‌شود این نوع از گردشگری ارزش بیشتری پیدا کند. در واقع گردشگری فرهنگی نمایانگر یکی از فعالیت‌های رو به رشد آینده گردشگری جهانی در هزاره جدید می‌باشد (گیل و کوریل، ۲۰۰۸: ۴۲۴).

در مجموع می‌توان گفت گردشگری مذهبی - فرهنگی کارکردهای اجتماعی و فرهنگی گوناگونی در جامعه دارد که تسهیل در جریان هویت‌بخشی مذهبی به جامعه از جمله مهم‌ترین این کارکردها محسوب می‌شود (افخمی، ۱۳۸۹). بر این اساس گردشگری مذهبی - فرهنگی در شکل‌یابی هویت دینی، نقشی بی‌بدیل و تعیین‌کننده دارد و دقیقاً به همین دلیل باید بار فرهنگی و برداشت‌های معرفتی از گردشگری مذهبی فزون‌تر باشد (www.iqna.ir).

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع مطالعات توصیفی - تحلیلی است. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از ترکیبی از روش‌های تحقیق اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شده و با توجه به اطلاعات به دست آمده امکانات و ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر قم مورد بررسی قرار گرفته است. در ادامه

با استفاده از مدل SWOT نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی توسعه گردشگری در کلان‌شهر قم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. فن گردآوری اطلاعات در سطح مطالعات میدانی، انجام مصاحبه با ۳۰ نفر از کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه‌های برنامه‌ریزی، گردشگری و فرهنگ استان قم در حاشیه نشست‌های «هم‌اندیشی تدوین سند چشم‌انداز قم در افق ۱۴۰۴» در سال ۱۳۸۸ بوده است. هم‌چنین از نتایج این نشست‌ها در تنظیم جداول SWOT استفاده شده است. افزون بر این از مشاهدات میدانی و تجربیات نگارندگان طی سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۹ در حوزه‌های گردشگری مذهبی - فرهنگی بهره گرفته شده است. در مجموع از داده‌های میدانی صرفاً به عنوان تکمیل‌کننده داده‌های اسنادی و کتابخانه‌ای در تنظیم جدول SWOT استفاده شده است.

تحلیل SWOT از جمله شیوه‌های رایج در نظام‌های برنامه‌ریزی راهبردی و مدیریت محسوب می‌شود. این نوع تحلیل، تصویر روشنی از وضعیت موجود به دست می‌دهد و به برنامه‌ریزان و مدیران کمک می‌کند تا با اطلاع و اشراف کامل نسبت به واقعیت‌های موجود و نیز آگاهی از روندهای فرصت‌آفرین و یا خطر‌ساز آینده، تصمیمات لازم را در مسیر رشد و تعالی جامعه یا سازمان مورد نظر اتخاذ کنند (رکن‌الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵: ۸).

داده‌ها و یافته‌های پژوهش

در این بخش از مقاله با استفاده از داده‌ها و یافته‌های مرتبط با موضوع پژوهش، نگاهی اجمالی به جاذبه‌های تاریخی، مذهبی و فرهنگی شهر قم خواهیم داشت و سپس با استفاده از مدل SWOT به تحلیل داده‌ها و ارائه راهکارها خواهیم پرداخت.

قم در داده‌های باستان‌شناسی

از نظر تاریخی قم یکی از شهرهای باستانی ایران‌زمین می‌باشد. به نحوی که باستان‌شناسانی مانند «گیرشمن»، قم، سیلک کاشان و ساوه را قدیمی‌ترین مناطقی می‌دانند که جماعات اولیه انسانی در آن استقرار یافته و تمدن‌های اولیه را پی‌ریزی کردند. نتایج کاوش‌های باستان‌شناسی اخیر در منطقه «قمرود» در جدیدترین اطلاعات خود، تاریخچه سکونت در ناحیه قم را به هزاره پنجم پیش از میلاد می‌رساند. قدیمی‌ترین اثر به دست آمده در این منطقه متعلق به اوایل هزاره ششم و جدیدترین آن

متعلق به اواسط هزاره چهارم است. آثار به دست آمده از این منطقه نشان می‌دهد که مردم در این دوره با مردم مناطق باستانی دیگر مانند سیلک کاشان در ارتباط بوده‌اند. برخی از مورخین نیز بنای قم را به زمان پیشدادیان یعنی طهمورث نسبت داده‌اند (عرب، ۱۳۸۲: ۲۱). جدیدترین لایه‌نگاری‌ها و کاوش‌های محوطه باستانی «قلی درویش» واقع در حاشیه جنوبی شهر قم و متعاقب آن تپه «شاد قلی‌خان» که در فاصله سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۹ طی پنج فصل در بافت تاریخی شهر قم صورت گرفته است، ضمن به عقب بردن غنای تاریخی و فرهنگی این شهر، سرزمین قم را از ادوار پیش از تاریخ تاکنون، سرزمین مقدس و همواره یکی از کانون‌ها و مراکز اصلی مذهبی - فرهنگی فلات ایران به‌شمار آورده است. کشف بقایای یک نیایشگاه که از عصر برنز جدید تا پایان عصر آهن (حدود ۳۸۰۰ تا ۳۰۰۰ سال پیش) بدون تغییر در پلان اصلی بنا و کاربری آیینی - مذهبی به حیات خود ادامه داده است به روشنی مبین این نظر است (سرلک، ۱۳۸۹: ۵). اطلاعات چندانی در مورد قم در دوره‌های هخامنشیان و اشکانیان وجود ندارد، ولی قم در دوره ساسانیان یکی از مهم‌ترین دژها و قلعه‌ها بود و زمانی که خسرو پرویز کشور را به چهار قسمت تقسیم کرد قم را جزء شهرهای قسمت دوم قرار داد. آثار به‌جا مانده از دین زرتشت مانند آتشکده‌ها و دخمه‌های اطراف شهر قم نشان‌دهنده پیشینه این شهر قبل از اسلام می‌باشد. هر چند مورخان، سابقه شهر قم را به پیش از اسلام مربوط می‌دانند اما شهرت آن بیشتر به دوره بعد از اسلام برمی‌گردد. در سال ۲۳ هجری قمری ابوموسی‌عبدال... ابن قیس اشعری شهر قم را فتح کرد. در زمان خلافت مأمون مردم به سرکردگی یحیی‌ابن‌عمران از دادن خراج امتناع کردند. سپس خلیفه حاکم باروی شهر را ویران کرد و اموال بسیاری را از مردم گرفت. بار دیگر در زمان معتز مردم سر به شورش برداشتند و خلیفه وقت، حاکم عراق عجم را به سرکوب آنها فرستاد و وی باروی شهر را که مجدداً ساخته شده بود ویران کرد. طبق روایات، در سال ۲۰۰ هجری قمری حضرت معصومه (س) به شوق دیدار برادرشان امام رضا (ع) عازم خراسان شدند اما در نزدیکی شهر ساوه بیمار شده و به قم عزیمت کردند. در این شهر روح مقدس آن بانوی عظیم‌الشان به ملکوت اعلی پیوست و در محل آستانه مدفون شدند (مهندسین عمران زاوه، ۱۳۸۲: به نقل از رشید یاسمی: ۱۲).

از آن زمان به بعد مردم به تدریج محل سکونت خود را به قبرستان نزدیک کردند تا به مدفن حضرت فاطمه معصومه (س) نزدیک باشند و از زیارت قبر وی بهره‌مند شوند. از این‌رو به مرور زمان، ساختمان‌های شهر در قسمت‌های مشرق متروک ماند و

مردم به سمت غرب شهر روی آوردند. در زمان خلافت عباسی که آل علی (ع) مورد ظلم قرار گرفتند بسیاری از سادات به قم پناه آوردند و از این تاریخ عقاید شیعه در اذهان مردم رسوخ کرد و این شهر مرکز شیعیان شد. قم در طول تاریخ خود از فتنه‌های مغول و تیمور آسیب‌های سخت دید و در زمان صفویه رو به آبادی گذاشت. در حمله افغانه بار دیگر ویران شد اما دوباره سر برداشت و از عهد قاجاریه تاکنون رونق آن روزه‌روز رو به افزایش است (مهندسین عمران زاوه، ۱۳۸۱: ۱۶).

جاذبه‌های مذهبی و فرهنگی

شهر قم با توجه به پیشینه پیش از اسلام و معماری غنی دوران اسلامی دارای بناها، محوطه‌ها و تپه‌های تاریخی متعدد است که براساس بررسی‌های به‌عمل آمده ۴۸۵ اثر از این مجموعه آثار شامل مقبره‌های متبرکه، مسجدها، مدرسه‌های تاریخی، کاروانسراها، قلعه‌ها، مناره‌ها، آب‌انبارها، تپه‌های باستانی و... مورد شناسایی قرار گرفته است و از این تعداد ۱۸۷ اثر در فهرست آثار ملی کشور به ثبت رسیده است (مدیریت میراث فرهنگی استان قم، ۱۳۸۲: ۲).

یکی دیگر از مواردی که در حال حاضر به قم اهمیت خاصی بخشیده است وجود «حوزه علمیه قم» می‌باشد. البته شهر قم از ابتدای پیدایش، پیوسته مهد دانش، فضیلت و سرچشمه فیضان حکمت و معرفت بوده است و در پرتو توجهات و فیوضات حضرت فاطمه معصومه (س)، علوم اسلامی در این شهر رشد یافته و عالمان بزرگی در دامن معنویت این بقعه مطهر تربیت شده‌اند؛ به‌طوری‌که امروزه قم به‌عنوان مرکز حوزه‌های علمیه در ایران و جهان شناخته شده و این امر بر عظمت شهر افزوده است.

از دیگر جاذبه‌های شهر قم وجود برخی شاخص‌های فرهنگی ممتاز در این شهر است. شهر قم با دارا بودن رتبه دوم چاپ و نشر در کشور، گستردگی مطبوعات در حوزه دین و تعدد فروشگاه‌های عرضه محصولات فرهنگی به قطب علمی و فرهنگی جهان تشیع تبدیل شده است؛ به‌نحوی‌که یک شهر عمدتاً علمی و مذهبی را در ذهن هر ناظر بیرونی تداعی می‌کند.

افزون بر آن دریاچه حوض سلطان و دریاچه نمک از نظر گردشگری طبیعی و همسایگی با کویر مرکزی ایران جایگاه کم‌نظیری به این استان داده است که البته این جاذبه‌ها هنوز به صورت بالفعل درنیامده است (احمدی شاپورآبادی، ۱۳۸۵: ۲۵۹).

وضعیت موجود گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر قم

مطالعات توسعه اقتصادی - اجتماعی استان قم نشان می‌دهد که مهم‌ترین محور توسعه استان زیارت و گردشگری است و صنعت گردشگری با توجه به کمبود آب، ضعف منابع طبیعی و محدودیت‌های بخش‌های کشاورزی و صنعت می‌تواند نقش به‌سزایی در حیات اقتصادی - اجتماعی و حتی سیاسی شهر قم داشته باشد. شهر قم به دلیل برخورداری از اماکن متبرکه، قبرستان‌های قدیمی، مزار شخصیت‌های برجسته، مسجدها، مدرسه‌های علوم دینی و بالاخص حرم حضرت معصومه (س) و مسجد جمکران، بعد از استان خراسان دومین قطب زیارتی کشور محسوب می‌شود. هم‌چنین تعدد حوزه‌های علمیه و در رأس آنها حوزه علمیه قم به‌عنوان بزرگ‌ترین حوزه علمیه طلاب شیعه در ایران در کنار وجود جاذبه‌های تاریخی، باستانی و طبیعی نقش گسترده‌ای در توسعه گردشگری مذهبی - فرهنگی این شهر دارند (احمدی شاپورآبادی، ۱۳۸۵: ۳۱۴).

در این میان شهر قم هر چند از آمار زائران و گردشگران مذهبی قابل قبولی برخوردار است، اما به اذعان کارشناسان هنوز زیرساخت‌های گردشگری آن از توسعه‌یافتگی لازم برخوردار نیست.

الف) تحلیل آماری زائران و گردشگران شهر قم

براساس نتایج اولیه طرح جامع گردشگری استان قم در سال ۱۳۸۳، تعداد زائران و گردشگران استان ۱۳۵۶۰ هزار نفر برآورد شده بود.

الگوی گردشگری شهر مبتنی بر قالب سفرهای کمتر از یک روز می‌باشد، زیرا نزدیکی شهر قم با برخی از شهرهای کشور به‌ویژه تهران، اصفهان، اراک، کاشان، یزد و ساوه به‌عنوان قطب‌های عمده صنعتی کشور و بهبود مستمر شرایط سفر و تردد (جاده‌ای، ریلی و هوایی) به این شهرها باعث کوتاه شدن مدت متوسط اقامت در شهر قم شده است. هم‌چنین مؤلفه‌های موقعیت مکانی و اقلیمی شهر قم، محصول فعلی گردشگری (زیارت به‌عنوان تنها جاذبه سفر)، ضعف و محدودیت‌های امکانات اقامتی و بالاخره تأثیر روزافزون بهبود زیرساخت‌ها و خدمات حمل و نقل مسافرتی سبب کوتاه شدن مدت سفر در این شهر شده است که این موضوع در آینده نیازمند دگرگونی در بازار و تقاضای موجود از یک‌سو و تغییر محصول گردشگری از سوی دیگر می‌باشد. براساس نتایج اولیه طرح آماری «برآورد زائرین مسجد جمکران طی دوره نمونه‌گیری یک روز قبل از نیمه شعبان (نیمه شعبان سال ۱۳۸۴)» جمعیتی معادل با

۶۸۳۴۹۳ نفر در نیمه شعبان سال ۱۳۸۴ جهت زیارت مسجد جمکران به شهر قم وارد شده‌اند (احمدی شاپورآبادی، ۱۳۸۵: ۳۱۵).

ب) زائران و گردشگران خارجی قم

براساس آمارهای موجود تعداد جهانگردان خارجی وارد شده به استان از ۳۸۰۱۱ نفر در سال ۱۳۷۵ به ۳۶۹۱۸۰ نفر در سال ۱۳۸۷ رسیده و از میانگین رشد سالیانه ۲۰ درصدی برخوردار بوده است. هم‌چنین داده‌های جدول شماره یک بیشترین رشد تعداد گردشگران خارجی استان را در سال ۱۳۸۳ نشان می‌دهد که این امر ناشی از تحولات سیاسی کشور عراق و سرنگونی حکومت صدام می‌باشد. هم‌چنین بر اساس داده‌های جدول شماره یک طی سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۷ سهم استان از گردشگران خارجی وارد شده به کشور بین ۴ تا ۲۰ درصد در نوسان بوده است.

جدول شماره ۱: جهانگردان خارجی وارد شده به استان قم و کشور ۱۳۷۵-۱۳۸۷

شاخص	۱۳۷۵	۱۳۷۶	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	متوسط رشد سالانه
تعداد جهانگردان خارجی وارد شده به کشور (نفر)	۵۷۴۴۹	۱۳۴۱۷۶۲	۱۴۰۲۱۶	۱۵۸۴۹۲۲	۱۵۰۰۴۳۹	۱۶۵۹۴۷۹	۱۸۸۹۰۰۰	۲۷۴۵۰۰۰	۲۱۷۱۶۹۹	۲۰۳۷۵۲۸	۱۰/۶		
تعداد جهانگردان خارجی وارد شده به استان (درصد)	۳۸۰۱۱	۶۱۵۰۰	۷۵۳۰۰	۶۶۶۷۲	۱۱۱۷۷۹	۳۳۴۵۹۷	۳۴۵۲۹۰	۳۵۳۳۲۶	۳۶۲۱۳۷	۳۶۹۱۸۰	۱۹/۹		
سهم استان از کشور (درصد)	۶/۶	۴/۶	۵/۴	۴/۲	۷/۴	۲۰/۲	۱۸/۳	۱۲/۹	۱۶/۷	۱۸/۲	-		
رشد سالیانه جهانگردان استان (درصد)	-	۳۷/۹	۲۲/۴	-۱۱/۲	۶۸/۱	۱۹۹/۳	۳/۲	۲/۳	۲/۵	۱/۹	-		
بازدیدکنندگان از موزه‌ها و بناهای تاریخی (نفر)	-	۳۱۷۴۰	۶۸۳۳۵	۶۸۸۷۴	۲۰۶۲۸۶	۲۲۹۸۰۲	۳۰۸۷۶۶	۳۶۴۵۲۷	۳۸۰۰۳۷	۳۸۳۷۱۳	۳۶/۵		
بازدیدکنندگان از بیت امام (نفر)	-	۴۱۲۶	۳۶۶۵۹	۴۱۲۶۰	۷۸۵۷۸	۱۸۲۳۰۰	۲۴۶۱۰۵	۲۸۳۰۲۱	۲۹۶۹۸۰	۲۹۹۲۰۱	۷۰/۸		

مأخذ: سالنامه آماری استان قم و کشور، ۱۳۸۷: ۵۰۰ و ۶۸۵

با توجه به داده‌های جدول فوق، در سال ۱۳۸۷، ۳۸۳/۷۱۳ نفر از بناهای تاریخی استان (بیت امام(ره)، خانه ملاصدرا، موزه آستانه مقدسه، تیمچه بازار بزرگ قم، گنبد سبز و قره تپه قمرود) بازدید کرده‌اند که این تعداد گردشگر نسبت به سال ۱۳۷۹، ۱۱

برابر شده و طی سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۷ از رشد متوسط سالیانه ۳۶/۵ درصدی برخوردار بوده است. بازدیدکنندگان از بیت امام(ره) نسبت به سال ۱۳۷۹، ۷ برابر شده‌اند و طی سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۷ از رشد متوسط سالیانه ۷۱ درصدی برخوردار بوده‌اند. این آمار از یک‌سو مبین آن است که بناهای تاریخی و باستانی و آثار مذهبی می‌توانند به عنوان گزینه‌های دیگر تنوع‌بخشی به محصول گردشگری در کنار زیارت مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرند و از سوی دیگر اغلب بازدیدکنندگان بناهای تاریخی استان را بازدیدکنندگان از بیت حضرت امام(ره) تشکیل می‌دهند؛ به طوری که در سال ۱۳۸۷، ۸۰ درصد از کل گردشگران را شامل شده است. این در حالی است که تعداد بازدیدکنندگان از سایر بناهای تاریخی استان طی این سال‌ها روند تقریباً ثابتی داشته است.

ج) وضعیت اماکن اقامتی و رفاهی

آمار منتشر شده از سوی بانک مرکزی در خصوص وضعیت خدمات رفاهی استان‌های کشور نشان می‌دهد استان قم در سال ۱۳۸۷ دارای ۱۳ هتل با ۳۹۵ اتاق و ۹۲۹ تخت بوده است. براساس این آمار، سهم هتل‌های استان از کل هتل‌های کشور (۷۹۴ هتل) ۱/۶ درصد و سهم اتاق‌ها و تخت‌های آن به ترتیب، ۱/۲ و ۱/۲ درصد از تعداد اتاق‌ها و تخت‌های هتل‌های کل کشور می‌باشد (سالنامه آماری استان، ۱۳۸۷: ۳۱۵).

تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها (SWOT)^۱

با توجه به مطالعات و پژوهش‌های انجام شده در فضای گردشگری مذهبی - فرهنگی استان قم می‌توان گفت نقاط قوت و ضعف یا فرصت‌ها و تهدیدهایی وجود دارند که برخی از آنها در سطح ملی نیز مصداق دارند. منابع و مستندات اسنادی و میدانی که در تدوین و استخراج جداول SWOT گردشگری مذهبی - فرهنگی استان در این پژوهش استفاده شده‌اند در شش گروه کلی مطالعات میدانی نگارندگان (مصاحبه، نشست‌ها و مشاهده)، طرح‌های پژوهشی، طرح‌های مطالعاتی، اسناد توسعه، گزارش‌ها و نشریات دولتی و مجموعه مقالات طبقه‌بندی می‌شوند که عمده‌ترین منابع در جدول ذیل ارائه شده‌اند.

۱. SWOT مخفف کلمات (S=Strengths) نقاط قوت، (W=weaknesses) نقاط ضعف، (O=opportunities) فرصت‌ها و (T=threats) تهدیدات است.

جدول شماره ۲: منابع و مستندات میدانی و اسنادی مورد استفاده در جداول SWOT

<p>۵. مجموعه مقالات</p> <p>۱-۵. رکن‌الدین افتخاری و بیشمی (۱۳۸۹). «جایگاه گردشگری ایران در OIC در مجموعه مقالات الکترونیکی چهارمین کنگره جغرافیدانان جهان اسلام».</p> <p>۲-۵. خسروی (۱۳۸۴). «برنامه‌ریزی توسعه گردشگری با تأکید بر استان قم»، صص ۲۳-۴۶.</p> <p>۳-۵. معین‌آبادی (۱۳۸۸). «مهاجرت و معضلات فرهنگی و اجتماعی قم»، صص ۲۹-۵۶.</p> <p>۴-۵. دلاوری (۱۳۸۱). «روند تحولات بخش فرهنگ استان قم»، نامه قم.</p> <p>۵-۵. منتظرالقائم و حمیدی (۱۳۸۸). «جایگاه آرامستان و نقش آن در شهر اسلامی»، صص ۴۶۱-۴۷۱.</p> <p>۶-۵. هادیانی و همکاران (۱۳۸۹). «بررسی اثرات اقتصاد گردشگری در شهرهای مذهبی، مورد شناسی: کلان‌شهر قم»، در مجموعه مقالات الکترونیکی چهارمین کنگره جغرافیدانان جهان اسلام</p>	<p>۱. مطالعات میدانی (مصاحبه، نشست‌ها در سال ۱۳۸۸ و مشاهدات)</p> <p>۲. طرح‌های پژوهشی</p> <p>۱-۲. طارمی، ۱۳۸۷. بررسی ایجاد تعاونی‌های گردشگری در استان قم، صص ۱۲۰.</p> <p>۲-۲. خسروی، ۱۳۸۴. بررسی توانمندی‌های گردشگری استان قم، صص ۲۰.</p> <p>۳-۲. نیکزاد، ۱۳۸۲. مقایسه ویژگی‌های جمعیتی و گردشگری اقامت‌کننده در واحدهای اقامتی قم، صص ۱۷۳-۱۸۸.</p> <p>۴-۲. علیپور، ۱۳۷۹. بررسی وضعیت فرهنگ عمومی استان قم، صص ۱-۱۸۰.</p>
<p>۶. نشریات و گزارش‌های دولتی</p> <p>۱-۶. احمدی شاپورآبادی، ۱۳۸۵، قم در رهگذار توسعه.</p> <p>۲-۶. سالنامه آماری استان قم.</p> <p>۳-۶. گزارش‌های اقتصادی و اجتماعی استان قم از سال ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۷.</p> <p>۴-۶. احمدی شاپورآبادی، ۱۳۸۶، درآمدی بر وضعیت سرمایه اجتماعی در استان قم.</p> <p>۵-۶. پارسا، ۱۳۷۶، نظام برنامه‌ریزی استان قم، سازمان برنامه و بودجه استان قم.</p> <p>۶-۶. پورعیسی و همکاران، ۱۳۷۸، بررسی تعادل‌ها و عدم تعادل‌های فضایی استان قم در بخش امور اجتماعی، شماره نشریه ۵۸.</p>	<p>۳. طرح‌های مطالعاتی</p> <p>۱-۳. مهندسین مشاور عمران زاوه، ۱۳۸۱، طرح مطالعات اقتصادی و اجتماعی استان قم، جلد ۳۲، صص ۱-۹۲.</p> <p>۲-۳. مهندسین مشاور هامون، ۱۳۸۳، نتایج اولیه طرح جامع گردشگری استان قم، ۱۳۸۳.</p> <p>۳-۳. طرح شمارش وسایل نقلیه در حال تردد در محورهای منتهی به محور مسجد جمکران، ۱۳۸۴.</p> <p>۴. اسناد توسعه</p> <p>۱-۴. سند ملی توسعه استان قم، مصوبه هیئت وزیران مورخه ۸۴/۵/۹ نامه ۲۵۷۹۸/ت ۳۳۱۱۱.</p> <p>۲-۴. سند چشم‌انداز توسعه فرهنگی استان قم، مصوبه شورای فرهنگ عمومی استان قم، ۱۳۸۹.</p> <p>۳-۴. چشم‌انداز قم در افق ۱۴۰۴ (مجموعه نشست‌های هم‌اندیشی، ۱۳۸۸).</p> <p>۴-۴. سند برنامه چهارم توسعه استان قم.</p>



جدول شماره ۳: نقاط قوت و نقاط ضعف گردشگری مذهبی استان قم براساس مدل SWOT

شرح	نقاط قوت	مستندات	نقاط ضعف	مستندات
جاذبه‌های مذهبی - تاریخی	وجود حرم مطهر	همه منابع	جذاب نکردن اماکن مذهبی برای گردشگران	۳-۱، ۵-۲، ۵-۴
	مسجد جمکران	همه منابع	ضعف زیرساخت‌ها در اماکن مذهبی	۱-۱، ۲-۲، ۳-۲، ۳-۲، ۵-۶، ۶-۲
	حوزه‌های علمیه و مدارس دینی	تقریباً در تمامی منابع	فوسدگی کالبدی بافت تاریخی و کم دوامی	۳-۳، ۲-۱، ۴-۳
	زیارتگاه‌ها و بقاع متبرکه	۱-۱، ۲-۳، ۶	زیارت تنها جاذبه سفر	۱-۱، ۲-۳، ۳-۲، ۳-۲، ۳-۳، ۳-۳، ۳-۳، ۵-۱، ۶
	اماکن تاریخی و بیت امام(ره)	۱، ۲-۳، ۳-۲، ۳-۱، ۶-۱	عدم ساماندهی اماکن تاریخی	۲-۱، ۳-۱، ۶
	زیارت اهل قبور و وجود قبرستان‌های قدیمی و مزار شخصیت‌های برجسته	۳، ۵-۲، ۵-۱		
	جاذبه‌های فرهنگی و مذهبی	زمینه‌های کسب معنویت	۲-۱، ۳-۴، ۴	عدم شناخت نیازهای گردشگران مذهبی
اماکن دستیابی به آرامش روحی و روانی		۳-۱	عدم وجود فعالیت‌های فرهنگی در برنامه‌ریزی گردشگری	۲-۱، ۲-۲، ۳-۲، ۵
زمینه‌های رشد فرهنگ دینی گردشگر		۲-۱، ۲-۲، ۴-۶	عدم تناسب محتوای سفرهای دینی با ذائقه گردشگران	۲-۱، ۳-۲، ۴
اجرائی آیین‌های و مراسم فرهنگی و مذهبی		۱-۱، ۲-۳، ۴	تناقض افکار و اعمال سلیقه‌های خاص در باب گردشگران	۳-۱، ۴-۵، ۵-۱، ۶
تعدد مراکز آموزش دینی و فرهنگی		۲-۱، ۴-۱، ۴-۵، ۶		
تجمع چهره‌های مذهبی و فرهنگی		۲-۱، ۳-۴، ۴-۵، ۶	عدم تبلیغ و فرهنگ‌سازی گردشگری مذهبی	۱
فرهنگی اجتماعی		بالا بودن ظرفیت مذهبی مردم	۴-۱، ۶	ضعف زیرساخت‌ها عمران شهری و تأسیسات شهری
	قم به‌عنوان خاستگاه انقلاب اسلامی	۱-۱، ۳-۱، ۲-۳، ۴-۳، ۴-۲	عدم تحقق طرح‌های تصویب شده در شهر قم	۴-۱، ۴-۲، ۶
	قم به‌عنوان پایتخت معنوی کشور	۳-۱، ۲-۳، ۴-۲	کمبود فضای سبز شهری در سطح شهر و اماکن مذهبی	۱
	وجود مرکز جهانی علوم اسلامی	۲، ۳-۴، ۴-۱، ۶	نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی	۲-۱، ۳-۲، ۴-۳
	دارا بودن رتبه اول در زمینه چاپ و نشر مذهبی	۳، ۴-۴، ۴-۵، ۵	نبود خدمات و تسهیلات و تجهیزات رفاهی در اماکن مذهبی	۳-۱، ۲
	وجود پیش از ده هزار طلبه خارجی	۱، ۳-۳، ۴-۱، ۶	کمبود فضای، شلوغی و تراکم جمعیت	۲-۱، ۲-۲، ۲-۲، ۵

۶، ۲-۱، ۲-۱	بحران ترافیک و کمبود پارکینگ خصوصاً در محدوده حرم مطهر	۶، ۴-۲، ۳-۲، ۴	کتابخانه مرجع آیت‌الله مرعشی نجفی	اقتصادی
۵، ۲-۲، ۲	برخورد نامناسب برخی از کسبه و رانندگان	۶، ۴-۳، ۳-۲، ۴	چهارمین مرکز انتشار کتب علوم قرآنی در سطح جهان اسلام	
۵، ۲-۲، ۱-۱	طراحی هندسی نامناسب تقاطع‌ها و میادین	۴-۱، ۲-۲، ۴ ۲، ۶-۱، ۶-۳	فراوانی نشریات تخصصی فقهی کلامی قرآنی و پژوهشی و مرکز مطبوعات حوزه دینی	
۴، ۱-۳	عدم وجود پیاده‌روهای تجهیز شده پیرامون حرم	۴، ۳	وجود پژوهشکده حوزه و دانشگاه	
۲، ۳-۲، ۲-۲، ۱-۱ ۲	عدم ایجاد تحول در کیفیت خدمات جهانگردی			
۲، ۱-۲	آگاهی پایین میزبانان نسبت به نیازها و خواسته‌های گردشگران			
۲، ۱-۱	کمبود درآمدهای شهرداری قم جهت عمران شهری	۲-۲، ۱-۱ ۲-۲، ۳-۳ ۵، ۶-۵	درآمدزایی و اشتغال‌زایی	
۵، ۶-۱	دیربازده بودن کسب و کار در برخی از بخش‌های صنعت گردشگری	۳، ۱-۱، ۴-۳، ۱	کریدور مرکزی ایران	
۱	عدم طراحی و ایجاد صنایع دستی مناسب با توجه به مفاهیم ارزشمند معنوی قرآن	۶، ۳-۱، ۱	وجود بازار و رسته‌های تجاری در اطراف حرم مطهر	
۲، ۳-۲، ۱-۱	کمی مدت ماندگاری گردشگران مذهبی در شهر قم	۴، ۴-۳، ۱	صادرات برخی از صنایع دستی استان	
۲، ۳-۲، ۱-۱	کمبود محل اقامت در ایام تعطیل و مناسبتی	۳-۱، ۳-۲، ۱ ۴، ۴-۳، ۴-۲	مستعد بودن شهر قم جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری مذهبی و معرفی آن به‌عنوان محور گردشگری مذهبی - فرهنگی	
۱	عدم استقرار بانک‌های بین‌المللی	۶، ۵	روند رشد سریع صنعت گردشگری نسبت به سایر کسب و کارها	
۳، ۲-۲، ۱-۱	عدم مسدودیت و راهبردی گردشگری استان در بالاترین سطوح ارشد مدیریتی استان	۵، ۶-۲، ۳-۲، ۱	گسترش دفاتر مسافرتی و زیارتی قم	ساختاری و مدیریتی
۲-۲، ۱-۱ ۴، ۳-۱	کمبود و عدم تخصص نیروی انسانی آموزش دیده خصوصاً در حوزه گردشگری	۵-۳، ۲-۱، ۴ ۶، ۶-۶	وجود سازمان‌های متولی گردشگری و نهادهای دولتی و غیردولتی مرتبط با مذهب و فرهنگ	
۳، ۲-۲، ۱-۱	عدم ارائه آموزش‌های سطحی به افراد فاقد تخصص و گسیل آنها به واحدهای اقامتی و پذیرایی	۴-۱، ۳-۱ ۶، ۶-۳	افزایش تسهیلات بانک‌ها در جهت حمایت از طرح‌های گسترش صنایع وابسته به گردشگری	



۵-۲، ۴-۱ ۴، ۳-۳	عدم اجماع سطوح تأثیرگذار در استان	۵، ۶-۲، ۳	سهام بالایی از گردشگران مذهبی را طبقات متوسط تشکیل می‌دهند	۱
		۴، ۳-۱، ۳-۱، ۲ ۴، ۴-۴	استقرار در مسیر محورهای مهم حمل و نقل کشور (کریدور شمال - جنوب کشور)	
		۲-۲، ۲-۱ ۴-۲، ۳-۱ ۶، ۵-۲	وجود هتل‌ها و مسافرخانه‌ها	
۱	وجود موانع حقوقی و قانونی توسعه گردشگری مذهبی	۴، ۲-۱، ۱-۱	وجود قوانین و برنامه‌های حمایت از گردشگری	
		۴، ۴-۳، ۳-۲، ۱	وجود مشوق‌ها و حمایت از امور مذهبی و فرهنگی از جانب مسئولان، علماء، مراجع تقلید و مردم	۱

جدول شماره ۴: فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری مذهبی استان قم بر اساس مدل SWOT

شرح	نقاط فرصت	مستندات	نقاط تهدید	مستندات
تولید و نشر و ترویج دینی در سطح ملی، کشورهای اسلامی و جهان	تولید و نشر و ترویج دینی در سطح ملی، کشورهای اسلامی و جهان	۴، ۴-۳، ۲	فقدان تلقی مثبت نسبت به گردشگران در میان عده‌ای از مردم و مسئولین مربوطه	۲-۲، ۲-۱ ۵، ۵-۳، ۳
	الگو سازی مدنیت دینی، علمی و معنوی	۴، ۴-۳، ۲-۱	تعارض ارزشی بین گردشگران و افراد جامعه	۵، ۲-۲، ۲
	مرکز تولید و انتشار فکر معنوی برای جهان اسلام	۴، ۴-۳، ۲-۱		
	حفظ فرهنگ ایرانی و نشر آن	۴، ۴-۳، ۲-۱		
	تقویت پایه‌های اعتقادی	۴، ۴-۳، ۲-۱		
	بهره‌مندی از فضاهای معنوی و مذهبی برای توسعه فرهنگ اسلامی	۴، ۴-۳، ۲-۱		
	گسترش ارادت خاص مردم به ائمه اطهار و ارزش‌های مذهبی	۴، ۴-۳، ۲-۱		
	ارتقاء بهره‌گیری معرفتی از اماکن دینی	۴-۳، ۲-۱ ۵، ۴-۱		
	سهام بالای شهر قم از جهانگردان خارجی وارد شده به کشور	۲-۱، ۲-۲، ۱ ۶، ۶-۲، ۴-۱		
	افزایش انگیزه و استقبال مردم جهان برای سفرهای زیارتی	افزایش انگیزه و استقبال مردم جهان برای سفرهای زیارتی	۵، ۳-۱، ۲	سهام بالای گردشگران مذهبی کم درآمد در ترکیب گردشگران ورودی
معرفی فرهنگ و تمدن ایرانی به سایر ملل		۴-۳، ۲-۱ ۶، ۵-۴، ۴-۱	وجود مشکل مالکیت‌های وقفی و مشاعی و مشابه	۳، ۲-۱
برجسته بودن وجوه تمایز ایران نسبت به سایر مناطق گردشگری جهان		۶، ۵-۱، ۱	عدم آگاهی گردشگران از فرهنگ میزبانان	۲-۲، ۲-۲ ۵، ۳

		۱	تعدیل تنش‌های حاصل از زندگی طراحی الگوی مدینه فاضله و شهری اسلامی - ایرانی نمونه (معماری، روابط اجتماعی، امور مذهبی و...)	
		۴،۳-۱		
		۴،۱-۱	راه‌اندازی محور حرم تا جمکران	
		۴،۱-۱	بهره‌برداری از بلوار عمار یاسر	
		۴،۴-۴،۱-۱	وجود امکان گسترش پارکینگ‌های سطحی و طبقاتی با توجه به بناهای مخروبه	
۲-۱، ۱-۱، ۶	روگردانی بخش خصوصی از مشارکت در صنعت گردشگری	۴،۴-۳، ۲-۱	افزایش توجه و حمایت مسئولان استان و علماء و مراجع حوزه از توسعه گردشگری مذهبی	
۲-۱، ۱-۱، ۴-۱، ۴-۳، ۶، ۶-۲	عدم تکافوی اعتبارات دولتی به تنهایی برای ساماندهی صنعت گردشگری	۶، ۲-۱، ۴	وجود نیروهای متخصص و با تجربه در امور مذهبی و فرهنگی	
۶، ۳-۱	ناتوانی در اجرا و پیگیری برنامه‌های گردشگری	۳-۱، ۲-۱، ۵-۲، ۴-۲، ۶، ۶-۶	برنامه‌ریزی دولت جهت تجهیز و توسعه اماکن مذهبی و زیارتی	
۱	تداوم نگرش حفاظتی مرمی به باقست تاریخی و در نتیجه محدود ماندن راهگشایی‌ها	۴-۳، ۴-۲، ۴	پروژه از حرم تا حرم و طرح‌های گسترش و تجهیز اماکن اقامتی و رفاهی مسجد جمکران	
۱	ناآرامی‌های سیاسی به‌ویژه در منطقه خاورمیانه	۴، ۱-۱	آبرسانی آب شرب از سرشاخه‌های دز	
۱	تبلیغات منفی رسانه‌های غربی علیه جمهوری اسلامی	۴-۱، ۳-۳، ۵	وجود بازارهای بزرگ گردشگری مذهبی در کشورهای اسلامی (عراق، لبنان، کشورهای حاشیه خلیج فارس)	
		۱	احداث فرودگاه قم	
		۴-۲، ۳-۱، ۶، ۶-۴، ۴-۳	مطالعات و برنامه‌ریزی جهت ایجاد مناطق نمونه گردشگری در استان	
		۴، ۱	همجواری با تهران و فرودگاه‌های بین‌المللی این شهر	
		۶-۱، ۵-۱، ۶	استفاده از نیروی انسانی متخصص در برنامه‌ریزی گردشگری در مجاورت با این شهر (تهران، اصفهان)	
		۱	وجود گرایش به حرکت پیاده در اطراف حرم و در پیرامون حرم مطهر (نیاز به زون پیاده)	
۱	استفاده نکردن از تمامیت ظرفیت‌های اینترنتی و فناوری اطلاعاتی جهت معرفی تبلیغات و بازاریابی	۴، ۴-۳، ۱-۱	گسترش فرصت‌های IT در گردشگری	
		۴، ۳-۱	رشد فناوری‌های حمل و نقل	
		۵، ۱-۱	بهره‌گیری از اینترنت برای معرفی صنعت گردشگری مذهبی ایران به گردشگری و بازاریابی	

نهادی و سیاسی

فناوری

ارائه راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری مذهبی

الف) راهبردهای SO

در این راهبردها که بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است، راهکارهای زیر جهت بهره‌برداری از فرصت‌ها و نقاط قوت به منظور توسعه گردشگری فرهنگی - مذهبی در استان قم ارائه می‌شود:

- * توسعه حرم مطهر حضرت معصومه (س) در جهت به وجود آوردن فضای مناسب کالبدی و معنوی برای زائران داخلی و خارجی؛
- * ساماندهی رودخانه قمرود در حوزه شهری به طول تقریبی ۱۱ کیلومتر برای ایجاد بازارچه‌ها، پارکینگ‌ها و واحدهای خدماتی؛
- * هدایت و راهنمایی شیعیان جهان به شهر قم به منظور کسب انگیزه‌های معنوی از محضر مراجع و علمای دینی؛
- * هدایت و راهنمایی دوستداران امام خمینی (ره) و انقلاب اسلامی در سراسر جهان به بازدید از بیت امام (ره) و آشنایی با اندیشه‌ها، آراء و نظرات ایشان از طریق نشر آثار و اندیشه‌های امام خمینی؛
- * تقویت تعاملات فرهنگی - مذهبی گردشگران مذهبی بین‌المللی از طریق ایجاد مرکز همایش‌های بین‌المللی در شهر قم؛
- * ارتقاء نقش زیارتی و مذهبی شهر قم با ایجاد نمایشگاه‌های دائمی کتاب و نرم‌افزارهای علوم اسلامی در سطوح ملی و بین‌المللی؛
- * توجه به ظرفیت تبلیغاتی طلاب خارجی حوزه‌های علمیه شهر قم به‌عنوان مبلغین جلب گردشگر مذهبی خارجی؛
- * ساماندهی محورها و کریدورهای ارتباطی استان با تکمیل کمربندی شهر قم و دروازه‌های ورودی آن؛
- * ساماندهی گورستان‌ها و مقابر شهر قم به منظور استفاده از آن برای توسعه عمومی گردشگری زیارتی و ارائه خدمات مناسب به مراجعین گورستان‌های فعلی؛
- * اعلام نیمه شعبان به‌عنوان روز جهانی گردشگری قم و تبلیغات و فرهنگ‌سازی وسیع درخصوص آن؛
- * ایجاد قطار شهری یا مونوریل (قطار هوایی) در مسیر حرم مطهر تا مسجد جمکران؛
- * برخورداری از رشد و گسترش مناسب فناوری اطلاعات و ارتباطات و زیرساخت‌های مناسب مخابراتی به‌عنوان ابزاری برای توسعه گردشگری و ایجاد ارتباط با بازارهای فراملی و گردشگری؛

- * بهره‌گیری از نزدیکی به فرودگاه بین‌المللی امام خمینی به منظور جابه‌جایی گردشگران خارجی؛
- * استقرار منطقه ویژه اقتصادی سلفچگان در استان قم؛
- * تسهیل در مسیرهای ارتباطی منطقه ویژه اقتصادی سلفچگان با قم در جهت باراندازی تجاری، نگهداری و صادرات کالا و گسترش گردشگری از بعد اقتصادی؛
- * تنوع بخشی در طرح‌ها و اندازه‌های فرش‌های ابریشمی دستباف تولید شده در سطح استان؛
- * سنجش سلیقه‌ها و علاقه‌مندی‌های گردشگران مذهبی و اعمال آن در تولید صنایع دستی با تأکید بر فرش دستباف؛
- * بهره‌گیری از حوزه‌های علمیه و مدارس دینی به‌عنوان مراکز برای تولید و ترویج تفکر دینی در سطح ملی و جهانی؛
- * شناسایی و معرفی غنای اکوتوریستی به‌عنوان بستری مناسب جهت جذب گردشگر و طولانی کردن مدت اقامت و هزینه‌کرد گردشگران؛
- * توسعه و گسترش دانشگاه ادیان و مذاهب در سطوح بین‌المللی؛
- * توسعه و گسترش کتابخانه آیت‌الله مرعشی؛
- * بازسازی بقاع متبرکه به‌عنوان مکان‌های مذهبی برای توسعه فرهنگ اسلامی؛
- * ایجاد مرکز دکترین مهدویت در مسجد جمکران؛
- * استقرار اماکن اقامتی و بازارهای تجاری پیرامون مسجد جمکران در مسیر پروژه بلوار پیامبر اعظم (ص) (پروژه حرم تا جمکران)؛
- * تشکیل انجمن‌های غیردولتی میراث معنوی به منظور حفظ، نگهداری و ارتقاء بهره‌گیری معرفتی از اماکن تاریخی؛
- * ایجاد سازوکاری برای توقف زائران بیت‌الله‌الحرام در شهرهای مشهد و قم؛
- * ایجاد دانشگاه جامع علوم اسلامی از طریق ادغام و ترکیب مراکز مشابه یا سازوکارهای دیگر؛
- * تکمیل و تسریع در راه‌اندازی پروژه‌های محور حرم تا جمکران و بلوار عمار یاسر به‌عنوان محور ارتباطی مرکز شهر (حرم با بزرگراه قم - تهران)؛
- * ایجاد مراکز خدماتی و پارکینگ‌های مناسب در ورودی‌های شهر؛
- * ایجاد مجتمع‌ها و پاساژهای بزرگ بین‌المللی در اطراف شهر برای کاهش تمرکز جمعیت در مرکز شهر؛

- * تهیه بروشورها به زبان‌های مختلف دنیا با توجه به ترکیب و نیاز گردشگران برای معرفی ائمه اطهار به گردشگران مذهبی؛
- * ایجاد سایت‌های اینترنتی بین‌المللی برای ارائه تحقیقات علوم اسلامی و درج نظرات آیات اعظام در خصوص گردشگری مذهبی و فرهنگی؛
- * ایجاد رشته‌های گردشگری در دانشگاه‌های استان به منظور تربیت نیروی انسانی متخصص در زمینه مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری و گردشگری مذهبی؛
- * ایجاد مرکز مطالعات راهبردی گردشگری مذهبی در یکی از دانشگاه‌های استان؛
- * انجام مطالعات درخصوص دسته‌بندی گردشگران مذهبی از نظر درآمد، فرهنگ، آداب و رسوم و... به منظور ارائه خدمات با توجه به هزینه‌کرد آنان؛
- * ایجاد دانشگاه فرش و احداث نمایشگاه بین‌المللی و مرکز تجارت جهانی فرش؛
- * ایجاد زون پیاده در اطراف حرم و تخلیه ترافیکی از مرکز زیارتی شهر.

(ب) راهبردهای تنوع ST

- در راهبردهای تنوع‌بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، راهکارهای زیر به منظور تأمین برخی از نیازمندی‌های نواحی روستایی برای رفع تهدیدها ارائه می‌شود:
- * رفع نقاط حادثه‌خیز در محورهای ارتباطی استان؛
- * تمرکز بر نقاط برجسته فرهنگی و مذهبی مشترک میان ساکنین استان با گردشگران مذهبی؛
- * تأمین و تربیت نیروی انسانی مورد نیاز بخش گردشگری؛
- * نظارت مستمر بر کیفیت خدمات و عرضه محصولات گردشگری در استان توسط سازمان‌های ذیربط؛
- * بازنگری در قوانین وقف و املاک مشاعی و ساماندهی املاک وقفی؛
- * افزایش مراکز خدماتی - رفاهی شهر قم به منظور بالا بردن زمان حضور گردشگران مذهبی در شهر قم؛
- * ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم در نقاط مختلف مذهبی در جهت کاهش فشار بیش از حد به این مکان‌ها؛
- * توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های تاریخی - مذهبی و خصوصیات بارز فرهنگی، معماری و آداب و رسوم شهر قم؛

- * توسعه شبکه ارتباطی شهر قم و تدوین دفترچه‌های راهنما به زبان‌های زنده دنیا؛
- * تأمین امنیت زوار خارجی برای جلوگیری از بروز تخلف‌های اجتماعی و تناقض‌های مذهبی؛
- * تدوین برنامه‌های فرهنگی در جهت ارتقاء بهره‌گیری معرفتی زوار اماکن دینی؛
- * همسو کردن و اجماع دیدگاه‌های مدیران استانی برای تقویت نگاه ویژه آنها نسبت به گردشگری با استفاده از برگزاری همایش‌ها و بازدیدهای دوره‌ای از مراکز مذهبی و دینی.

ج) راهبردهای بازنگری (WO)

- در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فرا روی گردشگری مذهبی در استان می‌باشد. به این منظور راهکارهای زیر ارائه می‌شود:
- * در کنار حرم حضرت معصومه و مسجد جمکران که در حال حاضر تنها جاذبه سفر به شهر قم به‌شمار می‌روند تبلیغات در خصوص شناسایی گسترده سایر بقاع متبرکه شهر و مراکز هم‌چون بیت امام (ره)، کتابخانه آیت‌الله مرعشی، دانشگاه ادیان و مذاهب، حوزه‌های علمیه، مرکز جهانی علوم اسلامی (جامعه المصطفی العالمیه) و... برای جذب گردشگران مذهبی - فرهنگی صورت پذیرد.
 - * در حال حاضر زیارت به‌عنوان تنها جاذبه سفر به شهر قم است که باعث کوتاه نمودن مدت اقامت زوار در شهر و تحمل هزینه‌هایی برای مردم شهر شده است. بنابراین برای رفع این مشکل راهکارهای ذیل ارائه می‌شود:
 - ایجاد اماکن ارزان‌قیمت به‌خصوص برای اقشار متوسط گردشگر مذهبی برخی کشورها هم‌چون پاکستان، افغان و عراق؛
 - ایجاد هتل‌های مدرن (برای اقشار مرفه مانند اتباع کشورهای حاشیه خلیج فارس) که آمیخته با فرهنگ، هنر و معماری شهری اسلامی - ایرانی باشد.
 - برگزاری نشست‌ها و سمپوزیوم‌های بین‌المللی مشترک با کشورهای اسلامی در راستای الگوسازی مدینه فاضله دینی و تبدیل آن از شعار به عمل و جریان یافتن آن در آینه فرهنگ عمومی مردم شهر و گردشگران مذهبی مخصوصاً گردشگران مسلمان؛
 - آشنایی روحانیون و طلاب با زبان، آداب و رسوم، اعتقادات و ارزش‌های سایر

ملل مسلمان و فرستادن آنها برای تبلیغ فرهنگ اسلامی و ایرانی به سایر کشورها و همچنین بهره‌گیری از آنها به عنوان راهنما در تورهای زیارتی داخل کشور؛

- بازنگری در ارائه خدمات رفاهی، فرهنگی و عقیدتی به مراجعین گورستان‌های فعلی شهر قم. بر مبنای برخی از روایات که سرزمین قم را مقدس و دری از درهای بهشت دانسته‌اند، در سراسر ایران و حتی خارج از ایران برخی از مردم وصیت می‌کنند که پس از مرگ در شهر قم دفن شوند. با دفن اموات در قم بازماندگان‌شان به‌طور مداوم برای زیارت اهل قبور خود به قم سفر می‌کنند.

(د) راهبردهای WT

در این راهبرد ضمن تأکید بر رفع آسیب‌پذیری منطقه مورد مطالعه راهکارهای زیر ارائه می‌شود:

- * با افزایش سالیانه ورود زوار به شهر قم منابع آب شرب فعلی در سال‌های آتی جوابگوی این میزان جمعیت نخواهد بود. برای رفع این تهدید جدی می‌بایستی در تکمیل و راه‌اندازی پروژه انتقال آب از سرشاخه‌های دز به استان قم تسریع به‌عمل آید؛
- * آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم شهر در ارتباط با نحوه برخورد آنان با گردشگران مذهبی خارجی به منظور جلوگیری از تعارض ارزشی بین گردشگران و افراد جامعه؛
- * زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در توسعه زیرساخت‌های شهری به منظور جذب گردشگر و کسب درآمد؛
- * تشویق سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای همراهی دولت در ساماندهی صنعت گردشگری شهر قم؛
- * استفاده از قابلیت‌های بالقوه بخش تعاون در توسعه گردشگری مذهبی در شهر قم؛
- * ایجاد یک مکان آرام و قابل اطمینان در منطقه خاورمیانه برای گردشگران مذهبی به منظور برقراری ارتباط دوستانه با کشورهای منطقه؛
- * همکاری بیشتر با کشورهای منطقه آسیا و اقیانوسیه و ایجاد سازمان‌ها و انجمن‌های مشترک با آنها به منظور توسعه گردشگری مذهبی و فرهنگی؛
- * همکاری بیشتر با کشورهای حاشیه خلیج فارس، افغانستان، پاکستان و لبنان؛
- * توجه و اهتمام سازمان کنفرانس اسلامی به بخش‌های مختلف از جمله بخش رسانه‌ای در جهت خنثی کردن تبلیغات منفی کشورهای غیر مذهبی؛

- * تفکیک بافت‌های فرسوده شهری از مکان‌های تاریخی به منظور گسترش فضای پیرامون حرم مطهر؛
- * حفظ و احیاء آثار میراث فرهنگی و تاریخی به عنوان مکان‌های جذب گردشگر؛
- * افزایش کیفیت دفاتر گردشگری از طریق کاهش و تجمیع این دفاتر؛
- * اختصاص ردیف بودجه‌ای خاص برای شهرداری‌های شهرهای زیارتی به منظور جبران کمبود درآمد شهرداری‌های این‌گونه شهرها برای ارائه خدمات بهتر.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

امروزه گردشگری مذهبی با همه اجزاء و گونه‌های مختلف آن، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص خود توانسته است در متن گردشگری جهانی قرار گیرد به طوری که حوزه نفوذ آن سراسر جهان را فرا گرفته است.

پیدایش، حیات، شکل‌گیری، رشد و توسعه شهرهای مذهبی کشور از جمله قم محصول ارتباط متقابل و پیامدهای فضایی جهان‌بینی با محیط است. به عبارت دیگر بررسی سیر تکوینی و سیمای چشم‌انداز فرهنگی شهر قم نشان می‌دهد که این شهر با توجه به مضمون مذهبی - فرهنگی آن شکل گرفته است. از این‌رو ترکیب نگرش تکوینی ساختاری - کارکردی در چارچوب نگرش سیستمی در شناخت بافت پویای شهر، امکان شهرشناسی جغرافیایی عمیق شهر را فراهم می‌آورد. بدین ترتیب شهر قم جزء شهرهای مقدس جهان (جغرافیایی زائران) و افزون بر آن جغرافیایی فرهنگی است که در پرتو جهان‌بینی پدید آمده و سرشت و شکل‌گیری فضایی و زندگی اجتماعی - اقتصادی خود را کاملاً تحت تأثیر عامل مذهبی - فرهنگی و گردشگری برخاسته از آن شکل داده است.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، با توجه به پیوند و رابطه عاطفی حاکمیت مذهبی کشور با آستانه حرم معصومه (س) و وجود حوزه‌های علمیه و گردشگری مذهبی - فرهنگی ایجاد شده، قم می‌رود تا چشم‌انداز و جایگاه ممتازی در سطح بین‌المللی به دست بیاورد که این امر منوط به بالفعل شدن برخی توان‌های بالقوه و استفاده از قوت‌ها و فرصت‌ها و غلبه بر ضعف‌ها و تهدیدها می‌باشد. بنابراین به نظر می‌رسد جهت دستیابی به برخی فرصت‌ها مانند محور بودن گردشگری مذهبی قم در کشور، تولید تفکر دینی و انتشار آن در سطوح جهانی و الگوسازی آن به عنوان یک شهر نمونه مذهبی، ابتدا می‌باید شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این شهر به نحو

مطلوبی تغییر یابد؛ بنابراین بهبود در زیرساخت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باعث فراهم شدن زمینه‌های ایجاد یک شهر زیارتی نمونه می‌شود.

بررسی نتایج حاصل از فن SWOT نشان می‌دهد که:

۱. در بین جاذبه‌های گردشگری مذهبی قم، حرم مطهر حضرت فاطمه معصومه (س) و مسجد جمکران به‌عنوان مهم‌ترین و مؤثرترین نمادهای مذهبی برای توسعه گردشگری شهر قم به حساب می‌آیند. به منظور استفاده بهینه از مکان‌های فوق برای ترویج ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی در سطح بین‌المللی، بر توسعه گردشگری مذهبی و فرهنگی تأکید می‌شود.
۲. بیت امام (ره) به عنوان نماد ساده‌زیستی عالمی وارسته و رهبری کبیر، میعادگاه عاشقان عدالت و ولایت می‌باشد که توجه به این مکان در معرفی ارزش‌های انقلاب و فرهنگ ناب اسلامی - ایرانی به‌طور اخص و توسعه گردشگری مذهبی - فرهنگی به‌طور اعم مؤثر می‌باشد.
۳. گسترش حوزه‌های علمیه و مدارس علوم دینی، شهر قم را در حال حاضر به مرکز نشر افکار و ارزش‌های اسلامی تبدیل کرده است. مراکز فوق با ایجاد ارتباط و تشکیل کرسی‌های نظریه‌پردازی در راستای تقریب ادیان و مذاهب با پایگاه‌ها دینی و مذهبی جهان، ضمن شناساندن قم به‌عنوان پایگاه شیعه‌شناسی و الگوی شهر اسلامی به‌طور غیرمستقیم بر توسعه گردشگری مذهبی در کشور و شهر قم تأثیر خواهند گذاشت.
۴. حوزه‌های علمیه با استفاده از ظرفیت نیروهای طلبه خارجی خود در تشکیل مجالس وعظ و سخنرانی در سطح شهر قم به زبان‌های غیرفارسی و راهنمایی زوار، علاوه بر ترویج فرهنگ اسلامی و غنا بخشیدن به فرهنگ معنوی گردشگران، تمایل گردشگران مذهبی خارجی را برای سفر به ایران و شهر قم افزایش خواهند داد.
۵. فرسودگی کالبدی شهر، نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی، نابسامانی‌های ترافیکی و حمل و نقل، تراکم و تمرکز جمعیت استان در شهر قم، مهاجرپذیری شهر قم و ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی از جمله نقاط ضعف شهر قم به حساب می‌آیند که تعجیل در تکمیل پروژه‌های عمران شهری (طرح حرم تا جمکران، تأمین آب آشامیدنی شهر قم از سرشاخه‌های دز و تکمیل میدان روح‌الله) و مشارکت دادن بخش خصوصی در اجرای پروژه‌های عمران شهری، موانع فوق را برطرف می‌سازد.

۶. از دیگر نقاط ضعف گردشگری شهر قم این است که علی‌رغم حضور سالانه ۱۳ تا ۱۴ میلیون گردشگر داخلی و خارجی (به‌خصوص گردشگر مذهبی) در این شهر، مدت اقامت و هزینه‌کرد گردشگران در قم بسیار پایین می‌باشد که این امر عمدتاً تحت تأثیر محدودیت امکانات اقامتی و پذیرایی در شهر و استان قم است. در این ارتباط علاوه بر ایجاد امکانات اقامتی، استفاده از جاذبه‌های طبیعی کوهستانی (فردو، وشنوه، خلجستان) و کویری (دریاچه نمک و دریاچه حوض سلطان) و نیز ساماندهی صنایع دستی و صنایع فرهنگی با تأکید بر جنبه‌های اسلامی و سازماندهی گردشگری فرهنگی - آموزشی (دانشگاه‌های علوم قرآنی، ادیان مذاهب و علوم اسلامی) می‌تواند ضمن جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی گردشگری و ایجاد درآمد و اشتغال برای استان، به توسعه گردشگری مذهبی نیز کمک نماید.
۷. از بین فرصت‌های بیرونی افزایش انگیزه مردم جهان برای سفرهای زیارتی، معرفی فرهنگ و تمدن ایرانی به سایر ملل، تولید، نشر و ترویج تفکر دینی در سطح ملی و کشورهای اسلامی و جهان اسلام، الگوسازی مدنیت دینی، علمی و معنوی و بهره‌مندی از فضاهای معنوی برای توسعه فرهنگ اسلامی - ایرانی که همواره از دغدغه‌های رهبران دینی و دولت‌مردان جمهوری اسلامی ایران بوده است می‌تواند مورد اهتمام و توجه قرار گیرد. زیرا در صورت تحقق این مؤلفه‌ها در کنار سایر اثربخشی‌ها می‌توان حداکثر استفاده را در جهت توسعه گردشگری مذهبی به‌عمل آورد. به نظر می‌رسد در این ارتباط ایران فرهنگی می‌تواند در صورت بسترسازی و زمینه‌سازی، فرماندهی گردشگری مذهبی جهان را به دست گیرد.
۸. براساس تهدیدهای مطرح شده در این نوشتار، تعارض ارزشی بین گردشگران و برخی افراد جامعه، فقدان تلقی مثبت نسبت به گردشگران در میان عده‌ای از مردم و مسئولین مربوطه، تبلیغات منفی رسانه‌های غربی علیه جمهوری اسلامی و هم‌چنین ناآرامی‌های منطقه خاورمیانه مهم‌ترین تهدیدهای خارجی قلمداد می‌شوند که به منظور کاهش تبعات ناشی از این آثار راهکارهای تدافعی ارائه شده است.
- در مجموع به منظور برطرف کردن یا تقلیل نقاط ضعف و تهدیدها و تقویت و بهبود نقاط قوت، استفاده از فرصت‌های موجود در ارتباط با گسترش گردشگری مذهبی - فرهنگی در کلان‌شهر قم و زمینه‌سازی و ظرفیت‌سازی در گستره ایران فرهنگی و جهان اسلام راهبردهای مناسبی ارائه شده است؛ زیرا فائق آمدن بر برخی



تهدیدها و نقاط ضعفها و استفاده از فرصت‌ها و نقاط قوت نیازمند تدوین قوانین، برنامه‌ها و راهبردهایی در سطوح ملی و عزمی همگانی است. ضمن آنکه به نظر می‌رسد حتی در صورت بهبود شرایط، امکانات و فعالیت‌ها در سازمان‌های متولی گردشگری، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری باید در عالی‌ترین سطوح مدیریتی استان و یا توسط نهادی فراگیر، متشکل از کنشگران حوزه‌های گردشگری مذهبی - فرهنگی ذینفع، برنامه‌ریزی و راهبری شود.

Archive of SID

منابع و مآخذ

- احمدی شاپورآبادی، محمدعلی (۱۳۸۵)؛ «قم در رهگذار توسعه»، *گزارش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان قم*، قم: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان قم.
- ----- (۱۳۸۶)؛ «درآمدی بر وضعیت سرمایه اجتماعی در استان قم»، ارائه شده در ششمین کارگاه آموزشی و پژوهشی آمایش سرزمین (تحلیل فرهنگی)، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.
- افتخاری، رکن‌الدین و بهار بیشمی (۱۳۸۹)؛ «جایگاه گردشگری ایران در OIC و نقش آن در همگرایی فرهنگی جهان اسلام»، *مجموعه مقالات چهارمین کنگره جغرافیدانان جهان اسلام*، زاهدان: دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- افتخاری، رکن‌الدین، عبدالرضا و داوود مهدوی (۱۳۸۵)؛ «راهکارهای توسعه گردشگری روستایی»، *فصلنامه مدرس علوم انسانی*، دوره ۱، ش ۱، صص ۱-۳۰.
- افخمی، بهروز (بهنم ۱۳۸۹)؛ «گردشگری مذهبی؛ کارکرد و توسعه ظرفیت‌های آن»، قابل دسترسی در: www.iranelitourism.blogfa.com
- پارسا، امیدعلی (۱۳۷۶)؛ *نظام برنامه‌ریزی استان قم*، قم: سازمان برنامه و بودجه استان قم.
- پورعیسی، مجید و همکاران (۱۳۷۸)؛ «بررسی تعادل‌ها و عدم تعادل‌های فضایی استان قم در بخش امور اجتماعی»، *نشریه سازمان برنامه و بودجه استان قم*، ش ۵۸.
- *چشم‌انداز قم در افق ۱۴۰۴* (۱۳۸۸)؛ قم: استانداری قم.
- خسروی، حسین (۱۳۸۴ الف)؛ *بررسی توانمندی‌های گردشگری استان قم و اثرات آن در توسعه این استان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی محمدحسن ضیا توانا، دانشگاه شهید بهشتی.
- ----- (۱۳۸۴ ب)؛ «برنامه‌ریزی توسعه گردشگری با تأکید بر استان قم»، *نامه قم*، س هفتم، ش ۲۹ و ۳۰، صص ۲۴-۴۳.
- دلاوری، رضا (۱۳۸۱)؛ «روند تحولات بخش فرهنگ استان قم»، *نامه قم*، ش ۱۱ و ۱۲، صص ۲۰-۳۶.
- دورانت، ویلیام جیمز (۱۳۷۰)؛ *تاریخ تمدن*، ترجمه احمد آرام و ع پاشایی، ج اول و دوم، چ سوم، تهران: انقلاب اسلامی.
- زیاری، کرامت‌الله (۱۳۸۳)؛ *مکتب‌ها، نظریه‌ها و مدل‌های برنامه و برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، یزد: دانشگاه یزد.
- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۷)؛ *جهانگردی در چشم‌اندازی جامع*، ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۸۱)؛ *برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی*، ترجمه محمود عبدالله‌زاده، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- *سالنامه آماری استان قم* (۱۳۸۸ و ۱۳۸۷)؛ قم: دفتر آمار و اطلاعات استانداری قم.
- سالنامه آماری کشور (۱۳۸۷)؛ تهران: مرکز آمار ایران.
- سرلک، سیامک (۱۳۸۹)؛ *فرهنگ هفت هزارساله شهر قم (کاوش‌های باستان‌شناختی محوطه قلی درویش جمکران و قم)*، قم: نقش.
- *سند برنامه چهارم توسعه استان قم* (۱۳۸۸-۱۳۸۴)؛ قم: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان قم.
- *سند چشم‌انداز توسعه فرهنگی استان قم* (۱۳۸۹)؛ مصوبه شورای فرهنگ عمومی استان قم.
- *سند ملی توسعه استان قم*، مصوبه هیئت وزیران مورخه ۸۴/۵/۹۹ نامه ۲۵۷۹۸/ت/۳۳۱۱۱.
- سینایی، وحید (۱۳۸۲)؛ *گردشگری در ایران، عملکردها و چالش‌ها*، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس

- شورای اسلامی.
- طارمی، ابوالفضل و همکاران (۱۳۸۷): *بررسی ایجاد تعاونی‌های گردشگری در استان قم و ارائه یک الگوی کاربردی*، قم: استانداری قم.
- طرح شمارش و وسایل نقلیه در حال تردد در محورهای منتهی به محور مسجد جمکران (۱۳۸۴): قم.
- عرب، کاظم (۱۳۸۲): «مکان‌یابی و پیدایش شهر قم»، *نامه قم*، ش ۲۱ و ۲۲، قم: صص ۳۲-۴۹.
- (۱۳۸۲): *چشم‌اندازی به میراث فرهنگی استان قم*، قم: انتشارات مدیریت میراث فرهنگی استان قم.
- علیپور، مسیح (۱۳۷۹): *بررسی وضعیت فرهنگ عمومی استان قم*، قم: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم.
- کریستین سن، آرتور (۱۳۶۹): *ایران در زمان ساسانیان*، ترجمه رشید یاسمی، ج ششم، تهران: دنیای کتاب.
- مؤمنی، مصطفی؛ مظفر صرافی و محمد قاسمی خوزانی (۱۳۸۷): «ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان‌شهر مشهد»، *جغرافیا و توسعه*، ش ۱۱، صص ۱۳-۳۸.
- معین‌آبادی، حسین (۱۳۸۵): *قم در یافته‌های پژوهشی*، استانداری قم، قم: انتشارات اندیشه ماندگار.
- (۱۳۸۸): «مهاجرت و معضلات فرهنگی و اجتماعی قم»، *فصلنامه جمعیت*، س ۱۶، ش ۶۹ و ۷۰، صص ۲۹-۵۶.
- منتظرالقائم، اصغر و حمیدی اصفهانی (۱۳۸۷): «جایگاه آرامستان و نقش آن در شهر اسلامی»، *مجموعه مقالات نخستین شهر اسلامی*، دانشگاه اصفهان، صص ۴۶۱-۴۷۱.
- مهندسین مشاور هامون (۱۳۸۳): *نتایج مقدماتی طرح جامع گردشگری استان قم*، قم: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان قم.
- مهندسین مشاور عمران‌زاوه (۱۳۸۱): *طرح مطالعات توسعه اقتصادی - اجتماعی استان قم*، جلد ۹ و ۲۲، قم: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان قم.
- نیکزاد، احمد (۱۳۸۲): *مقایسه ویژگی‌های جمعیتی و گردشگری گردشگران ایرانی و خارجی اقامت‌کننده در واحدهای اقامتی قم*، قم: استانداری قم.
- ولا، فرانسوا و یونل بیچریل (۱۳۸۴): *گردشگری بین‌المللی*، ترجمه محمد ابراهیم گوهریان و محمدمهدی کتابچی، تهران: امیرکبیر.
- هادیانی، زهره و همکاران (۱۳۸۹): «بررسی اثرات اقتصاد گردشگری در شهرهای مذهبی، موردشناسی: کلان‌شهر قم»، *مجموعه مقالات الکترونیکی چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام*.
- Gil, A.R. and Curiel, J. E. (2008); "Religious Events as Special Interest Tourism. A Spanish Experience PASOS. *Revista de Turismoy Cultural*, Vol 6, N. 3 , PP 419-433.
- Park, Chris, C. (1994); *Sacred Worlds – An Introduction to Geography and Religion*. London: Routledge.
- Santos, M. and da Graça Mouga Poças. (2000); "Fátima: religious tourism in a sanctuary-city". *6 World Leisure Congress*; Bilbau, de 3 a 7 de Julho(Actas em CD-ROM).
- Shinder, k. (2004); *Quest for good governance: Contribution ontribution and potential of religieuse*. Insttution As Stakeholders.
- <http://www.mosaferan.ir/main.asp?ID=00765>
- www.iqna.ir/www.kheimhnews.com