



ابزارهای
پژوهش



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری
STES



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقالات ISI

آموزش مهارت های کاربردی
در تدوین و چاپ مقالات ISI



روش تحقیق کمی

روش تحقیق کمی



آموزش نرم افزار Word برای پژوهشگران

آموزش نرم افزار Word
برای پژوهشگران

بررسی میزان رضایتمندی گردشگران مذهبی بازدید کننده از امامزاده آقاعلی عباسی بادرود

آئیز عزمی *

دکتر فضیله خانی **

چکیده

زیارت یک شکلی از گردشگری به حساب می آید که با توجه به خصوصیات بازدیدکنندگان آن نیازمند امکانات ویژه ای هستند. لذا کیفیت این تسهیلات از اهمیت بالایی برخوردار است. در این مقاله، مکان مقدسی تحت عنوان آقاعلی عباسی بررسی می شود و امکاناتی که در آنجا ارائه می شود مورد تحلیل قرار می گیرد. روش شناسی تحقیق توصیفی تحلیلی بوده که از ابزار پرسشنامه جهت جمع آوری اطلاعات بهره برده شده است. جامعه آماری شامل ۶۱ نفر بوده است. روش نمونه گیری نیز تصادفی سیستماتیک بوده است. نتایج حاکی از رضایت پاسخگویان از امکانات ارائه شده دارد. اما همبستگی منفی بین سن و میزان رضایت از خدمات ارائه شده در آقاعلی عباسی وجود داشته است. پاسخگویان توسعه امکانات بهداشتی و خرید را در آقاعلی عباسی ضروری دانسته اند. بیشتر زائران می گفتند که دوستانشان را به سفر به آقاعلی عباسی ترغیب می کنند. در نهایت نتایج حاکی از آن است که بیشتر بازدیدکنندگان آقاعلی عباسی، در پیوستار گردشگر زائر، به عنوان گردشگر مذهبی شناخته می شوند.

واژه های کلیدی: امکانات رفاهی، خصوصیات رفتاری، بازدید کنندگان، امامزاده آقا علی عباسی، بادرود

* عضو هیات علمی گروه جغرافیای دانشگاه رازی کرمانشاه

** عضو هیات علمی دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۸۹/۲/۲۲ تاریخ پذیرش: ۸۹/۵/۱۰

مقدمه

گردشگری مذهبی از جمله قدیمی ترین انواع گردشگری می باشد که در ایران از دیرباز در بین مردم رونق بالایی داشته است. گردشگری مذهبی به طور اعم و زیارت به طور اخص با توجه به اعیاد مختلف و در مناسبت های متعدد مورد توجه مردم قرار داشته است. اهمیت آن در عقاید مذهبی، رونق اوقات فراغت و گسترش تفریحات در عین انجام فرایض مذهبی متبلور است. با توجه به جایگاه عقیدتی و گاه تفریحی گردشگری مذهبی می توان بیان داشت که گردشگری مذهبی و زیارت نوعی خاص از گردشگری می باشد که به لحاظ خصوصیات ویژه اش افراد خاصی را به سمت خود می کشاند و البته این گروه خاص نیازهای متفاوتی با دیگر گروه های هدف گردشگری دارند، که بررسی آن موضوع این مقاله می باشد.

جاذبه های اماکن مذهبی ایران که گره خوردگی تعلیم مذهبی با اندیشه و هنر و زندگی ایرانی را به نمایش می گذارد، هنوز جزو اولین اولویت های گردشگران در ایران است. اگر از این زاویه دید به موضوع گردشگری نگاه شود، بسیاری از موانع و مشکلات که در تعاریف ما از پدیده گردشگری نهفته است، برطرف شده و راه برای

توسعه این صنعت هموارتر خواهد شد، بالاخص که ایران کشوری است که در میان ممالک اسلامی دارای موقعیتی منحصر به فرد است؛ ممالکی که جمعیت آنها به بیش از یک میلیارد نفر می رسد. این موضوع به طور طبیعی می تواند پتانسیلی برای صنعت گردشگری ایران به حساب آید. مطالعات نشان می دهد مردم کشورهای اسلامی علاقه بسیاری دارند تا از کشور ایران دیدن کنند، اما در عین حال باید زمینه ها برای ورود آنها مساعد شود. به هر صورت با توجه به نقشی که گردشگری مذهبی در رونق گردشگری در ایران ایفا می کند، بررسی ویژگی ها و نیازهای این گروه از گردشگران از اهمیت به سزایی برخوردار است که در این تحقیق بدان پرداخته خواهد شد.

مکان مورد تحقیق امامزاده آقا علی عباس بادرود می باشد. مکان فوق از نظر زیارتی و سیاحتی از اهمیت بالایی برخوردار بوده که این عوامل شرایط را برای انجام تحقیق در مکان فوق مهیا می سازد. در ضمن امامزاده فوق با مشکلات و موانع قابل توجهی برای توسعه مواجه می باشد که اکثراً در بیشتر مکان های زیارتی نیز یافت می شوند. لذا تحقیق فوق در مکان مزبور و با هدف بررسی وضعیت گردشگری مذهبی انجام گرفت. بر این اساس، سوالات تحقیق به شرح زیر هستند:

- جایگاه بازدیدکنندگان حرم آقا علی عباس در پیوستار گردشگر-زائر کجاست؟
- وضعیت امکانات ارائه شده در امامزاده آقا علی عباس چگونه است؟
- انگیزه بازدیدکنندگان از بازدید از امامزاده آقا علی عباس بادرود چه می باشد؟
- سن زائران بر رضایتمندی آنان از امکانات ارائه شده در زیارتگاه چه تاثیری دارد؟
- رفتار گردشگران در بازدید از امامزاده آقا علی عباس بادرود چگونه است؟

پیشینه تحقیق

یکی از برنامه های پیش روی دولتمردان ایران توسعه گردشگری است. در ایران مکان های گردشگری مختلف و متنوعی (از نظر طبیعی و مصنوعی) وجود دارد، که می

تواند به عنوان جاذب های گردشگری به حساب آیند(عزمی و همکاران:۱۳۸۹:۱۱۶-۱۰۵). یکی از این قبیل مکان ها، مکان های مذهبی است.

یکی از انگیزه های اصلی گردشگری در جهان مسافرت های مذهبی و زیارتی است. در جغرافیای گردشگری مکان های مذهبی همواره به عنوان قطب جاذبه گردشگری شناخته می شوند(دیناری:۱۳۸۵: ۶۰-۵۴). گردشگری مذهبی یکی از پررونق ترین و قدیمی ترین گردشگری های گذشته و حال حاضر در سراسر جهان است(آجیت:۲۰۰۴: ۲) که قدمت آن به فرهنگ دینی می رسد. اگر نگاهی به تاریخ گذشته در زمینه سفرها و گردش های مذهبی داشته باشیم، به گردشگری های مذهبی چون مراسم مقدس یونانیان باستان در عابد آپولون و ... سفرهای مصریان برای دیدار از فراغنه(دورانست:۱۳۷۰: ۲۰۵)، ایرانیان باستان در معبد آناهیتا در کنگاور(کریستین سن:۲۳۲:۱۳۶۹) و نظایر آن بر می خوریم که هر یک به گونه ای، قدمت و رواج این شکل از گردشگری را در میان ملل مختلف نشان می دهد.

با رواج اسلام در ایران و گسترش مذهب شیعه در قرون اولیه اسلامی، شهرها و روستاهای ایران تبدیل به مراکزی براز زندگی و پس از مرگ امامزاده ها مقبره هایشان به محلی برای زیارت مشتاقان تبدیل شده که یکی از جنبه های مهم گذران اوقات فراغت در زندگی مردم به حساب می آید(منصوری:۱۳۸۳: ۶۳). بنابراین گردشگری مذهبی در ایران با وجود ۸ هزار و ۹۱۹ مکان مذهبی مقدس هنوز فاقد سازماندهی تخصصی و متمرکز می باشند. (تقوایی و همکاران:۱۳۸۹: ۶۴-۳۹).

گردشگری و گذران اوقات فراغت به شیوه ای جدید، پدیده ای پیامدی و همزمان جز جدایی ناپذیر جامعه صنعتی و حلقه ای مهم در باز تولید آن است(مومنی:۱۳۸۶: ۱۵). اما زیارت و گردشگری مذهبی 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 شکل گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم انداز فرهنگی است. در میان گردشگران مذهبی با دو گروه مواجه هستیم، یکی

زائران، کسانی که انگیزه آن‌ها از مسافرت، فقط انجام امور مذهبی است و زمان و مدت اقدامات آن‌ها تابع اوقات فراغت نیست و دیگری گردشگران مذهبی که ضمن انجام زیارت و شرکت در مراسم مذهبی از مکان‌های دیگر گردشگری (اعم از مذهبی و غیر زیارتی) نیز دیدن می‌کنند و یا به عبارتی دیگر، اهداف مسافرت آن‌ها چند منظوره با اولویت زیارت است. با این وجود امروزه گردشگری مذهبی با همه اجزا و گونه‌های مختلف آن، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص توانسته خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد، به طوری که حوزه نفوذ آن سراسر جهان را فرا گرفته است (نولان: ۱۹۸۹: ۱۱/سانتوز: ۲۰۰۴: ۸) و بر اساس برآوردی ۲۶ درصد از کل جریان‌های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است (آی.سی.ئی.پی: ۱۹۹۷: ۳۰). به هر حال پیدایش حیات، شکل‌گیری، رشد و توسعه شهرهای مذهبی محصول ارتباط متقابل و پیامدهای فضایی جهان بینی با محیط است (مومنی: ۱۳۷۷: ۲۳-۲۲).

استفاده بهینه از جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و فرهنگی شهرهای مذهبی 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 (احمدی شاپورآبادی و همکاران: ۱۳۹۰) که یکی از اهداف این مقاله بررسی به نیازهای زیر بنایی این مکان‌های مقدس است.

مبانی نظری تحقیق

مفهوم مکان مبتنی بر تقابل بین افراد، محیط فیزیکی و فعالیت‌هایی است که در این مکان‌ها اتفاق می‌افتند (اسمالدون و دیگران: ۲۰۰۵). برخی مکان‌ها به خاطر خصوصیت آن‌ها و فعالیت‌هایی که در آن اتفاق می‌افتد، اهمیت دارند. یک مکان در سه صورت می‌توان اهمیت یابد:

- آن مکان قابلیت جذب پول داشته باشد؛
 - روابط اجتماعی را پرورش دهد؛
 - معنا و مفهومی مذهبی باشد (روباک: ۲۰۰۸: ۱۸۷-۱۷۴).
- در این بین مکان های مقدسی به واسطه نوع رخدادهایی که در آنها اتفاق افتاده اند، مفهومی سمبولیک دارن (مازومدار و مازومدار: ۲۰۰۴). در بیشتر ادیان مکان های مذهبی مکان های جغرافیایی محسوب می شوند که یک قلمرو هستی و معنایی را به دیگری متصل می کنند (الیاد: ۱۹۵۹: ۳۷).
- زائران تمایل دارند که در مکانی باشند که مرتبط با مفاهیم مذهبی باشد که قابل مقایسه می باشد با مکان های جذب گردشگران با مفاهیم تاریخی، اجتماعی یا فرهنگی است (بالهاسن و دیگران: ۲۰۰۸: ۶۸۹-۶۸۸). بر این مبنا برخی مکان ها توانسته اند که این جاذبه را در بین زائران ایجاد کنند و موجب شوند که میلیون ها گردشگر از سراسر جهان برای دیدن آنها رهسپار این مکان ها شوند. برخی از این قبیل مکان ها عبارتند از: مکه، بیت المقدس، فاطیما، واتیکان ...
- زیارت یک رویدادی است که همه ادیان به آن اعتقاد دارند. بنابراین می توان زیارت را به صورت زیر تعریف نمود:
- زیارت نقطه تقاطع مذهب و فرهنگ می باشد که دارای مفاهیم و الگوهای واحد و متحدالشکلی است (کاینز-کرنیر: ۲۰۰۰: ۵۵)؛
 - زیارت به معنای سفر به برخی مکان ها با هدف ستایش آنها است یا به واسطه درخواست های ماورا الطبیعه صورت می گیرد یا به منظور انجام برخی تعهدات مذهبی در غالب مراسمی ویژه می باشد (جارت: ۲۰۰۸).
- زیارت یک رویداد فرهنگی است که توجه جغرافیدانان فرهنگی که تحقیقات زیادی هم درباره زیارت داشته اند را جلب کرده است. این جغرافی دانان برای اولین بار با استناد (به طور ضمنی به فرهنگ) به عنوان یک هویت اجتماعی^۱ و اخیراً تعریف

فرهنگ به عنوان یک قلمرو، سرزمین، منطقه، حیطه، وسیله یا سیستم به مقوله زیارت پرداخته اند. قدرت فرهنگ در توانایی آن در شرح فعالیت های ما (مثل زیارت) بوده که بر پایه هویت افراد است، به طوری که زیارت (به عنوان یک مقوله فرهنگی) به عنوان خصیصه ای از مردم شناخته می شود (میشل: ۱۹۹۵). زیارت می تواند قسمتی از جغرافیای مذهبی باشد که ارتباط بین فرهنگ و زمین را با یک تاکید ویژه به مولفه های مذهبی دنبال می کند (اسفر: ۱۹۶۷). در سال های اخیر، محققان از رشته های مختلف زیارت را بررسی کرده اند مثل تاریخ شناسان، دانشمندان علوم الهیات، جامعه شناسان، روان شناسان، انسان شناسان و جغرافیدانان (ووکونی: ۱۹۹۶). بنابراین این مساله به طور واضح چند رشته ای بودن آن را نشان می دهد.

به واسطه بیشتر کوشش های عملی مهمی که درباره رشد زیارت ناشی از گسترش تسهیلات موجود در این مکان ها صورت گرفته که متمرکز بر افزایش فرصت های سفر است، همچنین اصلاح مراکز بهداشتی و درمانی همراه با بهبود وضعیت اقتصاد، منجر به افزایش تعداد زائران شده است که اقدام به مسافرت می کنند و این موجب شده که زیارت امری دستیافتی برای اکثر افراد بشود (ریدر: ۲۰۰۷: ۲۲۹-۲۱۰).

نوع خدمات و تسهیلاتی که گردشگران نیاز دارند، با تسهیلاتی که زائران نیاز دارند، متفاوت می باشد. این تمایزات ناشی از ماهیت متفاوت بازدیدکنندگان و خصوصیات مکان مورد بازدید است.

زائران و گردشگران دو نوع هدف دارند. زائران به دنبال رسیدن به یک حس تعلق به یک مکان مذهبی یا روحانی هستند، در حالی که گردشگران به دنبال رسیدن به یک نوع رضایت یا احساس خشنودی و لذت هستند. (فلچر: ۲۰۰۰: ۳۲۶-۳۱۱).

می توان این دو گروه را بر یک پیوستاری نشان داد که در یک سو گردشگران سکولار و در سوی دیگر زائران متعصب قرار دارند. در وسط گردشگران مذهبی قرار می گیرند (تصویر شماره ۱).

گردشگری	گردشگری مذهبی	زیارت
E	D	C
B	A	
<=====>		
محض	مذهبی	

A.	زائر مومن	D.	زائر > گردشگر
B.	گردشگر ${}_1 > {}_2$ زائر	E.	گردشگر محض
C.	گردشگر ${}_1 = {}_2$ زائر		

تصویر شماره ۱- پیوستار گردشگر- زائر
منبع: (اسمیت: ۱۹۸۹)

زیارت می تواند بواسطه نذر باشد، یا به قصد دعا و همنوایی سرود یا چیزی شبیه آن، موردی که شامل گردشگران مذهبی نمی شود. نکته مهم در این است که سفر به یک مکان مقدس لزوماً بازدیدکننده را زائر نمی کند (لپاکاری: ۲۰۰۸: ۶۱۱-۶۱۲).

گردشگری مذهبی شامل تمامی مواردی است که در یک سفر می تواند برای یک بازدیدکننده مطرح باشد، اما وقتی مقصد یک مکان مذهبی باشد، انگیزه های مذهبی، محرک آن می گردد. یک مکان مذهبی لزوماً ماهیت زنده ندارد، بلکه می تواند شامل آثار و بقایای بناهای مصنوعی و حتی شامل میراث فرهنگی باشد که اکنون دیگر وجود ندارد و موجب می گردد که بازدیدکنندگان به سمت آن جلب شوند (لپاکاری: ۶۱۱-۲۰۰۸: ۶۱۲).

زیارت حادثه ای است با یک آستانه مشخص که تا مدت ها وقوع آن به تاخیر افتاده است. تا به لحظه ای برسد که تحمل آن ممکن نباشد و به اصطلاح منفجر شود. به

عبارتی زیارت یک عمل روتین نیست. بر این اساس عنصر اجتماع، احساس برادری با زائران یک فاکتور مهمی است که زیارت را شکل داده است (ترنر: ۱۳۷۸). در حقیقت بین زیارت-گردشگری ارتباط وجود دارد. می تواند گردشگری را نیمی از زیارت دانست، همان طور که زیارت نیمی از گردشگری است، و لذا تهیه زیر ساخت هایی برای هر دو این ها ضرورت دارد (فلچر: ۳۲۶: ۲۰۰۰-۳۱۱). از امامزاده های مهم و معتبر کشور که سالانه جمعیت زیادی را به خود جلب می کند، امامزاده آقا علی عباس است، که در تصویر شماره ۲ محوطه درونی و بیرونی آن نمایش داده می شود.



تصویر شماره ۲: تصاویری از امامزاده آقا علی عباس

ویژگی های طبیعی و جغرافیایی آقا علی عباس

بادرود باتوجه به ارتفاع ۹۹۵ متری از سطح دریا، ناحیه ای گرم و خشک است و به علت مجاورت با کویر، دارای شرایط کویری، تابستانهای گرم و خشک، و زمستانهای نسبتا سرد و خشک دارد. اختلاف دما در طول شب و روز نسبتا زیاد است. ماههای تیر و مرداد و شهریور، خشک ترین ایام سال محسوب می شود معدل حداکثر حرارت در تیر ماه ۳۹/۳ درجه و معدل حداقل درجه حرارت ۲/۸- درجه است (نقدی بادی: ۱۳۸۵).

بادرود یکی از شهرهای فلات مرکزی ایران است که در حد فاصل سه شهرهای تاریخی «نطنز، کاشان و اردستان» قرار گرفته است فاصله این شهر تا مرکز استان اصفهان، ۱۲۵ کیلومتر، تا نطنز ۲۵، تا اردستان ۵۵ و تا کاشان نیز ۵۶ کیلومتر است و این زیر ساخت مناسبی است که در کنار مسیر ریلی و جاده های ترانزیتی تهران به اصفهان (جنوب و اتوبان کاشان)، آینده درخشانی را نوید دهد. البته این شهر در حدفاصل دو مرکز زیارتی و توریستی استعداد بالایی را از خود بروز داده است. یعنی این شهر از یک طرف در جوار امامزاده آقاعلی عباس (ع) و از سویی در ۴۰ کیلومتری روستای تاریخی و فرهنگی ایبانه قرار دارد و حکایت از استعداد زیارتی و همچنین سیاحتی شهر دارد که می توان در این بخش نیز سرمایه گذاری نمود (نقدی بادی: ۱۳۸۵).

آقا علی عباس در $33^{\circ}42'N$ و $62^{\circ}41'E$ شرقی قرار دارد.

در تصویر شماره ۳ نقشه و محل جغرافیای امامزاده نشان داده شده است.

نقشه مناطق آقاعلی عباس، و مرکزیت ایبانه



تصویر شماره ۳- موقعیت امامزاده آقاعلی عباس

روش تحقیق

روش شناسی تحقیق توصیفی-تحلیلی بوده است و از پرسشنامه جهت جمع آوری اطلاعات استفاده شده است.

حجم نمونه آماری مشتمل بر ۶۱ بازدیدکننده از امامزاده بوده است. روش نمونه گیری تصادفی سیستماتیک و واحد تحلیل، سطح خانوار بوده است. روش انتخاب حجم نمونه نیز فرمول کوکران بوده است.

در این تحقیق از نرم افزار SPSS جهت تحلیل داده ها استفاده شد. روایی تحقیق از طریق متخصصان گردشگری، برنامه ریزی فرهنگی و جغرافیا مورد تایید قرار گرفته است و پایایی نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ حاصل گردید. نتایج آلفای کرونباخ به شرح زیر است (جدول شماره ۱):

جدول شماره ۱: پایایی تحقیق

ردیف	عنوان	ضریب آلفای کرونباخ
۱	دیدگاه پاسخگویان درباره کیفیت خدمات ارتباطی	۰/۷۲
۲	نگرش پاسخگویان نسبت به تسهیلات رفاهی	۰/۷۰
۳	میزان رضایت پاسخگویان از شرایط موجود در آقا علی عباس	۰/۷۸

خصوصیات توصیفی پاسخگویان

میانگین سن پاسخگویان ۳۷/۵ سال بوده است که نشان دهنده جوان بودن نسبی بازدید کنندگان دارد. بیشتر پاسخگویان مرد بودند که بیش از ۹۰ درصد پاسخگویان را در بر می گرفت، همچنین در حدود ۹/۸ درصد نیز زن بودند عمدتاً تحصیلاتی زیر دیپلم داشتند که ۳،۳۹ درصد را شامل می شد. در وهله دوم دیپلم قرار داشت که ۳۶/۱ درصد را در بر می گرفت. کمترین سطح تحصیلات نیز کارشناسی ارشد با ۳/۳ درصد قرار داشت.

کیفیت تسهیلات ارایه شده

در پاسخ به سوال تحقیق درباره وضعیت خدمات ارایه شده از پاسخگویان خواسته شد که نظر خود را در این باره ارایه دهند.

در جدول شماره ۲ کیفیت خدمات ارتباطی نشان داده شده است. پاسخگویان وضعیت پارکینگ، جاده ها، و سیستم های حمل و نقلی را خوب توصیف کردند، اما از وضعیت تعمیرگاه ها و خدمات آنان راضی نبودند. این مساله بالاخص زمانی اهمیت می یابد که بفهمیم که بر طبق جدول شماره ۳ بیشتر پاسخگویان از وسیله نقلیه شخصی برای سفر استفاده کرده اند و طبیعی است که این وسایل نیاز به خدمات تعمیرگاهی را در منطقه دوچندان می کند.

جدول شماره ۲: نگرش پاسخگویان نسبت به تسهیلات ارتباطی

ردیف	گویه	میزان درصد موافقت و مخالفت نسبت به هر گویه					میانگین	نگرش
		خیلی خوب	خوب	بد	خیلی بد	بدون پاسخ		
۱	وضعیت پارکینگ	۸/۲	۷۲/۱	۴/۹	۱۳/۱	۱/۷	۲/۳۹	خوب
۲	سیستم حمل و نقل	۳/۳	۳۴/۳	۵۴/۱	۳/۳	۵/۱	۲/۳۹	خوب
۳	خدمات تعمیرگاهی	۱/۶	۱۹/۷	۴/۹	۵۴/۱	۱۹/۷	۳/۴۶	بد
۴	وضعیت جاده ها	۴/۹	۸۵/۲	۸/۲	۱/۶	۱/۱	۲/۰۶	خوب
جمع کل							۲/۵۷	بد

خوب ۱-----۲/۵-----بد ۴

جدول شماره ۳- وسیله سفر

درصد	فراوانی	
۹۰/۲	۵۵	خودروی شخصی
۹/۸	۶	خودروی عمومی
۱۰۰	۶۱	جمع

همان طور که در جدول شماره ۴ مشخص است، بیشتر پاسخگویان تسهیلات رفاهی موجود در آقا علی عباس را نامناسب تشخیص دادند. آنها از امکانات خرید، تفریح و تاسیسات بهداشتی ناراضی بودند. همچنین بیشتر افراد مواد غذایی خود را از مبدا به همراه آورده بودند که برخی از بازدیدکنندگان علت این کار را نبود امکانات غذایی (همچون رستوران و...) دانسته اند.

جدول شماره ۴: نگرش پاسخگویان نسبت به تسهیلات رفاهی

ردیف	گویه	میزان درصد موافقت و مخالفت نسبت به هر گویه					میانگین	نگرش
		خیلی خوب	خوب	بد	خیلی بد	بدون پاسخ		
۱	امکانات خرید	۱/۶	۴۴/۳	۳۶/۱	۱۴/۸	۳/۲	۲/۷۶	بد
۲	امکانات تفریحی	۴/۹	۳۲/۸	۱۰/۱	۵۲/۲	۰	۲/۷۷	بد
۳	امکانات بهداشتی	۳/۲	۵۲/۵	۲۷/۹	۱۶/۴	۰	۲/۵۷	بد
۴	خدمات رسانی	۳/۳	۶۷/۲	۱/۶	۱۸	۱۰/۹	۲/۳۵	خوب
جمع کل							۲/۶۱	بد

خوب ۱-----۲/۵-----بد ۴

در جدول شماره ۵ نشان داده شده است که پاسخگویان از وضعیت موجود آقاعلی عباس برای زیارت راضی بودند. این رضایت شامل امکانات تهیه سوغات، امنیت، و برخورد مردم محلی می شود. همچنین آنان پاسخ دادند که ضمن علاقه مند بودن به بازگشت به آقاعلی عباس به دوستان دیگر خود نیز توصیه می کنند که به آنجا سفر نمایند. با این همه پاسخگویان از وضعیت قیمت ها در آقاعلی عباس راضی نبودند.

جدول شماره ۵: میزان رضایت پاسخگویان از شرایط موجود در آقاعلی عباس

ردیف	گویه	میزان درصد موافقت و مخالفت نسبت به هر گویه					میانگین	نگرش
		خیلی خوب	خوب	بد	خیلی بد	بدون پاسخ		
۱	قیمت ها	۱/۶	۲۴/۶	۳۶/۱	۲۳	۱۴/۷	۲/۷۹	بد
۲	امکان تهیه سوغات	۳/۳	۳۷/۷	۴۲/۶	۱۴/۸	۹۸/۴	۲/۲۵	خوب
۳	امنیت	۱۴/۸	۷۵/۴	۹/۸	-	۰	۱/۶۵	خوب
۴	توصیه به دیگران برای سفر	۱۸	۷۸/۷	۳/۳	-	۰	۱/۸۵	خوب
۵	بازگشت دوباره به آقاعلی عباس	۹/۸	۸۰/۳	۹/۸	-	۰/۱	۲	خوب
۶	برخورد مردم محلی	۶/۶	۲۱/۶	۷۰/۵	۱/۳	۰	۱/۹۳	خوب
جمع کل							۲/۰۷	خوب

خوب ۱-----۲/۵-----بد ۴

در جدول شماره ۶ میزان اقامت و هزینه سفر هر فرد زائر مشخص شده است. به طور متوسط ۶۷۵۸۲۰ ریال در هر روز هزینه گردشگران به آقاعلی عباس بوده است.

جدول شماره ۶: میزان هزینه و اقامت گردشگران در آقاعلی عباس

میانگین	حداقل	حداکثر	
۵	۱	اروز و ۱۰ ساعت	تعداد روزهای اقامت
۹۸۰۰۰۰	۰۲	۵۰۰۰۰۰۰	هزینه سفر (ریال)

علت سفر

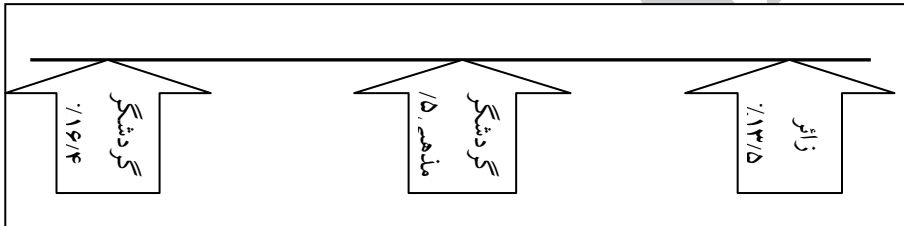
دلایل سفر بازدیدکنندگان در جدول شماره ۷ نشان داده شده است. در این جدول پاسخ ها مربوط به سه دسته گردشگر، گردشگری مذهبی و زائر تقسیم شده اند که در نمودار تصویر شماره ۵ نشان داده می شود. بر این اساس بیشتر پاسخگویان گردشگر مذهبی بودند و در وهله دوم گردشگران و در آخر زائران قرار داشتند پس فرضیه تحقیق تحت عنوان « به نظر می رسد که بازدیدکنندگان حرم آقاعلی عباس در پیوستار گردشگر زائر، جزو گردشگران مذهبی (در میانه پیوستار) قرار می گیرند» تایید می شود.

۱ کسی اقدام به گرفتن زائر سرا می کند که تصمیم داشته باشد، دست کم یک روز در محل باقی بماند و لذا افرادی که در محل اقامت ندارند، جزو این مجموعه به حساب نیامده اند، که البته با تعریفی که از گردشگری و گردشگر وجود دارد، این مساله مورد تایید است.

۲ برخی پاسخگویان معتقد بودند که هیچ هزینه ای برای سفر خود خرج نکرده اند و تمامی مایحتاج مورد نیاز خود را از شهر مبدا به همراه آورده بودند.

جدول شماره ۷- دلیل سفر

درصد	فراوانی	
۱۶/۴	۱۰	استراحت و گردش
۳/۳	۲	ادای نذر
۹/۸	۶	دعا برای گرفتن حاجت
۷۰/۵	۴۳	همه موارد
۱۰۰	۶۱	جمع



نمودار شماره ۵- موقعیت بازدیدکنندگان آقا علی عباس در پیوستار گردشگر- زائر

رابطه سن و رضایت از خدمات

همان طور که در جدول شماره ۸ مشخص است، بین سن زائران و رضایتمندی آنان از امکانات ارائه شده در زیارتگاه رابطه معنی داری وجود دارد. آزمون فوق بر اساس ضریب همبستگی اسپیرمن، صورت می گیرد و بر این اساس نتیجه می شود که رابطه معکوس و معنی داری در سطح ۰/۰۵ بین سن افراد بازدید کننده و میزان رضایت از خدمات ارایه شده وجود دارد.

به عبارتی با افزایش سن، رضایت زائران نسبت به امکانات ارایه شده در مراکز گردشگری/زیارتی کمتر می شود و مسئولان باید توجه خود را به افزایش خدمات رسانی به این گروه متمرکز کنند.

این مساله با توجه به مشاهدات میدانی عمدتاً ناشی از دو مساله است:

- افراد با افزایش سن نیازهای متفاوتی پیدا می کنند که باید مورد توجه قرار بگیرد، بالانحص که مشاهدات میدانی بر این مساله تاکید می کند که بیشتر افراد مسن خانواده به همراه داشته و امکانات ارائه شده برای خانواده ها همچون اقامتگاه و وسایل رفاهی و بهداشتی (که عمدتاً نیاز حال افراد با سن بالاتر است) کافی

نیست

- عمدتاً افزایش سن آستانه تحمل افراد را کمتر می کند و لذا این افراد مشکلات، بیشتر آن ها را دچار ناراحتی می کند

جدول شماره ۸: ضریب همبستگی

سن زائران	امکانات ارایه شده در زیارتگاه	عنوان	متغیر	همبستگی
۰/۳۱۹ - (*)	۱	ضریب همبستگی	نگرش زائران نسبت به امکانات ارایه شده	اسپیرمن
۰/۰۱۳	.	سطح معنی داری		
۱	۰/۳۱۹ - (*)	ضریب همبستگی	سن زائران	
.	۰/۰۱۳	سطح معنی داری		

*معنی داری در سطح ۰/۰۵

توسعه امکانات آقاعلی عباس

در این بخش جهت تعیین نیازهای آقاعلی عباس و تسهیلات ضروری برای توسعه از خود بازدیدکنندگان استفاده شد. آنان معتقد بودند که باید به مسایل زیر توجه داشت؟

۱. تاسیسات اقامتی همچون هتل، مهمانسرا و ... ساخته شود؛
این مساله بالاخص زمانی نمود می یابد که بسیاری از افراد مجبور بودند که به علت نبود جا به شهرها اطراف همچون بادرود بروند.
۲. تسهیلات بازی همچون پارک، شهربازی، فروشگاه و مراکز بهداشتی گسترش یابد؛
این مساله باید مورد توجه قرار گیرد، چرا که چون بیشتر افراد دارای رویکرد گردشگری مذهبی بودند، لذا احداث و توسعه مراکز تفریحی ضرورت دارد.
۳. نبود خادم امام از جمله مشکلات زیارتگاه است؛
به طور مثال چند نفر از بازدید کنندگان بیان می داشتند که «نبود خادم باعث شده که برخی خانم ها حجاب را در حدی که نیاز زیارتگاه است، رعایت نکنند». نکته جالب این است که طبق بررسی محققان این تحقیق، افرادی که چنین اعتقادی داشتند، همان هایی بودند که در طیف پیوستار گردشگر- زائر در قسمت زائر قرار می گرفتند.
۴. یکی از مهمترین مشکلاتی که بازدید کنندگان بر آن تاکید داشتند، نبود وضعیت بهداشتی مناسب در امامزاده است؛
۵. نبود علامت و نشانه جهت تعیین مسیر از جمله مشکلاتی بود که برخی بازدید کنندگان نسبت به آن گلایه داشتند.

نتیجه گیری

در این تحقیق امکانات رفاهی و تسهیلات اقامتی آقاعلی عباس به همراه خصوصیات رفتاری بازدید کنندگان آن بررسی شد. نتایج حاکی از آن است که بازدید کنندگان از امکانات رفاهی آقاعلی عباس رضایت نسبی داشتند، هر چند که نسبت به امکانات تفریحی، خرید و وسایل بازی موجود در امامزاده احساس نارضایتی می کردند. از طرفی قیمت ها را نیز نامناسب می دانستند.

بازدیدکنندگان از امامزاده در طیف گردشگر-زائر در گروه گردشگران مذهبی قرار می گرفتند که این نشان می داد که بایستی توجه بر ارایه تنوعی از امکانات رفاهی-مذهبی برای این بازدیدکنندگان متمرکز شود.

این تحقیق نشان داد که افراد مسن نسبت به افراد جوان حساسیت و سخت گیری بیشتری نسبت به امکانات موجود در یک محل نشان می دهند و لذا باید خدمات رفاهی و تسهیلات ارایه شده در آقا علی عباس مناسب با وضعیت سنی آنان بهبود یابد.

پیشنهادهات

۱. توسعه امکانات و خدمات بالاخص در مورد افراد با سن بالا ضرورت دارد
۲. با توجه به اینکه بازدیدکنندگان در گروه میانه طیف گردشگر زائر قرار می گیرند، لذا باید در کنار زیارتگاه امکانات تفریحی دست کم زمین بازی بچه ها و ... تعبیه شود
۳. در مجموع بازدیدکنندگان از تاسیسات رفاهی، بهداشتی و اقامتی راضی نبودند. توسعه این مراکز ضرورت دارد
۴. نتایج تحقیق نشان می دهد که زیارتگاه فاقد خادم امام بوده و مدیریت زیارتگاه مناسب نیست. لذا توجه به این مساله ضرورت دارد

منابع

۱. احمدی شاپورآبادی محمدعلی، سبزآبادی احمد، تحلیلی بر ظرفیت های توسعه گردشگری مذهبی - فرهنگی کلان شهر قم، مطالعات ملی تابستان ۱۳۹۰
۲. تقوایی، مسعود، موسوی، سید علی، غلامی، بیمرغ، یونس، تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهرستان نورآباد ممسنی)، سال دهم، شماره ۳۱، پاییز ۱۳۸۹
۳. دورانت، ویلیام جیمز، تاریخ تمدن، ترجمه احمد آرام/ع پاشایی، انقلاب اسلامی، یازده جلد، جلد اول و دوم، چاپ سوم، تهران، ۱۳۷۰
۴. دیناری، آ.، مذهب و گردشگری، مجله زائر، شماره ۱۲۰، ۱۳۸۵
۵. عزمی آئین، ایمانی بهرام، محمدجانی مرتضی، دیدگاه ساکنان روستای وکیل آباد نسبت به سودمندی گردشگری برای مردم محلی ۱، ۱۳۸۹؛ ۲۱ (۴): ۱۰۵-۱۱۶
۶. کرستین سن، آرتور، ایران در زمان ساسانیان، ترجمه رشید یاسمی، دنیای کتاب، چاپ ششم، تهران، ۱۳۶۹
۷. منصوری، ع.، نقش گردشگری در برنامه ریزی شهری شیراز، پایان نامه دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، ۱۳۸۳
۸. مصطفی، بحثی در شهرنشینی و جغرافیای اوقات فراغت و گردشگری در کتاب، توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران (از مفهوم تا راهکار)، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، چاپ اول، تهران، ۱۳۸۶
۹. مصطفی، پایگاه علم جغرافیا در ایران، جلد اول، فرهنگستان علوم جمهوری اسلامی، چاپ اول، تهران، ۱۳۷۷
۱۰. نقدی بادی، حسین، یادمان کویر بادرود، انتشارات هامدون، ۱۳۸۵
11. Ajit, Kiran, Shinde, Quest for good governance, contribution and potential of religious institution as stakeholders
12. Belhassen, Yaniv, Caton, Kellee, Stewart, William P., The Search For Authenticity in the Pilgrim Experience, Annals of Tourism Research, Vol. 35, No. 3, pp. 668-689, 2008
13. Collins-Kreiner, N. & Klimt, N., Pilgrimage tourism in the Holy Land: The behavioral characteristics of Christian pilgrims, GeoJournal, Printed in the Netherlands, 50: 55-67, 2000.
14. Eliade, M. (1959), The sacred and the profane: The nature of religion. New York: Harper & Row
15. Fleischer, Aliza, The tourist behind the pilgrim in the Holy Land, International Journal of Hospitality Management, Volume 19, Issue 3, September 2000, Pages 311-326
16. ICPE, Turismo Religioso, Turismo-Mercados Emissores, n12
17. Jarrett, Bede, "Pilgrimages." The Catholic Encyclopedia. Vol. 12. New York: Robert Appleton Company, 1911. 22 Sept. 2008
18. Maria K. Leppä-kari, Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective, Annals of Tourism Research, Vol. 35, No. 2, pp. 611-612, 2008
19. Mazumdar, S., & Mazumdar, S. (2004). Religion and place attachment: A study of sacred places. Journal of Environmental Psychology, 24, 385-397.
20. Mitchell D., 1995: There's No Such Thing as Culture: Towards a Reconceptualization of the Idea of Culture in Geography. Transactions of the Institute of British Geographers. 20(1): 102-116.
21. Nolan, M.L./Nolan, Christian pilgare in Modern Western Europe Chapel Hill, the university of North Carolina press
22. Reader, Ian, Pilgrimage growth in the modern world: Meanings and implications, Religion 37 (2007)
23. Ruback, R. Barry, Pandey, Janak, Kohli, Neena, Evaluations of a sacred place: Role and religious belief at the Magh Mela, Journal of Environmental Psychology, 28 (2008) 174-184.
24. Santos, Maria da Graca Mougá pocas, Fatima: religious Tourism in a Sanctuary-city
25. Smaldone, D., Harris, C., & Sanyal, N. (2005). An exploration of place as a process: The case of Jackson Hole, WY. Journal of Environmental Psychology, 25, 397-414.
26. Smith V.L., Hosts and Guests - The Anthropology of Tourism. University of Pennsylvania Press, Pennsylvania. 1989
27. Sopher D.E., 1967: Geography of Religions. Prentice Hall. London. Turner V.W. and Turner E., 1969: The Ritual Process. Routledge, London.
28. Turner V.W., Turner E., 1978: Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives. Colombia University Press, New York.



ابزارهای
پژوهش



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری
STES



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی



کارگاه آموزشی
آموزش مهارت های کاربردی در تدوین و چاپ مقالات ISI

آموزش مهارت های کاربردی
در تدوین و چاپ مقالات ISI



کارگاه آموزشی
روش تحقیق کمی

روش تحقیق کمی



کارگاه آموزشی
آموزش نرم افزار Word برای پژوهشگران

آموزش نرم افزار Word
برای پژوهشگران