

راهبردهای توسعه گردشگری در محور نجف - کربلا

قصی عبدالحسین عبدالعالی البوجاسم، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه اصفهان، ایران، gusayalsultani@gmail.com

Qusay Abdolhossein Abdol'Aali Al-Bujasem, PhD student in Geography and Urban Planning, Faculty of Geographical Sciences, University of Isfahan, Iran, gusayalsultani@gmail.com

مسعود تقوایی (نویسنده مسئول)، استاد گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه اصفهان، ایران، m.taghvaei@geo.ui.ac.ir، ۰۹۱۳۳۲۷۳۶۴۳

Masoud Taghvaei (Corresponding Author), Professor, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Geographical Sciences, University of Isfahan, Iran, m.taghvaei@geo.ui.ac.ir

چکیده

توسعه گردشگری از دیرباز به عنوان ابزاری مؤثر برای فقرزدایی تلقی می‌شود و برای کشور در حال توسعه‌ای مانند عراق که با معضلات و محدودیت‌های اقتصادی و نیز اقتصاد تک‌محصولی مقابل است، اهمیت زیادی دارد. محور ارتباطی نجف - کربلا دارای قابلیت گردشگری بالایی است. شهرهای نجف و کربلا در دهه‌های اخیر، گردشگران داخلی و بین‌المللی بسیاری را بالأخص در ماه محرم و صفر پذیرا می‌باشند، این روند در طول سال نیز ادامه دارد و جایگاه گردشگری شهرهای مذکور را در مقایسه با دیگر انواع گردشگری ارتقاء داده است. پژوهش حاضر از نظر هدف توسعه‌ای و از نظر روش توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است. این مقاله به بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری مذهبی در محور ارتباطی نجف-کربلا پرداخته است. جامعه آماری شامل گردشگران محور ارتباطی نجف به کربلا است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده و حجم نمونه ۳۸۵ نفر

تعیین شد. با استفاده از مدل تحلیلی SWOT و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)، وضعیت کنونی این منطقه تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که محور نجف-کربلا از نقاط قوت و فرصت‌هایی مانند دسترسی به خدمات اسکان متنوع و جذب گردشگران بین‌المللی برخوردار است. با این حال، کمبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل و ازدحام از جمله نقاط ضعف و تهدیدات این محور است. این مقاله راهبردهایی شامل ارتقای زیرساخت‌های اقامتی و حمل‌ونقل، بهبود مدیریت بحران، توسعه شبکه‌های ارتباطی، و تقویت برنامه‌های آموزشی برای جوامع محلی پیشنهاد می‌دهد. باید بیان کرد که موفقیت در توسعه این محور نیازمند هماهنگی میان ذینفعان، جذب سرمایه‌گذاری‌های هدفمند و توجه به ابعاد زیست‌محیطی و اجتماعی است.

واژگان کلیدی: گردشگری مذهبی، محور نجف-کربلا، مدل SWOT

۱. مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از صنایع پویا و در حال رشد، نقش بسزایی در اقتصاد جهانی ایفا می‌کند؛ به طوری که در سال ۲۰۱۹، حدود ۱۰/۳ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۱۰ درصد از اشتغال جهانی را به خود اختصاص داده است (Zhang et al., 2023:2)؛ تقوایی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۲۶) این صنعت، با برخورداری از ویژگی‌های زیست پایدار و انتشار کربن نسبتاً پایین، در مقایسه با صنایع ثانویه تأثیرات منفی کمتری بر محیط‌زیست دارد و در عین حال در اقتصاد ملی مناطق مقصد، نقشی کلیدی ایفا می‌کند (Hu et al., 2023:1). گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی حیاتی، ضمن ارتقای شاخص‌های معیشتی، به رشد اقتصادی، افزایش اشتغال، ترویج فرهنگی و حفاظت محیط‌زیستی منجر شده و از مهم‌ترین ابزارهای کاهش فقر و نابرابری درآمدی به شمار می‌آید (Mohd Nor et al., 2021:6). سازمان جهانی گردشگری ملل متحد (UNWTO) نیز ظرفیت‌های این صنعت را در زمینه فقرزدایی از طریق

بهره‌گیری از منابع طبیعی و فرهنگی در مناطق کمتر توسعه‌یافته، مشارکت جوامع محلی در فعالیت‌های گردشگری و تأمین درآمد ارزی و مالیاتی برای دولت‌ها مورد تأکید قرار داده است (Alvaredo et al., 2018; Zhang & Yang, 2023:3)

تعامل فرهنگی و تبادل دانش میان جوامع میزبان و گردشگران را فراهم می‌آورد (Sumanapala & Wolf, 2023:1).

برنامه‌ریزی پایدار در گردشگری اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا توسعه‌ی بدون برنامه می‌تواند به تخریب جاذبه‌ها، میراث تاریخی و فرهنگ بومی منجر شود (رحمانی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۴). شناسایی عوامل کلیدی در این حوزه، نخستین گام برای موفقیت در برنامه‌ریزی گردشگری است (شرکا و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۳۲). این صنعت، با نقشی مهم در توسعه منطقه‌ای و ارتقای سطح زندگی جوامع، نیازمند تقویت زیرساخت‌ها و خدمات است (فضلی و صمدی، ۱۴۰۱: ۵۹؛ شادور و عربی، ۱۴۰۱: ۸۹۰). از چالش‌های اساسی در این زمینه، ناهماهنگی میان ظرفیت‌های گردشگری و توان خدمات‌رسانی به گردشگران است (ایزدی سعدی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۲۴). موفقیت در گردشگری، درگرو رضایت‌مندی گردشگران از کیفیت خدمات، زیرساخت‌های مناسب و تأمین بهینه نیازهای آنان است (کیانی سلمی و بسحاق، ۱۳۹۶: ۱۵۵).

توسعه گردشگری برای کشوری مانند عراق، که با چالش‌هایی نظیر اقتصاد تک‌محصولی و وابستگی به نفت روبه‌روست، ضرورتی حیاتی دارد. در این میان، گردشگری مذهبی به‌ویژه در مسیر نجف-کربلا، به‌عنوان یکی از ظرفیت‌های مهم، در کانون توجه سیاست‌گذاران قرار گرفته است. این محور، با برخورداری از جایگاه خاص در جهان اسلام و جذب میلیون‌ها زائر داخلی و بین‌المللی، به‌ویژه در ایام اربعین، بستر مناسبی برای توسعه منطقه‌ای و فراملی فراهم کرده است. تداوم رشد گردشگری مذهبی در این مسیر، نیازمند تدوین راهبردهای جامع، تقویت زیرساخت‌ها و ارتقاء مدیریت منابع است. درحالی‌که این ظرفیت می‌تواند موتور محرک رونق اقتصادی، انسجام فرهنگی و بهبود خدمات باشد، فقدان برنامه‌ریزی منسجم و بهره‌برداری ناکافی از توان موجود، مانعی در مسیر توسعه به شمار می‌رود. ازاین‌رو، تحلیل

نظام‌مند راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی در محور نجف-کربلا، گامی اساسی در جهت تحقق توسعه‌ای پایدار، متوازن و مبتنی بر ظرفیت‌های بومی و دینی است. محور ارتباطی نجف-کربلا یکی از پرتددترین مسیرهای زیارتی در عراق است، اما زیرساخت‌های موجود، از جمله اقامتگاه‌ها، سرویس‌های بهداشتی و استراحتگاه‌ها، پاسخگوی نیازهای انبوه زائران نیست. ناهماهنگی میان ظرفیت خدمات اقامتی و تقاضای گردشگران، در کنار پایین بودن استاندارد مراکز موجود، چالشی اساسی در مسیر توسعه گردشگری این منطقه به شمار می‌رود. افزون بر این، بسیاری از زائران از اقشار کم‌درآمد هستند و توان مالی محدودی برای استفاده از خدمات اقامتی دارند.

در صورت ساماندهی کلان این سفرها، می‌توان از ظرفیت بالای این مسیر در راستای توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بهره‌گرفت و زمینه اشتغال‌زایی و سودآوری را فراهم ساخت. موفقیت در این حوزه مستلزم برنامه‌ریزی کارآمد در بخش خدمات، به‌ویژه در تأمین مراکز اقامتی و پذیرایی استاندارد است. فقدان چنین برنامه‌ریزی‌ای می‌تواند پیامدهای منفی زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در پی داشته باشد. از این‌رو، توسعه زیرساخت‌های خدماتی محور نجف-کربلا گامی ضروری برای ارتقای گردشگری منطقه‌ای محسوب می‌شود. برنامه‌ریزی در بخش خدمات اقامتگاهی و پذیرایی محور نجف-کربلا در راستای توسعه گردشگری منطقه‌ای دربرگیرنده مزایای زیر می‌باشد:

با تبدیل گردشگری به یک بخش اقتصادی اصلی، تغییراتی ساختاری در اقتصاد و جامعه پدید می‌آید که به‌واسطه آن، ساکنان از توسعه گردشگری حمایت می‌کنند. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تدوین راهبردهای هدفمند، زمینه رقابت‌پذیری منطقه را در جذب گردشگر افزایش می‌دهد و پیامدهایی همچون اشتغال‌زایی، افزایش درآمد، بهبود کیفیت زندگی و تقویت احساس تعلق ساکنان را به همراه دارد. توسعه گردشگری همچنین موجب احیای

شهری، حفظ میراث فرهنگی، ارتقای مشارکت اجتماعی و تحرک جوامع محلی می‌شود و می‌تواند به ثبات سیاسی و امنیت منطقه‌ای نیز کمک کند. به موازات آن، بهبود عناصر کالبدی نظیر حمل‌ونقل، خدمات پذیرایی، بانکی، بیمه‌ای، بهداشتی و ایمنی نیز محقق می‌شود. در مجموع، توسعه گردشگری از طریق ارتقاء زیرساخت‌ها، اشتغال، صنایع وابسته و درآمد، به رشد منطقه‌ای منجر می‌گردد. در این میان، سیاست‌گذاری راهبردی با تمرکز بر شناسایی چالش‌ها و ظرفیت‌های ویژه محور گردشگری، نقش مؤثری در رونق اقتصادی، تقویت تعاملات فرهنگی و افزایش جایگاه بین‌المللی این مسیر خواهد داشت. هدف پژوهش حاضر بررسی عمده‌ترین نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای برنامه‌ریزی گردشگری در محور ارتباطی نجف - کربلا می‌باشد در واقع پژوهش در پی شناسایی مهم‌ترین نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی توسعه گردشگری مذهبی در محور ارتباطی شهرهای نجف و کربلا می‌باشد.

۲. پیشینه پژوهش

گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع جهانی، نقش بسزایی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع ایفا می‌کند. در این میان، گردشگری مذهبی، به دلیل پیوند عمیق با فرهنگ و باورهای دینی، جایگاه ویژه‌ای در میان انواع گردشگری دارد. محور ارتباطی نجف-کربلا، به عنوان یکی از مهم‌ترین مسیرهای گردشگری مذهبی در جهان اسلام، سالانه میزبان میلیون‌ها زائر است که این امر فرصت‌ها و چالش‌های متعددی را برای توسعه پایدار گردشگری در این منطقه ایجاد کرده است. با وجود تحقیقات متعدد در زمینه تأثیرات اجتماعی-فرهنگی رویدادهای مذهبی مانند اربعین، کمتر پژوهشی به طور جامع به بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری در این محور پرداخته است. بنابراین، مرور پژوهش‌های پیشین به شناسایی خلأهای موجود و تبیین جایگاه پژوهش حاضر کمک می‌کند.

السعدی (۲۰۱۴)، به بررسی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر گردشگری داخلی در عراق می‌پردازد و نشان می‌دهد که بسیاری از این عوامل، باوجود قابل‌اندازه‌گیری بودن، کیفیت قابل‌توجهی دارند. برخی از این عوامل نیز قابلیت کمی‌سازی و استفاده در مدل‌های تحلیلی را دارند. ازاین‌رو، تمرکز پژوهش بر این عوامل است تا با شناسایی و تحلیل آن‌ها، راهکارهایی برای رفع چالش‌های صنعت گردشگری عراق ارائه شود. این موضوع به‌ویژه ازآن‌جهت اهمیت دارد که عراق در سال‌های اخیر به دلیل شرایط امنیتی نامناسب، بیشتر به گردشگری داخلی وابسته شده و ورود گردشگران خارجی به کشور با موانع جدی روبه‌رو است.

احمد رزاق و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به برنامه‌ریزی گردشگری پایدار در شهر المنار عراق پرداخته‌اند. آن‌ها با تمرکز بر تالاب‌های منطقه، الگوی طراحی یک روستای گردشگری نمونه را پیشنهاد کرده‌اند که ضمن بازنمایی معماری و سبک حمل‌ونقل سنتی، با نیازهای روز گردشگران نیز سازگار است. این طرح باهدف بهره‌برداری از ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی تالاب‌ها، به دنبال تقویت جریان گردشگری، ایجاد فرصت‌های اقتصادی، اشتغال‌زایی برای ساکنان محلی و ارتقاء فرهنگی-اجتماعی منطقه بوده و قابلیت تعمیم به سایر مناطق مشابه را دارد.

هادی زواد (۲۰۲۳)، در پژوهشی با عنوان پتانسیل گردشگری در استان‌های فرات میانی (کربلا، نبل و نجف) و راه‌های توسعه آن‌ها، به این نتیجه رسیده‌اند که نشان می‌دهد که استان کربلا از نظر تعداد گردشگران در رتبه اول قرار دارد و دارای هشت سایت گردشگری شامل چهار سایت مذهبی، چهار سایت طبیعی و پنج سایت باستانی است که گردشگران به آن مراجعه می‌کنند. استان نجف در رتبه دوم قرار دارد و دارای ۲۴ سایت گردشگری شامل ۱۳ سایت مذهبی، ۹ سایت باستانی و ۲ سایت طبیعی است، همچنین از نظر تعداد هتل‌های گردشگری نیز در جایگاه دوم قرار دارد. استان بابل باوجود تعداد زیاد جاذبه‌های گردشگری (۲۰ سایت شامل ۴ سایت باستانی و ۱۶ سایت طبیعی)، در رتبه سوم از نظر تعداد بازدیدکنندگان و هتل‌های گردشگری قرار دارد.

الموسوی و الحسابی (۲۰۲۴)، به تبیین نقش ابر رویداد اربعین حسینی در مدیریت شهری با رویکرد پایداری اجتماعی-فرهنگی در محور نجف تا کربلا پرداخته‌اند. داده‌ها بر اساس شاخص‌های ادبیات علمی و با استفاده از پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده در مسیر نجف-کربلا جمع‌آوری شدند. دو عامل اصلی، اجتماعی و دینی، به‌عنوان عناصر پایداری اجتماعی-فرهنگی در مدیریت رویداد اربعین شناسایی شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد مشارکت جامعه میزبان و مهمان در رویداد اربعین از طریق سازوکارهای دینی (باورها) و تأثیرات مادی و معنوی آن بر منطقه مدیریت می‌شود.

کاظم النجیم (۲۰۲۴)، تأثیر پایداری گردشگری بر حفظ میراث شهری شهر باستانی کربلا را مورد ارزیابی قرار داده‌اند. نتایج آزمون تحلیل آماری این مطالعه (بر اساس میانه، انحراف معیار و سطح معناداری) نشان داد که بین پایداری گردشگری و شهرهای باستانی رابطه معناداری وجود دارد و یک همبستگی مثبت در سطح معنی‌داری ($p < 0.01$) میان پایداری و شهرهای باستانی مشاهده شد. همچنین ارتباط بین پایداری و مؤلفه‌هایی همچون محیط گردشگری پایدار، فرصت‌های برابر در منابع انسانی، هوش مصنوعی و انرژی پایدار نیز تأیید شد.

تاج بخش (۱۳۹۸)، به بررسی رضایتمندی زائران ایرانی در پیاده‌روی اربعین ۱۳۹۸ در عراق پرداخته است. یافته‌ها نشان می‌دهد رضایتمندی در بعد زیرساخت‌های فضایی پایین است؛ ولی میزان رضایتمندی زائران در ابعاد فرهنگی، اجتماعی و دینی در سطح مطلوبی قرار دارد. همچنین برخی نیازهای اساسی زائران عبارتند از: افزایش ناوگان حمل‌ونقل، نظارت جدی بر نرخ‌گذاری کرایه‌ها، افزایش زیرساخت‌های ارتباطی مخابراتی، و ...

نوراله زاده و اسدی، (۱۳۹۹)، به دنبال پاسخ به این سؤال بوده‌اند که صداوسیما استان ایلام در حوزه گردشگری زیارتی اربعین حسینی با چه راهبردهایی می‌تواند بر توسعه اقتصادی استان تأثیر بگذارد؟ روش این پژوهش کیفی بوده و نتایج نشان می‌دهد برنامه‌های آموزشی

اقتصاد اربعین، برنامه‌های اطلاع‌رسانی اقتصاد اربعین و برنامه‌های تبلیغاتی اقتصاد اربعین از راهبردهای مؤثر می‌باشد.

گودرزی و همکاران، (۱۴۰۲) در پژوهشی باهدف بررسی و تحلیل ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری اربعین در استان خوزستان، به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگری اربعین بر زیرساخت‌های کالبدی استان خوزستان تأثیر داشته است. همچنین گردشگری اربعین در سطح متوسط به بالایی به تبلیغات و بازاریابی سایر انواع گردشگری کمک کرده است. دیگر نتایج این پژوهش نشان داد که گردشگری اربعین بر اشتغال، افزایش درآمد، رونق تولید، درآمدهای دولتی و افزایش مخارج مصرفی خانوارها تأثیر داشته است.

محمودی (۱۴۰۳)، به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی شهر کربلا پرداخته است. این مقاله با روش تحلیل شبکه‌ای (SuperDecision) و مقایسات زوجی، عوامل کلیدی توسعه گردشگری مذهبی در کربلا را شناسایی و دسته‌بندی می‌کند. از ۳۸ عامل مؤثر، ۲۴ عامل شامل خدمات بهداشتی، حمل‌ونقل، امنیت، پذیرایی و بازار کالاهای مذهبی به‌عنوان خوشه‌های اصلی اولویت‌یابی شده‌اند.

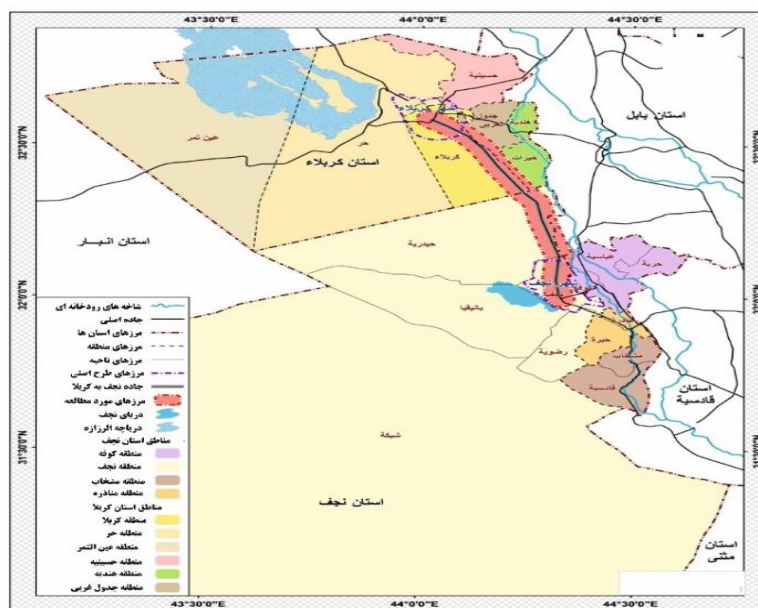
زین و همکاران (۱۴۰۳)، در مقاله‌ای با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی الگوی مدیریت گردشگری مقصد در کربلای معلی استفاده از مدل متاسوات و روش توصیفی-تحلیلی، الگوی مدیریتی مناسبی برای گردشگری شهری کربلا پیشنهاد می‌دهند. نتایج تأکید می‌کنند مدیریت یکپارچه، توسعه زیرساخت شهری، بودجه شهرداری، تجهیز فضاها، امنیت و رضایت گردشگران، و برگزاری مراسم مهم مذهبی مانند محرم، عوامل اصلی موفقیت‌اند.

پژوهش حاضر از چند جنبه با تحقیقات پیشین تفاوت دارد. این تحقیق به‌طور جامع به بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری در محور ارتباطی نجف-کربلا می‌پردازد. ویژگی متمایز این پژوهش، رویکرد چندبعدی آن است که ابعاد کالبدی، زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی را به‌طور هم‌زمان موردبررسی قرار می‌دهد.

همچنین، ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه‌ای است که به‌طور اختصاصی برای ارزیابی جامع عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری طراحی شده است. بنابراین، پژوهش حاضر با ارائه یک دیدگاه جامع و همه‌جانبه، گامی نوین در تحلیل وضعیت گردشگری در این محور مهم برداشته و می‌تواند چارچوبی برای بهبود برنامه‌ریزی‌های آتی ارائه دهد.

۳. محدوده مورد مطالعه

شهر نجف در مرکز عراق، حدود ۱۶۰ کیلومتری جنوب بغداد واقع شده و به‌عنوان یکی از مقدس‌ترین شهرهای شیعه و پایتخت سیاسی این مذهب شناخته می‌شود. این شهر دارای ویژگی‌های برجسته‌ای از جمله گورستان وادی‌السلام (بزرگ‌ترین گورستان جهان) و حرم امام علی (ع) است که نجف را به یک مقصد زیارتی مهم تبدیل کرده است. نجف همچنین میزبان حوزه علمیه نجف، یکی از قدیمی‌ترین مراکز آموزشی شیعیان است. به دلیل جایگاه مذهبی و موقعیت جغرافیایی‌اش، نجف به‌عنوان "نجف اشرف" نیز شناخته می‌شود. شهر کربلا نیز در ۱۰۰ کیلومتری جنوب غربی بغداد قرار گرفته است. این شهر میزبان حرم امام حسین (ع) و حضرت عباس (ع) است که آن را به یکی از اصلی‌ترین مراکز زیارتی شیعیان تبدیل کرده است. کربلا علاوه بر اهمیت مذهبی، به لحاظ تاریخی نیز نقش پررنگی داشته و طی دوره‌های مختلف از جمله تحت سلطه عثمانیان و صفویان توسعه یافته است. این شهر همچنین در امتداد رود فرات قرار دارد و از طریق کانال‌هایی مثل حسینیه به منابع آبی دسترسی دارد که در تقویت زیرساخت‌های آن نقش داشته است (Encyclopaedia Iranica, 2024). محدوده مورد مطالعه، محور ارتباطی بین شهرهای نجف تا کربلا به طول ۸۵ کیلومتر است که مسیر پیاده‌روی زائرین در روز اربعین می‌باشد و در طول مسیر خدمات اقامتی و پذیرایی به زائرین ارائه می‌شود.



شکل ۱. موقعیت محدوده مورد مطالعه

بازترسیم: نگارندگان

۴. روش شناسی تحقیق

روش شناسی پژوهش به عنوان یکی از ارکان اصلی مقالات علمی، چارچوبی را برای انتخاب روش ها و ابزارهای پژوهشی فراهم می کند. انتخاب روش شناسی مناسب مستلزم تطابق آن با اهداف و سؤالات پژوهش است. (Expert Journals, 2023; Paperpal, 2023) انتخاب روش مناسب به ماهیت سؤال پژوهشی، منابع در دسترس، و محدودیت های عملی وابسته است (SJSU, 2021; Paperpal, 2023). این مقاله از نظر هدف توسعه ای و از نظر روش توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است. پژوهش حاضر باهدف شناسایی نقاط ضعف، قوت، فرصت ها و تهدیدهای برنامه ریزی گردشگری در محور ارتباطی نجف به کربلا انجام شده است. در این مطالعه، داده ها به صورت پیمایشی جمع آوری شده و از پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی تحقیق استفاده شده است. پرسشنامه طراحی شده شامل پنج بعد کالبدی، اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و مدیریتی است که به منظور تحلیل جامع مسائل این محور

طراحی شده‌اند. جامعه آماری این پژوهش شامل گردشگران محور ارتباطی نجف به کربلا است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که با سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای نمونه‌گیری ۵٪، حجم نمونه ۳۸۵ نفر تعیین شد. نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده انجام گرفت تا نماینده‌ای معتبر از جامعه آماری باشد و درنهایت برای شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از تکنیک SWOT استفاده شد. به‌منظور سنجش پایایی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. این ضریب برای کل پرسشنامه برابر با ۰,۹۷ به دست آمد که بیانگر پایایی بسیار بالا و قابلیت اعتماد قوی ابزار اندازه‌گیری می‌باشد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که پرسشنامه طراحی شده برای بررسی توسعه گردشگری محور نجف-کربلا از همسانی درونی بسیار بالایی برخوردار بوده و برای تحلیل‌های بعدی قابل اطمینان است. همچنین مقدار KMO برابر با ۰,۸۲ بیانگر آن است که ساختار عاملی پرسشنامه از کفایت لازم برخوردار است. این نتیجه، از روایی سازه مطلوب ابزار اندازه‌گیری حکایت دارد.

۵. مبانی نظری تحقیق

نقش و جایگاه گردشگری در دنیای اقتصادمحور کنونی موجب گردید تا بسیاری از جنبه‌های زیستی و تصمیم‌گیری دولتی نیز همسو با موضوع گردشگری تغییر یابد (مهدیان بهنمیری و تقوایی، ۱۴۰۱: ۲۲۷). گردشگری یک پدیده عمیق فضایی است. گردشگران از طریق فضا و زمان، سفر می‌کنند و جغرافیا را تجربه می‌کنند، با محیط ساخته‌شده و یا طبیعی تعامل دارند و اغلب با افراد دیگر آشنا می‌شوند (Ignaccolo et al, 2023: 3). در میان صنایع خدماتی، صنعت گردشگری یکی از بخش‌های پیش‌تاز در سطح بین‌المللی است (حیدرزاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۱۶) و همچون بسیاری از مظاهر عصر پسامدرن با سرعتی عجیب در حال توسعه و دگرگونی است (عالم، ۱۳۹۲، ۷۴) و به‌عنوان راهی جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع، مورد توجه اکثر کشورها به‌خصوص کشورهای جهان سوم قرار گرفته است. یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های گردشگری در جهان، مسافرت‌های مذهبی است. گردشگری دینی در اکثر کشورهای جهان در حال افزایش است و علاقه فراوان مردم به خاطر بازدید از این اماکن به

مذاهب و ادیان بیشتر شده است (مهرگان و همکاران، ۱۴۰۱: ۴۵۰). گردشگری مذهبی در زمره قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال در سراسر جهان قرار دارد که دشواری‌های اقلیمی یا بدی آب‌وهوا نیز مانع آن نمی‌شود (آقاجانی و فرهادی فرد، ۱۳۹۴: ۴۷). گردشگری مذهبی را باید زیرمجموعه حوزه پایدار گردشگری فرهنگی به‌عنوان یک واقعیت پایدار و مستمر در عصر حاضر برای رشد و توسعه همه‌جانبه جامعه‌هایی دانست که در این حوزه از توانمندی‌های ویژه‌ای برخوردار می‌باشند، زیرا دین در کنار فرهنگ از طریق نمادهای گوناگون می‌تواند انعکاس و بازتاب پایداری برای جذب توریسم و گردشگری در هر جامعه‌ای ایجاد کند (پایگاه، ۱۴۰۰: ۵). مکان‌های تاریخی-مذهبی، به دلیل نمایش هویت شهرها، از ارزش بسیار زیادی جهت جذب گردشگر برخوردارند. اهمیت این بافت‌ها در شهرها به‌عنوان نماد هویت، اصالت شهر و میراث باارزش فرهنگی بر کسی پوشیده نیست. گردشگری مذهبی -تاریخی امروزه، در راستای کسب درآمد و همچنین جهت حفظ میراث فرهنگی موردتوجه کشورهای مختلف قرار گرفته است و می‌تواند در راستای توسعه منطقه‌ای، افزایش اشتغال و در بعد ملی افزایش درآمد و حفظ میراث فرهنگی را به دنبال داشته باشد (عباسی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۲۷). گردشگری مذهبی علاوه بر جنبه‌های اقتصادی و مالی، باعث ارتباط بیشتر یک کشور با سایر جوامع اسلامی شده و تعامل بین‌الملل و فرهنگ‌هایی را که نقاط مشترکی دارند را سبب می‌شود (رستمی و همکاران، ۱۴۰۳: ۲۶۱). گردشگری به‌عنوان یکی از راهبردهای مهم، همراه با به وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، تحولاتی بنیادی در شرایط اقتصادی، فرهنگی و آداب‌ورسوم به وجود آورده است (تقوایی و همکاران، ۱۴۰۱: ۹۴). در شکل زیر ذینفعان گردشگری مذهبی معرفی شده‌اند.



شکل ۲. ذینفعان گردشگری مذهبی

مأخذ: متقی دستنایی و همکاران، ۱۳۹۹

لازم به ذکر است که گردشگری مذهبی تنها به دیدوبازدید از مکان‌ها، زیارتگاه‌ها و ساختارهای بااهمیت مذهبی محدود نمی‌شود، بلکه سفر به منظور حضور در کنفرانس مذهبی، رویدادهای فرهنگی-مذهبی مختلف، اجرای برنامه موسیقی مذهبی و خرید محصولات مرتبط باهنر، فرهنگ، سنت و معماری نیز در زمره گردشگری مذهبی قرار دارد (حنایی و همکاران، ۱۴۰۲: ۵). همان‌طور که بسیاری از زیرساخت‌ها در اطراف مکان‌های مذهبی و زیارتی توسعه یافته‌اند، مسیرهای زیارتی منتهی به اماکن متبرکه نیز توسعه یافته و نقش اساسی در تجارب زائران و گردشگران امروزی دارند. در طول تاریخ، شهرهای بزرگ معمولاً در مسیرهای ارتباطی مهم بنا شده‌اند و یکی از عوامل شکوفایی آن‌ها بوده‌اند. مکان‌های مذهبی مانند کربلا و نجف، تقریباً به اندازه مکه مهم هستند. مراسم سالانه اربعین حسینی در عراق که میلیون‌ها نفر از زائران را جذب می‌کند آن را به بزرگ‌ترین گردهمایی سالانه جهان در یک مکان تبدیل کرده است (حبیبی و همکاران، ۱۴۰۳: ۳). در مجموع، با توجه به مبانی نظری این پژوهش باید بیان کرد که توسعه گردشگری، به‌ویژه گردشگری مذهبی، نقش قابل توجهی در پیشبرد اهداف اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی مناطق دارد. محور ارتباطی نجف-کربلا با توجه

به ویژگی‌های منحصر به فرد تاریخی، مذهبی و فرهنگی خود، ظرفیت‌های چشمگیری برای تبدیل شدن به یک مقصد برجسته گردشگری مذهبی دارد. با این حال، چالش‌هایی نظیر ضعف زیرساخت‌ها، مدیریت ناکارآمد و اثرات زیست‌محیطی می‌توانند مانع دستیابی به این هدف شوند. بررسی نظریات و مطالعات پیشین، چارچوبی را فراهم کرده است که بر اساس آن، مدل SWOT به عنوان ابزاری کارآمد برای تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای این محور مورد استفاده قرار گیرد. این چارچوب نظری، بستر لازم را برای تحلیل داده‌ها و ارائه پیشنهادها، عملیاتی به منظور بهبود وضعیت گردشگری در این مسیر فراهم می‌کند. تجزیه و تحلیل SWOT ابزاری است که برای برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت استراتژیک سازمان‌ها استفاده می‌شود. و می‌تواند به طور مؤثر برای ایجاد استراتژی سازمانی و راهبردی رقابتی مورد استفاده قرار گیرد. تجزیه و تحلیل SWOT نقاط قوت و ضعف داخلی و فرصت‌ها و تهدیدات خارجی را در محیط سیستم ارزیابی می‌کند. هدف از اجرای مدل SWOT تدوین راهبرد بر اساس عوامل داخلی و خارجی موجود می‌باشد. در تحلیل عوامل داخلی منابع رقابتی که نیاز به توسعه و پایداری دارند شناسایی می‌شوند (Sammut-Bonnici, 2015:2).

6. یافته‌های تحقیق

در این پژوهش، به منظور شناسایی و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در برنامه‌ریزی گردشگری محور نجف-کربلا از مدل تحلیلی SWOT استفاده شد. این مدل با تکیه بر تحلیل‌های سیستماتیک، امکان ارزیابی جامع از عوامل داخلی و خارجی تأثیرگذار بر توسعه گردشگری را فراهم می‌آورد. در این بخش، یافته‌های پژوهش ارائه شده است. نتایج به دست آمده می‌توانند مبنایی برای تدوین راهبردهای مناسب به منظور بهبود وضعیت گردشگری در این محور باشند. این بخش با تأکید بر تحلیل کیفی و کمی داده‌های گردآوری شده، تلاش می‌کند تا تصویری جامع از وضعیت فعلی ارائه دهد و چارچوبی برای برنامه‌ریزی آینده پیشنهاد کند. با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد محور نجف-کربلا به عنوان یک مسیر زیارتی بین‌المللی با ابعاد فرهنگی، دینی، سیاسی و اقتصادی خاص، تحلیل وضعیت

توسعه گردشگری در این منطقه در قالب یک چارچوب مفهومی بومی شده مورد بررسی قرار گرفت. در این چارچوب، توسعه گردشگری محور نجف-کربلا در ابعاد مختلف کالبدی، اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و مدیریتی از منابع و پژوهش مختلف گردآوری و به شرح جدول شماره (۱) طبقه بندی گردید بر مبنای این چارچوب، تحلیل SWOT پژوهش حاضر نیز با رویکردی بومی شده صورت گرفت. شاخص هایی که در جدول شماره (۱) ارائه شده اند، به عنوان معیارهای سنجش ابعاد کلیدی موضوع پژوهش، از طریق مطالعه ادبیات موضوع و بررسی پیشینه تحقیقات استخراج گردیده اند. این شاخص ها مبنای طراحی پرسشنامه قرار گرفتند و با استفاده از طیف پنج درجه ای لیکرت در محور مورد مطالعه، داده های میدانی گردآوری شد. پاسخ های به دست آمده برای هر شاخص، از طریق تحلیل توصیفی و محاسبه میانگین، وزن نسبی و وزن نهایی، مورد پردازش قرار گرفت. سپس بر اساس عملکرد پاسخ دهندگان نسبت به هر شاخص، تحلیل تفسیری به عمل آمد و مشخص شد که کدام شاخص ها در وضعیت مطلوب (نقطه قوت)، کدام در وضعیت نامطلوب (نقطه ضعف) و همچنین کدام شاخص ها نشان دهنده فرصت های محیطی یا تهدیدهای بیرونی هستند در همین راستا در اجرای مدل SWOT و QSPM در ابتدا به منظور تعیین اهمیت نسبی هر یک از گویه های پرسشنامه، فرایند تحلیل توصیفی به همراه محاسبه وزن اولیه و نهایی گویه ها به شرح زیر انجام گرفت:

۱. محاسبه میانگین پاسخ ها به هر گویه

در گام نخست، به منظور سنجش سطح توافق پاسخ دهندگان با هر یک از گویه های پرسشنامه، میانگین حسابی پاسخ ها برای هر گویه محاسبه گردید. از آنجا که پاسخ ها بر اساس طیف لیکرت پنج درجه ای (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) جمع آوری شده بودند، میانگین هر گویه به عنوان نمایانگر میزان تمایل یا ادراک پاسخ دهندگان نسبت به آن موضوع تلقی شد. نتایج در ستونی تحت عنوان «میانگین پاسخ ها» ثبت شد.

۲. محاسبه وزن اولیه هر گویه (نرمال سازی نسبی)

در مرحله دوم، به منظور استاندارد سازی و ایجاد امکان مقایسه بین گویه ها، مجموع کل میانگین های به دست آمده از گویه ها محاسبه شد. سپس، میانگین هر گویه بر مجموع کل میانگین ها تقسیم گردید و مقدار حاصل به عنوان وزن اولیه (وزن نسبی هر گویه) در ستونی مجزا درج شد. این روش نوعی نرمال سازی ساده به شمار می آید که برای محاسبه سهم نسبی هر گویه در کل ساختار مفهومی پرسشنامه کاربرد دارد.

۳. محاسبه وزن نهایی هر گویه

در گام سوم، جهت ترکیب شدت پاسخ ها با اهمیت نسبی آن ها، وزن اولیه هر گویه در میانگین همان گویه ضرب شد. این مقدار حاصل شده تحت عنوان وزن نهایی در ستونی جداگانه ثبت گردید.

پس از مراحل فوق و نوشتن راهبردهای چهارگانه، ماتریس QSPM محاسبه شد و در این جدول برای هر استراتژی و در مقابل هر عامل، نمره جذابیت اختصاص یافت. این نمرات در بازه ای از ۱ تا ۴ تعیین شدند. نمرات بر اساس قضاوت تخصصی پژوهشگر و با در نظر گرفتن میزان تأثیرگذاری هر عامل بر اجرای موفقیت آمیز هر استراتژی تعیین گردیدند و با ضرب نمره جذابیت در وزن عامل نمره جذابیت وزنی ثبت گردید. سپس مجموع نمرات وزنی هر استراتژی محاسبه شد. این مجموع نشان دهنده میزان جذابیت کلی هر استراتژی با توجه به عوامل داخلی و خارجی بود.

جدول ۱. ابعاد و شاخص های کلیدی مورد استفاده در پژوهش

شاخص	بعد
زیباسازی مسیر پیاده روی اربعین و مطلوبیت فضا، ایجاد هتل های متنوع و زائرسراها، بهبود زیرساخت ها و خدمات زیربنایی، مکان یابی مناسب کاربری ها و طراحی مختلف، وجود گزینه های متنوع حمل و نقل، ساماندهی پارکینگ های مرزی و شهری، کیفیت شبکه های ارتباطی و بهبود روشنایی شبانه مسیر، سهولت دسترسی به مراکز خدماتی، اقامتی و امکانات رفاهی (تفریحی، ورزشی، بهداشتی و، توسعه اقامتگاه های سیار و مردمی،	کالبدی/فضائی

	استقرار مبلمان مناسب و قابل استفاده برای گروه‌های مختلف (معلولین، کودکان، سالمندان و ...)، کیفیت اتاق‌ها، تخت‌ها و امکانات موجود در مراکز، استفاده از مصالح مقاوم در بناهای موقت و بهبود کیفیت ارائه خدمات، طراحی و معماری مناسب نمای بیرونی
محیطی/اکولوژیکی	بهبود وضعیت آلودگی‌های شهری (هوا، صوتی، آب)، مراکز بهداشت عمومی در دسترس‌ترین، احداث فضای سبز قابل نگهداری در نقاط اصلی توقف، مدیریت زباله در ایام اوج زیارت، نصب ایستگاه‌های بازیافت در موکب‌ها، استفاده از سیستم‌های تصفیه آب ساده و سیار، فرهنگ‌سازی برای حفظ پاکیزگی مسیر، نظم و نظافت محیط، وجود حمام تمیز، مواد شوینده و مایع دستشویی، استفاده از فناوری‌های سازگار با محیط‌زیست، بهره‌گیری از انرژی خورشیدی برای تأمین برق موکب‌ها
اقتصادی	اشتغال‌زایی برای جوامع محلی از طریق مشارکت در خدمات زائر، راه‌اندازی رستوران‌های زنجیره‌ای و تنوع غذایی، کاهش قیمت خدمات اقامتی با مدل‌های مردمی، تأمین و آموزش نیروی انسانی کارآمد و متخصص در بخش دولتی و خصوصی حوزه گردشگری، وجود نظام بانکی مناسب و هماهنگ با نظام بانکی بین‌المللی، تبلیغ رویدادها و جاذبه‌ها جهت جلب گردشگران، وجود بازارهای متنوع و بزرگ، راه‌اندازی بازارچه‌های صنایع دستی در نقاط مرزی و میان‌راه، حمایت دولتی از سرمایه‌گذاری در حوزه اقامتگاه‌های مرزی و بین‌راهی، برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی و مرکز تجاری در مقیاس جهانی، ارائه خدمات مالی زائر (کارت هوشمند زائر، خدمات ارزی)
اجتماعی/فرهنگی	وجود بیمه گردشگری مناسب و امکانات درمانی و بیمارستانی مناسب در منطقه، وجود دفاتر اطلاع‌رسانی از جاذبه‌های گردشگری منطقه، ایجاد بستر دیجیتال برای معرفی فرهنگ عاشورا، اطلاع کافی از نیازها و خواسته‌های گردشگران، تقویت تعامل فرهنگی بین زائر و میزبان، وجود امکانات و تأسیسات تفریحی و ورزشی استاندارد و مطلوب، کیفیت خدمات ارائه‌شده (بهداشتی درمانی، آموزشی و ...)، ارتقاء احساس امنیت اجتماعی از طریق گشت‌های مردمی، آموزش داوطلبان موکب برای تعامل مؤثر با زائران خارجی، ثبت و معرفی موکب‌های برجسته به‌عنوان برند فرهنگی منطقه
مدیریتی/سیاسی	هماهنگی بین سازمان‌های مرتبط با حوزه گردشگری، خلاقیت و به‌کارگیری تکنولوژی‌های جدید در مدیریت امور اداری، کنترل و نظارت بر فعالیت واحدهای گردشگری، پشتیبانی از موکب‌های ثبت‌شده رسمی، وجود کتب، مقالات، کاتالوگ و عکس از جاذبه‌های گردشگری منطقه، یارانه‌ها و مشوق‌های دولتی، تسهیل فرآیندهای گذرنامه و تردد بین‌مرزی، وجود مراکز فرماندهی بحران در مسیر، دسترسی به شبکه مخابرات (تلفن، اینترنت، شبکه موبایل و ...)، دسترسی به تأسیسات بین‌راهی (آب‌لوله‌کشی، برق، پمپ‌بازین و ...)

آزاده و همکاران، ۱۳۹۸، اکبریان رونیزی و همکاران، ۱۴۰۰، ایزدی سعدی و همکاران، ۱۴۰۱، جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۸، حقیقی و همکاران، ۱۴۰۱، حیدری و همکاران، ۱۴۰۰، رضاپورهندخاله و همکاران، ۱۳۹۹، رضوی و همکاران، ۱۳۹۶، سقانی و همکاران، ۱۳۹۲، شادور و همکاران، ۱۴۰۱، قاسمی و همکاران، ۱۴۰۲.

Abouelmagd,2023, Alamineh, 2023, Battour etal,2017, Bhattacharya etal,2023, Bohlin etal,2016, Chang etal, 2023, Chen etal, 2023, Gao Bruyn etal,2023, etal,2023, Gato etal, 2023, Han etal,2023, 122. Annamalah etal, 2023 Chen etal, 2022

تجزیه و تحلیل عوامل داخلی با توجه به نظر گردشگران:

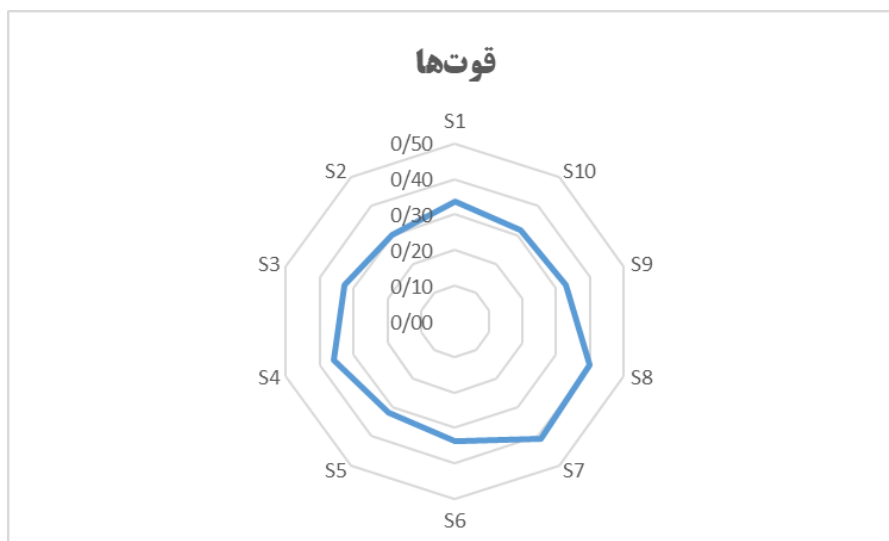
گردشگری مذهبی به عنوان یکی از شاخه های مهم گردشگری، نقش ویژه ای در جذب زائران و تقویت تعاملات فرهنگی میان ملت ها ایفا می کند. منطقه ی نجف و کربلا در کشور عراق، به عنوان دو شهر مقدس برای مسلمانان، به ویژه شیعیان، همواره اهمیت ویژه ای در تاریخ و فرهنگ اسلامی داشته اند. این دو شهر با آثار مذهبی، تاریخی و فرهنگی غنی، مقصد اصلی میلیون ها زائر از سراسر جهان هستند. در این منطقه، علاوه بر جاذبه های مذهبی، گردشگران می توانند با آشنایی بیشتر با تاریخ، هنر، معماری و فرهنگ اسلامی روبه رو شوند. بررسی نقاط قوت گردشگری محور نجف و کربلا می تواند به توسعه و ارتقای صنعت گردشگری این منطقه کمک کند و در عین حال اهمیت آن را در سطح بین المللی برجسته سازد. از این رو، شناخت جاذبه های این منطقه، ویژگی های خاص آن و چالش های موجود در مسیر توسعه گردشگری، نیازمند توجه و بررسی دقیق است. در بررسی نقاط قوت موجود در محور نجف کربلا متوسط امتیاز با مقدار ۳/۴۲ نشان دهنده تأثیر زیاد این عوامل در محور مورد مطالعه است.

جدول ۲. نقاط قوت محور گردشگری نجف/کربلا

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۳

S	قوت	متوسط پاسخ	ضریب اولیه	امتیاز نهایی
S1	ایجاد مهمان پذیرهای متنوع و مکان های اسکان موقت و احداث زائرسراها	3/4	0/10	0/34
S2	رضایت از تأمین آب مورد نیاز	3/2	0/09	0/30
S3	قیمت واحدهای اقامتی و پذیرایی	3/35	0/10	0/33
S4	برخورد و تعامل مناسب با گردشگران	3/5	0/10	0/36
S5	افزایش سطح احساس آرامش و امنیت شهروندان در فضاهای شهری	3/3	0/10	0/32
S6	افزایش روحیه و حس همکاری	3/4	0/10	0/34
S7	سهولت در صدور ویزا و هزینه مناسب	3/75	0/11	0/41
S8	وجود نیروی پلیس و آتش نشانی در طول مسیر	3/7	0/11	0/40
S9	دسترسی به شبکه مخابرات (تلفن، اینترنت، شبکه موبایل و ...)	3/35	0/10	0/33
S10	دسترسی به تأسیسات بین راهی (آب لوله کشی، برق، پمپ بنزین و ...)	3/3	0/10	0/32

		متوسط ۳/۴۲	
--	--	---------------	--



شکل ۳. امتیازبندی نقاط قوت توسعه گردشگری محور نجف/کربلا

مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۳

باوجود اهمیت و جایگاه ویژه محور نجف-کربلا که هرساله میزبان میلیون‌ها زائر از سراسر دنیا است و برای زیارت اماکن مقدس و شرکت در مراسم مذهبی همچون اربعین حسینی به این منطقه سفر می‌کنند، مشکلات و نقاط ضعف متعددی در حوزه زیرساخت‌ها، خدمات، مدیریت و توسعه پایدار این مسیر وجود دارد که می‌تواند کیفیت تجربه زائران را تحت تأثیر قرار دهد. بررسی و شناسایی این نقاط ضعف گامی اساسی در جهت بهبود وضعیت موجود و ارتقای جایگاه این محور زیارتی است. در جمع‌بندی کلی و با توجه به مقدار متوسط نقاط ضعف (۲) اثربخشی این عوامل را می‌توان کم ارزیابی کرد. باوجودآنکه تأثیر نقاط ضعف در این زمینه چندان قابل‌توجه نیست، اهمیت برنامه‌ریزی دقیق و راهبردی همچنان ضروری به

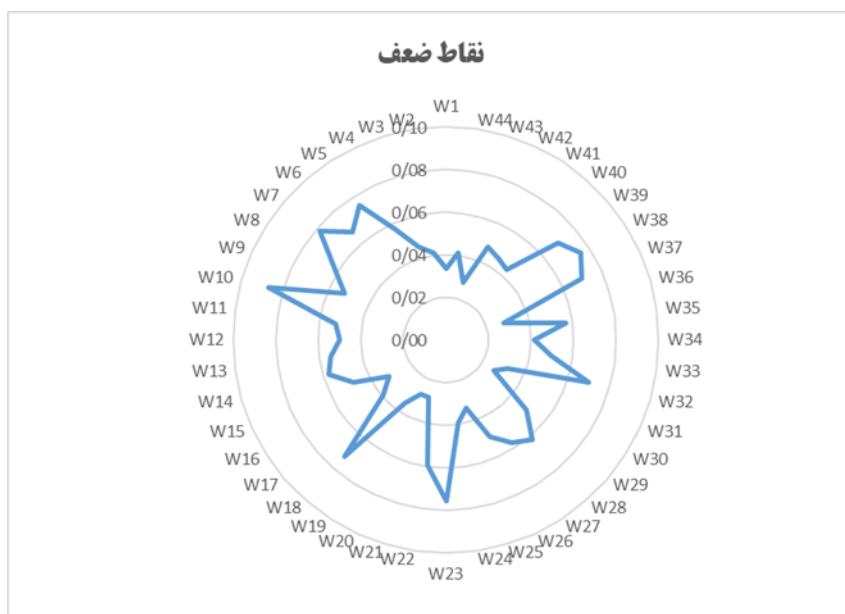
نظر می‌رسد. برنامه‌ریزی می‌تواند به شناسایی فرصت‌ها و بهره‌گیری بهتر از نقاط قوت کمک کرده و از پیامدهای احتمالی ناشی از ضعف‌ها جلوگیری کند.

جدول ۳. نقاط ضعف محور گردشگری نجف/کربلا

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۳

امتیاز نهایی	ضریب اولیه	متوسط پاسخ	ضعف	W
0/034	0/019	1/8	عدم زیباسازی و مطلوبیت فضا	W1
0/041	0/021	2	نبود هتل‌های متنوع و خاص	W2
0/046	0/022	2/1	ساختار ضعیف زیرساخت‌ها و خدمات زیربنایی	W3
0/057	0/024	2/35	مکان‌یابی نامناسب کاربری‌ها و طراحی مختلف	W4
0/075	0/028	2/7	نبود گزینه‌های متنوع حمل‌ونقل	W5
0/067	0/026	2/55	عدم ساماندهی و ایجاد پارکینگ خودروهای مسافران	W6
0/078	0/028	2/75	کیفیت پایین شبکه‌های ارتباطی و روشنایی معابر	W7
0/062	0/025	2/45	سختی دسترسی به مراکز خدماتی، اقامتی و امکانات رفاهی، تفریحی، ورزشی، بهداشتی و ...	W8
0/052	0/023	2/25	کمبود استقرار مبلمان مناسب و قابل استفاده برای گروه‌های مختلف (معلولین، کودکان، سالمندان و ...)	W9
0/087	0/030	2/9	کیفیت پایین اتاق‌ها، تخت‌ها و امکانات موجود در مراکز	W10
0/052	0/023	2/25	عدم استانداردسازی تأسیسات اقامتی و تفریحی و بهبود کیفیت ارائه خدمات	W11
0/050	0/023	2/2	طراحی و معماری نامناسب نمای بیرونی	W12
0/055	0/024	2/3	آلودگی‌های شهری (هوا، صوتی، آب)	W13
0/057	0/024	2/35	دسترسی ضعیف به مراکز بهداشت عمومی در دسترس‌ترین	W14
0/048	0/022	2/15	ناتوانی در توسعه و نگهداری فضای سبز و باغات	W15
0/032	0/018	1/75	وضعیت نظافت، دفع زباله و بازیافت	W16
0/039	0/020	1/95	نبود برنامه حفظ محیط‌زیست و کمک به نگهداری آن	W17
0/073	0/027	2/65	ضعف در دسترسی به حمام تمیز، مواد شوینده و مایع دستشویی	W18
0/035	0/019	1/85	عدم استفاده از فناوری‌های سازگار با محیط‌زیست	W19
0/028	0/017	1/65	بسته‌بندی ناسازگار با محیط‌زیست	W20
0/028	0/017	1/65	استفاده ضعیف از انرژی‌های پاک و تجدیدپذیر	W21
0/060	0/025	2/4	کمبود فرصت‌های اشتغال و کارآفرینی	W22

0/075	0/028	2/7	عدم راه اندازی رستوران های زنجیره ای و تنوع غذایی	W23
0/039	0/020	1/95	کمبود نیروی انسانی کارآمد و متخصص در بخش دولتی و خصوصی حوزه گردشگری	W24
0/034	0/019	1/8	ضعف نظام بانکی و هماهنگی با نظام بانکی بین المللی	W25
0/050	0/023	2/2	تبلیغ ضعیف رویدادها و جاذبه ها جهت جلب گردشگران	W26
0/057	0/024	2/35	کمبود بازارهای متنوع و بزرگ	W27
0/062	0/025	2/45	کمبود مغازه های خرده فروشی و صنایع دستی	W28
0/050	0/023	2/2	سرمایه گذاری ضعیف در پروژه های گردشگری	W29
0/026	0/017	1/6	عدم برگزاری نمایشگاه های بین المللی و مرکز تجاری در مقیاس جهانی	W30
0/032	0/018	1/75	فراهم نمودن زمینه استفاده از تسهیلات کارت های اعتباری	W31
0/070	0/027	2/6	ضعف در بیمه گردشگری مناسب و امکانات درمانی و بیمارستانی مناسب در منطقه	W32
0/050	0/023	2/2	نبود دفاتر اطلاع رسانی از جاذبه های گردشگری منطقه	W33
0/041	0/021	2	نبود وبسایت های اختصاصی در زمینه جاذبه های گردشگری و روابط عمومی قوی با گردشگران	W34
0/057	0/024	2/35	آگاهی کم از نیازها و خواسته های گردشگران	W35
0/028	0/017	1/65	کمبود امکانات و تأسیسات تفریحی و ورزشی استاندارد و مطلوب	W36
0/070	0/027	2/6	کیفیت ضعیف خدمات ارائه شده (بهداشتی درمانی، آموزشی و ...)	W37
0/075	0/028	2/7	هماهنگی ضعیف امکانات اقامتی متناسب با تعداد گردشگران	W38
0/070	0/027	2/6	هماهنگی ضعیف بین سازمان های مرتبط با حوزه گردشگری	W39
0/043	0/021	2/05	نداشتن خلاقیت و به کارگیری تکنولوژی های جدید در مدیریت امور اداری	W40
0/046	0/022	2/1	کنترل و نظارت ضعیف بر فعالیت واحدهای گردشگری	W41
0/048	0/022	2/15	حمایت ضعیف مسئولان از سرمایه گذاران و طرح های توسعه گردشگری	W42
0/028	0/017	1/65	کمبود کتب، مقالات، کاتالوگ و عکس از جاذبه های گردشگری منطقه	W43
0/041	0/021	2	کمبود یارانه ها و مشوق های دولتی	W44
		متوسط ۲		



شکل ۴. امتیازبندی نقاط ضعف توسعه گردشگری محور نجف/کربلا

مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۳

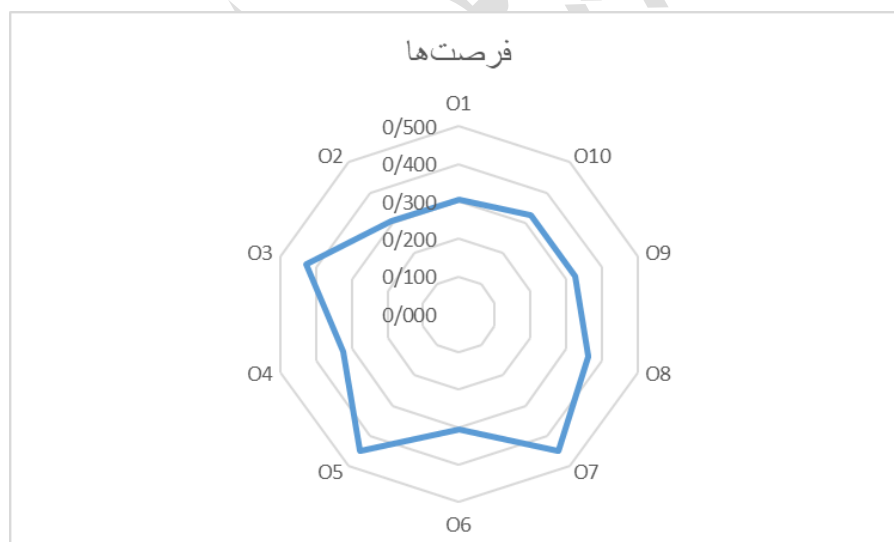
تجزیه و تحلیل عوامل خارجی محور نجف - کربلا

گردشگری محور نجف و کربلا، به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد مذهبی، تاریخی و فرهنگی این دو شهر، از ظرفیت‌های بالقوه و فرصت‌های زیادی برای رشد و توسعه برخوردار است. با وجود میلیون‌ها زائر و گردشگر که سالانه برای زیارت به این منطقه سفر می‌کنند، فرصت‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بی‌نظیری برای تقویت این صنعت فراهم است. از طرف دیگر، این حوزه با چالش‌ها و تهدیدات متعددی نیز روبه‌روست که ممکن است مانع رشد پایدار گردشگری در این منطقه شوند. شناخت و بهره‌گیری از فرصت‌ها، در کنار مدیریت صحیح تهدیدات، می‌تواند به توسعه مطلوب گردشگری محور نجف و کربلا کمک کند و در عین حال، هویت فرهنگی و مذهبی این منطقه را حفظ نماید. در ادامه، به بررسی مهم‌ترین فرصت‌ها و تهدیدات این محور گردشگری می‌پردازیم. با توجه به جدول شماره ۴ فرصت‌های محور نجف کربلا، همان‌گونه که نتایج نشان می‌دهد، امتیاز فرصت‌ها با مقدار ۳/۵۶ نشان از اثرگذاری زیاد این عوامل در توسعه گردشگری در محور مورد نظر دارد.

جدول ۴. فرصت‌های محور گردشگری نجف/کربلا

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۳

O	فرصت	متوسط پاسخ	ضریب اولیه	امتیاز نهایی
O1	کاهش فشار بر جامعه محلی	3/3	0/093	0/306
O2	ارتقای تجربه زائران و گردشگران	3/3	0/093	0/306
O3	جذب طیف گسترده‌ای از گردشگران	3/9	0/110	0/427
O4	ایجاد احساس احترام و امنیت	3/4	0/096	0/325
O5	افزایش اعتماد و تمایل سفر	4	0/112	0/449
O6	اجرای بهتر پروژه‌ها	3/3	0/093	0/306
O7	افزایش تعداد زائران و گردشگران بین‌المللی	4	0/112	0/449
O8	افزایش احساس امنیت و مدیریت بهتر بحران‌ها	3/6	0/101	0/364
O9	تسهیل ارتباطات بین‌المللی	3/4	0/096	0/325
O10	افزایش رفاه گردشگران	3/4	0/096	0/325
		متوسط ۳/۵۶		



شکل ۵. امتیازبندی فرصت‌های توسعه گردشگری محور نجف/کربلا

مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۳

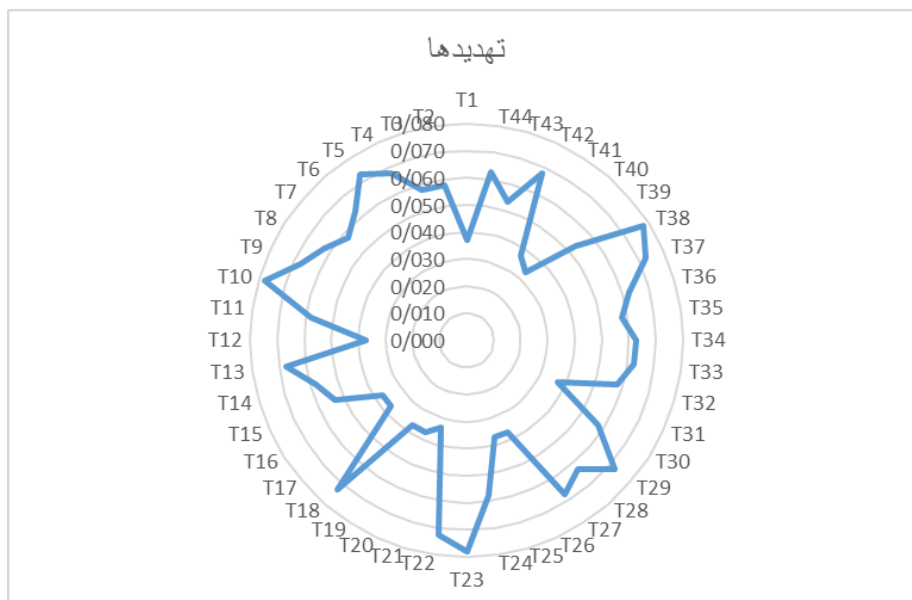
همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد، مقدار متوسط امتیاز تهدیدها ۲/۴۵ می‌باشد و این میزان اثرگذاری کم تهدیدات را بیان می‌کند. هرچند تهدیدهای موجود ممکن است به‌طور مستقیم اثرگذاری محدودی داشته باشند، اما بی‌توجهی به آن‌ها می‌تواند در بلندمدت منجر به پیامدهای پیش‌بینی‌ناپذیر شود. ازاین‌رو، تدوین یک برنامه‌ریزی جامع و راهبردی ضروری است تا بتوان این تهدیدها را شناسایی، ارزیابی و در صورت امکان به فرصت تبدیل کرد.

جدول ۵. تهدیدات محور گردشگری نجف/کربلا

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۳

T	تهدید	متوسط پاسخ	ضریب اولیه	امتیاز نهایی
T1	تجربه منفی بصری و محیطی	2	0/019	0/037
T2	کاهش جذب گردشگران باسلیقه‌های مختلف و کاهش طول مدت اقامت گردشگران	2/5	0/023	0/058
T3	کاهش رضایت گردشگران و عدم بازگشت آن‌ها	2/5	0/023	0/058
T4	محدودیت‌های فضایی و ازدحام	2/7	0/025	0/068
T5	ازدحام در مسیرها و کاهش راحتی و رضایت گردشگران	2/8	0/026	0/073
T6	ازدحام و ترافیک و مشکلات زیست‌محیطی	2/6	0/024	0/063
T7	کاهش تمایل به بازدید از مقصد	2/5	0/023	0/058
T8	کاهش استفاده از ظرفیت‌های موجود و تأثیر منفی بر طول مدت اقامت گردشگران	2/6	0/024	0/063
T9	محدودیت در جذب گردشگران خاص	2/7	0/025	0/068
T10	کاهش رقابت‌پذیری مقصد و عدم تطابق با استانداردهای بین‌المللی	2/9	0/027	0/078
T11	مشکلات ایمنی و امنیتی	2/5	0/023	0/058
T12	آسیب به هویت تاریخی و فرهنگی مقصد و کاهش بازاریابی بصری	2	0/019	0/037
T13	تأثیر منفی بر سلامت گردشگران	2/7	0/025	0/068
T14	افزایش ریسک در مواقع بحر آن‌های بهداشتی	2/5	0/023	0/058
T15	تأثیر منفی بر محیط‌زیست	2/4	0/022	0/053
T16	تأثیر منفی بر جامعه محلی و تأثیر منفی از مقصد در ذهن گردشگران	2	0/019	0/037
T17	افزایش هزینه‌های بازسازی و مدیریت بحران	2	0/019	0/037
T18	کاهش رضایت زائران و گردشگران و آسیب به تجربه فرهنگی و	2/8	0/026	0/073

معنوی زائران			
0/037	0/019	2	T19 افزایش هزینه‌های بلندمدت
0/037	0/019	2	T20 افزایش هزینه‌های مدیریت زباله و تأثیر منفی بر اکوسیستم‌های محلی
0/033	0/018	1/9	T21 محدود شدن گردشگری پایدار
0/073	0/026	2/8	T22 کاهش انگیزه‌های سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی منطقه
0/078	0/027	2/9	T23 کاهش فرصت‌های اشتغال در بخش خدمات غذایی
0/058	0/023	2/5	T24 محدودیت در نوآوری و توسعه گردشگری
0/037	0/019	2	T25 محدودیت در خدمات مالی و اعتباری به گردشگران
0/037	0/019	2	T26 عدم استفاده از ظرفیت رسانه‌ها و تکنولوژی‌های جدید و کاهش آگاهی عمومی درباره مسیر و رویدادها
0/068	0/025	2/7	T27 از دست رفتن فرصت‌های درآمدزایی برای جوامع محلی
0/063	0/024	2/6	T28 کاهش جذابیت اقتصادی مسیر برای گردشگران
0/073	0/026	2/8	T29 رقابت‌پذیری پایین با مقاصد دیگر
0/058	0/023	2/5	T30 کاهش آگاهی جهانی از مسیر نجف-کربلا و عدم جذب سرمایه‌گذاران بین‌المللی
0/037	0/019	2	T31 مشکلات مرتبط با حمل پول نقد و افزایش هزینه گردشگران
0/058	0/023	2/5	T32 تأثیر منفی بر گردشگران سالمند و بیماران
0/063	0/024	2/6	T33 عدم معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری
0/063	0/024	2/6	T34 از دست دادن فرصت‌های بازاریابی و تبلیغات
0/058	0/023	2/5	T35 ایجاد شکاف میان انتظارات و واقعیت‌ها
0/063	0/024	2/6	T36 عدم جذب گردشگران غیرمذهبی یا گردشگرانی با اهداف چندگانه
0/073	0/026	2/8	T37 کاهش اعتبار و شهرت مقصد
0/078	0/027	2/9	T38 افزایش فشار بر زیرساخت‌های موجود
0/053	0/022	2/4	T39 ضعف در خدمات‌رسانی و پاسخگویی به گردشگران
0/033	0/018	1/9	T40 کندی فرآیندها و کارهای اداری
0/037	0/019	2	T41 افزایش تخلفات و سوءاستفاده‌ها
0/068	0/025	2/7	T42 عدم توسعه بازارهای هدف و افزایش رقابت‌پذیری
0/053	0/022	2/4	T43 کمبود منابع آموزشی برای گردشگران و تور لیدرها
0/063	0/024	2/6	T44 عدم رشد صنعت گردشگری و بیکاری
	جمع	متوسط 2/45	



شکل ۶. امتیازبندی تهدیدات توسعه گردشگری محور نجف/کربلا
مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۳

تدوین راهبردهای چهارگانه و اولویت‌بندی آن‌ها

گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع اقتصادی و فرهنگی در کشورهای مختلف شناخته می‌شود و نقشی کلیدی در توسعه اجتماعی و اقتصادی ایفا می‌کند. در این میان، عراق با داشتن جاذبه‌های مذهبی منحصربه‌فرد، به‌ویژه در شهرهای مقدس نجف و کربلا، پتانسیل بالایی برای رشد و توسعه گردشگری مذهبی دارد. این دو شهر، که میزبان زیارتگاه‌های مهمی چون حرم امام علی (ع) در نجف و حرم امام حسین (ع) در کربلا هستند، به‌عنوان مقاصد اصلی گردشگران مذهبی از سراسر جهان شناخته می‌شوند. استفاده از مدل SWOT و تدوین راهبردهای مبتنی بر آن در توسعه گردشگری محور نجف و کربلا اهمیت زیادی دارد، زیرا این مدل می‌تواند به تحلیل جامع و دقیقی از وضعیت فعلی منطقه کمک کرده و زمینه را برای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود فراهم آورد. مدل SWOT با ارائه چارچوبی تحلیلی،

مدیران و سیاست‌گذاران را در اتخاذ تصمیمات راهبردی در زمینه‌های مختلف مانند سرمایه‌گذاری، بازاریابی و توسعه زیرساخت‌ها هدایت می‌کند. در ادامه به ارائه راهبردهای چهارگانه در راستای توسعه گردشگری محور نجف/کربلا پرداخته شده است.

راهبردهای تهاجمی (SO): استفاده از قوت‌های موجود، (مانند موقعیت جغرافیایی ممتاز و اهمیت مذهبی) برای بهره‌برداری از فرصت‌ها (مانند افزایش تقاضای گردشگری مذهبی).

جدول ۶. راهبردهای (SO)

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۳

تقویت زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری	so1
بهبود تعاملات و افزایش رضایت گردشگران	so2
ارتقای زیرساخت‌های امنیتی و مدیریت بحران	so3
تسهیل ارتباطات و استفاده از تکنولوژی	so4
تبلیغات و توسعه بازارهای هدف	so5

راهبردهای انطباقی (WO): این راهبردها به بهره‌گیری از فرصت‌ها از طریق غلبه نقاط ضعف موجود در مسیر نجف / کربلا تأکید که مشروح آن در جدول شماره (۷) آورده شده است.

جدول ۷. راهبردهای (WO)

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۳

بهبود حمل‌ونقل و امکانات رفاهی	WO1
بهبود کیفیت خدمات بهداشتی و رفاهی	WO2
ارتقای تبلیغات و اطلاع‌رسانی	WO3
بهبود کیفیت محیط‌زیست و توسعه پایدار	WO4
جذب سرمایه‌گذاری و توسعه منابع انسانی	WO5
بهبود نظارت و هماهنگی میان نهادهای مختلف	WO6

راهبردهای تطبیقی (ST): در این نوع راهبردها نقاط قوت موجود در مسیر نجف / کربلا به عنوان روشی برای پرهیز از تهدیدها مورد توجه قرار می گیرد.

جدول ۸. راهبردهای (ST)

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۳

توسعه و استانداردسازی خدمات اقامتی و پذیرایی	st1
افزایش امنیت و ایمنی در مسیرها	st2
بهبود وضعیت شبکه های ارتباطی و زیرساخت های ارتباطی	st3
ایجاد برنامه های بازاریابی و تبلیغات مؤثر	st4
ایجاد بسته های جذاب سرمایه گذاری	st5
توسعه فضاهای سبز و زیست محیطی	st6
تحلیل و مدیریت بحران ها	st7
ایجاد منابع آموزشی برای گردشگران و تور لیدرها	st8
ایجاد کمیته ها و شوراهای هماهنگی	st9

راهبردهای دفاعی (WT): این نوع راهبردها به بررسی راهکارهایی می پردازند که برای کاهش نقاط ضعف داخلی و مقابله با تهدیدهای خارجی در مسیر نجف/کربلا طراحی شده اند.

جدول ۹. راهبردهای (WT)

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۳

ارتقاء زیرساخت های اقامتی و پذیرایی به منظور جلوگیری از کاهش جذب گردشگران	WT1
پیشگیری از مشکلات زیست محیطی با بهبود مدیریت فضای شهری و زیست محیطی	WT2
توسعه حمل و نقل عمومی و تسهیل دسترسی به مناطق مختلف	WT3
طراحی سیستم های اطلاعاتی هوشمند	WT4
ایجاد برنامه های آموزشی و ارتقاء سطح آگاهی گردشگران	WT5
ارزیابی ریسک و برنامه ریزی پیشگیرانه	WT6
ارتقاء زیرساخت های بهداشت عمومی و ایجاد تسهیلات بهداشتی مناسب	WT7
ایجاد مشوق های دولتی و جذب سرمایه گذاری برای رفع مشکلات اقتصادی	WT9
پیشنهاد راه حل های جامع برای مدیریت زباله و کاهش فشار بر اکوسیستم	WT10

تحلیل و شناسایی راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری در این محور نجف/کربلا می‌تواند نقش مهمی در ارتقای اقتصاد محلی، بهبود زیرساخت‌ها، و حفظ میراث فرهنگی ایفا کند. در این راستا، استفاده از روش‌های تحلیلی مانند ماتریس^۱ QSPM امکان ارزیابی و رتبه‌بندی راهبردهای مختلف توسعه گردشگری را فراهم می‌آورد. در این پژوهش باهدف بررسی و ارزیابی راهبردهای مختلف توسعه گردشگری در محور نجف-کربلا، از روش QSPM برای تحلیل و رتبه‌بندی گزینه‌های استراتژیک استفاده شده است تا به ارائه راهکارهایی جامع برای بهبود وضعیت گردشگری بپردازد. در جدول شماره ۱۰ راهبردهای رتبه‌بندی شده در ماتریس QSPM آورده شده است و نشان می‌دهد که راهبردهای تقویت زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری، بهبود کیفیت محیط‌زیست و توسعه پایدار، جذب سرمایه‌گذاری و توسعه منابع انسانی، ایجاد بسته‌های جذاب سرمایه‌گذاری، توسعه فضاهای سبز و زیست‌محیطی، تحلیل و مدیریت بحران‌ها، پیشگیری از مشکلات زیست‌محیطی با بهبود مدیریت فضای شهری و زیست‌محیطی و ایجاد مشوق‌های دولتی و جذب سرمایه‌گذاری برای رفع مشکلات اقتصادی به ترتیب دارای بالاترین امتیاز می‌باشند. در ادامه نیز بازه زمانی اجرای راهبردهای مستخرج در سه بازه زمانی کوتاه، میان و بلندمدت ارائه شده است.

جدول ۱۰. امتیازبندی راهبردها و برنامه‌ریزی زمانی

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۳

برنامه‌ریزی			امتیاز وزنی		
بلندمدت	میان مدت	کوتاه مدت			
*			45/403	تقویت زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری	SO
	*		36/649	بهبود تعاملات و افزایش رضایت گردشگران	
*			26/172	ارتقای زیرساخت‌های امنیتی و مدیریت بحران	
	*		26/863	تسهیل ارتباطات و استفاده از تکنولوژی	
		*	24/928	تبلیغات و توسعه بازارهای هدف	

¹ Quantitative Strategic Planning Matrix

	*		34/956	بهبود حمل و نقل و امکانات رفاهی	WO
	*		24/657	بهبود کیفیت خدمات بهداشتی و رفاه	
		*	24/869	ارتقای تبلیغات و اطلاع رسانی	
	*		36/710	بهبود کیفیت محیط زیست و توسعه پایدار	
	*		36/446	جذب سرمایه گذاری و توسعه منابع انسانی	
	*		35/583	بهبود نظارت و هماهنگی میان نهادهای مختلف	
	*		29/614	توسعه و استانداردسازی خدمات اقامتی و پذیرایی	ST
		*	28/519	افزایش امنیت و ایمنی در مسیرها	
	*		28/519	بهبود وضعیت شبکه های ارتباطی و زیرساخت های ارتباطی	
			25/207	تعریف برند گردشگری مقصد	
			37/357	ایجاد بسته های جذاب سرمایه گذاری	
	*		36/710	توسعه فضاهای سبز و زیست محیطی	
*			38/564	تحلیل و مدیریت بحران ها	WT
		*	24/731	ایجاد منابع آموزشی برای گردشگران و تور لیدرها	
			35/806	ایجاد کمیته ها و شوراهای هماهنگی	
	*		29/993	ارتقاء زیرساخت های اقامتی و پذیرایی به منظور جلوگیری از کاهش جذب گردشگران	
	*		36/710	پیشگیری از مشکلات زیست محیطی با بهبود مدیریت فضای شهری و زیست محیطی	
*			34/957	توسعه حمل و نقل عمومی و تسهیل دسترسی به مناطق مختلف	
			28/519	طراحی سیستم های اطلاعاتی هوشمند	WT
	*		24/731	ایجاد برنامه های آموزشی و ارتقاء سطح آگاهی گردشگران	
			35/522	ارزیابی ریسک و برنامه ریزی پیشگیرانه	
	*		35/764	ارتقاء زیرساخت های بهداشت عمومی و ایجاد تسهیلات بهداشتی مناسب	
	*		37/357	ایجاد مشوق های دولتی و جذب سرمایه گذاری برای رفع مشکلات اقتصادی	
	*		24/311	پیشنهاد راه حل های جامع برای مدیریت زباله و کاهش فشار بر اکوسیستم	

۶. نتیجه گیری

پژوهش حاضر به نقاط قوت و ضعف توسعه گردشگری مذهبی در محور نجف-کربلا پرداخته است. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های قبلی مانند مطالعه‌ی "السعدی (۲۰۱۴)" درباره عوامل مؤثر بر گردشگری عراق هم‌راستا است که بر اهمیت ارتقای زیرساخت‌ها تأکید داشتند. درعین حال، پژوهش حاضر با بررسی جنبه‌های مدیریتی، زیست‌محیطی و کالبدی، فراتر از تحلیل یک‌بعدی حرکت کرده است. در مقایسه با پژوهش‌های پیشین که عمدتاً از رویکردهای کیفی استفاده کرده‌اند، این مقاله با بهره‌گیری از مدل SWOT و تحلیل QSPM، ابعاد تحلیلی جامع‌تری ارائه داده است. این روش باعث شده تا راهکارهای راهبردی کاربردی‌تری شناسایی شود. برخی از یافته‌ها، نظیر نیاز به بهبود خدمات حمل‌ونقل و اقامت، با مطالعاتی مانند تحقیق "تاج‌بخش (۱۳۹۸)" درباره نیازهای زائران اربعین مشابه است. این نشان می‌دهد که چالش‌های زیرساختی همچنان به‌عنوان موانع کلیدی در توسعه این مسیر مطرح هستند. این مقاله علاوه بر تأکید بر کاهش تهدیدها و افزایش فرصت‌ها، به شناسایی نقش‌های خاصی برای ذینفعان مختلف در فرآیند توسعه پرداخته است، که در پیشینه کمتر مورد توجه قرار گرفته است. برخلاف بسیاری از پژوهش‌ها که تمرکز خود را بر مسائل اقتصادی و فرهنگی گذاشته‌اند، این تحقیق بر تأثیرات محیط‌زیستی و اجتماعی نیز تأکید دارد، که رویکردی نوآورانه است.

توسعه گردشگری مذهبی در محور نجف-کربلا به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های گردشگری در جهان اسلام، می‌تواند نقش مؤثری در بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این منطقه ایفا کند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که محور نجف-کربلا از نقاط قوتی همچون دسترسی مناسب به زیرساخت‌های اسکان، تعامل مطلوب با گردشگران، و افزایش احساس امنیت برخوردار است که می‌تواند به جذب گردشگران داخلی و بین‌المللی کمک کند. با این حال، نقاط ضعف متعددی نظیر کمبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل، نبود امکانات تفریحی مناسب و ضعف در استانداردسازی خدمات اقامتی وجود دارد که می‌تواند

به عنوان موانع اصلی در توسعه این محور عمل کند. این پژوهش، فرصت‌هایی همچون افزایش اعتماد و تمایل سفر، و تهدیدهایی نظیر ازدحام و کاهش جذابیت اقتصادی مسیر را شناسایی کرده و راهبردهای مناسبی برای بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و کاهش محدودیت‌ها ارائه داده است. این راهبردها شامل بهبود زیرساخت‌های اقامتی و حمل‌ونقل، اجرای برنامه‌های نوآورانه در مدیریت بحران، و ارتقای سطح آگاهی و آموزش برای جوامع محلی و گردشگران و ... است.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که موفقیت در توسعه گردشگری مذهبی این محور نیازمند هماهنگی میان ذینفعان مختلف، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، و توجه به ابعاد زیست‌محیطی و اجتماعی است. بدین ترتیب، این تحقیق نه تنها دیدگاه جامعی درباره وضعیت فعلی گردشگری در محور نجف-کربلا ارائه می‌دهد، بلکه چارچوبی کاربردی برای برنامه‌ریزی‌های آتی در این حوزه فراهم می‌کند. در ادامه اقداماتی در راستای راهبردهای مذکور ارائه شده است:

۷. پیشنهادها

- ایجاد و بهبود خطوط اتوبوس‌رانی، تاکسی‌های ویژه گردشگری، و حمل‌ونقل ریلی برای دسترسی آسان‌تر به مسیر نجف-کربلا.
- طراحی مسیرهای جایگزین برای کاهش ازدحام در ایام پرتردد مانند اربعین.
- ساخت و توسعه مسیرهای مناسب برای پیاده‌روی زائران شامل سایه‌بان‌ها، ایستگاه‌های استراحت و نقاط خدمات‌رسانی.
- احداث کمپ‌های موقت با امکانات اولیه برای پذیرایی از زائران در ایام اوج سفر.
- نظارت بر استانداردسازی هتل‌ها، مهمان‌پذیرها، و اماکن اقامتی موجود.
- تسهیل رزرو اقامتگاه‌ها از طریق سیستم‌های دیجیتال برای دسترسی سریع‌تر زائران.
- احداث کلینیک‌های سیار و مراکز درمانی در طول مسیر برای ارائه خدمات سریع به زائران.

- نصب ایستگاه‌های تأمین آب آشامیدنی سالم، برق اضطراری و شارژ موبایل در نقاط پرازدحام.
- توسعه سرویس‌های بهداشتی استاندارد با تأمین نظافت مستمر.
- ایجاد نقاط Wi-Fi رایگان در مسیر و اقامتگاه‌ها برای استفاده زائران.
- برگزاری نمایشگاه‌ها و برنامه‌های فرهنگی برای معرفی تاریخ و فرهنگ مذهبی منطقه.
- احداث پارک‌ها و فضاهای تفریحی برای افزایش رضایت گردشگران.
- استقرار ایستگاه‌های بازیافت و جمع‌آوری زباله در مسیر
- تجهیز مراکز خدماتی به انرژی خورشیدی و دیگر منابع تجدید پذیر.

کتابنامه

- اکبریان رونیزی، س، رستگار، ا، (۱۴۰۰)، تبیین و تحلیل عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگر از مقصدهای گردشگری مطالعه موردی: شهر درگهان، فصلنامه گردشگری شهری، شماره ۴، صص ۱۴۳-۱۲۹.
- ایزدی سعدی، ع، تقوایی، م، پیوسته گر، ی، (۱۴۰۱). بررسی و ارزیابی عوامل مؤثر بر بهبود توسعه خدمات گردشگری در شهر شیراز. نگرش های نو در جغرافیای انسانی، شماره ۲، ۱۴۱-۱۲۳.
- آزاده، س ر، وارثی، ح، (۱۳۹۸)، تحلیلی بر اولویتهای اجرایی در ارتقاء کیفیت فضاهای گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر یزد، فصلنامه گردشگری شهری، شماره ۳، صص ۵۷-۴۱.
- آقاجانی، م، فراهانی فرد، س، (۱۳۹۴). گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی ایران). فصلنامه سیاست های راهبردی، ۳(۹)، ۶۶-۴۳.
- پایگاه، ا، (۱۴۰۰)، نقش گردشگری مذهبی در توسعه زمینه های فرهنگی و اجتماعی. دومین کنفرانس بین‌المللی فناوری های نوین در مهندسی معماری و شهرسازی ایران، ۱۰-۱.

- تاج بخش، غ، (۱۳۹۸). رضایتمندی و زیارت، پژوهشنامه حج و زیارت، ۴ (۲)، ۹۵-۱۲۱
- تقوایی، م، جانعلی پور، ش، شفیعی، م، (۱۴۰۱)، توسعه گردشگری خلاق با تأکید بر جاذبه‌های گردشگری (مطالعه موردی: شهر اصفهان). جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۶ (۷۹)، ۹۳-۱۱۳.
- تقوایی، م، موسوی کیفته، م، قاسمی الوری، ف، (۱۴۰۱)، تبیین راهکارهای توسعه گردشگری خلاق در خدمات گردشگری (مطالعه موردی: شهر اصفهان). برنامه‌ریزی فضایی، ۱۲ (۴)، ۱۴۶-۱۲۵.
- جمشیدی، م، برک پور، ن، کلانتری، خ، (۱۳۹۸)، بین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مشهد، فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۴۷، ۲۶۰-۲۲۱.
- حبیبی، ک، نجفی، م، سعیدی، م، (۱۴۰۳)، اثرپذیری اقتصاد شهرهای مرزی از گردشگری مذهبی با تکیه بر مراسم اربعین مطالعه موردی: شهرهای مهران و قصر شیرین. پژوهشنامه مطالعات مرزی، ۴۳، ۲۱-۱.
- حقیقی، ف، غایبی، م، (۱۴۰۱)، ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده و رفتار گردشگر در گردشگری مذهبی شهر کربلا، پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی
- حنایی، ت، رضوانیان؛ س، بشیان، ف، (۱۴۰۲)، سناریونویسی آینده‌های محتمل گردشگری مذهبی شهر مشهد. مجله علوم جغرافیایی، ۱۹ (۴۳)، ۳۲-۵۰.
- حیدری هرتمه، م، (۱۴۰۰)، گردشگری مذهبی و انگیزه‌های حضور در همایش‌های رهبری مذهبی (رویکرد توسعه رهبری معنوی)، نشریه فضای گردشگری، شماره ۴۱، صص ۹۱-۱۰۹.
- رحمانی، ب، شمس، م، حاتمی فر، س، (۱۴۰۱)، امکان سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل SWOT. فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، شماره ۳، صص ۱۳-۲۵.
- رستمی، ع، ایدی، م، اسلامبولچی، ع، ربیعی مندجین، م، (۱۴۰۳)، ارائه الگوی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران (الگوی برآمده از نظریه داده بنیان). نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۴ (۷۳)، ۲۵۷-۲۷۸.

- رضاپور هندخاله، آ، نیکدل، ن، مسلمی پورلالمی، پ، (۱۳۹۹)، بررسی نقش امکانات مراکز پذیرایی حاشیه تالاب انزلی در جذب گردشگر، پژوهش های کاربردی در مدیریت و علوم انسانی، شماره ۱، صص ۸-۱۹.
- رضوی زاده، ن، (۱۳۹۶)، ادراک و تجربه زیسته زائران پیاده ایرانی در عراق (مورد مطالعه: پیاده روی اربعین آذر ۱۳۹۳- عراق)، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، شماره ۴، صص ۶۳۱-۵۹۵.
- زبین، ع، صادقی، ع، خاوریان گرمسیر، ا، کبیرزاده، م، صفاری، م، (۱۴۰۳)، برنامه ریزی راهبردی الگوی مدیریت گردشگری مقصد در کربلای معلی، نهمین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان.
- سقائی، م، علیزاده، م، (۱۳۹۳)، بررسی چالشها، فرصتها و راهکارهای توسعه گردشگری روستایی (مورد مطالعه: روستاهای بیاضه، گرمه و مصر، از شهرستان خور و بیابانک)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۳، صص ۶۰-۴۱.
- شادور، س، عربی، م، (۱۴۰۱)، ارزیابی و سطح بندی فضای عرضه خدمات و تسهیلات گردشگری شهر ساحلی بوشهر با استفاده از GIS و منطق فازی. پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۵۴، شماره ۳، صص ۸۸۹-۹۰۵.
- شادور، س، عربی، م، (۱۴۰۱)، ارزیابی و سطح بندی فضای عرضه خدمات و تسهیلات گردشگری شهر ساحلی بوشهر با استفاده از GIS و منطق فازی، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۵۴، شماره ۳، صص ۸۸۹-۹۰۵.
- شرکا، س، علیزاده، ک، ج، حمید، (۱۴۰۱)، ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری نمونه موردی: شهر بروجن، مجله گردشگری شهری، ۲، صص ۱۴۶-۱۳۱.
- عباسی، س، اقبالی، ن، رجیبی، آ، (۱۴۰۰). راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی -تاریخی شهر زنجان. فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی، ۲(۳)، ۱۴۰-۱۲۳.

- فضلی، ص، صمدی، م، (۱۴۰۱). سنجش و رتبه بندی گردشگری استان‌های ایران از منظر زیرساخت‌های توسعه گردشگری. فصلنامه برنامه‌ریزی و آمایش فضا، شماره ۲، صص ۷۸-۵۸.
- قاسمی، ا، رحیمی نیک، ا، ع، وظیف دوست، ح، میرابی، و، (۱۴۰۲)، اولویت‌بندی مولفه های مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در شهر مشهد با رویکرد دیمتل، نشریه علوم جغرافیایی، شماره ۴۲، صص ۷۵-۶۱.
- کیانی سلمی، ص، بسحاق، م، (۱۳۹۶). تحلیل نقش خدمات و زیرساخت‌های گردشگری در وفاداری و تمایل با بازدید مجدد گردشگران، مورد مطالعه: مناطق روستایی شهرستان ساوجبلاغ. فصلنامه گردشگری و توسعه، شماره ۳، صص ۱۷۶-۱۵۴.
- گودرزی، م، ملکی، س، ملکوتی، ا، (۱۴۰۲). بررسی و تحلیل ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری اربعین در استان خوزستان. فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، ۱۲(۴۶)، ۱۸-۱.
- متقی دستنایی، ا، قربانی سپهر، آ، کیانی، ل، امرایی، م، (۱۳۹۹). تحلیل فرصت‌ها و چالش های ژئوپلیتیک ایران بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر مشهد). جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه ای، ۱۰(۲)، ۱۱۶۶-۱۱۴۱.
- محمودی، ع، (۱۴۰۳)، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی شهر کربلا، سومین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد و مدیریت کسب و کار.
- الموسوی، ا، علی الحسابی، م، (۱۴۰۳). تبیین نقش آبرویدادهای مذهبی در مدیریت شهری با رویکرد پایداری اجتماعی- فرهنگی مطالعه موردی: رویداد اربعین حسینی در محور نجف به کربلا. مجله پژوهش های معماری اسلامی، ۱۲(۱)، ۱۷۴۴، ۱۵۴.
- مهدیان بهنمیری، م، تقوایی، م، (۱۴۰۱)، تحلیل پراکنش فضایی برخورداری از ابعاد عملگرهای گردشگری خلاق (مورد مطالعه: استان گلستان). جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۶(۸۲)، ۲۴۹-۲۲۴.
- مهرگان صومعه سرایی، ب، آزادغلامی خسمخی، ف، مهرگان صومعه سرایی، ع، (۱۴۰۱). تحلیل نقش گردشگری مذهبی در توسعه شهری (مطالعه موردی: اماکن مذهبی شهر رشت). مهندسی جغرافیای سرزمین، ۶(۲)، ۴۷۰-۴۴۹.

– نوراله زاده؛ ف؛ اسدی؛ ع. (۱۳۹۹). راهبرد رسانه استانی در خصوص توسعه اقتصادی استان، با تأکید

بر گردشگری زیارتی در اربعین حسینی. فصلنامه پژوهش های ارتباطی، ۲۷ (۴)، ۶۲-۴۱.

- Abouelmagd, D, (2023), Sustainable urbanism and cultural tourism, the case of the Sphinx Avenue, Luxor, Alexandria Engineering Journal, 71, 239-261.
- Ahmed Razzaq, A, Valentinovich, P, (2020), Sustainable tourism planning (case study of Al-Manar City - Republic of Iraq) *study of potentials and means of development*, 022152, 1-10. <http://dx.doi.org/10.1088/1757-899X/928/2/022152>.
- Al-Saadi, N, (2014), INSIGHTS INTO THE MAIN DIFFICULTIES OF ACHIEVING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM IN IRAQ, *Analele Universităţii din Oradea – Seria Geografie*, 241104-646, 32-43.
- Alvaredo, F., Chancel, L., Piketty, T., Saez, E., & Zucman, G. (2018). World inequality report. Berlin: Belknap Press of Harvard University Press.
- Annamalah, S, Paraman, P, Ahmed, S, Dass, R, Sentosa, I, Pertheban, Th, Shamsudin, F, Kadir, B, Aravindan, K, Raman, M, Hoo, W, Singh, P, (2023), The role of open innovation and a normalizing mechanism of social capital in the tourism industry, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9, 1-18.
- Assaye Alamineh, G, Wolyie Hussein, J, Endaweke, Y, Taddesse, B, (2023), The local communities' perceptions on the social impact of tourism and its implication for sustainable development in Amhara regional state, *Heliyon*, 9, 1-17.
- Battour, M, Ismail, N, Battor, M, Awais, M, (2017), Islamic tourism: an empirical examination of travel motivation and satisfaction in Malaysia, *Tourism*, 20, 50-67.
- Bhattacharya, P, Bhattacharya, A, Saha, J, Samanta, B, Mondal, Bhattacharya, S, Paul, S, (2023), Perception-satisfaction based quality assessment of tourism and hospitality services in the Himalayan region: An application of AHP-SERVQUAL approach on Sandakphu Trail, West Bengal, India, *International Journal of Geoheritage and Parks*, 11, 259-275.

- Bohlin, M, Brandt, D, Elbe, J, (2016), Tourism as a vehicle for regional development in peripheral areas – myth or reality? A longitudinal case study of Swedish regions, *European Planning Studies* 24, 1-18.
- Bruyn, Ch, Ben Said, B, Meyer, N, Soliman, M (2023), Research in tourism sustainability: A comprehensive bibliometric analysis from 1990 to 2022, *Heliyon*, 9, 1-22.
- Chang, Ch, Wang, E, (2023), Pleasure and restriction: The relationships between community tourism experience value and visitor management, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 42, 1-12.
- Chen, L, Guo, Y, (2023), Revisiting resources extraction perspective in determining the tourism industry: Globalisation and human capital for next-11 economies, *Resources Policy*, 85, 1-10.
- Chen, Y, Zhang, D, Ji, Q, (2022), Impacts of regional cooperation agreements on international tourism: Evidence from a quasi-natural experiment, *International Review of Economics & Finance*, 82, 663-676.
- Gao, J, Peng, P, Lu, F, Claramunt, Ch, (2023), A multi-scale comparison of tourism attraction networks across China, *Tourism Management*, 90, 1-13.
- Gato, M, Dias, A, Pereira, L, Lopes da Costa, Gonçalves, R, (2023), Marketing Communication and Creative Tourism: An Analysis of the Local Destination Management Organization, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8, 1-23.
- Hadi Zwead, A, (2023), Tourism Potential in the Middle Euphrates Governorates (Karbala, Nabul, and Najaf) and Ways to Develop Them, *Zien Journal of Social Sciences and Humanities*, 24, 10-26.
- Han, S, Ramkissoon, H, You, E, Kim, M, (2023), Support of residents for sustainable tourism development in nature-based destinations: Applying theories of social exchange and bottom-up spillover, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43, 1-13.
- Hu, Z, Kumar, J, Qin, Q, Kannan, S, (2023), Assessing the coupling coordination degree between all-for-one tourism and ecological

civilization; case of Guizhou, China, *Environmental and Sustainability Indicators*, 19, 1-27. <https://doi.org/10.1016/j.indic.2023.100272>.

- Kareem Kadhim Al- najim, A, (2024), The impact of tourism sustainability on the preservation of the urban heritage of ancient cities (Karbala city as amodel), *Al-Ghary Journal of Economic and Administrative Scienc*, 20, 1082-1108.
- Mohd Nor, N.A., Salleh, N.H.M., Falatehan, A.F., 2021. The effect of tourism expenditure on the economy: a new evidence. *Jurnal Ekonomi Malaysia* 55 (3), 23–34. <http://dx.doi.org/10.17576/JEM-2021-5503-02>.
- Sammut-Bonnici, T, (2015), *SWOTAnalysis*, Wiley Encyclopedia Management, University of Malta.
- Sumanapala, D, Wolf, I, (2023), A wellbeing perspective of Indigenous tourism in Sri Lanka, *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 4, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2023.100099>.
- Zhang, H, Yang, Y,(2023), Is tourism growth able to shrink economic inequalities? A DSGE analysis, *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 4, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2023.100089>.
- Zhang, Y, Wang, L, Zheng, Y, Tian, F, (2023), Cooperation, hotspots and prospects for tourism environmental impact assessments, *Heliyon*, 9, 1-27. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17109>