

ارزیابی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه کارآفرینی روستاهای پیرامونی (مطالعه موردی: منطقه قره پشتلو - شهرستان زنجان)

علی عبدالهی^۱ - محمد جواد عباسی^{۲*}

۱- استادیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۶ صص ۴۷-۶۲ تاریخ تصویب: ۱۳۹۵/۲/۱۰

چکیده

هدف: هدف تحقیق حاضر، شناسایی فعالیت‌های کارآفرینانه در زمینه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی است. این هدف، با قبول اصول مسؤلیت‌های ترکیبی در مقابل مردم (اشتغال، سلامتی، آموزش، سود)، استمرار آن و همچنین، محافظت از منابع و محیط پیرامونی آن به عنوان ضرورتی الزامی برای کارآفرینی گردشگری مناسب، همراه است.

روش: نوع تحقیق، کاربردی و روش تحقیق به صورت توصیفی - تحلیلی است. روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی (پرسش‌نامه، مصاحبه و مشاهده) و روش تجزیه و تحلیل اطلاعات هم به صورت آمار توصیفی (شامل فراوانی، انحراف معیار و میانگین) و استنباطی (ضریب هم‌بستگی، آماره t تک نمونه، آزمون توکی و آزمون فریدمن) صورت گرفته است.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، زمینه‌های موجود گردشگری مذهبی در منطقه مورد مطالعه باعث بروز و خلق ایده‌های کارآفرینانه نشده؛ اما در بین ابعاد اشتغال، درآمد و مهاجرت، تنها در بعد اشتغال تأثیراتی داشته است؛ البته این تأثیرات بیش‌تر برای ساکنان غیربومی و خانوارهای که در نزدیک امام‌زاده محمدابن ابراهیم (ع) روستای حاج سیران ساکن هستند، بوده است.

محدودیت / راهبردها: راهبرد توسعه کارآفرینی گردشگری در روستاهای پیرامونی.

راهکارهای عملی: حمایت‌های نهادی در آموزش و خلق مسیرهای جدید جهت ایجاد فرصت‌ها برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه گردشگری مذهبی با ارتقای میزان دانش و مهارت کافی مردم جهت انجام فعالیت‌های تولیدی و خدماتی مرتبط با گردشگری، ایجاد زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل کالایی و مسافری برای گردشگران و بالابردن فرهنگ پذیرش و استقبال از گردشگران.

اصالت و ارزش: آشکارشدن موانع موجود در خلق ایده‌های کارآفرینانه در زمینه گردشگری مذهبی در منطقه مورد مطالعه و بررسی عوامل اثرگذار در اشتغال، درآمد و مهاجرت سکونت‌گاه‌های روستایی، ناشی از گردشگری مذهبی در محدوده مورد نظر.

کلیدواژه‌ها: گردشگری مذهبی، کارآفرینی روستایی، امام‌زاده محمدابن ابراهیم، روستای حاجی سیران.

ارجاع: عبدالهی، ع. و عباسی، م. ج. (۱۳۹۵). ارزیابی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه کارآفرینی روستاهای پیرامونی (مطالعه موردی: منطقه قره پشتلو - شهرستان زنجان). *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۵(۲)، ۴۷-۶۲.
<http://jrrp.um.ac.ir/index.php/RRP/article/view/44713>

۱. مقدمه

۱.۱. بیان مسأله

گردشگری یکی از کارآمدترین رویکردهای محرک رشد اقتصادی برای کشورهایی است که به دلیل تک‌محصولی بودن یا محدودبودن منابع انرژی، دارای اقتصادی بی‌تحرک و آسیب‌پذیر هستند (مؤمنی، ۱۳۸۷، ص. ۱۵؛ رضوانی، ۱۳۷۹، ص. ۱۸). در سال ۲۰۰۸ میلادی، ۸۵۰ میلیارد دلار درآمد از این صنعت به دست آمده و ۸٫۴ درصد از کل اشتغال جهان هم مربوط به گردشگری بوده است (سازمان تجارت جهانی^۱، ۲۰۰۸، ص. ۷). در تقسیمات گردشگری، گردشگری مذهبی یکی از پنج شاخه اصلی گردشگری؛ یعنی گردشگری فرهنگی، گردشگری طبیعی، گردشگری تجاری، گردشگری مذهبی و گردشگری ورزشی است و جایگاه مهمی در صنعت گردشگری جهان دارد. تحقیقات جدید نشان می‌دهد که به خاطر رشد مداوم جمعیت دنیا و افزایش تقاضای جهان‌گردی، افزایش چشم‌گیری در حجم زیارت‌ها به صورت غیرقابل پیش‌بینی، پدید آمده است (منشی زاده، ۱۳۸۵، ص. ۹)، در گردشگری مذهبی دشواری‌های اقلیمی یا بدی آب‌وهوا نیز مانع آن نمی‌شود و قدمت آن به قدمت خود فرهنگ دینی می‌رسد (آجیت^۲، ۲۰۰۴، ص. ۵). امروزه با همه اجزا و گونه‌های مختلف، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی آن، توانسته است در متن گردشگری جهانی جای گیرد؛ به طوری که حوزه نفوذ آن، سراسر جهان را فرا گرفته است. (سانتوس^۳، ۲۰۰۴، ص. ۴). براساس برآورد سازمان جهانی سفر و جهانگردی، گردشگری مذهبی ۲۶ درصد از کل جریان‌های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است (آیسپ^۴، ۲۰۰۷، ص. ۳۰). اگر نگاهی به تاریخ گذشته در زمینه سفرها و گردش‌های مذهبی داشته باشیم، به گردشگری‌های مذهبی؛ چون مراسم مقدس یونانیان باستان در معبد آپولون، سفرهای مصریان برای دیدار از فراعنه و غیره (دورانت، ۱۳۸۰، ص. ۲۰۵)، ایرانیان باستان به معبد آناهیتا در کنگاور و غیره (کریستین سن^۵، ۱۳۶۹، ص. ۲۳۲) و نظایر آن بر می‌خوریم که هریک به گونه‌ای، قدمت و رواج این شکل از گردشگری را در میان ملل مختلف نشان می‌دهند. صاحب‌نظران صنعت گردشگری بر این باورند که ایران به لحاظ

موقعیت فرهنگی- مذهبی خاص ایران در میان کشورهای دیگر، گردشگری مذهبی جای رشد و توسعه بسیاری دارد. با این وجود، گردشگری مذهبی در ایران با وجود ۸ هزار و ۹۱۹ مکان مذهبی مقدس، هنوز فاقد سامان‌دهی تخصصی و متمرکز بوده و این وضعیت نابه‌سامان حتی در شهرهای مهمی چون مشهد و قم نیز مشاهده می‌شود. این در حالی است که از این تعداد، دست‌کم ۴ هزار و ۳۱۹ اثر در زمره آثار ثبت‌شده در فهرست میراث ملی نیز قرار دارند و علاوه بر داشتن جاذبه زیارتی، دارای جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی هم هستند (عرب خدری، ۱۳۸۷، ص. ۴۵). در این میان، توجه به بنیان‌های کارآفرینی در بحث گسترش گردشگری مذهبی، می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید، اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و توسعه روستاها در تمامی جنبه‌های آن داشته باشد و از این منظر، سنجش میزان کارآفرینی روستاییان و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرآیند توسعه روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه آن، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. هدف از این پژوهش، بررسی استفاده از اثرات حاصل از گسترش گردشگری مذهبی در مناطق روستایی در زمینه خلق فرصت‌های کارآفرینی روستایی در آن سکونت‌گاه‌ها و در ادامه این روند، ایجاد اشتغال و درآمد برای توسعه روستایی در منطقه مورد مطالعه، به دنبال پاسخ‌گویی به سؤالات زیر است:

- ۱- آیا گسترش گردشگری مذهبی موجب خلق ایده‌های بکر کارآفرینی، در نواحی روستاهای پیرامونی شده است؟
- ۲- آیا فعالیت‌های کارآفرینی گردشگری مذهبی موجب افزایش درآمد، اشتغال پایدار و کاهش مهاجرت‌های روستا-شهری در منطقه مورد مطالعه شده است؟

۱.۲. پیشینه تحقیق

از نظر نیومن، بازنگری پیشینه پژوهشی اهداف مختلفی دارد که یکی از آن‌ها تلفیق و تلخیص آن‌چه در یک حوزه مطالعاتی یافت می‌شود، است. در حقیقت، بازنگری منجر به آمیزش و ترکیب نتایج مختلف می‌شود (نیومن^۶، ۴۴۶، ص. ۲۰۰۰). در جدول زیر، پیشینه‌ای از مطالعات انجام‌شده در حیطه گردشگری مذهبی ذکر شده است (جدول ۱).

جدول ۱- مشخصات تحقیقات انجام شده مرتبط با گردشگری مذهبی

مأخذ: نگارندگان با استفاده از منابع در دسترس، ۱۳۹۴

نام محقق	موضوع مورد مطالعه	یافته‌ها
مؤمنی و صرافی (۱۳۸۷)	ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی- فرهنگی و ضرورت مدیریت یک پارچه در کلان شهر مشهد	ورود گردشگر مذهبی باعث مشارکت داوطلبانه و خیرخواهانه مردمی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد در مشهد می‌شود. گردشگری مذهبی همچنین، منجر به اسکان غیررسمی و گسستگی مدیریت شهری می‌شود.
تقوایی، موسوی و غلامی بیدرغ (۱۳۸۹)	تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی، مطالعه موردی: شهرستان نورآباد ممسنی	وجود امامزاده‌ها و مکان‌های مذهبی، زمینه مساعدی را برای جذب گردشگر مذهبی و توسعه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری فراهم می‌آورد که منجر به توسعه زیرساخت‌ها و رفع مشکلات شهرستان ممسنی می‌شود.
نپاوندی و نعمتی (۱۳۸۹)	تهدیدها و فرصت‌های گردشگری زیارت در ایران	گسترش تعاملات فرهنگی، امکان جذب مسیحیان و یهودیان در کنار مسلمانان و ادغام گردشگری تفریحی و مذهبی از جمله فرصت‌ها و وجود کشورهای رقیب همسایه، مخالفت مردم محلی برای ترس از نابودی فرهنگی محلی و عدم تبلیغات رسانه‌ای در سطح جهانی از جمله تهدیدهای گردشگری زیارت در ایران است.
بروجنی و توحیدلو (۱۳۹۰)	الگوی مدیریت اثربخش گردشگری مورد مطالعه: مقصد مذهبی مشهد	وضعیت مطلوب و موجود گردشگری مشهد در شاخص‌هایی مثل اقتصاد، فناوری، محیط اکولوژیکی، محیط سیاسی و قانونی، محیط اجتماعی- فرهنگی، کیفیت خدمت/ تجربه، بازاریابی متفاوت است
ابراهیم زاده و کاظمی راد (۱۳۹۰)	برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی، مطالعه موردی: شهر قم	تقویت فضاهای سرگرمی و تفریحی (پارک و شهر بازی) و فضاهای سبز و همچنین، تقویت جاذبه‌های طبیعی به عنوان عنصر مکمل گردشگری مذهبی، در تمام طول سال، برای جلوگیری از فصلی شدن گردشگری شهر و افزایش مدت اقامت گردشگران در شهر عملی و باعث ایجاد اشتغال و درآمد پایدار شود
استعلامی و خوش نیت (۱۳۹۱)	شناخت توان‌مندی‌های گردشگری و ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری، مطالعه موردی شهر: ری	توسعه کالبدی- اجتماعی و اقتصادی شهر، ایجاد هویت و هم‌پسندی ملی، استحکام پیوندهای اجتماعی جوامع، ارتقای زیرساخت‌های شهر، کیفیت زندگی و برقراری صلح جهانی از جمله توان‌مندی‌های گردشگری مذهبی است.
عظیمی هاشمی، شریعتی و اعظم کاری (۱۳۹۱)	مؤلفه‌های اجتماعی- فرهنگی شهر زیارتی پایدار مورد مطالعه: شهر مشهد	شاخص‌های اجتماعی- فرهنگی شهر زیارتی مطلوب که شامل امنیت، ائمنی، آموزش، فرهنگ میزبانی، هویت دینی، فضاهای مذهبی، فضاهای فرهنگی و تفریحی و سرمایه فرهنگی در شهر مشهد است.
اجتهندنژاد کاشانی و قوامی (۱۳۹۱)	دوگانه زائر سیاح در تجربه زیسته سه نسل، مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه شهید بهشتی	کاهش محسوس در گرایش نسل سوم پاسخ‌گویان به مقوله زیارت در مقایسه با نسل‌های اول و دوم حاصل شده است. همچنین، در ذهنیت‌های پاسخ‌گویان تمایزی مفهومی میان سیاحت و زیارت اماکن مذهبی خارج از کشور وجود دارد.
رحمانی، پور طاهری و رکن الدین افتخاری (۱۳۹۲)	برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی مورد: روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج	بروز تغییرات اقتصادی، اجتماعی و کالبدی، تشدید ارتباطات اجتماعی و اقتصادی، افزایش احساس امنیت اجتماعی، کاهش تنش اجتماعی در کنار آلودگی‌های زیست‌محیطی

۲. روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی- تحلیلی می‌باشد. این پژوهش سعی در شناخت تأثیر گردشگری مذهبی، مبتنی بر ایده‌های کارآفرینانه منطقه مورد مطالعه دارد. در همین راستا، به بررسی اثرات کارآفرینی گردشگری مذهبی بر سه مؤلفه اشتغال، درآمد و مهاجرت پرداخته شده است.

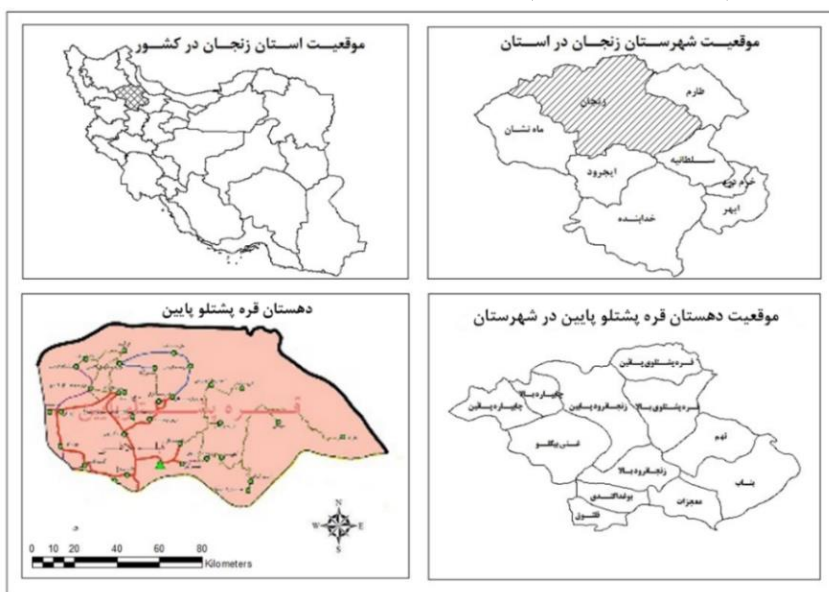
۲.۱. قلمرو جغرافیایی تحقیق

جامعه آماری تحقیق حاضر، شامل کلیه روستاهای مستقر در پیرامون امامزاده محمدابن ابراهیم است. با توجه به زمان

دسترسی به امامزاده محمدابن ابراهیم، روستای حاجی سیران، کلیه روستاهایی که در فاصله ۱۰ کیلومتری امامزاده باشند، جامعه آماری تحقیق را تشکیل می‌دهند. این روستاها دارای ۲۶۵۴ نفر جمعیت و ۶۶۹ خانوار می‌باشند. دهستان قره پشتلو پایین در بخش مرکزی شهرستان زنجان که در قسمت شمالی شهرستان زنجان قرار دارد و از غرب با زنجانرود پایین، جنوب با قره پشتلو بالا، شرق با دهستان چورزق و شمال با اردبیل همسایه هست. از نظر مختصات جغرافیایی بین ۳۷/۱۵ درجه طول شرقی و ۴۸/۱۵ درجه عرض شمالی قرار دارد. وسعت منطقه برابر ۶۳۲۰۶ هکتار و ارتفاع از سطح دریا ۱۱۴۹ متر می

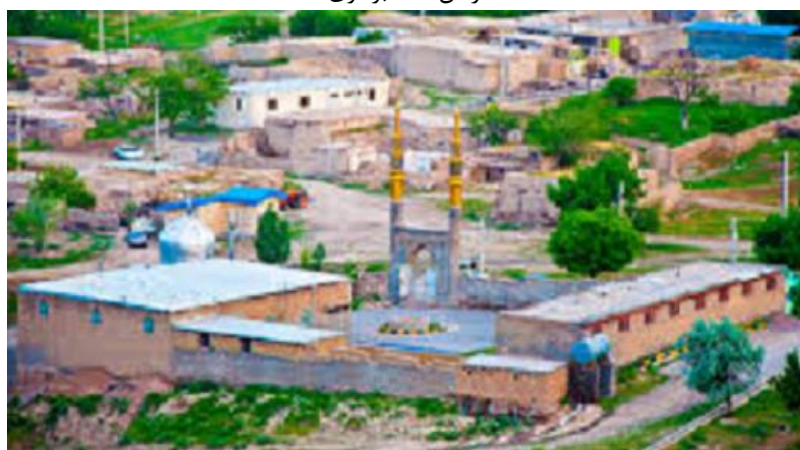
اماکن تاریخی و مذهبی از چشم‌اندازهای گردشگری آن به شمار می‌آیند. از جاذبه‌های بسیار مهم این ناحیه، امام‌زاده محمدبن‌ابراهیم (ع) در روستای حاجی سیران با جمعیت ۳۱۸ نفر با ۸۷ خانوار می‌باشد که علاقه‌مندان بسیاری را به سوی خود جذب می‌کند و سالیان پیاپی است که عموم مردم از آن استفاده و مسافران زیادی نیز جهت زیارت و تفریح به این محدوده سفر می‌کنند. همچنین، فاصله روستای حاج سیران با زنجان ۶۵ کیلومتر است.

باشد. بنابر سرشماری مرکز آمار ایران، جمعیت دهستان قره پستلو پایین در سال ۱۳۹۰، ۲۶۵۴ نفر (۶۶۹ خانوار) بوده است و تعداد روستاهای دهستان قره پستلو پایین ۲۲ روستا است. دهستان قره پستلو پایین با دارابودن قابلیت‌های فراوان و چشم‌اندازهای جغرافیای متنوع؛ از جمله جاذبه‌های طبیعی و جاذبه‌های روستایی، دارای توان‌های بالقوه و بالفعل مناسبی برای جذب گردشگران از جمله گردشگری روستایی می‌باشد. وجود طبیعت بکر و دست‌نخورده، چشمه‌ها و رودهای پرآب و



شکل ۱- نقشه محدوده مورد مطالعه

مأخذ: سازمان نقشه‌برداری، ۱۳۹۴



شکل ۲- روستای حاجی سیران

مأخذ: برداشت میدانی نگارندگان، ۱۳۹۴

۳.۲. تکنیک‌ها و ابزار

برای تجزیه و تحلیل اثرات گردشگری مذهبی در ابعاد کارآفرینی، اشتغال، درآمد و مهاجرت با استفاده از آمار توصیفی

۲.۲. روش جمع‌آوری اطلاعات

برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از روش‌هایی مانند مشاهده و پرسش‌نامه استفاده شده است. تعداد نمونه لازم جهت پرکردن پرسش‌نامه، ۲۰۰ خانوار تعیین شد.

مذهبی در ابعاد کارآفرینی، اشتغال، درآمد و مهاجرت و با استفاده از آمار استنباطی (آماره t تک نمونه‌ای، ضریب هم بستگی، آزمون توکی و آزمون فریدمن) پرداخته شده است. همچنین، به منظور افزایش اعتبار شاخص‌های مورد استفاده در این پژوهش، همه شاخص‌ها به وسیله چندین متخصص این حوزه داوری شد و جهت بررسی پایایی ابزار سنجش با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مشخص شد که میزان پایایی ابزار پژوهش برابر با ۰/۸۶ است.

و استنباطی (آماره t تک نمونه‌ای، ضریب هم‌بستگی، آزمون توکی و آزمون فریدمن) پرداخته شده است

۴.۲. تحلیل داده‌ها و پایایی و روایی

سؤالات مطرح شده که شامل چهار گروه از سؤالات اثرات گردشگری مذهبی شامل: ابعاد کارآفرینی و در مرحله بعد، بررسی مؤلفه‌های اشتغال، مهاجرت، درآمد در منطقه مورد مطالعه است که گردشگری به عنوان شاخص مستقل و ابعاد کارآفرینی به همراه سه شاخص دیگر به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است که برای تجزیه و تحلیل اثرات گردشگری

جدول ۲- معرفی‌های مورد بررسی اثرات گردشگری مذهبی در کارآفرینی روستایی

مأخذ: نگارندگان با استفاده از منابع در دسترس، ۱۳۹۴

ابعاد	معرفها	منابع مورد استفاده
فردی	میزان علاقه‌مندی جهت به‌کارگیری فناوری‌های نوین- میزان خلاقیت شخصی جهت انجام کارهای اقتصادی- وجود تجربه کاری در واحدهای خدماتی و تولیدی- میزان امکان بروز ایده کارآفرینی- وجود روحیه کارآفرینی- نبود تجربه ایجاد کسب و کار جدید- میزان اعتماد به آشنایان و دوستان جهت انجام کار گروهی- استقبال از ایده‌های نوین شغلی- میزان مسؤولیت‌پذیری- میزان ریسک‌پذیری برای شغل جدید- میزان هم‌کاری میان مردم روستا- انتقال تجارب شخصی روستاییان در زمینه کارآفرینی- میزان علاقه‌مندی جهت ایجاد کار جدید- میزان آشنایی با کامپیوتر و اینترنت- میزان آشنایی کافی افراد با قوانین راهاندازی فعالیت‌های خدماتی گردشگری مذهبی	جهانگیری و تقفی، ۱۳۸۷، ص. ۱۰۵ رضوی، ۱۳۸۷، ص. ۵۶ آقاجانی و گنجه خور، ۱۳۸۹، ص. ۱۲۹
اقتصادی	میزان آشنایی با نیازهای جدید بازار کار در رابطه با گردشگری- وجود فرصت‌های کاری مناسب در روستا برای ارائه خدمات گردشگری- وجود لگنیزه جهت پیشرفت شغلی- امکان دسترسی به اعتبارات مالی- میزان اعتبارات مالی مناسب از نظر نرخ سود برای راهاندازی فعالیت‌های تولیدی- خدماتی مرتبط با گردشگری مذهبی- دسترسی به خدمات فنی مناسب- بالابودن میزان فقر روستایی- امکان دریافت اعتبارات سرمایه‌ای- میزان سودآوری فعالیت‌های خدماتی گردشگری در روستا- میزان سرمایه مالی لازم جهت کارآفرینی	رکن‌الدین افتخاری و سجلی، ۱۳۸۹، ص. ۴۲ دادور خانی، رضوانی ایمنی قشلاق و بوذرجمهری، ۱۳۹۰، ص. ۲۲۷؛ غنیان، خانی و بقایی، ۱۳۹۰، ص. ۱۱۴
اجتماعی و فرهنگی	استقبال مدیران بلک‌ها از ایده‌های نو کارآفرینی- میزان سطح سواد روستاییان- میزان دانش و مهارت کافی مردم جهت انجام فعالیت‌های تولیدی و خدماتی مرتبط با گردشگری- وجود فرهنگ پذیرش و استقبال از گردشگران در نزد مردم- فقدان تنش خاص در محیط روستا به هنگام حضور گردشگران- وجود روحیه توسعه فعالیت‌های گردشگری به صورت خودجوش نزد مردم- میزان فعالیت مؤثر و کارای دهیاری و شورای اسلامی روستا جهت ایجاد بسترهای کارآفرینی- میزان حضور مروّجان جهت آموزش در زمینه کارآفرینی- وجود تشکل‌ها و اتحادیه‌ها در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار مرتبط با گردشگری و غیره- هم‌کاری میان شورای اسلامی با مردم روستا- میزان احساس تعلق مکانی میان جوانان روستا- میزان روحیه کار گروهی	فرجی سبکبار، لنگرودی یدلایی و کریم زاده، ۱۳۹۰، ص. ۲۶؛ غنیان، خانی و بقایی، ۱۳۹۰، ص. ۱۱۵
زیرساختی و نهادی	وجود زیرساخت‌های عمومی مناسب در روستا برای ایجاد ارائه خدمات اقامتی به گردشگران- وجود زیرساخت‌های خدماتی نوین (دفا تر ICT)- وجود نیروی انسانی ماهر- وجود زیرساخت‌های حمل‌ونقل کالایی و گردشگران- وجود زیرساخت‌های عمومی مناسب در روستا برای ایجاد صنایع دستی محلی- توزیع مناسب منابع و خدمات در روستاهای پیرامون زیارت‌گاه- حمایت ارگان‌های دولتی و غیردولتی از توسعه فعالیت‌های گردشگری مذهبی- وضعیت زیرساخت‌های فیزیکی مناسب در روستا	غنیان، خانی و بقایی، ۱۳۹۰، ص. ۱۱۵؛ رکن‌الدین افتخاری و سجلی، ۱۳۸۷، ص. ۸

۳. مبانی نظری

۱.۳. گردشگری

ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورهای در حال توسعه بازی می‌کند (مهدوی، ۱۳۸۳، ص. ۲)، در شرایط کنونی، توجه به رویکرد توسعه و گسترش گردشگری روستایی می‌تواند کمک زیادی به تنوع‌بخشی، پایداری و رشد اقتصادی؛ مانند اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد، حمایت از محیط زیست و فرهنگ روستایی، نقش اساسی در توسعه و حفظ روستا داشته باشد (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱، ص. ۳۳). در زمینه گردشگری روستایی می‌توان گفت که از یک سو با فراهم آوردن فرصت‌های جدید برای بسیاری از روستاها به عنوان وسیله‌ای است که به جوامع روستایی، حیات

گردشگری پدیده کهنی است که از دیرباز در جوامع انسانی وجود داشته است و به‌تدریج طی مراحل مختلف تاریخی به موضوع فنی، اقتصادی، اجتماعی و صنعتی کنونی خود رسیده است. امروزه، صنعت گردشگری به‌ویژه گردشگری داخلی (که گردشگری داخلی بخشی از آن محسوب می‌شود) جایگاه خاصی در اقتصاد کشورها داشته است و نقش فعال و مؤثری در ارتقا و

دوباره می‌دهد و موجب توسعه این نواحی می‌شود و این سکونت‌گاه‌ها را پایدار نگه می‌دارد و از سوی دیگر، توسعه بدون برنامه آن سبب آسیب‌های اجتماعی و زیست‌محیطی در سکونت‌گاه‌های روستایی می‌شود (رضوانی، ۱۳۸۴، ص. ۵۶). بررسی‌ها نشان می‌دهد، گسترش گردشگری در نواحی روستایی می‌تواند موجب نتایج و آثار مثبتی؛ مانند افزایش کیفیت زندگی (عارف، ۲۰۱۱)، (کیم، ۲۰۰۲) افزایش مشارکت روستاییان (شارون^۱، ۲۰۱۱) افزایش سلامت روان افراد (ویلیامز^۲، ۲۰۰۷)، (بنجامین^۳، ۲۰۰۵) پایداری اقتصادی (بوجایان^۴، ۲۰۱۱) باشد و در مقابل، گسترش فعالیت‌های گردشگری بدون برنامه می‌تواند موجب درهم‌ریختگی ارزش‌های بومی شود. بنابراین، باید توجه داشت که هدف از گردشگری روستایی، تبدیل فضای روستایی به شبه‌شهری نیست؛ بلکه مهم‌ترین اصول آن، حفاظت از چشم‌اندازهای محیطی و ارزش‌های اجتماعی - اقتصادی سکونت‌گاه‌های روستایی می‌باشد. از این منظر، شکل‌گیری و رونق گردشگری روستایی نه تنها به سلامت محیط و جاذبه‌های گوناگون طبیعی؛ بلکه به ساخت‌های لازم برای کارکردهای متناسب این فعالیت نیز بستگی دارد (سعیدی، محمودی و خدادی، ۱۳۹۱، ص. ۷). فعالیت گردشگری می‌تواند بستر رشد اقتصادی را فراهم آورد؛ اما ممکن است در راستای توسعه پایدار، دشواری‌های جدی از قبیل تخریب محیط زیست، تغییر ارزش‌های فرهنگ بومی ناحیه و غیره به همراه داشته باشد و این مسأله در ارتباط با انواع گردشگری روستایی به نحوی حاد مطرح است (ماتیاس^۵، نیچ کمپ^۶ و سرمنتو^۷، ۲۰۱۱) به نقل از سعیدی و سلطانی مقدس، ۱۳۹۲). در این میان، یکی از مهم‌ترین انواع گردشگری که می‌تواند در توسعه اقتصادی نواحی روستایی مؤثر واقع شود، گردشگری مذهبی می‌باشد. مدارک و مستندات تاریخی موجود از تمدن‌های عظیم بین‌النهرین و مصر و سایر آثار و قرائن برجای‌مانده از روزگاران پیش از تاریخ، از دیرباز نشان‌دهنده سفرهای مذهبی هزاران نفر از انسان‌ها است؛ به طوری که توده‌های متراکم انسانی از هزاران سال قبل به منظور انجام فرایض دینی، هر رنجی را بر خود هموار می‌کردند و راهی سفرهای دور و دراز می‌شدند. در واقع، زیارت و گردشگری مذهبی ریشه در باورها و اعتقادات دینی - مذهبی دارد (مؤمنی، ۱۳۸۷، ص. ۱۴). در این نوع از گردشگری انگیزه اصلی، زیارت اماکن مقدس و زیارت‌گاه‌هاست که بر اقامت‌گاه‌ها و نوع امکانات آن، در طول مدت اقامت تأثیر می‌گذارد؛ ولی درآمد خانوار نقش چندانی در انگیزه اصلی زیارت از این اماکن ندارد (قاسمی، ۱۳۸۰، ص. ۱۱). زیارت و گردشگری مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادات دینی - مذهبی

دارد، به مفهوم تخصصی خود فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت، عامل مهم جغرافیای انسانی در شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی است (تقوایی، موسوی و غلامی بيمرغ، ۱۳۸۹، ص. ۳۷). گردشگری مذهبی امروزه در راستای کسب درآمد و همچنین، جهت حفظ میراث فرهنگی، مورد توجه کشورهای مختلف قرار گرفته است. از دیدگاه محققان، عوامل مختلفی در انجام گردشگری مذهبی توسط مردم مؤثر است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به کسب تجربه معنوی اشاره کرد (شارپلی^۸، ۲۰۰۹، ص. ۴۵؛ اولسن^۹، ۲۰۰۶، ص. ۱۲). در واقع، در گردشگری مذهبی، باورهای دینی به عنوان هدف اصلی فعالیت گردشگری شناخته می‌شود (ژانگ^{۱۰}، ۲۰۰۷، ص. ۱۳).

۲.۳. کارآفرینی گردشگری

بنابراین، در بعد داخلی، توسعه گردشگری مذهبی می‌تواند در راستای توسعه منطقه‌ای، موجب خلق فرصت‌های بکر کارآفرینانه، افزایش اشتغال و در بعد ملی، افزایش درآمد و حفظ میراث فرهنگی را به دنبال داشته باشد. با این وجود، در مناطق روستایی، به رغم وجود افراد خلاق، نوآور و کوشا، داشتن روحیه فعالیت‌های کارآفرینی نهادینه نشده است؛ زیرا موانع و محدودیت‌های گوناگونی مانند: انعطاف‌ناپذیری در پذیرش ایده‌های نو و عدم تشویق و تأمین مالی ساکنان روستایی، وجود پیشنهادها و طرح‌های بی‌برنامه و طراحی نشده، عدم پاسخ سریع به ایده‌ها و پیشنهادها، فقدان سیستم پیشنهادها، فقدان دورنمای مشترک از نوآوری، وجود تنش و نارضایتی، عدم دسترسی به اطلاعات موثق و شفاف، ساختار مکانیکی، فقدان فرهنگ حمایت از کارآفرینی، کاهش فرصت‌های شبکه‌ای و ارتباطی، نبود خوشه‌های صنعتی تسریع‌کننده نوآوری، گسستگی‌های درونی میان جامعه روستایی، ناآگاهی از چگونگی استفاده از دانش، منابع و شبکه‌های موجود برای ورود به محیط جدید، به‌ویژه در مورد بسترهای نوین کارآفرینی گردشگری در سکونت‌گاه‌های روستایی، همه و همه سبب اندک‌بودن تعداد افراد کارآفرین در بین روستاییان شده است (فرجی سبکبار و هم‌کاران، ۱۳۹۰، ص. ۵۵).

۳.۳. کارآفرینی گردشگری روستایی

با این نگاه، جوامع روستایی برای شکل‌دادن به فعالیت‌های کارآفرینانه در زمینه گردشگری و خلق یا رشد این فعالیت‌ها نیاز به حمایت دارند، بیش‌تر این جوامع آمادگی لازم را برای تأمین نیازهای ضروری؛ مانند سرمایه، فناوری و اطلاعات ندارند. در نتیجه، برای کمک به جوامع روستایی در توسعه، یک مدل نظریه‌ای کارآفرینی لازم است که خود نیازمند شناخت متغیرهای

وابسته و رابطه میان آن‌هاست. از این رو، مهم‌ترین راهبردهای تقویت‌کننده کارآفرینی محلی عبارت‌اند از: ایجاد محیط و زمینه‌های پیش از کارآفرینی (ظرفیت‌سازی)، ایجاد زمینه خودباوری (توان‌مندسازی) و شدت‌بخشی به رشد از طریق



شکل ۳- ویژگی‌های اصلی زندگی روستایی به عنوان یک محیط کارآفرین

مأخذ: دربان آستانه، قدیری معصوم و فیروزی، ۱۳۹۱، ص. ۳

خلق ایده‌های بکر و استفاده از فرصت‌های جدید کارآفرینانه، امری ضروری به نظر می‌رسد. در عین حال، برای رسیدن به بهترین استراتژی‌ها در امر گردشگری، هم‌کاری لازم در بخش‌های، تحقیقات، اطلاع‌رسانی، توسعه محصول، منابع انسانی، بازاریابی و نظارت بر اجرای قوانین، همواره لازم و ضروری است (شاهنده، ۱۳۸۰، ص. ۴۷؛ رضوانی، ۱۳۸۷، ص. ۳۱۵).

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. ابعاد کارآفرینی

تحلیل میانگین عددی حاصل از تحلیل فضای کارآفرینی سکونت‌گاه‌های روستایی پیرامونی امامزاده محمدابن‌ابراهیم، در ابعاد چهارگانه نیز مبین پایین بودن این ابعاد می‌باشد. براساس آزمون t تک نمونه‌ای با احتساب دامنه طیفی موجود که بین ۵ تا ۵ و براساس طیف لیکرت در نوسان است، این میزان برای تمامی ابعاد کم‌تر از شرایط مطلوب ۴ ارزیابی شده است. این تفاوت در سطح آلفا ۰/۰۱ معنادار است و تفاوت آن‌ها از مطلوبیت عددی نیز به شکل منفی ارزیابی و برآورد شده است (جدول ۳)

براین اساس، کارآفرینی گردشگری روستایی می‌تواند نظمی نوین را برای مناطق روستایی پیش‌بینی کند که از چندین جنبه دارای اهمیت است: نخست این‌که افراد و گروه‌های کاری در محیط روستا توانایی کنترل بیشتری بر کار خود خواهند داشت و برای استفاده از آن در جهت رفع نیازهای خود، از جمله نیاز به رشد و توسعه سالم، فرصت‌های بیشتری به دست خواهند آورد؛ دوم این‌که کار افراد و گروه‌ها نه تنها در زمینه اموری که با اهداف آن‌ها بیگانه است، مورد استفاده قرار نمی‌گیرد؛ بلکه موجب استثمار و زیان دیگران نیز نخواهد شد و سوم این‌که با محیط زیست سازگارتر است و به یکن‌ترتیب، کار با محیط طبیعی و زیست‌انسانی هماهنگ خواهد بود و طبیعت را تخریب نخواهد کرد (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱، ص. ۴۷). از این رو، منابع و جاذبه‌های گردشگری در تمامی بخش‌های برنامه‌ریزی و مدیریتی گردشگری اهمیت فراوانی یافته است؛ اما استفاده از مواهب گردشگری جز با فراهم‌کردن بستر مناسب توسعه گردشگری امکان‌پذیر نیست. بنابراین، شناسایی جاذبه‌ها در مرحله اول و برنامه‌ریزی برای توسعه آن‌ها در مراحل بعدی، همچنین

جدول ۳- تحلیل ابعاد فضای کارآفرینی سکونت‌گاه‌های روستایی پیرامونی امامزاده

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

فاصله اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت میانگین	معناداری	آماره آزمون T	میانگین	مؤلفه‌ها
حد بالا	حد پایین					
-۱۷۶۸	-۳۶۸۵	-۲۷۱۲۸	۰/۰۰۰	-۵,۶۶۳	۳,۷۲	فردی
-۱,۴۸۸۸	-۱,۷۴۵۲	-۱,۶۱۷۰۲	۰/۰۰۰	-۲۴,۸۸۶	۲,۳۸	اقتصادی
-۶۲۹۰	-۸۳۹۱	-۷۳۴۰۴	۰/۰۰۰	-۱۳,۷۸۴	۳,۲۶	اجتماعی
-۹۹۴۱	-۱,۲۱۸۷	-۱,۱۰۶۳۸	۰/۰۰۰	-۱۹,۴۴۰	۲,۸۹	زیرساختی

۲.۴. مؤلفه اشتغال

به منظور ارزیابی اثرات کارآفرینی گردشگری مذهبی بر بهبود شاخص‌های مورد بررسی در بعد اشتغال از دیدگاه خانوارهای روستایی مورد مطالعه، از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. تحلیل شاخص‌های مورد نظر جهت تبیین اثرات گردشگری مذهبی بر بهبود شاخص‌های اشتغال در جامعه آماری مورد مطالعه، براساس آزمون t تک نمونه‌ای، نشان‌دهنده عدم تأثیرگذاری گردشگری مذهبی بر ابعاد

مؤلفه‌های مورد نظر در جدول (۴) می‌باشد. با احتساب دامنه طیفی مورد بررسی که بین ۱ تا ۵ و براساس طیف لیکرت در نوسان است، نتایج نشان می‌دهد، از میان ۱۰ شاخص مورد بررسی، غیر از شاخص‌های گسترش فرصت‌های اشتغال برای ساکنان غیربومی و گسترش اشتغال در بخش ساختمان بقیه شاخص‌ها کم‌تر از حد متوسط ارزیابی شده‌اند. این تفاوت در سطح ۰/۰۵ درصد معنادار و تفاوت مؤلفه‌ها از مطلوبیت عددی مورد آزمون، به شکل منفی است.

جدول ۴- تأثیرات کارآفرینی گردشگری مذهبی بر اشتغال خانوارهای روستایی مورد مطالعه براساس تفاوت از حد مطلوب

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

فاصله اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت میانگین	معناداری	درجه آزادی	آماره آزمون T	مؤلفه
حد بالا	حد پایین					
-۰/۵۴	-۰/۸۸	-۰/۷۱۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۸,۲۹۲	فرصت‌های شغلی برای ساکنان
-۰/۰۲	-۰/۳۶	-۰/۱۹۰	۰/۰۳۰	۱۹۹	-۲,۲۰۷	فرصت‌های اشتغال برای جوانان
-۱,۰۴	-۱,۳۴	-۱,۱۹۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۱۵,۶۳۰	فرصت‌های اشتغال برای زنان
۰/۴۶	۰/۱۰	۰/۲۸۰	۰/۰۰۲	۱۹۹	۳,۱۱۲	فرصت‌های اشتغال برای ساکنان غیربومی
۰/۹۴	۰/۶۶	۰/۸۰۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	۱۱,۰۳۸	اشتغال در بخش تولیدات محلی و بومی برای گردشگران
۰/۰۹	-۰/۳۱	-۰/۱۱۰	۰/۲۷۶	۱۹۹	-۱,۰۹۶	فرصت‌های تأسیس شرکت‌های ارائه خدمات گردشگری
-۰/۸۲	-۱,۱۸	-۱,۰۰۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۱۱,۲۶۶	وجود تقاضا و بازار جهت فروش تولیدات محلی
-۰/۱۷	-۰/۵۳	-۰/۳۵۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۳,۷۸۳	جذب نیروهای محلی برای ایجاد و اداره کردن سازه‌ها
-۰/۷۸	-۱,۱۲	-۰/۹۵۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۱۰,۹۳۳	بالارفتن انگیزه زنان و جوانان در شاغل شدن
-۰/۵۳	-۰/۸۳	-۰/۶۸۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۹,۲۲۸	رفع معضل بیکاری

۳.۴. مؤلفه درآمد

تحلیل شاخص‌های مورد نظر جهت تبیین اثرات کارآفرینی گردشگری مذهبی بر بهبود شاخص‌های درآمد در جامعه آماری مورد مطالعه، براساس آزمون t تک نمونه‌ای نشان‌دهنده عدم تأثیرگذاری گردشگری مذهبی بر مؤلفه‌های مورد نظر در جدول (۵) می‌باشد. با احتساب دامنه طیفی مورد بررسی که

بین ۱ تا ۵ و براساس طیف لیکرت در نوسان است، نتایج نشان می‌دهد، از میان ۷ شاخص مورد بررسی، تمامی شاخص‌ها کم‌تر از حد متوسط ارزیابی شده‌اند. این تفاوت در سطح ۰/۰۵ درصد معنادار، و تفاوت مؤلفه‌ها از مطلوبیت عددی مورد آزمون، به شکل منفی می‌باشد.

جدول ۵- تأثیرات کارآفرینی گردشگری مذهبی بر درآمد خانوارهای روستای مورد مطالعه براساس تفاوت از حد مطلوب

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

فاصله اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت میانگین	معناداری	درجه آزادی	آماره آزمون T	مؤلفه
حد بالا	حد پایین					
-۱,۴۹	-۱,۷۷	-۱,۶۳۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۲۲,۶۴۱	عامل اصلی شکاف و اختلاف درآمد خدمات گردشگری
۱,۳۴	۰/۹۴	۱,۱۴۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	۱۱,۳۴۱	سود زیاد برای گروه اندکی از ساکنان
-۰,۰۴	-۰/۴۲	-۰/۲۳۰	۰/۰۱۶	۱۹۹	-۲,۴۴۴	افزایش سطح درآمد ساکنان از خدمات گردشگری
-۱,۵۶	-۱,۸۰	-۱,۶۸۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۲۸,۷۶۹	افزایش قیمت مسکن و اراضی برای ایجاد سازه‌های گردشگری
-۱,۴۲	-۱,۶۸	-۱,۵۵۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۲۴,۱۵۹	افزایش درآمد از محل تولیدات و خدمات گردشگری
-۰/۶۵	-۱,۱۲	-۰/۸۹۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۷,۴۹۰	کاهش وابستگی به درآمدهای کشاورزی
-۰/۳۸	-۰/۸۰	-۰/۵۹۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۵,۶۹۷	تنوع درآمدهای ساکنان

۴.۴. مؤلفه مهاجرت

طیفی مورد بررسی که بین ۱ تا ۵ و براساس طیف لیکرت در نوسان است، نتایج نشان می‌دهد، از میان ۷ شاخص مورد بررسی، تمامی شاخص‌ها کم‌تر از حد متوسط ارزیابی شده‌اند. این تفاوت در سطح ۰/۰۵ درصد معنادار و تفاوت مؤلفه‌ها از مطلوبیت عددی مورد آزمون، به شکل منفی است (جدول ۶).

تحلیل شاخص‌های مورد نظر جهت تبیین اثرات کارآفرینی گردشگری مذهبی بر وضعیت مهاجرت در میان خانوارهای مورد مطالعه، براساس آزمون t تک نمونه‌ای، نشان‌دهنده عدم تأثیرگذاری گردشگری مذهبی بر مؤلفه‌های مورد نظر می‌باشد. با احتساب دامنه

جدول ۶- تأثیرات کارآفرینی گردشگری مذهبی بر مهاجرت خانوارهای روستای مورد مطالعه براساس تفاوت از حد مطلوب

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

فاصله اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت میانگین	معناداری	درجه آزادی	آماره آزمون T	مؤلفه
حد بالا	حد پایین					
-۱,۲۸	-۱,۵۲	-۱,۴۰۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۲۲,۳۶۲	کاهش مهاجرت‌های روستاشهری
-۱,۲۰	-۱,۴۶	-۱,۳۳۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۱۹,۹۸۸	افزایش تعلق خاطر به روستاییان
-۱,۰۷	-۱,۳۱	-۱,۱۹۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۱۹,۰۸۲	بالارفتن انگیزه ماندگاری در بین مردم
-۰/۷۵	-۱,۰۱	-۰/۸۸۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۱۳,۶۶۲	بالارفتن انگیزه جوانان جهت سکونت
-۰/۹۲	-۱,۱۶	-۱,۰۴۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۱۷,۸۱۲	معکوس شدن روند کاهش جمعیت
-۰/۴۳	-۰/۷۱	-۰/۵۷۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۸,۲۷۱	جلوگیری از مهاجرت افراد تحصیل کرده
-۱,۲۵	-۱,۴۳	-۱,۳۴۰	۰/۰۰۰	۱۹۹	-۳۰,۴۸۹	کاهش مهاجرت با ایجاد امکانات و خدمات زیربنایی

می‌دهد، با افزایش اثرات هر کدام از ابعاد مورد بررسی، افزایش معناداری در دو بعد دیگر وجود دارد، بنابراین، می‌توان گفت رابطه معناداری میان ابعاد اشتغال، درآمد و مهاجرت با یکدیگر وجود داشته و افزایش اثرگذاری هر کدام از این ابعاد، افزایش اثرگذاری را در دیگر ابعاد به همراه دارد (جدول ۷).

تحلیل و بررسی ماتریس همبستگی ابعاد مورد بررسی، جهت تحلیل اثرات کارآفرینی گردشگری مذهبی بر ابعاد اشتغال، درآمد و مهاجرت در سطح خانوارهای مورد مطالعه نشان می‌دهد، رابطه معناداری میان ابعاد مورد بررسی وجود دارد. یافته‌های به دست آمده از ضریب همبستگی پیرسون نشان

جدول ۷- رابطه بین متغیرهای مورد بررسی براساس ضریب همبستگی پیرسون

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

مهاجرت	درآمد	اشتغال	متغیرها	
			ضریب همبستگی	درجه معنی‌داری
۰/۵۸۶**	۰/۲۴۸**	۱	ضریب همبستگی	اشتغال
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۲۰۰	درجه معنی‌داری	
۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	تعداد	
۰/۲۶۰**	۱	۰/۲۴۸**	ضریب همبستگی	درآمد
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	درجه معنی‌داری	
۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	تعداد	
۱	۰/۲۶۰**	۰/۵۸۶**	ضریب همبستگی	مهاجرت
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	درجه معنی‌داری	
۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	تعداد	

افراد مهاجرت کرده به نواحی روستایی مورد مطالعه و افراد دارای مغازه تشکیل می‌دهند. بنابراین، از طرفی با ورود گردشگران و رونق کسب‌وکار مغازه‌داران و از طرفی دیگر، گسترش ساخت‌وسازهای مربوط به بخش مسکن باعث بهبود وضعیت شغلی، درآمدی و کاهش تمایل به مهاجرت در میان افراد غیربومی در محدوده مورد مطالعه شده است (جدول ۸، ۹ و ۱۰).

بررسی رابطه میان اثربخشی گردشگری مذهبی در ابعاد اشتغال، درآمد و مهاجرت و شغل پاسخ‌دهندگان، با استفاده از آزمون توکی نشان می‌دهد، رابطه معناداری میان اثربخشی گردشگری مذهبی و شاغلان بخش آزاد وجود دارد؛ به طوری که گردشگری مذهبی بر افراد شاغل در بخش آزاد اثرات مثبتی را در ابعاد اشتغال و درآمد و مهاجرت به همراه داشته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد، بیش‌تر افراد شاغل در بخش آزاد را

جدول ۸- رابطه میان اثربخشی کارآفرینی گردشگری مذهبی و شغل پاسخ‌دهندگان در بعد اشتغال (آزمون توکی)

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

F	حد بالا	حد پایین	معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	گروه‌ها
۴,۶۸۰	۴۷۶۸.	۴۴۶۸-.	۰۰۰.۱	۱۶۷۷۱.	۰۱۵۰۰.	کشاورز
	۰۲۱۲.	۵۱۲۶-.	۰۸۷.	۰۹۶۹۴.	۲۴۵۷۱-.	دولتی
	۲,۰۵	۷۳.	۰۰۳.	۳۲۵.	۱,۶۵۸*	آزاد
	۲۴۹۵.	۳۹۱۷-.	۹۷۳.	۱۱۶۴۵.	۰۷۱۱۱-.	سایر

* معناداری: در سطح پنج درصد

جدول ۹- رابطه میان اثربخشی کارآفرینی گردشگری مذهبی و شغل پاسخ‌دهندگان در بعد درآمد (آزمون توکی)

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

F	حد بالا	حد پایین	معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	گروه‌ها
۴,۳۵۴	۰۴۳۴.	۲۹۹۷-.	۲۴۳.	۰۶۲۳۱.	۱۲۸۱۴-.	کشاورز
	۶۰۳۸.	۰۵۰۶-.	۱۴۱.	۱۱۸۸۳.	۲۷۶۶۲.	دولتی
	۲,۱۳	۶۹.	۰۰۴.	۲۸۴.	*۱,۴۳۲	آزاد
	۱۳۹۲.	۲۳۹۰-.	۹۵۰.	۰۶۸۶۹.	۰۴۹۹۱-.	سایر

* معناداری: در سطح پنج درصد

جدول ۱۰- رابطه میان اثربخشی کارآفرینی گردشگری مذهبی و شغل پاسخ‌دهندگان در بعد مهاجرت (آزمون توکی)

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

F	حد بالا	حد پایین	معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	گروه‌ها
۶,۲۱۶	۲۵۶۷.	۳۹۸۵-.	۹۷۶.	۱۱۸۹۸.	۰۷۰۸۷-.	کشاورز
	۰۶۲۵.	۵۳۱۹-.	۱۹۴.	۱۰۷۹۲.	۲۳۴۷۰-.	دولتی
	۱,۳۲	۳,۰۳	۰۰۱.	۴۰۲.	*۲,۰۴۰	آزاد
	۱۳۹۰.	۶۴۸۰-.	۳۸۸.	۱۴۲۹۱.	۲۵۴۵۵-.	سایر

* معناداری: در سطح پنج درصد

با میانگین ۱,۲۵ اختصاص یافته است. بررسی میانگین رتبه‌های داده‌های حاصل از تحلیل مؤلفه‌های افزایش درآمد و ایجاد اشتغال پایدار نشان‌دهنده، پایین بودن تأثیرات گردشگری مذهبی در افزایش درآمد و ایجاد اشتغال پایدار برای خانوارهای روستایی و به میزان کم‌تر از حد متوسط است (جدول ۱۱).

بررسی تأثیرات کارآفرینی گردشگری مذهبی در ابعاد مورد بررسی افزایش درآمد و ایجاد اشتغال پایدار براساس آزمون فریدمن، نشان می‌دهد که بین میانگین ابعاد افزایش درآمد و ایجاد اشتغال پایدار در سطح آلفا ۰/۰۱ تفاوت معناداری وجود دارد. در این بین، بیش‌ترین میانگین رتبه‌ای مربوط به اشتغال پایدار با میانگین رتبه‌ای ۱,۴۷ و کم‌ترین آن به افزایش درآمد

جدول ۱۱- معناداری تفاوت میانگین رتبه‌های ابعاد افزایش درآمد و ایجاد اشتغال پایدار خانوارهای نمونه براساس آمارهٔ آزمون فریدمن

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

مؤلفه‌ها	تعداد	میانگین عددی	میانگین رتبه‌ای فریدمن
اشتغال پایدار	۲۰۰	۲,۵۸	۱,۴۷
درآمد	۲۰۰	۲,۲۲	۱,۲۵
کای دو	۵۲,۵۴		
درجهٔ آزادی	۱		
سطح معناداری	۰/۰۰۰		

افزایش احساس تعلق مکانی با میانگین ۱,۴۷ اختصاص یافته است. بررسی میانگین رتبه‌های داده‌های حاصل از تحلیل مؤلفه‌های افزایش احساس تعلق مکانی و کاهش مهاجرت‌های روستایی، نشان‌دهندهٔ پایین بودن تأثیرات کارآفرینی گردشگری مذهبی در افزایش احساس تعلق مکانی و کاهش مهاجرت‌های روستایی خانوارهای روستایی و به میزان کم‌تر از حد متوسط است.

بررسی تأثیرات کارآفرینی گردشگری مذهبی در ابعاد مورد بررسی افزایش احساس تعلق مکانی و کاهش مهاجرت‌های روستایی براساس آزمون فریدمن، نشان می‌دهد، بین میانگین افزایش احساس تعلق مکانی و کاهش مهاجرت‌های روستایی در سطح آلفا ۰/۰۱ تفاوت معناداری وجود دارد. در این بین، بیش‌ترین میانگین رتبه‌ای مربوط به کاهش مهاجرت‌های روستایی با میانگین رتبه‌ای ۱,۶۹ و کم‌ترین آن مربوط به

جدول ۱۲- معناداری تفاوت میانگین رتبه‌ای افزایش احساس تعلق مکانی و کاهش مهاجرت‌های روستایی خانوارهای نمونه

براساس آمارهٔ آزمون فریدمن

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴

مؤلفه‌ها	تعداد	میانگین عددی	میانگین رتبه‌ای فریدمن
افزایش احساس تعلق مکانی	۲۰۰	۱,۷۱	۱,۴۷
کاهش مهاجرت‌های روستایی	۲۰۰	۱,۹۶	۱,۶۹
کای دو	۳۷,۲۴۷		
درجهٔ آزادی	۱		
سطح معناداری	۰/۰۰۰		

برای ساکنان غیربومی و خانوارهایی که در نزدیک امامزاده محمدابن ابراهیم (ع) روستای حاج سیران ساکن هستند، بوده است. مؤلفه‌های شاخص درآمد نشان می‌دهد ساکنان نسبت به وضعیت درآمد به واسطهٔ فعالیت‌های گردشگری دیدگاه مثبتی ندارند، تنها به یک شاخص از مؤلفه‌های درآمد که گفته شده کارآفرینی گردشگری سود زیادی را برای گروه اندکی از ساکنان این روستا ایجاد کرده است و در شاخص مهاجرت، اکثریت پاسخ‌گویان بیان کرده‌اند که گسترش گردشگری در کاهش مهاجرت‌های روستا شهری و سایر متغیرها تأثیر قابل توجهی نداشته است.

مقایسهٔ نتایج سایر تحقیقات نیز اثرات متفاوتی را نشان می‌دهد؛ به این صورت که ایزد و ابراهیمی (۱۳۹۳) در تحقیق خود به بررسی آثار اجتماعی و اقتصادی کارآفرینی گردشگری بر توسعهٔ روستایی پرداخته و به این نتایج دست یافتند که ورود گردشگران موجب تأثیرات مثبت و معناداری در بهبود

۵. بحث و نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر به بررسی اثرات توسعهٔ گردشگری مذهبی در خلق ایده‌های بکر و فرصت‌های نوین کارآفرینانه و در مرحلهٔ بعد اثرات آن بر افزایش درآمد و اشتغال و وضعیت مهاجرت در نواحی روستایی پرداخته شد. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که زمینه‌های موجود گردشگری مذهبی در منطقهٔ مورد مطالعه باعث بروز و خلق ایده‌های کارآفرینانه نشده و باید اقداماتی هم‌چون: حمایت‌های نهادی در آموزش و خلق مسیرهای جدید جهت ایجاد فرصت‌ها برای توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینانهٔ گردشگری مذهبی با ارتقای میزان دانش و مهارت کافی مردم جهت انجام فعالیت‌های تولیدی و خدماتی مرتبط با گردشگری، ایجاد زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل کالایی و مسافری برای گردشگران و بالابردن فرهنگ پذیرش و استقبال از گردشگران را اعمال کرد؛ اما در بین ابعاد اشتغال، درآمد و مهاجرت تنها در بعد اشتغال، تأثیراتی داشته است؛ البته این تأثیرات بیش‌تر

کارآفرینی گردشگری موجب بروز تغییرات اقتصادی، اجتماعی و کالبدی، تشدید ارتباطات اجتماعی و اقتصادی، افزایش احساس امنیت اجتماعی، کاهش تنش اجتماعی در کنار آلودگی‌های زیست‌محیطی شده است.

یادداشتها

1. WTO
2. Ajit
3. Santos
4. Icep
5. Christian Sen
6. Newman
7. Kim
8. Sharron
9. Williams
10. Benjamins
11. Bhujyan
12. Matyas
13. Nijkamp
14. Sarmiento
15. Sharpley
16. Olsen
17. Zhang

درآمد روستاییان و توسعه امکانات بهداشتی عمومی، بهبود دفع فاضلاب و دفع زباله، توسعه سکونت‌گاه‌ها و معابر روستاها و غیره شده است. همچنین، موجب اثرات منفی ناهنجاری زیستی و اجتماعی نیز شده است. مؤمنی و صرافی (۱۳۸۷) با بررسی ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی- فرهنگی و ضرورت مدیریت یک‌پارچه در کلان‌شهر مشهد به این نتیجه دست یافته‌اند که ورود گردشگر مذهبی باعث مشارکت داوطلبانه و خیرخواهانه مردمی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد در مشهد می‌شود و گردشگری مذهبی همچنین، منجر به اسکان غیررسمی و گسستگی مدیریت شهری می‌شود. تقوایی و هم‌کاران (۱۳۸۹) با تحلیل توسعه گردشگری مذهبی، مطالعه موردی: شهرستان نورآباد ممسنی، به این نتیجه رسیده‌اند که: وجود امامزاده‌ها و مکان‌های مذهبی، زمینه مساعدی را برای جذب گردشگر مذهبی و توسعه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری فراهم می‌آورد که منجر به توسعه زیرساخت‌ها و رفع مشکلات شهرستان ممسنی می‌شود. رحمانی و همکاران (۱۳۹۲) با بررسی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج، به این نتایج دست یافته‌اند که گسترش

کتابنامه

1. Aghajani, H., & Ganjehkhor, Z. (1389/2010). Exploring role of psychological characteristics on independent entrepreneurship process (Case Study: Mazandaran Province entrepreneurs). *Change Management Journal (Journal of Management)*, 2(4), 118-140. [In Persian]
2. Ahmadi-e-Shadpurabadi, M., & Sabzabadi, A. (1390/2011). An analysis of the development potential of cultural tourism metropolis of Qom. *Journal of National Studies*, 12(2), 83-112. [In Persian]
3. Ajit, S. K. (2004, August). Quest for good governance: Contribution and potential of religious institutions as stakeholders. In *Monash Governance Research Unit Conference*, 27(1), 1-15.
4. Aref, F. (2011). The effects of tourism on quality of life: a case study of Shiraz, Iran. *Life Science Journal*, 8(2), 26-30.
5. Azimi Hashemi, M., Shariati Mazinani, S., & Azam Kari, F. (1391/2012). Socio-Cultural dimensions of a sustainable pilgrimage of Mashhad city. *Journal of Iranian Social Studies*, 6(3), 131-156. [In Persian]
6. Benjamins, M.R. (2005). Religious influence on perspective health case use in a nationally representative sample of middle-age women. *Journal of Behavior Medicine*, 27(1), 475-497.
7. Bhuiyan, M. A. H., Siwar, C., Ismail, S. M., Islam, R., & Ehsan, D. (2011). Potentials of Islamic tourism: A case study of Malaysia on east coast economic region. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(6), 1333-1340.
8. Boroujeni, H., & Tohidlou, M. (1390/2011). Studied the pattern of effective management of tourism: religious destination Mashhad. *Journal of Tourism Studies*, 7(52), 16-25. [In Persian]
9. Christensen, A. (1369/1990). *Iran in Sassanid era* (R. Tasami Trans.). Tehran: Donya-e ketab Publication. [In Persian]
10. Darban-e-Astaneh, A., Ghadiri-e-Masoom, M., & Firoozi, M. (1391/2012). Examines the relationship between organizational performance and entrepreneurial skills of rural local managers (Case study: RM Qazvin Province). *Journal of Rural Researches*, 3(1), 27-59. [In Persian]

11. Durant, W. (1380/2001). *The history of civilization* (A. Aram, Trans.). (6st ed.), Tehran: Islamic Revolution press. [In Persian]
12. Ebrahimzadeh, E., Kazemizadeh, S., & Eskandar Sani, M. (1390/2012). Strategic Planning for Tourism Development, with a great focus on religious tourism (Case study: Qum city). *Journal of Human-Geographical Studies*, 43(76), 118-141. [In Persian]
13. Eizad, E., & Ebrahimi-e-Koohinhe, M. (1393/2014). Analyze the effects of tourism on rural development. *Journal of Rural Development Strategy*, 1(1), 71-83. [In Persian]
14. Ejtahednejhad-e-Kashani, S., & Ghavami, N. (1391/2012). Pilgrim dual explorer in the lived experience of three generations (Case Study: Shahid Beheshti University staff). *Journal of Social Studies*, 6(3 & 4), 5-26 [In Persian]
15. Estelaji, A., & Khoshniyat, M. (1391/2012). Cognition of tourism efficiency and exposition of better tourism development pattern in the point of view of functional geography (Case study: Rey city). *Journal of Geography*. 10(34), 251- 275. [In Persian]
16. Faraji-e-Sabokbar, H., Badri, A., Sojasi-e-Gheidari, H., Sadeghloo, T., & Shahdadi, A. (1390/2011). Evaluate the development of entrepreneurship in rural areas by using Prometea, *Human Geography Research Quarterly*, 43(75), 53-68. [In Persian]
17. Ghaderi, E. (1386/2007). *General study of tourism industry situation in the country*. Tehran: Majlese Shoraye Eslami study cener, cultural studies office. [In Persian]
18. Ghanian, M., Khani, F., & Baghaei, L. (1390/2011). Evaluation of entrepreneurship climate in rural tourism (Case study: Oraman region). *Journal of Rural Researches*, 2(7), 99-123. [In Persian]
19. Hashemi, S. (1390/2011). *Clarifying the role of local institutions in the development of rural entrepreneurship*. Unpublished doctoral dissertation, Tehran University, Tehran, Iran. [In Persian]
20. Icep. (1997). Religious Tourism. *Tourism Sources Markets*, 12(1), 30-33.
21. Jahangiri, A. (1381/2002). Sustainable development and entrepreneurship in the state. *Proceeding of the Challenges and Prospects for Development Conference in Iran*, Tehran, Publication Management and Planning Education and Research Institute. [In Persian]
22. Kim, K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community* Doctoral dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University.
23. Mahdavi, D. (1383/2004). *The role of tourism in development of rural areas located around urban areas and presenting a strategic model* (Case study: Lavasane Koochak village). Unpublished master's thesis, Tarbiate Modarres University, Tehran, Iran. [In Persian]
24. Momeni, M., Sarrafi, M., & Ghasemi-e-Khozani, M. (1387/2009). Religious tourism structure and functioning and endogenous management in Mashhad metropolitan. *Quarterly Geography and Development*, 6(11), 13-38. [In Persian]
25. Monshizade, R. (1385/2007). *Tourism*. Tehran: Masee Publication. [In Persian]
26. Nahavandi, M., & Nemati, F. (1389/2010). Threats and opportunities of pilgrimage tourism in Iran. *Iranian Society of Cultural Studies and Communication Quarterly*, 6(20), 145-172. [In Persian]
27. Neuman, L. W. (2002). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches.
28. Olsen, D. H. (2006). Management issues for religious heritage attractions. *Tourism, religion and spiritual journeys*, 4(1), 104-120.
29. Rahmani, Kh., Poor Taheri, M., & Rokaldin Eftekhari, A. (1392/2013). Strategic planning development of religious tourism in rural areas, (Case study: religious places Uraman villages with beds, a carpenter and Hajj). *Journal of Spatial Planning*, 17(1), 66-43. [In Persian]
30. Rezvani, A. A. (1379/2000). *Geography and tourism industry*. Tehran: Payame Noor University. [In Persian]
31. Rezvani, M. R. (1384/2005). *Rural tourism development (Sustainable tourism approach)*. Tehran: Tehran University press. [In Persian]

32. Rezvani, M. R. (1387/2008). *Rural tourism development*. Tehran: Tehran University press. [In Persian]
33. Rokaldin-e-Eftekhari, A., & Ghaderi, E. (1381/2002). The effects of rural tourism on rural development. *Journal of Modarres Human Sciences*, 6(2), 23-41. [In Persian]
34. Rokaldin-e-Eftekhari, A., & Sojasi-e-Gheidari, H. (1389/2010). *Rural development with an emphasis on entrepreneurship*. Tehran: SAMT Press. [In Persian]
35. Saeedi, A., & Soltani-e-Moghadas, R. (1392/2013). The Role of second homes in tourism and capital flows in rural areas (Case study: Binaloud area). *Journal of Geography*, 11(36), 33-53. [In Persian]
36. Saeedi, A., Mahmoudi, M., & Khodadadi, P. (1391/2012). Rural tourism: Requirements and limitations with refers to Districts Jawaherdeh (Mazanderan) and Sarvabad (Kordestan). *Journal of Geography*, 10(35), 5 -19. [In Persian]
37. Saeedi, A., Rahmani-e-Fazli, A., & Ahmadi, M. (1393/2014). Annexation of rural settlements to Zanjan City (Case study: Sayan and Gawazang villages). *Journal of Housing and Rural Environment*, 33(145), 3-16. [In Persian]
38. Santos, M. D. G. M. P. (2002). Fátima: religious tourism in a sanctuary-city.
39. Shahande, B. (1380/2001). *Ecotourism is not only circulating in the nature*. *Green Wave Quarterly*, 2(7), 51-49. [In Persian]
40. Sharpley, R. & Sharply, J. (1380/2001). *Rural tourism*. (1st ed., R. Monshizadeh, & F. Nasiri, Trans.). Tehran: Monshi Press. [In Persian]
41. Sharron, S. L., Lee, D., & Laing, J. (2011). Tourism partnerships in protected areas: exploring contributions to sustainability. *Environmental Management*, 48(4), 734-749.
42. Statistical Center of Iran. (1390/2011). *Population census calendar 2011*. Tehran: Iran Statistics Center. [In Persian]
43. Taghvaei, M., Mousavi, S., & Golami-e-Bimorgh, Y. (1389/2010). Study to religious tourism development, (Case study: Norabad Mamsani county). *Journal of Geographical Space*, 10(31), 39-64. [In Persian].
44. Williams, D. R., & McIntyre, N. (2012). Place affinities, lifestyle mobility's, and quality-of-life. In *Handbook of tourism and quality-of-life research* (pp. 209-231). Springer Netherlands.
45. World tourism organization. (2008). *Tourism highlights (2008ed)*. Madrid: World tourism organization
46. Zhang, M., Huang, L., Wang, J. H., Liu, J., Jie, Y. G., & Lai, X. (2007). Religious tourism and cultural pilgrimage: A Chinese perspective. *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective*, 98-112.

Evaluation of the Impact of Religious Tourism on the Entrepreneurship Development of Peripheral Villages (Case Study: Garepooshtloo Region – Zanjan County)

Ali Abdollahi¹- Mohammad Javad Abbasi^{2*}

1- Assistant Prof., in Commercial Management, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

2- Ph.D. Candidate of Geography and Rural Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Received: 24 February 2015

Accepted: 30 April 2016

Extended Abstract

1. INTRODUCTION

Tourism is one of the most efficient processes used to encourage economic growth in countries that due to producing single product or limited energy sources have motionless and vulnerable economic system. In other words, tourism in modern terms is considered a phenomenon which is an inseparable part of today's industrial society and is an important "ring" in the chain of recycling in the society. Therefore, entrepreneurial activities of religious tourism in rural settlements, fundamental acceptance of synthetic responsibilities against people (occupation, hygiene, education, human rights, benefits, continuity of financial and economical incomes as well as conservation of resources and environment) are considered as undeniable necessities for a good entrepreneurship by companies and organizations, and a great switch is being undertaken from maximization of value for stock-holders to maximization of value beneficiaries. The objective of the current research is to study the beneficial effects of religious tourism entrepreneurship in rural areas and their possible effects on economic growth along with rural development in the rural areas.

- 1- Does increasing tourism have a positive effect on entrepreneurship space in rural areas?
- 2- Does increasing tourism have a positive effect on occupation income and decreasing emigration from villages to cities in the case study rural area?

2. THEORETICAL FRAMEWORK

In terms of rural tourism, we can state that, on one hand, preparing new opportunities for most of villages brings livelihood, and that on the other hand, uncontrolled development of those areas leads to social and ecological damages in rural accommodation. The surveys reveal that the development of tourism in rural areas can have positive effects such as life quality, increasing rural

population's cooperation, increasing mental health of the rural population and economic stability. One of the most important types of tourism that can have good effects in the development of rural areas is supposed to be religious tourism. The evidences left from great civilizations of the Middle East and ancient Egypt and etc., and also the evidences remained before history reveal that from very long time ago a lot of people set off for religious travels, in a way that huge mass of pilgrimages had accepted any kind of danger in order to do their religious duties and even had started very long travels in order to do so. In fact, religious wandering and tourism has a deep "root" in religious beliefs and credence's of people. Hence, entrepreneurial activities of religious tourism in rural settlements, fundamentals acceptance of synthetic responsibilities against people (occupation, hygiene, education, human rights, benefits, continuity of financial and economical incomes, and also conservation of resources and environment) is considered as an undeniable necessity for a good entrepreneurship by companies and organizations, and a great switch is being undertaken from maximization of value for stock-holders to maximization of value beneficiaries.

3. METHODOLOGY

This study is an applied research and in the present study explanation of religious tourism and its effects on rural development has been studied. This study is a practical one and the descriptive-analytical methodology has been used, the data were collected through field and library data collection methods (questionnaire, questioning and observation) and the descriptive statistic methodology (e.g., calculation of frequency, variance, and the mean value) and deductive methodology (e.g., the correlation coefficient, the single sample T parameter, the Tokay test and the Freedman test) were used to analyze the data.

4. DISCUSSION

The importance of this study lies in emergence of obstacles to the creation of entrepreneurial ideas in

the field of religious tourism and investigation affecting factors on employment, income and migration in rural settlements.

5. CONCLUSION

The results of the present study indicate that religious tourism had not effect on the creation of entrepreneurial ideas; however, among different component of occupation, income and immigration,

occupation was the only aspect influenced by religious however apparently non-native settlers and the households settled in vicinity of the holey shrine of Imamzde Hajiseirn were influenced more than the others.

Key words: Religious tourism, rural entrepreneurship, the holey shrine of Imamzade Mohammad-Ibn-Ibrahim, Haji Siran village.

How to cite this article:

Abdollahi, A. M. & Abbasi, M. J. (2016). Evaluation of the impact of religious tourism on the entrepreneurship development of peripheral villages (Case study: Garepooshtloo region – Zanjan county). *Journal of Research & Rural Planning*, 5(2), 47-62.

URL <http://jrrp.um.ac.ir/index.php/RRP/article/view/44713>

ISSN: 2322-2514

eISSN: 2383-2495