

امکان سنجی طراحی خدمات گردشگری زیارتی در ایران

پژوهش موردی: حرم حضرت رضا علیه السلام^۱

زینب قیصریه^۱، وحید چوپانکاره^۲

^۱ کارشناس ارشد طراحی صنعتی، دانشگاه صنعتی امیرکبیر

^۲ عضو هیات علمی گروه طراحی صنعتی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران

نویسنده مسئول:

وحید چوپانکاره

چکیده

زیارت در اسلام، به ویژه در فرهنگ غنی تشیع، از جایگاه والایی برخوردار است. اولیای الهی و امامان معصوم (ع) پیروان خود را دعوت به زیارت کرده اند و پاداش فراوانی برای زائران برشمرده اند. ویژگی های یک زائر متفاوت با ویژگی های که یک مسافر معمولی است، لذا دارای شأن و مقامی است و برای ائمه اطهار نیز از جایگاه والایی برخوردار است. از همین رو می بایست برای رفاه و سهولت زائرین هنگام زیارت بیش از پیش برنامه ریزی گردد. زائرین با ورودشان به اماکن زیارتی نباید با مشکلاتی مواجه شوند که آداب زیارت را تحت شعاع قرار دهد. به محض مطرح شدن مشکلات در مورد گروه خاصی از زائرین، راه حل ها خود را در قالب محصولات نشان می دهند. در حالیکه باید فراتر از محصولات، خدماتی که این محصولات را پشتیبانی می نمایند تا در نهایت رضایت و آرامش زائرین را فراهم سازند، در نظر گرفته شوند.

در این پژوهش ابتدا شناختی از طراحی خدمات ارائه شده و به اصول، شاخه ها و ابزارهای آن اشاره می شود. سپس شرحی از طراحی خدمات گردشگری به عنوان یکی از زیر مجموعه های طراحی خدمات ارائه می گردد. در ادامه ضرورت طراحی خدمات زیارتی توضیح داده می شود. بدان علت که شهر مشهد پایتخت گردشگری مذهبی ایران محسوب می گردد، از بین اماکن مختلف زیارتی در ایران، حرم حضرت علی ابن موسی الرضا (ع) به عنوان فضای مورد مطالعه انتخاب گردیده است. و در حین این پژوهش که به کمک ابزارهای مطرح شده طراحی خدمات صورت گرفته است، روندی برای طراحی خدمات زیارتی در حرم حضرت رضا (ع) پیشنهاد می گردد.

واژه های کلیدی: طراحی خدمات، گردشگری، زیارت، آستان قدس رضوی

۱. این مقاله از پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده اول با عنوان "طراحی مجموعه خدمات و محصول جهت تسهیل زیارت حرم حضرت رضا (ع)" به راهنمایی نگارنده دوم استخراج یافته است. بدینوسیله از استاد محترم راهنمای دوم جناب آقای دکتر شهابی حقیقی نیز تشکر و قدردانی میگردد.

۱. مقدمه

در این مقاله سعی شده است، مفهوم طراحی خدمات در حوزه گردشگری زیارتی در ایران بررسی شود. در کشورمان بخش عظیمی از سفرهای هموطنان و گردشگران خارجی به مقصد شهرهای زیارتی مانند مشهد، قم و شیراز انجام می شوند. در طراحی خدمات زیارتی هدف اصلی تامین آرامش و رفاه زائرین در طول مدت زیارت می باشد، خواه این زائر کودک خردسال که همراه والدین خود به زیارت آمده و یا فردی نابینا یا سالمند باشد. برای کودکانی که پا به اماکن مقدس می گذارد باید امکانات و خدماتی در نظر گرفت تا ساعات حضورش در این بارگاه ملکوتی همراه با لذت و آرامش باشد و خاطره ماندگاری از سفر زیارتی برایش به یادگار بماند.

برای فردی نابینا که با شور و اشتیاق به زیارت میاید باید فضا و تجهیزات و خدمات در کنار هم طوری طرح گردد که مشکلات او بسیار اندک باشد تا بتواند به راحتی زیارت نامه خوانده و از صحن ها عبور کرده و مسیرش را پیدا کند. زمانیکه فردی با ناتوانی جسمی در فضای حرم برای زیارت با مشکلی مواجه نمی شود بطور حتم از دغدغه های فکری او کاسته می شود، در نتیجه با حضور قلب و آرامش بیشتر به عبادت و زیارت می پردازد. مادامی که زائرین ذهنشان درگیر مشکلاتی باشد که در محیط وجود دارند، ناخودآگاه از آرامش آنان حین زیارت کاسته می شود. به منظور بررسی بیشتر این عوامل، در این مقاله از میان اماکن مختلف زیارتی در ایران، با بیشترین زائر سالیانه حرم حضرت رضا(ع) به عنوان فضای مورد مطالعه انتخاب گردیده است.

زیارت در اسلام، به ویژه در فرهنگ غنی تشیع، از جایگاه والایی برخوردار است. اولیای الهی و امامان معصوم(ع) پیروان خود را دعوت به زیارت کرده اند و پاداش فراوان برای زائر برشمرده اند. در احادیث و روایات فراوانی به اهمیت زیارت حضرت رضا علیه السلام اشاره شده است. شاه عبدالعظیم حسنی فرمود: به حضرت جواد(ع) عرض کردم که به زیارت مرقد حضرت سیدالشهدا علیه السلام مشرف شوم یا به زیارت پدرتان، حضرت فرمودند: "زیارت پدرم افضل است زیرا حضرت ابا عبدالله الحسین(ع) را همه مردم زیارت می کنند؛ امام پدرم را جز خواص شیعه زیارت نمی کنند" (محمدی ری شهری، ۱۳۸۷). در حدیثی حضرت جواد(ع) فرمودند: "هرکس قبر پدرم را در طوس زیارت کند خداوند گناهان گذشته و آینده او را می بخشد (حجازی، ۱۳۸۹)". کلان شهر مشهد مرکز استان خراسان رضوی به واسطه وجود مرقد مبارک امام رضا(ع) پایتخت معنوی ایران می باشد. مشهد توانسته به عنوان بی رقیب ترین قطب جذب گردشگری مذهبی ایران، گردشگران بسیاری را به سوی خود بکشد (مافی، سقایی، ۱۳۸۷).

۲. شناسایی حیطه طراحی خدمات

۲-۱. تعریف طراحی خدمات

تعریف کلاسیک طراحی خدمات عبارت است از کالایی غیر مادی و غیر قابل لمس که ملکیت و دارایی به همراه ندارد و معمولاً در لحظه مصرف به وجود می آید و بعد از آن از میان می رود (مرتضایی، اصل فلاح، ۱۳۹۱). ریچارد بوچانان ۱ بیان می کند: "به راستی یکی از نقاط قوت طراحی این است که نمی توانیم بر سر تعریف واحد از آن به توافق برسیم. رشته هایی که تعاریف در آنها امری مشخص شده است به نظر حوزه هایی سست، در حال انقراض و یا کاملاً مرده می آیند، چراکه دیگر پرسیدن چالشی برای آنچه که به عنوان حقیقت پذیرفته شده است ایجاد نمی کند." و به همین دلیل برای طراحی خدمات که نوعی روش نوین تفکر و در حال نمو است هنوز تعریفی مشترک و زبان مشخص نمی توان یافت. وجود تنها یک تعریف از طراحی خدمات ممکن است این رویکرد در حال رشد را محدود کند (Stickdorn, Schneider, 2011).

ماگر ۲، استاد طراحی خدمات در دانشگاه کلن ۳ آلمان، طراحی خدمات را به این صورت بیان می نماید:

"طراحان خدمات راه حل هایی را برای مشکلاتی که اکنون لزوماً وجود ندارند، مجسم و طرح ریزی می کنند، آنها نیازمندی ها و الگوهای رفتاری را مشاهده و تفسیر کرده و آنها را به خدمات برای آینده تبدیل می کنند (Moritz, 2005)." "

امروزه گستره طراحی تغییر کرده است، در گذشته فقط ظاهر اشیا ملموس، طراحی می شد اما امروزه همه چیز از برنامه های رایانه ای تا فرایندهای سازمانی و خدمات نیز طراحی می شوند، جدیدترین حوزه طراحی به طراحی خدمات معروف است (مرتضایی، اصل فلاح، ۱۳۹۱).

۲-۲. اصول تفکر طراحی خدمات

مارک استیکدورن ۴ مدرس طراحی خدمات در دانشگاه های مختلف اروپا و امریکا پنج اصل تفکر طراحی خدمات را مطابق جدول ۱ نام می برد (Schneider, Stickdorn, 2011):

جدول ۱: اصول تفکر طراحی خدمات

کاربر محور بودن	تجربه شدن خدمات از دید کاربران و مشتریان
هم آفرینی	در نظر گرفتن تمام افراد ذی نفع در خدمات
متوالی بودن	ترسیم خدمات به صورت سلسله ای از فعالیت های مرتبط
مشهود بودن	مشهود گردیدن خدمات غیر قابل لمس با یک محصول
جامع بودن	توجه به تمام جوانب محیط یک خدمت

۲-۳. ابزار های طراحی خدمات

به دلیل گوناگونی خدمات، ابزارها و رویکردهایی برای طراحی خدمات وجود دارد که طراح باید از میان ابزارها و روش ها، مناسب ترین روند برای طراحی خدمات مربوط به موضوع مورد نظر خود را انتخاب نمایند. طراحی خدمات بدلیل گستردگی نیازمند استفاده از ابزارهای متنوعی برای طراحی می باشد. طیف گسترده ای از روش ها و ابزارهای طراحی خدمات جمع آوری شده است تا بتوان جعبه ابزاری مفید و کارآمدی از رویکرد طراحی خدمات ارائه گردد (جدول ۲).

ارائه این ابزارها به معنای استفاده یک به یک از آنها نمی باشد چراکه چنین روش محدود کننده ای با طراحی خدماتی خلاق مغایرت دارد، بلکه از این ابزارها با هر ترکیبی بسته به موضوعیت پروژه می توان استفاده نمود (Schneider, Stickdorn, 2011). همانطور که ون دیجک ۵ می گوید: "مثل دیگر جوانب پروژه های طراحی خدمات، هیچ راه کاملاً درست یا غلطی برای استفاده از ابزارهای طراحی خدمات وجود ندارد. در یک پروژه موفق از ترکیبی مرتبط و کارآمد از ابزارها استفاده می شود (همان).

جدول ۲: ابزارهای طراحی خدمات (www.servicedesigntools.org)

عنوان ابزار	توضیح	ویژگی مثبت ابزار
 نقشه ذینفعان ۶	نمایش بصری گروه های مختلف درگیر در یک خدمت	برجسته نمودن مسائل گروه های مختلف و پیدا کردن منافع مشترک بین ذی نفعان
 سیاحت های خدماتی ۷	طراح در سفر خدماتی در جایگاه کاربران قرار می گیرد	درک بهتر از نیازها و مشکلات گروه های هدف از خدمات دریافتی
 تعقیب ۸	مشاهده و دنبال کردن گروه های در ارتباط با خدمات	ثبت آنی لحظات بروز یک مشکل در خدمات و ثبت چگونگی عملکرد یک خدمت
 نقشه سفر کاربر ۹	مصور کردن فرایندهای خدماتی بصورت نقشه واضح اما ساختارمند از تجربه خدمات	برجسته کردن و مشخص نمودن نقاط ضعف و قوت یک پروسه خدماتی
 مصاحبه های زمینه ای ۱۰	مصاحبه با کاربر در محیط تعامل با خدمات	به دست آوردن درک عمیقی از گروه های هدف
 مردم نگاری ۱۱	مستند سازی تعامل کاربران با خدمات به کمک مشاهده کاربران یک خدمت	دستیابی به مستندهایی از روند خدمات که توسط کاربر شکل گرفته
 روزی از زندگی ۱۲	مرور روال روزمره و فعالیت های کاربران در تمام ساعات حتی ساعات خارج از خدمات	پی بردن به نیازها و مشکلات کاربران در خارج از محیط خدماتی
 نقشه انتظارات ۱۳	ترسیم و ساخت نقشه از انتظارات کاربران در تعامل با خدمت	آشکار کردن انتظارات آشکار و پنهان کاربر از خدمات
 ایده پردازی ۱۴	ساختارمند کردن و الهام بخشی به طوفان های فکری	دستیابی به ایده های گسترده و متنوع
 داستان سرایی ۱۵	طرح داستان پیشنهادی شامل خدمات پیشنهادی	توصیف عناصر کلیدی ایده های خدماتی در داستان ها
 نمایش خدمات ۱۶	اجرای پیشنهادات جدید خدمات توسط طراحان و کاربران به صورت نمایش	آزمودن مفاهیم خدماتی با کاربران مختلف
 داستان نگاره ۱۷	مصور کردن مفاهیم و فرض های خدمات جدید به صورت داستانی پی در پی	انتقال مفاهیم خدمات جدید به صورت ملموس
 نقشه خدماتی ۱۸	مصور کردن تمام مراحل پیاده سازی یک خدمت در قالب نقشه	مشخص شدن تمام جوانب خدمات جدید
 نقشه دوره عمر مشتری ۱۹	مشخص کردن مدت زمان پروسه خدماتی	تصویر جامع از مدت زمان درگیری کاربر با یک خدمت

کشف کردن

خلق و بازتاب

پیاده سازی

۴-۲. شاخه های طراحی خدمات

خدمات در بسیاری از حوزه ها حضور دارد، زیر شاخه های طراحی خدمات مطابق نمودار ۱ است:



نمودار ۱: شاخه های طراحی خدمات (www.designcouncil.org.uk)

۳. نقش طراحی خدمات در حیطه خدمات گردشگری

همانطور که در نمودار ۱ مشاهده می شود، گردشگری یکی از شاخه های طراحی خدمات است، گردشگری چرخه عظیمی از اقتصاد سرمایه داری در جهان را به خود اختصاص داده است (مافی، سقایی، ۱۳۸۷). اوقات فراغت به عنوان یکی از نیازهای اساسی جوامع معاصر و ملزومی برای تاب آوردن زندگی تحت سیطره تکنولوژی است. در این راستا گردشگری به عنوان یکی از شیوه های گذراندن اوقات فراغت، گسترش و توسعه یافته است (کدیور، سقایی، ۱۳۸۵). گردشگری به عنوان گونه ای از گذراندن اوقات فراغت به حقوق انسان ها تبدیل گردیده که در کنار سایر حقوق وی شکل دهنده ی بنیان زندگی در عصر پسامدرن می باشد (همان).

خدمات گردشگری شامل کلیه اموری است که در یک منطقه به منظور جلب رضایت گردشگری صورت می گیرد. خدمات گردشگری کالایی است که کیفیت آن بستگی به نوع خدماتی دارد که از ورود گردشگران تا خروج آنها رخ می دهد. همچنین کیفیت مطلوب خدمات، عنصر حیاتی در جلب رضایت گردشگر محسوب می گردد. رضایت گردشگر تنها زمانی بدست می آید که فرایندهای مناسب به گونه ای طراحی گردند تا خدمات ارائه شده نیازهای گردشگر را برآورده سازند (خسروبیگی، برچلوئی، ۱۳۹۳).

۴. مورد پژوهی: طراحی خدمات گردشگری زیارتی در حرم حضرت رضا (ع)

حوزه گردشگری شاخه های متنوع و گسترده ای را در برمی گیرد که در کشورهای اسلامی بویژه کشورمان گردشگری در حوزه زیارت، بخش اعظمی از سفرها را به خود اختصاص می دهد. ارائه خدمات، نیاز جامعه است و خدمات برای اماکن زیارتی نیز جزء همین ضروریات محسوب می شود. خدمات می تواند کپی برداری صرف از خدمات کشورهای دیگر باشد و یا توسط افرادی برای شرایط فرهنگی و اجتماعی ایران طراحی شده باشد. به طور حتم خدماتی که منطبق بر فرهنگ ایرانی - اسلامی طراحی شده مناسب تر و کارآمدتر خواهد بود، چرا که خدمات به دلیل ارتباط تنگاتنگی که با انسان دارد زمانی بهتر و مفیدتر است که توسط افرادی آشنا با فرهنگ آن محیط طراحی شده باشد (مرتضایی، اصل فلاح، ۱۳۹۱).

لذا جامعه ایرانی با فرهنگ ایرانی - اسلامی نیازمند خدماتی است که به طور خاص برای این محیط و افراد این جامعه طراحی شده باشد. هر فعالیتی برای خود آدابی دارد؛ مثل آداب تجارت، آداب معاشرت، آداب کسب علم، آداب جنگ و مبارزه، آداب نماز و قرائت و نظیر آن که شناخت و رعایت آنها، آن امر را موفقیت آمیز تر می سازد، از جمله برای زیارت هم آدابی ذکر شده است؛ مراعات آنها هم بهره معنوی بیشتر داشته، هم زائر را در سایر دستاورد های معنوی زیارت کامیاب تر می سازد. این آداب، برخی ظاهری و صوری است و برخی باطنی، که

رعایت برخی از این آداب وظیفه خود زائر می باشد، اما رعایت برخی آداب به مدد و کمک متولیان اماکن متبرکه و زیارتی عملی تر می گردد. برای مثال یکی از آداب زیارت اذن دخول خواندن قبل از ورود به حرم ائمه اطهار علیهم السلام میباشد که در حال حاضر در ورودی های حرم حضرت رضا(ع) تابلوهای متن اذن دخول قرار گرفته تا زوار قبل از ورود به حرم از آن حضرت اذن بگیرند، تمامی این موارد به ضرورت و اهمیت طراحی خدمات زیارتی اشاره می نماید (تصویر ۱).



تصویر ۱: تابلوهای اذن دخول در ورودی های حرم مطهر (نگارندگان)

۴-۱. ضرورت طراحی خدمات زیارتی در پایتخت معنوی ایران

در حال حاضر امکانات و خدماتی از طرف آستان قدس برای رفاه زائرین در نظر گرفته شده است اما به دلیل عدم طراحی خدمات مطلوب شاهد مشکلات متعددی در این اماکن هستیم. برای مثال اتفاق خوشایندی که در حال حاضر از طرف آستان قدس صورت گرفته است، ایجاد محلی مخصوص به نام دارالانوار می باشد که کتب ادعیه با خط بریل را در اختیار نابینایان قرار می دهد، اما خدمات دسترس برای ارائه این محصولات در نظر گرفته نشده است، به عبارت دیگر فرد نابینا با دشواری مکان مورد نظر را پیدا می نماید و تعداد معدودی از خدام از این محل اطلاع دارند در نتیجه امانت گرفتن کتب با خط بریل و استفاده از آن برای افراد نابینا به دشواری میسر است. در حالی که اگر برای ارائه کتب ادعیه با خط بریل خدماتی در نظر گرفته می شد، این طرح بسیار مفیدتر می گردید. آستان قدس امکاناتی را جهت رفاه زائرین در نظر گرفته است، که در ادامه به آنها اشاره می شود و نقاط ضعف و قوت این خدمات در جدول ۳ بیان می گردد.

جدول ۳: نقاط ضعف و قوت خدمات فعلی آستان قدس (نگارندگان)

ردیف	خدمات	نقاط قوت	نقاط ضعف
۱	کفشداری	کفشداری برای تحویل گرفتن کفش زائرین	شلوغی و ازدحام بیش از حد در برخی اوقات برای تحویل کفش
۲	تحویل صندلی چرخدار	امانت ویلچر در قسمت درهای ورودی	عدم هموارسازی مسیرهای عبور و مرور بویژه در قسمت های داخلی حرم
۳	دارالقرآن	مدرسه جهت آموزش علوم قرآنی و حدیث	عدم اطلاع رسانی کافی برای آگاهی از برنامه های دارالقرآن
۴	باجه راهنمای زائر	راهنمای زائرین و ارائه نقشه های راهنما	تعداد محدود باجه های راهنمای زائر
۵	تابلو	تابلوهای راهنما برای پیدا کردن مقصد مورد نظر زائرین	مشخص نبودن مسیرهای حرم بدلیل تعداد کم و گویا نبودن تابلوها
۶	ادعیه خط بریل	کتاب ادعیه به خط بریل برای روشندان	عدم دسترسی راحت به کتاب ادعیه بریل
۷	خدام	همراهی سالمندان و افراد ناتوان توسط خدام	عدم هموارسازی مسیرهای عبور و مرور
۸	نقشه حرم	نقشه حرم به سه زبان فارسی، عربی و انگلیسی	ناخوانا و نامفهوم بودن نقشه های حرم
۹	ماشین	جابه جایی سالمندان توسط ماشین های داخل صحن ها	صف طولانی زائرین در زمان های شلوغ برای استفاده از ماشین ها

طراحی هر خدمتی چه از نظر نحوه مطالعه و بررسی چه از منظر ابزارها و فرآیند مورد استفاده در طراحی خدمات متفاوت است. یعنی در یک قالب کلی نمی توان برای تمامی خدمات راه حل هایی مفید پیدا نمود. همانطور که اشاره گردید برای طراحی خدمت مفید و کارآمد، نیاز است که نقشه خدمات طراحی شده تا نتیجه ای مطلوب حاصل گردد. در ادامه روندی برای طراحی خدمات زیارتی جهت تسهیل زیارت در حرم حضرت رضا (ع) ارائه می گردد.

جدول ۴: مراحل طراحی خدمات زیارتی

بررسی تیپولوژی زائرین	مرحله ۱		کشف کردن
تعقیب کردن، مردم نگاری	مرحله ۲		
داستان سرایی	مرحله ۳		
نقشه سفر زائر	مرحله ۴		
ایده پردازی	مرحله ۵		خلق
نقشه خدماتی	مرحله ۶		
داستان نگاره	مرحله ۷		پیاده سازی
نمودار خدماتی زائر	مرحله ۸		
شاهدان خدمات	مرحله ۹		

۴-۲. بررسی تیپولوژی زائرین

در اولین مرحله که مختص تعریف مساله است، ابتدا باید مشخص گردد برای چه موضوعی تصمیم به طراحی خدمات گرفته شده است. هر ساله تعداد بسیاری از افراد با سنین و فرهنگ های متنوع به زیارت بارگاه ملکوتی حضرت رضا(ع) مشرف می شوند. ضروری است که امکانات موجود برای تمامی افراد که پا به آن بارگاه ملکوتی می گذارند بهینه گردد و برابری فرصت ها در آن آستان مقدس از مسائل بسیار مهم و ضروری است و بدان معنا می باشد که طیف وسیعی از کودکان تا افراد سالخورده و توان یابان هنگامی به زیارت می آیند رفاه و خدمات تسهیلات لازم و کافی برای آنان در نظر گرفته شده باشد. در طراحی خدمات شناسایی نیازهای کاربران اهمیت بسیاری دارد. سه ابزار کلیدی شناخت کاربر به شرح جدول شماره ۵ می باشد.

جدول ۵: شناسایی گروه هدف

معرفی افراد	سوال ۳: در این قسمت چه عنوانی یادداشت شود؟
مشخصات کاربران	توصیف ویژگی های کاربران مورد هدف و جمع آوری اطلاعات از طریق مردم نگاری
شخصیت پردازی	افراد خیالی ساخته شده توسط طراح برای توصیف ویژگی های کاربران ویژه.
سناریو سازی	داستان نویسی برای پرسوناها جهت کشف مشکلات و نیازهای گروه هدف.

۴-۲-۱. تعقیب کردن، مردم نگاری

در طراحی خدمات زیارتی گروه های هدف باید بطور دقیق مورد مطالعه قرار بگیرند، با تکنیک های رفتارنگاری به مشکلاتی که در حال حاضر گروه های هدف هنگام زیارت با آن مواجه هستند، پی برده و براساس آن راه حل هایی در قالب خدمات ارائه می گردد. شناخت دقیق نیاز زائر برای طراحی خدمات بسیار لازم و ضروری می باشد. یکی از بهترین شیوه ها برای استخراج نیاز زائرین، تکنیک مردم نگاری می باشد. مردم نگاری به مجموعه روش های گردآوری اطلاعات کاربر اطلاق می شود. فرد مردم نگار مدتی را با کاربران جامعه هدف خود که قصد مطالعه آنان را دارد زندگی کرده، سپس داده های به دست آمده را مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهد (کریستوفر، ۱۳۹۰).

نقطه قوت تحقیقات میدانی و رفتارنگاری، جامعیت چشم اندازی است که در اختیار طراح قرار می دهد، این تحقیقات می تواند نکاتی را آشکار سازد که آشکار شدن شان از راه های دیگر ممکن نیست (فاضل، ۱۳۸۷). در طراحی خدمات زیارتی طراح به نوعی یک مردم نگار محسوب می شود که با مشاهده رفتارهای زائرین و با کمک برداشت ها، بررسی مشکلات و رفتار نگاری آنان در هنگام زیارت به نتایجی واقعی دست یابد. در جدول ۶ به گوشه ای از مشکلات گروه های مختلف زائرین که با کمک تکنیک مردم نگاری توسط نگارندگان در حرم مطهر بدست آمده است اشاره می گردد.

جدول ۶: مردم نگاری (نگارندگان)

	سرگرمی بسیاری از کودکان در حرم بازی با مهرها و کتاب های ادعیه می باشد که موجب تخریب (سوال ۴: به جای لغت وندالیزم از معادل فارسی میشود استفاده کرد؟) ۲۰ مهر و کتب ادعیه می گردد و از نظر بهداشتی برای کودکان ضرر دارد.
	به دلیل عدم وجود مسیر مشخص برای افراد ویلچیری در فضای داخلی در اکثر مواقع جابه جایی ویلچیر با سختی بسیاری از جمله برخورد با سایرین همراه است و موجب آزردهی خاطر سایر زائرین می گردد.

۴-۲-۲. داستان سرایی

سناریو نویسی ابزاری است برای شبیه سازی و به تصویر کشیدن فضاها و اتفاقات و زمینه سازی برای مدیریت در شرایط فرضی پیش بینی شده (Thomas, 2011). سناریو در طراحی خدمات معمولاً به دو صورت نوشته می شود: الف- داستان وضع موجود از خدمات دریافتی توسط کاربران ب- داستان ایده خدماتی که در آینده صورت می گیرد. در ادامه کاربران که در این پروژه زائرین هستند را با توجه به نتایج بدست آمده از تحقیقات میدانی صورت گرفته شخصیت پردازی می شوند.

هر شخصیت دارای مشخصات سنی، موقعیت و ویژگی های کلی می باشد. هدف از این شخصیت پردازی، شناسایی گروه های مختلف زائرین و دسته بندی آنها برای درک بهتر نیازها که در طراحی خدمات زیارتی تاثیرگذار هستند، می باشد. از این شخصیت ها برای تهیه داستان های طراحی استفاده خواهد شد. شخصیت ها لزوماً زائرین حقیقی نیستند بلکه نماینده گروه های مختلف زائرین می باشند. پس از خلق شخصیت ها، بر مبنای آن داستان زیارت هر یک طرح می گردد، شخصیت های این بخش زائرینی هستند که هر یک با شرایط متنوع به حرم حضرت رضا(ع) آمده اند، بعد از خلق شخصیت ها مشکلات و اتفاقاتی که در مدت حضور آنان در حرم پیش می آید در قالب یک سناریو مطرح می شود تا براساس آن دید بهتر نسبت به نیاز این گروه از زائرین پدید آید. در این مرحله با توجه به سناریوی مطرح شده نقاط بحرانی داستان استخراج گردیده تا بر مبنای آن مرحله ایده پردازی جهت بهبود وضع موجود آغاز گردد.

۴-۲-۳. نقشه سفر زائر

به نموداری که تمامی مراحل قبل تا بعد از سرویس و تعامل کاربر با سازمان در آن نشان داده می شود، نمودار سفر مشتری اطلاق می شود (Moritz, 2005). در این مرحله پس از کشف مشکلات و خلق داستان و تعیین نقاط بحرانی، مسیری که زائر در یک سفر زیارتی طی می کند تحت عنوان نقشه سفر زائر مشخص گردید. این نمودار دید جامع تری به اتفاقاتی که ممکن است برای یک زائر در طول مدت سفر زیارتی رخ دهد را برای طراح فراهم میسازد. و زمانهایی که فرد احساس خوشایندی ندارد در این نمودار مشخص می گردد تا تمرکز طراح بر این مرحله ها بیشتر باشد. البته زمان هایی که زائر از خدمات و با اتفاقی که در طول سفر برایش رخ داده راضی بوده است، نیز تحت عنوان

نقاط احساس مثبت مشخص می گردد که این اتفاقات خوشایند به معنی آن است که طراح نباید این لحظات مثبت را حذف نماید بلکه باید آنرا تکمیل و بهینه سازد و همچنین مکان هایی از نمودار که جای خالی خدماتی و یا محصولی در آن به چشم می خورد مشخص می گردند تا در مرحله ایده پردازی نقاط خالی با ایده هایی مفید تکمیل گردد. همینطور اگر در طول سفر زیارتی نیاز به جابجایی خدماتی باشد در این نمودار نشان داده می شود.

نمودار ۲ برداشتی از نقشه سفر زائرین در حرم مطهر را که در این پژوهش بدست آمده است نمایش می دهد.

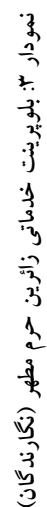


۳-۴. ایده پردازی

در این مرحله پس از ترسیم نقشه سفر زائر طوفان فکری ۲۱ آغاز می شود تا برای مشکلات کشف شده در مراحل قبل، ایده هایی متنوع و راه گشا ارائه گردد و سپس نتایج جلسه طوفان فکری و نقشه ذهنی به صورت مجموعه ایده های اولیه ثبت می گردد تا به کمک آنها به ایده بهتر و جامع تری رسید (حکیمی، ۱۳۸۹).

۳-۴-۱. نقشه خدماتی (بلوپرینت)

در این بخش پس از طوفان فکری از بین ایده های طرح شده، مفیدترین و کارآمدترین آنها انتخاب می گردند و بلوپرینتی برای خدمات رفاهی که آستان قدس برای زائرین در نظر گرفته ترسیم می گردد و در آن تعاملات بین زائرین و خادمین حرم نشان داده می شود. همچنین اتفاقاتی که در پشت صحنه موجب فراهم آمدن این خدمات می شود نیز مشخص می گردند. بلوپرینت نسخه آزمایشی ایده مورد نظر می باشد که در آن رابطه ها و جزئیات خدمات بیان می شود، همچنین نشان می دهد که هر فعالیت در چه زمان و مکانی رخ می دهد. بلوپرینت ابزاری است که بطور همزمان امکان مشاهده فرایند خدمت، نقاط تماس کاربر با خدمت، ملزومات خدمت را نمایش می دهد. نمودار ۳ بلوپرینت حاصل از این پژوهش را ارائه می نماید.



۴-۳-۲. داستان نگاره (استوری بورد)

استوری بورد شامل یک سری تصاویر متوالی، اشکال و توضیحاتی با هدف مجسم سازی و مصور سازی فیلم نامه، نمایش نامه و طراحی نامه می باشد. در فعالیت های سینمایی، نمایشی، طراحی محصولات صنعتی و طراحی خدمات از این ابزار استفاده می شود. هدف از استوری بورد در طراحی خدمات توضیح خدمات به صورت داستانی تصویری می باشد و یکی از مقرون به صرفه ترین گزینه ها است (McLeod, 1999). اکثر طراحان خدمات برای ارائه خدمات خود از داستان نگاره ها کمک می گیرند (Thomas 2011). در ادامه این پژوهش، نتایج بدست آمده در قالب یک داستان نگاره (تصویر ۲) ارائه می گردد.

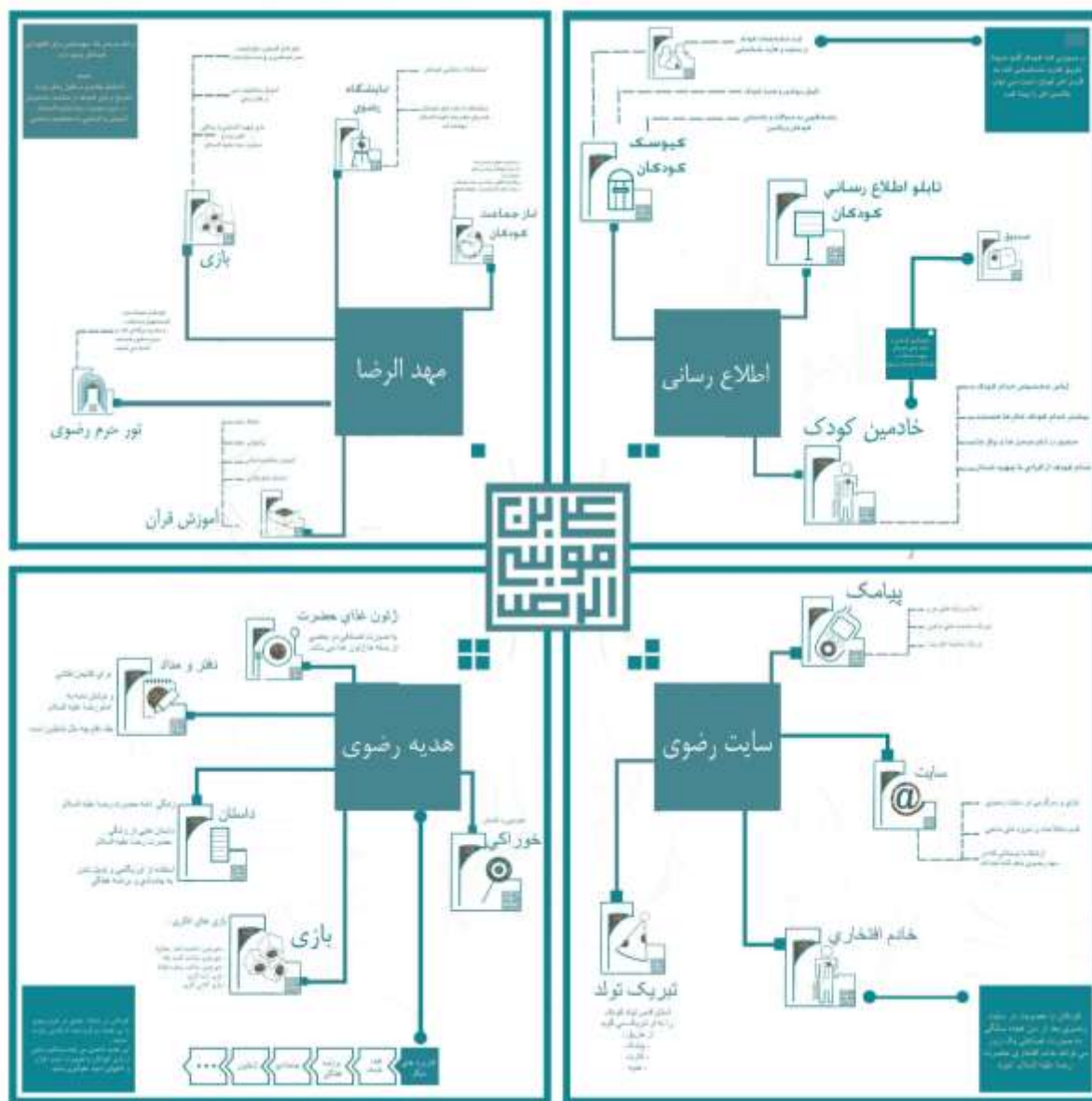


تصویر ۲: داستان واره های منتج از پژوهش (نگارندگان)

۴-۴. نمودار خدماتی زائر

زائرین حین زیارت فعالیت هایی را انجام می دهند که دارای ارتباط با فضاهای موجود هستند، اما تمامی خدمات زیارتی فقط به فضاهای موجود خلاصه نمی شود، بلکه خدمات زیارتی از لایه های متنوعی تشکیل شده اند که لایه های بعدی از یک خدمت زیارتی را تشکیل می دهند، تعاملات پشت صحنه که دور از دید زائر قرار دارند از جمله این لایه های بعدی هستند. که در این مرحله به کمک نمودار ۴ تمام روابط پشت صحنه خدمات زیارتی نمایش داده می شود.

نمودار ۴: لایه های مختلف خدمات در نمودار خدماتی زائر (نگارندگان)



۴-۵. شاهدان خدمات

برای تاثیر بهینه خدمات زیارتی مفید و کارآمد و نیز تسهیل زیارت زائرین لازم است، این خدمات همراه محصولاتی ارائه گردند. محصولاتی که این خدمات را تکمیل می نمایند می توانند شامل ویلچیر، صندلی های مخصوص نماز، کتاب دعا بریل، کتب یا نشریه برای کودکان و نظیر آن باشد (تصویر ۳). شاهد خدمات زیارتی می تواند در قالب هدیه های مذهبی به زائر ارائه شود، در نتیجه باعث طولانی شدن تجربه خدمات زیارتی خواهد شد. این اقدام زمینه ساز یادآوری لحظات خوش و مثبت خدماتی است که زائر در مدت حضورش در اماکن زیارتی دریافت نموده است، خواهد شد.

تصویر ۳: محصولات تکمیل کننده خدمات (نگارندگان)



۵. نتیجه

این پژوهش شروع گامی است جهت طراحی خدمات گردشگری زیارتی در ایران، روندی که در طی این پژوهش برای طراحی خدمات زیارتی ارائه گردیده است، به صورتی می باشد که بتوان از آن، چه در قالب محصول چه در قالب خدمات برای سایر اماکن زیارتی ایران استفاده نمود. اهمیت این پروژه بدان علت می باشد که به نیازهای گروهی از زائرین که در فضای حرم حضرت رضا(ع) کمتر مورد توجه قرار می گرفته، نگاه کرده و مشکلات آنان را موشکافانه بررسی نموده و برای بهبود و رفع این معضلات و مشکلات خدماتی پیشنهاد گردد. در حیطه طراحی خدمات زیارتی بایستی هر مرحله را بطور مجزا در نظر گرفت و برای آن طراحی نمود. باید تعاملات تمامی مراحل و تعامل زائرین با آستان قدس و با خادمین و همچنین با سایر زائرین را مد نظر قرار داده و همانند پازلی تمامی قطعات سیستم خدمات زیارتی را بطور صحیح در کنار هم قرار داده، تا در نهایت آرامش و رضایت زائرین را به همراه داشته باشد. طراحی خدمات زیارتی برای تسهیل زیارت زائرین باید از تعامل متخصصین خدمات، محققین علوم اجتماعی، کارشناسان علوم مذهبی و تمامی افرادی که به نحوی می توانند به واسطه دانش و تجربه خود در راستای بهبود و تسهیل زیارت در اماکن زیارتی خدمتی انجام دهند، در تیم تحقیقاتی بهره لازم را برد.

پی نوشت

- ¹ Richard Buchanan
- ² Birgit Mager
- ³ University of Cologne
- ⁴ Marc Stickdorn
- ⁵ Geke Van Dijk
- ⁶ Stakeholder Maps
- ⁷ Service Safaris
- ⁸ Shadowing
- ⁹ User Journey Maps
- ¹⁰ Contextual Interviews
- ¹¹ Ethnography
- ¹² A Day in Life
- ¹³ Expectation Maps
- ¹⁴ Idea Generation
- ¹⁵ Storytelling
- ¹⁶ Service Staging
- ¹⁷ Storyboard
- ¹⁸ Service Blueprint
- ¹⁹ Customer Lifecycle Maps
- ²⁰ Vandalism
- ²¹ Brainstorming

فهرست منابع

- استیکدورن، مارک، اشنایدر، یاکوب (۱۳۹۳). این تفکر طراحی خدمات است، ترجمه حمیدرضا حاجی حسینی گزستانی، سعید رحیمی نژاد، انتشارات سازمان زیباسازی شهری، تهران
- جونز، کریستوفر (۱۳۹۰). روش‌های طراحی، ترجمه فرشید سرمست، مرکز نشر دانشگاهی، تهران
- حجازی، علاءالدین (۱۳۸۹)، صحیفه الرضا(ع)، انتشارات ندای اسلام
- حکیمی طهرانی، اردشیر (۱۳۸۹). کلیات طراحی صنعتی، انتشارات میردشتی، مشهد
- خسروبیگی برچلوئی، رضا، تقی‌لو، علی‌اکبر، شایان، حمید، درویشی دادنجانی، حسن (۱۳۹۳). بررسی سطح کیفی خدمات گردشگری و تاثیر آن در جذب گردشگر، مجله ی آمایش جغرافیایی فضا، شماره ۷، صفحات ۱-۲۳
- ری شهری، محمد (۱۳۸۷). دانش نامه میزان الحکمه، دارالحديث
- کدیور، علی اصغر، سقایی، مهدی (۱۳۸۵). ساماندهی گردشگری در تفرجگاه های پیرامون شهری، مجله ی تحقیقات جغرافیایی، شماره ۸۳، صفحات ۱۱۱-۱۳۴
- مافی، عزت‌الله، سقایی، مهدی (۱۳۸۷). تحلیلی بر گردشگری روستایی در پیرامون کلان شهرها، مجله ی جغرافیا و توسعه ی ناحیه ای، شماره ۱۰، صفحات ۲۱-۴۰
- مرتضایی، سید رضا، اصل فلاح، مهدی (۱۳۹۱). مطالعات طراحی مجموعه مقالات طراحی صنعتی، انتشارات میردشتی
- Gary, Thomas(2011). How to Do Your Case Study
- McLeod, John(1999). Practitioner Research in Counselling
- Moritz, Stefan(2005). service design; practical access to an evolving field
- (آستان قدس رضوی ؛ سامانه آرشیو محصولات حرم رضوی) www.aqr.ir
- www.servicedesigntools.org
- www.designcouncil.org.uk
- Feasibility Study of Pilgrimage Tourism Services in Iran
Case study: The shrine of Imam Reza (ع)