

Pathology of the Role of Companies in the Arbāeen Ritual; Application of the Fuzzy Delphi Method

✉ **Amir Hosseini**  / PhD Student in Islamic Economics, Faculty of Islamic Studies and Economics, Imam Sadeq (pbuh) University, Tehran, Iran amir.hosseini@isu.ac.ir

Mohammad Soleimani / Assistant Professor, Islamic Economics Department, Faculty of Islamic Studies and Economics, Imam Sadeq (pbuh) University, Tehran, Iran solimani@isu.ac.ir

Received: 2024/12/03 - **Accepted:** 2025/02/18

Abstract

In recent years, with the increasing presence of Imam Hussein (pbuh) pilgrims from Iran in the Arbāeen event, public and private companies have also played a role in this great Shiite event. These companies have been effective in holding this event more magnificently by directly participating in the transportation routes through the provision of services and distribution of food, etc., or by allocating part of their social responsibility budget to the delegations and processions present on the route; of course, this presence has been accompanied by some issues and challenges that have brought criticism. The aim of this study is to investigate the role and position of companies in the Arbāeen event (both in the field of service provision and in the field of fund allocation). In this article, using the fuzzy Delphi method and through interviews with experts in this field, the damages caused by the activities of companies in the Arbāeen event have been counted and ranked. The results indicate that among the damages, three damages are more important and influential: the absence of a coordinating factor between companies due to the lack of a superior document and institutional division of labor; the lack of definition of the mechanism for separating tasks between companies; and the ambiguity in the mechanism for allocating social responsibility budgets to committees, charitable institutions, and NGOs.

Keywords: Arbāeen, pathology, pilgrimage, financing, infrastructure.

JEL classification: G34, L31.

آسیب‌شناسی نقش شرکت‌ها در آیین اربعین؛ کاربست روش دلفی فازی

✉ امیر حسینی / ID / دانشجوی دکتری اقتصاد اسلامی دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران

amir.hosseini@isu.ac.ir

محمد سلیمانی / استادیار گروه اقتصاد اسلامی دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران

solimani@isu.ac.ir

دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۱۳ - پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۳۰

چکیده

در سال‌های اخیر با گسترش حضور زائران امام حسین(ع) از ایران در رویداد اربعین، شرکت‌های دولتی و خصوصی نیز در این رویداد بزرگ شیعی ایفای نقش کرده‌اند. این شرکت‌ها با حضور مستقیم در مسیرهای مواصلاتی از طریق ارائه خدمات و توزیع مواد غذایی و... یا با تخصیص بخشی از بودجه مسئولیت اجتماعی خود به هیئت و موب‌های حاضر در مسیر، در برگزاری پرشکوه‌تر این رویداد مؤثر بوده‌اند؛ البته این حضور توأم با برخی مسائل و چالش‌ها بوده که انتقاداتی را به همراه داشته است. هدف این پژوهش بررسی نقش و جایگاه شرکت‌ها در رویداد اربعین (هم در حوزه ارائه خدمات و هم در حوزه تخصیص وجوه) می‌باشد. در این مقاله با استفاده از روش دلفی فازی و از طریق مصاحبه با ۱۳ نفر از خبرگان این حوزه، آسیب‌های ناشی از فعالیت شرکت‌ها در رویداد اربعین احصا و رتبه‌بندی شده است. نتایج حاکی از آن است که از میان آسیب‌ها، سه آسیب عدم وجود عامل هماهنگ‌کننده بین شرکت‌ها به سبب فقدان سند بالادستی و تقسیم کار نهادی، عدم تعریف سازوکار تفکیک وظایف بین شرکت‌ها و ابهام در مکانیسم تخصیص بودجه مسئولیت اجتماعی به هیئت‌ها، نهادهای خیریه و NGOها از اهمیت و تأثیر بیشتری برخوردارند.

کلیدواژه‌ها: اربعین، آسیب‌شناسی، زیارت، تأمین مالی، زیرساخت‌ها.

طبقه‌بندی: JEL: G34, L31.

مقدمه

در حال حاضر، نهادهای مختلفی در آیین اربعین مشارکت دارند و بنا به توان مالی خود و کمک‌های مردمی، نسبت به ارائه خدمات به زائران اربعین اقدام می‌کنند. این اقدامات از مشارکت‌های خرد گرفته تا احداث موبک‌های بزرگ و ارائه خدمات مختلف در موبک مخصوص به خود را شامل می‌شود. خود این مراکز تأمین مالی نیز طیف وسیعی را شامل می‌گردد؛ از برخی نهادهای خیریه و آستان‌های مقدسه تا دولت و شرکت‌های بزرگ. عموم این خدمات، مورد استقبال مردم قرار گرفته است. اگرچه خدمات این نهادها نکات مثبت و ابعاد حسنه فراوانی دارد؛ اما توجه به این ابعاد مثبت، ما را از آسیب‌شناسی فعالیت آنها در اربعین بی‌نیاز نمی‌سازد؛ زیرا هر فعالیت حسنه‌ای پس از گذر زمان می‌تواند دستخوش انحرافات ریز و درشتی گردد و تا حدی انسان را از رسیدن به هدف اصلی بازدارد. لذا از منظر لزوم بهبود بخشیدن به خدمت‌رسانی به زائران آیین اربعین و از منظر لزوم مصون‌سازی فعالیت‌های خیریه از انحرافات گوناگون، آسیب‌شناسی تأمین مالی آیین اربعین ضرورتی فراوان می‌یابد.

با توجه به اینکه در پژوهش‌های موجود، آسیب‌شناسی دقیقی درباره ابعاد اقتصادی اربعین نشده و این آسیب‌ها اولویت‌بندی و رتبه‌بندی نشده‌اند، این پژوهش درصدد پر کردن این خلأ می‌باشد هدف این پژوهش بررسی این سؤال است که خدماتی که در اربعین از سوی شرکت‌ها ارائه می‌شود آیا در کارترین وجه ممکن ارائه شده یا خیر؟ چه آسیب‌ها و ضعف‌هایی در این خدمات‌دهی وجود داشته است؟ و اهمیت هر کدام از این آسیب‌ها چقدر است و به کدام یک باید بیشتر پرداخته شود؟

پیشینه پژوهش

آیین اربعین

عمده تحقیقاتی که در زمینه آیین اربعین انجام شده است، مربوط به مباحث فرهنگی و ابعاد اجتماعی یا رسانه‌ای این پدیده است؛ به عنوان مثال مریجی در مقاله‌ای با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی زیارت اربعین و کارکردهای اجتماعی آن» (۱۴۰۱)، بیان می‌کند که: «زیارت اربعین به عنوان یک واقعه تاریخی و یک عنوان کنش معطوف به هدف الهی، بن‌مایه فکری جامعه‌شناسی سکولار را به چالش کشیده است. رفتار اربعینی زائران اباعبدالله علیه السلام باطل‌کننده نظریات مبتنی بر سکولاریسم است».

متقی و ملاحسینی اردکانی در مقاله‌ای با عنوان «تبیین جایگاه و نقش اربعین در ارتقای پرستیژ ژئوپلیتیکی تشیع» (۱۳۹۹)، بیان کرده‌اند که:

اربعین به عنوان یکی از مهم‌ترین حوزه‌های ژئوکالچر شیعه محسوب می‌شود. به این نحو که راه‌پیمایی اربعین یکی از نمادهای بارز تحرک شیعه از جغرافیای سخت سرزمینی به جغرافیای نرم باورهای شیعیان و پیوند این دو مهم است، این ترجمان قدرت ژئوکالچر شیعه است. این موضوع نشان می‌دهد ظرفیت بازیگری در جهان تشیع فراتر از مرزها به حوزه‌های فراسرزمینی نیز تسری می‌یابد و برای رسیدن به موضوعات گفتمان فاصله زیادی وجود ندارد. شیعیان از بازیگران متفرق جداشده با مرزهای دولت - ملت در حال تبدیل شدن به یک واحد فرهنگی مستقل با وزن ژئوپلیتیکی قابل توجه هستند.

پرویش (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی ظرفیت‌های تمدن‌سازی در جهان اسلام با تکیه بر پیاده‌روی اربعین» بیان می‌دارد که:

رویداد اربعین قابلیت‌هایی متعالی در جامعه‌سازی اسلامی دارد؛ زیرا در این رویداد پرجمعیت، نژاد اهمیت ندارد، بلکه توجه به شعائر اسلامی دارای اهمیت است. رویداد اربعین حماسه‌ای جهانی است که از قابلیت‌هایش می‌توان برای انتقال پیام اتحاد، عدالت‌طلبی و مبارزه با بیداد بهره‌برداری کرد. این رویداد در حال تبدیل شدن به یک ابرپدیده اجتماعی سیاسی در امت اسلامی و جهان است.

غفاری هنجین و آقایی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «پیاده‌روی اربعین حسینی به مثابه جنبش اجتماعی» برای بررسی این فرضیه که پیاده‌روی اربعین به مثابه جنبش اجتماعی است از نظریه چارلز تیلی به عنوان چارچوب نظری استفاده کرده و به این نتیجه رسیدند که:

این آیین هر سه عنصر تداوم ستادها، استفاده از طیفی از تظاهرات عمومی، و اظهار عمومی چهار عنصر ارزشمندی، اتحاد، تعداد و تعهد را که عناصر اصلی یک جنبش اجتماعی است در خود دارد. یافته‌های پژوهش حاضر که در یک سیر آکادمیک عناصر و مؤلفه‌های آیین پیاده‌روی اربعین را با شاخص‌های جنبش اجتماعی و با هدف تقویت این فرضیه که پیاده‌روی اربعین یک جنبش اجتماعی است مورد بررسی قرار داد و به این نتیجه دست یافت که پیاده‌روی اربعین یک جنبش اجتماعی فراگیر با تمامی مؤلفه‌های آن است.

رضانی تمیجانی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی ابعاد و اجزای ذهنی مشارکت جمعی در پیاده‌روی اربعین» بیان می‌دارد که:

عرصه نقش‌آفرینی در رویداد اربعین چنان‌که بورديو در نظریه‌اش از میدان مغناطیسی فیزیک بهره برده، مانند اثر میدان مغناطیسی بر ذرات، بر زائران نیرو وارد می‌کند. جهان ذهنی زائر اربعین از سویی برآمده از نگاهی متکی بر وحی، فارغ از واقعیات زندگی روزمره است: آموزه‌های توسل، برکت، امداد غیب و توفیق، ریشه در آیات قرآن کریم و روایات معصومین علیهم‌السلام دارد. ایضاً مستضعف‌محوری، عاطفه‌محوری، تمایزگذاری و قدسی‌سازی نگرش‌هایی متکی بر درکی از حقیقت دنیاست که آن هم از قرآن و احادیث اقتباس شده است.

همان‌طور که مشاهده می‌گردد عمده مقالات فارسی راجع به پیاده‌روی اربعین، ابعاد تمدنی، فرهنگی، دینی، رسانه‌ای و گردشگری آن را مورد بررسی قرار داده‌اند و هیچ مقاله‌ای در زمینه ابعاد اقتصادی این پدیده یافت نشد.

در مقالات خارجی نیز مقالاتی هرچند اندک در زمینه پیاده‌روی اربعین نگاشته شده است؛ به عنوان مثال مقاله‌ای تحت عنوان «یک مطالعه پدیدارشناختی از پیاده‌روی اربعین در عراق» که در سال ۲۰۱۸ توسط ام‌سلمه مجتبی حسین نگاشته شده است، معتقد است که: «انگیزه‌های پیاده‌روی اربعین توسط آیین‌های دائمی - که توسط جامعه شیعه برگزار می‌شود - و نگرانی درباره جامعه (امت)، ایجاد می‌شود. عنصر "امت" به عنوان یک انگیزه کلیدی برای کسانی که پیاده‌روی اربعین را هر ساله تکرار می‌کنند، نقش ایفا می‌کند»؛ همچنین مقاله‌ای با عنوان «گرم‌زدگی در طول پیاده‌روی اربعین» در سال ۲۰۲۲ به قلم چوی و الطاهر به بررسی برخی ابعاد پزشکی پیاده‌روی اربعین پرداخته و بیان می‌دارد که:

در این مقاله بر اساس شبیه‌سازی‌های انجام‌شده با استفاده از مدل‌های آب و هوایی منتخب، ما این طرح را نشان می‌دهیم که استرس گرما در حین زیارت احتمالاً به سطح «خطرناک» - که مطابق معیارهای سرویس ملی آب و هوای ایالات متحده تا پایان این قرن تعریف شده - می‌رسد. علاوه بر این، افزایش قابل توجه بروز متوالی روزهای گرم و شب‌های گرم طی دهه‌های آینده پیش‌بینی می‌شود، که ممکن است باعث بروز بالای اختلالات ناشی از گرما شود؛ زیرا بدن انسان ممکن است توان گرمای روز را نداشته باشد. مطالعه ما نشان می‌دهد که باید اقدامات سازگار و دقیقی برای اطمینان از زیارت ایمن در آینده انجام شود.

اما باز هم مقاله‌ای در رابطه با تأمین مالی آیین اربعین نگاشته نشده است.

آسیب‌شناسی اربعین

رستگار (۱۴۰۱) در مقاله خود با عنوان «آسیب‌شناسی پیاده‌روی اربعین و رهیافت‌های تقویت آن»، معتقد است: مسائلی که رویداد اربعین را تهدید می‌کنند عبارت‌اند از: تعارضات فرهنگی، رقابت مواکب ایرانی، تضعیف مدل سنتی اربعین عراقی، آسیب‌های اجتماعی، عرفی شدن، تپذیر و اسراف، آلودگی‌های زیست‌محیطی، کم‌اعتنایی به واجبات، فرقه‌های انحرافی، دولتی شدن اربعین و شکاف سنی شیعی است.

تاج‌بخش (۱۴۰۱) نیز در بررسی خود به روش مشاهده و مصاحبه با عنوان «آسیب‌های پیاده‌روی اربعین حسینی: بررسی جامعه‌شناختی» به نتایج مشابهی رسیده است.

نجاتی (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان «آسیب‌شناسی میدانی مراسم پیاده‌روی اربعین حسینی از زاویه فرهنگ زیارت در اسلام» به این مقوله اشاره دارد که:

بی‌توجهی به اختلافات فرهنگی میان مردم عراق و ایران، کم‌اعتنایی به آداب زیارت و وجود بستر اختلاف و نزاع میان عزاداران، ضعف آموزش زبان عربی، کم‌توجهی به مسیرهای غیر از مسیر کربلا و نجف، ترویج روحیه عجب و امید بیش از حد، کمبود مداحی‌های دوزبانه و وجود بعضاً مداحی‌های نامناسب، وجود عوامل غفلت‌زا، کمبود برنامه و نیرو برای تبلیغ کودکان، عزاداری‌های خرافی و عوامانه، ضرورت جهت‌دهی نذرها و خیرات موکب‌ها، وجود جریان‌های انحرافی، وجود غذاهای تجملاتی و غذاهای فست‌فودی، نیاز به تمرکززدایی از روز اربعین و سامان‌دهی کاروان‌های بانوان، اسراف، انباشت زباله و آلودگی‌های زیست‌محیطی از جمله مسائلی هستند که در این مقاله بررسی شده‌اند.

هاشمی مقدم (۱۴۰۲) در مقاله خود تحت عنوان «انسان‌شناسی زیارت: مطالعه‌ای در آسیب‌شناسی مراسم اربعین» بیان می‌کند که «آسیب‌های مهم در رویداد اربعین در شش دسته می‌گنجند: آسیب‌های مدیریتی، فرهنگی، اقتصادی، زیست‌محیطی، سیاسی و گردشگری. در این بین دو آسیب بیش از بقیه مطرح هستند: دولتی شدن اربعین و تفاوت‌های فرهنگی میان زائران ایرانی با میزبانان عراقی».

۱. مبانی نظری

۱-۱. آیین اربعین

یکی از پدیده‌های مهم جهان اسلام در هر سال، پیاده‌روی بیش از بیست میلیون نفر در ایام اربعین از مسیر نجف تا کربلاست. اربعین یکی از مراسم و مناسک دینی است که به علت فرامی‌تابی بودن می‌تواند ظرفیت‌های بسیاری را در زمینه‌سازی تحقق امت واحد به وجود آورد (پرویش، ۱۳۹۸). پیاده‌روی اربعین، یا راهپیمایی اربعین، از آیین‌های شیعی است

که در روزهای منتهی به ۲۰ صفر (اربعین حسینی) برگزار می‌شود. این پیاده‌روی از نقاط مختلف عراق به طرف کربلا و با هدف زیارت اربعین انجام می‌شود. در سال‌های اخیر، بین ۲۰ تا ۳۰ میلیون نفر در این راهپیمایی شرکت کرده‌اند؛ به‌نحوی که این رویداد را یکی از بزرگ‌ترین گردهمایی‌های سالانه مذهبی در جهان دانسته‌اند (هیلی، ۲۰۱۷، ص ۸۹).

در سال‌های اخیر بحث کاروان و موکب‌های خدمات‌رسانی اربعین بسیار داغ بوده و از طرفی توسعه خدمات به زائران را موجب شده است، اما لزوم هدایت این موکب‌ها و خادمان در جهت صحیح و موازی با موازین علمی و مکتبی حادثه اربعین از اهمیت بالایی برخوردار خواهد بود. با توجه به گسترش فعالیت‌های سخت‌افزاری اربعین، الگوی مفهومی پیاده‌روی اربعین از نگاه مقام معظم رهبری (علیه السلام) نقشه جامع جهت استفاده حداکثری از ظرفیت پیاده‌روی عظیم اربعین است و معظم‌له برای پیاده‌روی اربعین پنج مأموریت اصلی را تعیین نموده‌اند که عبارت‌اند از: وحدت، احیای حادثه کربلا، مبارزه حق علیه باطل، حادثه پیاده‌روی اربعین و الگوسازی (صادقی آرمان، ۱۳۹۸). در رویداد اربعین، همه امت اسلامی با همه ابعادش خودش را بروز می‌دهد. اربعین رویدادی برای هم‌اندیشی‌های تخصصی و ارتباطات گسترده نخبگان اجتماعی و علمی و فرهنگی و امنیتی است (میرزایی، ۱۳۹۸). زیارت اربعین با ایجاد و بسط معنا برای کانون گرم خانواده تأثیر عمیقی در نهاد خانواده در زمینه‌های مختلف ایجاد می‌کند. تجربه زیست خانوادگی در جریان زیارت، بر استحکام نهاد خانواده در زمینه‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی دلالت دارد و بر خردورزی، پویایی و کارآمدی این نهاد مبارک فزونی می‌بخشد (غیائی فتح‌آبادی و دیگران ۱۴۰۰).

۱-۲. آسیب‌شناسی اربعین

به نظر می‌رسد پدیده زیارت اربعین با ویژگی‌ها و جذابیت‌ها و لطافت‌های فراوانش، آن‌چنان بینندگان را دچار شگفتی کرده که بیشتر نوشته‌ها درباره این شگفتی‌ها و وصف و اهمیت آنهاست. از سوی دیگر، کاستی‌ها و کمبودهایی نیز با توجه به خیل عظیم جمعیت، دیده می‌شود که هرچند تاحدی طبیعی است، اما برای برطرف کردن آن باید تلاش کرد. از حیث فرهنگ عمومی و معاشرت، ناآشنایی با تفاوت‌های فرهنگی ملت‌های ایران و عراق، کم‌توجهی به آداب زیارت و مهمان شدن، زیاده‌روی در امیدبخشی و ترویج جای بدون خوف، خطر اختلاف‌افکنی با روحیه منت نهادن در قبال خدمات و نیاز به هدفمندسازی نذورات و خیرات مواکب و سامان دادن آن، بخشی از آسیب‌های موجود هستند. از حیث مدیریت راهبردی و محتوایی، به کارگیری روش‌های ناقص و غیرعلمی آموزش عربی، کمبود شعر و نغمه متناسب و دوزبانه و وجود برخی نغمه‌های نامناسب، وجود عوامل غفلت‌زا، وجود جریان‌های منحرف، تلاش برای کاستن از جایگاه مرجعیت راستین شیعه و کم‌توجهی به آثار سیاسی و تمدنی مراسم اربعین، برخی از آسیب‌های موجود در این حیطه هستند. از حیث مدیریت اجرایی و شکلی، تمرکز بیش‌ازحد بر مسیر اصلی نجف - کربلا و غفلت از مسیرهای دیگر، کم‌توجهی به تبلیغ برای کودکان، اسراف، تولید و انباشت زباله و آلودگی محیط زیست، ضرورت تمرکززدایی در زیارت اربعین و ضرورت سامان‌دهی کاروان‌های زنانه، بخشی از آسیب‌های موجود در این زمینه می‌باشند (نجاتی، ۱۳۹۶).

در آیین پیاده‌روی حسینی، علاوه بر وحدت و همبستگی، کج‌رفتاری‌های برخی زائران دیده می‌شود که برخی رفتارهای انحرافی نظیر اسراف، تبذیر و آسیب‌های اجتماعی در معرض نکوهش شدید بیشتر زائران است. مطابق نظریات مرتن، پیاده‌روی

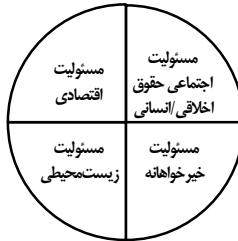
اربعین، کارکردهایی با پیامدهای مثبت و کژکارکردهایی با پیامدهای منفی دارد. آسیب‌های پیاده‌روی اربعین انسجام اجتماعی را دچار اختلال می‌کند و مناسک دینی را به‌طرف پریشانی و ناپایداری پیش می‌برد که در صورت اتخاذ نکردن تدابیر لازم از طرف برنامه‌ریزان و نخبگان، خطر تحریف شکل سنتی و آیینی اربعین وجود دارد و با وجود برخی بدعت‌ها و انحرافات موجود، بیم آن می‌رود که کارکردهای ماندگار نهضت حسینی در آینده دستخوش مخاطراتی شود. از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، برخی آسیب‌های پیاده‌روی اربعین در فقر فرهنگی، جامعه‌پذیری نامناسب افراد و ناآشنایی با فرهنگ میزبان ریشه دارد. یکی از عوامل تأثیرگذار در رفتار انحرافی زائران، ضعف سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در اطلاع‌رسانی مناسب و شایسته به زائران در حوزه‌های مختلف، در کنار تشویق حداکثری به حضور در این ابرویداد است (تاج‌بخش، ۱۴۰۱).

آسیب‌های منفی اربعین را می‌توان در ابعاد مختلف دید: آسیب‌های مدیریتی، فرهنگی، زیست‌محیطی، مالی، دینی، سیاسی و گردشگرانه. آنچه در همه این دسته‌ها به چشم می‌خورد، دور شدن این مراسم از اهداف درون‌دینی، اصالت آیینی و شیوه برگزاری سنتی آن است. برای نمونه حضور پررنگ نهادهای دولتی، مردمی بودن این مراسم را به چالش می‌کشد؛ آرایش برخی بانوان هنگام پیاده‌روی یا انتظارات بیش‌ازحد زائران از میزبانان عراقی با آداب زیارت در تضاد است؛ آلوده نمودن محیط حتی در حالت طبیعی هم مخالف دستورات اسلام است، چه رسد به مسیر رسیدن به کربلا؛ انتظارات برخی زائران برای پرداخت هزینه‌های بیشتر از سوی دولت، هدف زیارت را به چالش می‌کشد؛ مجادلات میان گروه‌های شیعی در طول مسیر با کارکرد وحدت‌بخشی منافات دارد؛ برخی شعارها یا فعالیت‌های زائران علیه دولت‌های اهل سنت به وحدت مسلمانان آسیب می‌رساند و نگاه گردشگرانه به اربعین بحث زیارت و آداب آن را به حاشیه می‌راند. برای همه این موارد می‌توان عبارت «ابزاری شدن اربعین» را به کار برد. یکی از دلایل این امر، دولتی شدن اربعین است. مراسمی که تا دو دهه پیش کاملاً خودجوش برگزار می‌شد، با دخالت بیش از اندازه برخی نهادهای دولتی، به برخی حاشیه‌ها و آسیب‌ها آلوده شد. بنابراین احتمالاً با کاسته شدن رنگ‌وبوی دولتی این مراسم و بازگرداندن مدیریت ساماندهی آن به نهادهای مردمی، مراسم اربعین بیشتر به اصالت خود بازگشته و از ابعادی که خطر ابزاری شدن این مراسم را در پی دارد، کاسته شود. برخی بر این باورند مردم جهان تمایل به زیارت از جاهایی دارند که دولت‌ها نقش کمتری در اداره‌شان داشته باشند؛ چراکه در این شرایط مردم خود را موظف به ساماندهی و اجرای هرچه بهتر این آیین‌ها می‌بینند (هاشمی مقدم، ۱۴۰۲).

۱-۳. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها

شرکت‌ها برای تأمین مالی پروژه‌های مختلف، از شیوه‌های گوناگونی استفاده می‌کنند؛ به‌عنوان مثال برخی از آنها در مشارکت با دولت در حوزه زیرساخت‌ها اقدام به نوعی تأمین مالی می‌نمایند، یا اساساً خود کسب‌وکارهای اجتماعی (social business) می‌توانند به‌عنوان مصداقی از ارائه خدمات اجتماعی توسط شرکت‌ها معرفی شوند. یکی دیگر از این راه‌ها، موضوع مسئولیت اجتماعی است؛ شرکت‌ها برای تأمین مالی برخی پروژه‌ها از بودجه مسئولیت اجتماعی استفاده می‌کنند. بودجه مسئولیت اجتماعی در چهار موضوع کلی هزینه می‌گردد که عبارت‌اند از:

- الف) بودجه مسئولیت اجتماعی برای محافظت از محیط زیست؛
 ب) بودجه مسئولیت اجتماعی برای بهبود فعالیت نیروی کار شرکت؛
 ج) بودجه مسئولیت اجتماعی برای مسائل اجتماعی غیرمترقبه نظیر سیل و زلزله؛
 د) بودجه مسئولیت اجتماعی برای امور خیرخواهانه.
- شکل ۱: انواع بودجه مسئولیت اجتماعی



انگیزه شرکت‌ها در استفاده از بودجه مسئولیت‌پذیری اجتماعی گوناگون است. در برخی شرکت‌ها بودجه مسئولیت اجتماعی صرفاً کلمه‌ای خوش‌لفظ است و مدیران تنها در اندیشه حداکثرسازی سود می‌باشند؛ بعضی به دنبال مقاصد سیاسی‌اند تا از طریق آن، مواهبی کسب کنند. مقدار استفاده شرکت‌ها نیز تفاوت دارد. برخی مسئولیت‌پذیر نیستند؛ بعضی دیگر حداقلی از مسئولیت‌پذیری دارند، اما هیچ نوع اقدامی درباره مسئولیت اجتماعی انجام نمی‌دهند؛ برخی دیگر با قوانین، تضاد و درگیری ندارند و در بعضی از اقدامات مسئولیت اجتماعی مشارکت می‌کنند؛ گروه چهارم برای عملکرد بهتر در حوزه‌های متنوع، موضع‌گیری سیستماتیکی دارند، به دنبال راه‌های سازگار با محیط زیست هستند و کمک به محیط اجتماعی یکی دیگر از مقاصد آنهاست (احمدپور و فرمانبردار، ۱۳۹۴).

در رویداد اربعین نیز شرکت‌ها از بودجه‌های مسئولیت اجتماعی خود برای مشارکت در تأمین مالی اربعین استفاده می‌کنند. حجم این مشارکت توسط شرکت‌های مختلف متفاوت بوده است؛ به‌عنوان مثال در سال ۱۴۰۲ شرکت ملی نفت ایران برای اجرای طرح‌های مسئولیت اجتماعی در ایام اربعین، ۷۵ میلیارد ریال تخصیص داد که از این میان، ۴۵ میلیارد ریال برای کمک به احداث سایه‌بان و مه‌پاش در مسیر موكب‌های مرز چذابه، ۱۰ میلیارد ریال برای کمک به اجرای شبکه آب موكب‌ها و آب‌سردکن‌ها و کمک به اجرای شبکه آب سرویس‌های بهداشتی در مسیر اربعین در استان ایلام، و ۲۰ میلیارد ریال برای کمک به تکمیل سایت اسکان زائران، تأمین تجهیزات سرمایشی و ساخت سرویس بهداشتی در مسیر اربعین استان ایلام، تخصیص یافته است.

۲. روش پژوهش

تکنیک دلفی فازی بر مبنای دیدگاه خبرگان انجام می‌شود. در این روش، برای سنجش دیدگاه از عبارات کلامی استفاده می‌شود. برای تعیین میزان اهمیت شاخص‌ها می‌توان از روش دلفی فازی استفاده نمود. یکی از فواید مهم روش دلفی فازی نسبت به روش دلفی سنتی آن است که می‌توان از یک راند برای غربال شاخص‌ها استفاده کرد. در الگوریتم اجرای

روش دلفی فازی برای غربال شاخص‌ها ابتدا باید طیف فازی مناسبی برای فازی‌سازی عبارات شفاهی مصاحبه‌شوندگان تعیین کرد. برای این کار می‌توان از روش‌های توسعه طیف فازی بهره‌برداری نمود یا از طیف‌های فازی متداول استفاده کرد؛ به‌عنوان مثال طیف فازی مثلثی برای مقیاس پنج درجه لیکرت در بیان اهمیت شاخص‌ها به شرح ذیل است:

خیلی مهم	مهم	اهمیت متوسط	کم‌اهمیت	غیرمهم
(۰/۷۵، ۰، ۱)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۰/۲۵/۵، ۰/۷۵)	(۰/۰/۲۵، ۰/۰/۵)	(۰/۰/۰، ۰/۲۵)

پس از انتخاب طیف فازی مناسب، دیدگاه خبرگان تجمیع می‌شود و به‌صورت فازی ثبت می‌گردد. راه‌های مختلفی برای تجمیع نظر خبرگان وجود دارد. اگر دیدگاه هر کارشناس به‌صورت عدد فازی مثلثی (l, m, u) نشان داده شود، یک روش مرسوم برای تجمیع دیدگاه n کارشناس، کمینه l ، میانگین m و بیشینه u این‌گونه است:

$$F_{AGR} = \left(\min(l), \left\{ \frac{\sum m}{n} \right\}, \max(u) \right)$$

در بعضی منابع به‌جای میانگین حسابی، میانگین هندسی پیشنهاد می‌شود:

$$F_{AGR} = \left(\min(l), \prod m, \max(u) \right)$$

در بعضی دیگر از منابع نیز پیشنهاد شده است که کران‌های بالا و پایین هم با میانگین هندسی اندازه‌گیری شود. ما بیشتر روش میانگین فازی را برای تجمیع نظرات خبرگان پیشنهاد می‌کنیم که به‌صورت ذیل سنجیده می‌شود:

$$F_{AGR} = \left(\frac{\sum l}{n}, \frac{\sum m}{n}, \frac{\sum u}{n} \right)$$

بعد از تجمیع فازی دیدگاه خبرگان باید به فازی‌زدایی نتایج حاصله پرداخت. در شیوه‌های گوناگون که با رویکرد فازی انجام می‌شود، محقق نهایتاً به دنبال آن است که مقادیر فازی نهایی را به عددی قطعی تبدیل نماید.

معمولاً تجمیع اعداد فازی مثلثی را می‌توان توسط یک مقدار قطعی که به بهترین میانگین مربوط است، خلاصه کرد. این کار را فازی‌زدایی می‌گویند. شیوه‌های گوناگونی برای فازی‌زدایی وجود دارد؛ یکی از روش‌های آسان برای فازی‌زدایی میانگین اعداد فازی مثلثی به شکل ذیل است (حبیبی، جهان تیغ و سرافرازی، ۲۰۱۵):

$$F_{AVG} = \{L, M, U\}$$

$$X_m^1 = \frac{L + M + U}{3}$$

$$X_m^2 = \frac{L + 2M + U}{4}$$

$$X_m^3 = \frac{L + 4M + U}{6}$$

$$Crisp\ number = Z^* = \max(X_{max}^1, X_{max}^2, X_{max}^3)$$

با توجه به نکات بیان‌شده، سه مرحله مصاحبه با خبرگان انجام شد. این خبرگان ۱۳ نفر متشکل از صاحب‌نظران آکادمیک، صاحب‌نظران حوزوی، فعالان اربعین و مسئولین ستاد اربعین بودند (۶ نفر شخصیت‌های علمی حوزه و دانشگاه، ۳ نفر از مسئولان، ۳ نفر از فعالان ایرانی اربعین و یک نفر از فعالان عراقی اربعین بودند). مصاحبه‌ها نیز به‌صورت ویدئو

کنفرانس و بعضاً تا دو ساعت به طول انجامید. طی دور اول مصاحبه‌ها با خبرگان، ۱۱ مؤلفه ذیل (در جدول ۱) به عنوان آسیب‌های نقش آفرینی شرکت‌ها در اربعین احصا شدند؛ سپس طی دور دوم مصاحبه‌ها از خبرگان درخواست شد به این آسیب‌ها از رتبه ۱ تا رتبه ۵، عددی را تخصیص دهند (عدد ۱ به معنای بی‌اهمیت و عدد ۵ به معنای بسیار بااهمیت است). نتایج مصاحبه‌های دور دوم در قالب جدول (۲) بیان شده‌اند. در مرحله بعد، طی مصاحبه‌های مرحله سوم، برای اینکه اجماع خبرگان حاصل شود، نتایج به سمع خبرگان رسید و برخی نظرات تعدیل شد. نتایج مصاحبه‌های دور سوم در قالب جدول (۳) بیان شده‌اند. برای اینکه فرایند دلفی فازی کامل شود، می‌بایست میانگین نظرات در مصاحبه‌های دوم با میانگین نظرات در مصاحبه‌های سوم مقایسه شود و اگر اختلاف میانگین‌ها بیش از ۰٫۱ باشد، به معنای عدم اجماع است و مجدداً باید مصاحبه انجام شود، اما اگر اختلاف میانگین‌ها کمتر از ۰٫۱ باشد، به معنای اجماع است و فرایند مصاحبه‌ها متوقف می‌شود. نتیجه این اختلاف میانگین‌ها در قالب جدول (۴) بیان شده است.

۳. یافته‌های پژوهش

جدول ۱: آسیب‌های احصاشده بنابر دور اول مصاحبه‌ها

حوزه کلی	شماره آسیب‌ها	آسیب‌ها
ساختاری	۱	عدم وجود عامل هماهنگ‌کننده بین شرکت‌ها به سبب فقدان سند بالادستی و تقسیم کار نهادی
	۲	عدم تفکیک وظایف بین شرکت‌ها
	۳	خلأ تجمیع بودجه‌های مسئولیت اجتماعی ناظر به اربعین در یک سازمان
تأمین مالی	۴	عدم اولویت‌بندی بهینه منابع و لذا سوق دادن بیش از حد منابع به پذیرایی از زوار
	۵	صرف منابع مالی غیر ضروری و بعضاً مضر به تبلیغات محیطی غیر مرتبط به اربعین
	۶	عدم تخصیص وجوه کافی برای تأمین زیرساخت‌های آب و برق
	۷	عدم تخصیص وجوه کافی به مسئله دفع پسماند
	۸	ابهام در مکانیسم تخصیص بودجه مسئولیت اجتماعی به نهادهای خبریه و NGO ها و هیئت‌ها
الزامات جانبی تأمین مالی	۹	خودنمایی برخی شرکت‌ها برای ایفای نقش در تأمین مالی اربعین
	۱۰	نادیده گرفتن منابع خرد توسط موکب‌ها هنگام حضور شرکت‌ها
	۱۱	حضور پررنگ شرکت‌های تجاری لوکس و برند در شهرهای زیارتی و تخریب سیستم انگیزش درونی مردم

۳-۱. شرح مؤلفه‌های فوق

۱. عدم وجود عامل هماهنگ‌کننده بین شرکت‌ها به سبب فقدان سند بالادستی و تقسیم کار نهادی: شرکت‌ها در زمینه تجهیز و تخصیص منابع برای اربعین، به‌طور منفرد تصمیم می‌گیرند و عامل هماهنگ‌کننده‌ای بین آنها وجود ندارد و لذا ممکن است بهینه اجتماعی حاصل نشود. «بخش مهم این سند، نگاشت نهادی و مشارکت دستگاه‌های مسئول در این حوزه است» (شکرانی، ۱۴۰۳).

۲. عدم تفکیک وظایف بین شرکت‌ها: وظایف بین شرکت‌ها در زمینه تأمین مالی اربعین بهتر است تفکیک و تقسیم شود و هریک بخشی از پروژه‌های زیرساختی اربعین را برعهده بگیرد اما این تقسیم وظایف هم‌اکنون وجود ندارد.

۳. خلأ تجمیع بودجه‌های مسئولیت اجتماعی ناظر به اربعین در یک سازمان: بودجه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌های مختلف که قرار است به اربعین تخصیص داده شود، بهتر است همگی در یک سازمان واحد تجمیع شود

و سپس بنا به فراخور نیاز پروژه‌های زیرساختی اربعین، به آن پروژه‌ها تخصیص یابد، اما هم‌اکنون چنین کاری صورت نمی‌گیرد؛ زیرا شرکت‌ها دوست دارند خودشان منابع را تخصیص دهند. لذا منابع مالی پخش و خرد می‌شود و مکانیسمی برای انباشت بودجه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها وجود ندارد.

۴. عدم اولویت‌بندی بهینه منابع و لذا سوق دادن بیش از حد منابع به پذیرایی از زوار؛ هم‌اکنون اولویت‌بندی بهینه‌ای برای تخصیص منابع مالی شرکت‌ها در اربعین وجود ندارد و لذا بسیاری از منابع بیش از نیاز لازم، به پذیرایی از زوار اختصاص می‌یابد.

۵. صرف منابع مالی غیرضروری و بعضاً مضر به تبلیغات محیطی غیرمرتبط به اربعین؛ بخشی از منابع مالی شرکت‌ها در جهت تبلیغاتی محیطی صرف می‌شود که اساساً هیچ ارتباطی به فضای زیارت اربعین ندارد و موجب اتلاف منابع مالی و تخریب سیستم انگیزشی مردم می‌گردد و این ناشی از غلبه رویکرد بازاریابی و تبلیغاتی بر عموم شرکت‌هاست.

۶. عدم تخصیص وجوه کافی برای تأمین زیرساخت‌های آب و برق؛ منابع مالی کافی برای تأمین مالی پروژه‌های زیرساختی اربعین نظیر آب و برق، توسط شرکت‌ها تخصیص نمی‌یابد.

۷. عدم تخصیص وجوه کافی به مسئله دفع پسماند؛ منابع مالی کافی برای تأمین مالی پروژه‌های زیرساختی فاضلاب و مسئله دفع پسماند، توسط شرکت‌ها تخصیص نمی‌یابد. «مسئله انبوه زباله در شهرها و مسیر پیاده‌روی جزء نقاط ضعفی است که شاید خطرات زیست‌محیطی و بهداشتی را در پی داشته باشد» (یعقوبی و دیگران، ۱۴۰۰).

۸. مکانیسم تخصیص بودجه مسئولیت اجتماعی به نهادهای خیریه و NGOها و هیئت‌ها مشخص نیست. خیلی نهادهای بودجه خود را به هیئت محل یا هیئت فامیلی‌شان می‌دهند.

۹. خودنمایی برخی شرکت‌ها برای ایفای نقش در تأمین مالی اربعین؛ اساس نظام انگیزشی اربعین مبتنی بر سیستم انگیزش درونی و اخلاص و نفعی سودخواهی و در تضاد با خودنمایی و تظاهر است، اما دغدغه برخی شرکت‌ها صرفاً خودنمایی و حداکثرسازی سود است که این امر در راستای نظام انگیزشی اربعین نیست.

۱۰. نادیده گرفتن منابع خرد توسط موکب‌ها هنگام حضور شرکت‌ها؛ وقتی شرکت‌های با بودجه‌های کلان، حامی مالی برخی موکب‌ها برای تأمین خوراک و سایر تجهیزات می‌شوند، منابع مالی خرد مردمی نادیده و ناچیز انگاشته می‌شود.

۱۱. حضور پررنگ شرکت‌های تجاری لوکس و برند در شهرهای زیارتی و تخریب سیستم انگیزش درونی مردم؛ حضور پررنگ شرکت‌های تجاری لوکس که به دنبال حداکثرسازی سودشان هستند، فضای معنوی شهرهای زیارتی و نظام انگیزش درونی مردم برای تأمین مالی مناسک را تخریب می‌نماید.

جدول ۲: نتایج حاصل از مصاحبه‌های دور دوم:

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13
C1	۵	۵	۳	۳	۵	۵	۴	۴	۵	۴	۵	۴	۵
C2	۵	۵	۳	۳	۵	۵	۴	۳	۴	۵	۵	۴	۵
C3	۳	۳	۳	۳	۳	۵	۴	۴	۴	۴	۳	۴	۳
C4	۳	۵	۳	۵	۴	۳	۳	۴	۴	۵	۳	۵	۵
C5	۳	۴	۴	۴	۲	۴	۳	۴	۲	۴	۳	۴	۴
C6	۴	۴	۲	۴	۲	۲	۴	۳	۲	۴	۲	۴	۳
C7	۴	۴	۲	۴	۳	۳	۴	۳	۳	۴	۲	۴	۳
C8	۴	۵	۴	۵	۵	۵	۳	۴	۵	۵	۳	۴	۳
C9	۴	۳	۳	۳	۴	۵	۳	۴	۴	۴	۳	۴	۳
C10	۴	۵	۴	۳	۴	۵	۴	۳	۴	۵	۳	۴	۳
C11	۳	۴	۴	۲	۲	۴	۳	۴	۲	۴	۴	۴	۳

جدول ۳: نتایج حاصل از مصاحبه‌های دور سوم

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13
C1	۵	۵	۳	۳	۵	۵	۴	۵	۵	۴	۵	۴	۵
C2	۵	۵	۳	۳	۵	۵	۴	۴	۴	۵	۵	۴	۵
C3	۳	۳	۳	۳	۳	۴	۴	۴	۴	۴	۳	۴	۳
C4	۳	۵	۳	۵	۴	۴	۳	۴	۴	۵	۳	۵	۵
C5	۳	۴	۴	۴	۲	۴	۳	۳	۲	۴	۳	۴	۴
C6	۴	۴	۲	۴	۲	۲	۴	۲	۲	۴	۲	۴	۳
C7	۴	۴	۲	۴	۳	۳	۴	۳	۳	۴	۳	۴	۳
C8	۴	۵	۴	۵	۵	۵	۳	۵	۵	۵	۳	۴	۳
C9	۴	۳	۳	۳	۴	۴	۳	۴	۴	۴	۳	۴	۳
C10	۴	۵	۴	۳	۴	۴	۴	۳	۴	۵	۳	۴	۳
C11	۳	۴	۴	۲	۲	۴	۳	۴	۲	۴	۴	۴	۲

در این مرحله با توجه به آنچه در روش پژوهش بیان شد، ابتدا برای فازی کردن اعداد، از طیف فازی مثلثی استفاده می‌کنیم، آنگاه با محاسبه میانگین حسابی آنها، این اعداد را فازی‌زدایی می‌کنیم.

متغیرها	طیف فازی مثلثی	عدد فازی قطعی
خیلی مهم	(۰/۷۵، ۱/۱)	۰/۹۳۷۵
مهم	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	۰/۷۵
اهمیت متوسط	(۰/۲۵، ۰/۵، ۰/۷۵)	۰/۵
کم‌اهمیت	(۰، ۰/۲۵، ۰/۵)	۰/۲۵
غیرمهم	(۰، ۰، ۰/۲۵)	۰/۰۶۲۵

میانگین نتایج مصاحبه‌های مرحله دوم و نتایج مصاحبه‌های مرحله سوم در جدول (۴) آمده است. اختلاف این میانگین‌ها نیز در همین جدول ذکر شده است.

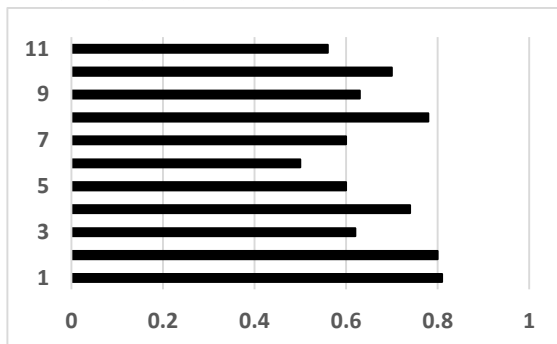
جدول ۴: اختلاف میانگین مصاحبه‌های مرحله دوم و سوم

شماره سؤال	میانگین مرحله ۲	میانگین مرحله ۳	اختلاف میانگین‌ها
۱	۰/۸۰	۰/۸۱	-۰/۰۱
۲	۰/۷۸	۰/۸۰	-۰/۰۲
۳	۰/۶۳	۰/۶۲	۰/۰۱
۴	۰/۷۲	۰/۷۴	-۰/۰۲
۵	۰/۶۲	۰/۶۰	۰/۰۲
۶	۰/۵۲	۰/۵۰	۰/۰۲
۷	۰/۵۸	۰/۶۰	-۰/۰۲
۸	۰/۷۷	۰/۷۸	-۰/۰۱
۹	۰/۶۵	۰/۶۳	۰/۰۱
۱۰	۰/۷۱	۰/۷۰	۰/۰۱
۱۱	۰/۵۸	۰/۵۶	۰/۰۲

با توجه به نتایج نظرسنجی مرحله دوم و انطباق آن با نتایج مرحله سوم، در صورتی که تفاوت میانگین فازی‌زدایی شده در دو مرحله از ۰,۱ کمتر شود، فرایند نظرسنجی به پایان می‌رسد. با توجه به اینکه تفاوت میانگین فازی‌زدایی شده دیدگاه‌های خبرگان در دو مرحله از ۰,۱ کمتر است، خبرگان در مورد آسیب‌های مشارکت شرکت‌ها در تأمین مالی اربعین به اجماع رسیده‌اند و نظرسنجی از خبرگان در مرحله سوم متوقف می‌شود؛ این بدان معناست که خبرگان نسبتاً درک یکسانی از آسیب‌های مشارکت شرکت‌ها در تأمین مالی اربعین دارند.

اولویت‌بندی آسیب‌های مشارکت شرکت‌ها در تأمین مالی اربعین بر اساس میانگین فازی‌زدایی شده آنها در مرحله سوم نظرخواهی تعیین می‌شود. نتیجه بررسی و اولویت‌بندی صورت گرفته در قالب نمودار به شرح شکل ذیل است:

شکل ۲: رتبه‌بندی آسیب‌های مشارکت شرکت‌ها در تأمین مالی اربعین



نتیجه‌گیری

رویداد پیاده‌روی اربعین یکی از مهم‌ترین شعائر و مناسک دینی است که در سال‌های اخیر مورد توجه ویژه قرار گرفته، اما تأمین منابع برای آن دچار برخی کاستی‌هاست. شرکت‌های مختلف برای تأمین مالی اربعین تلاش‌های گوناگونی می‌کنند، اما این اقدامات ضعف‌ها و آسیب‌هایی دارد. در این مقاله با استفاده از روش دلفی فازی و از طریق مصاحبه

با ۱۳ نفر از خبرگان این حوزه، آسیب‌شناسی دقیقی از نقش شرکت‌ها در تأمین مالی اربعین انجام شد. نتایج حاکی از این است که آسیب‌های اول، دوم و هشتم دارای بالاترین اهمیت هستند. این آسیب‌ها به‌ترتیب عبارت‌اند از: ۱. عدم وجود عامل هماهنگ‌کننده بین شرکت‌ها به‌سبب فقدان سند بالادستی و تقسیم کار نهادی؛ ۲. عدم تفکیک وظایف بین شرکت‌ها؛ ۳. ابهام در مکانیسم تخصیص بودجه مسئولیت اجتماعی به نهادهای خیریه و NGOها و هیئت‌ها. از میان این موارد، عدم وجود عامل هماهنگ‌کننده بین شرکت‌ها به سبب فقدان سند بالادستی و تقسیم کار نهادی، به‌عنوان مهم‌ترین آسیب شناخته شده است. اهمیت موارد فوق بیانگر این است که هرگونه سیاست‌گذاری در حوزه نقش‌آفرینی شرکت‌ها در تأمین مالی اربعین باید آسیب‌های فوق را مد نظر قرار دهد و برای حل موارد فوق، تصمیمات لازم صورت گیرد؛ همچنین کم‌اهمیت‌ترین آسیب‌ها، آسیب ششم است که همان عدم تخصیص وجوه کافی برای تأمین زیرساخت‌های آب و برق می‌باشد. اهمیت کم این گزاره، ناشی از آن است که تأمین مالی زیرساخت‌های آب و برق مسیر کربلا بیشتر مربوط به خود دولت عراق است تا شرکت‌های ایرانی.

مبتنی بر این پژوهش، سیاست‌گذاران باید:

اولاً یک سند بالادستی برای تقسیم کار نهادی شرکت‌های مختلف تهیه کنند، و از این طریق وظایف بین شرکت‌های فعال در حوزه اربعین را تقسیم‌بندی نمایند، و همچنین با تهیه سند و سایر الزامات سیاستی، بتوانند ابهام در مکانیسم تخصیص بودجه مسئولیت اجتماعی به نهادهای خیریه و NGOها و هیئت‌ها را برطرف کنند. در واقع شرکت‌ها باید مبتنی بر آن سند بالادستی که تهیه می‌شود، مکانیسم همکاری و هماهنگی بین یکدیگر را تعریف کنند؛ به‌عنوان مثال می‌توان یک شرکت سهامی متشکل از شرکت‌های مشارکت‌کننده در اربعین ایجاد کرد و وظیفه تأمین و تخصیص بودجه‌های مسئولیت اجتماعی به مایحتاج رویداد اربعین، به این شرکت سهامی محول گردد.

ضمن اینکه می‌بایست مکانیسمی تعریف شود که شرکت‌ها اکثر منابع مالی خود را به ایجاد زیرساخت‌های مختلف حیطه اربعین - چه در ایران (از طریق قرارداد با دولت ایران)، چه در عراق (از طریق قرارداد با دولت عراق) - تخصیص دهند و از صرف این منابع مالی در خدمات متداول عمومی اربعین پرهیز نمایند. گستره این زیرساخت‌ها زیاد است و از حمل‌ونقل و برق و آب تا مسائل دفع پسماند را شامل می‌شود؛ برای مثال در زمینه حمل‌ونقل، شرکت‌ها می‌توانند به توسعه شبکه‌های حمل‌ونقل عمومی بپردازند و از طریق ارتقای کیفیت خدمات، تجربه زائران را بهبود بخشند.

نکته بعد، ملاحظه سیستم انگیزشی مردم در اربعین است. یکی از عواملی که نقشی مخرب در سیستم انگیزش درونی مردم در اربعین ایفا می‌کند، مؤلفه‌های سودانگاران از جمله تبلیغاتی محیطی هستند که هیچ ارتباطی با اربعین ندارند و صرفاً نقش بازاریابی را برای شرکت‌ها ایفا می‌کنند. این تبلیغات نه تنها تأثیر منفی بر روحیه زائران می‌گذارد؛ بلکه می‌تواند سبب انحراف از اهداف اصلی اربعین نیز گردد. بنابراین سند بالادستی مذکور می‌بایست برای کاهش مخاطرات این تبلیغات محیطی بر فضای انگیزشی اربعین مکانیسمی طراحی کند.

از سوی دیگر، باید توجه داشت که این ملاحظات تنها محدود به مسائل مالی نیست. ایجاد یک استراتژی جامع به‌منظور جذب و نگهداری زائران در ایام اربعین می‌تواند به ارتقای جایگاه فرهنگی و اجتماعی این رویداد کمک شایانی کند؛ به عنوان مثال برگزاری کارگاه‌ها و سمینارها می‌تواند به تقویت آگاهی عمومی و فرهنگی زائران کمک کند و در نهایت منجر به بهبود تجربه آنها در طول سفر شود.

علاوه بر این، سیاست‌گذاران باید به نقش فناوری در بهبود خدمات اربعین توجه ویژه‌ای داشته باشند. استفاده از اپلیکیشن‌ها و پلتفرم‌های آنلاین می‌تواند به تسهیل ارتباطات و هماهنگی‌ها در بین زائران و نهادهای ارائه‌دهنده خدمات کمک کند؛ همچنین این فناوری‌ها می‌توانند در زمینه جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل آنها به‌منظور بهبود عملکرد و خدمات ارائه‌شده در ایام اربعین مؤثر واقع شوند.

همچنین باید به این نکته توجه داشت که همکاری میان نهادهای دولتی و خصوصی در این زمینه از اهمیت بالایی برخوردار است. ایجاد یک شبکه قوی و مؤثر از همکاری‌های بین‌نهادی می‌تواند به بهینه‌سازی تخصیص منابع و افزایش کارایی در ارائه خدمات به زائران منجر شود. این همکاری‌ها می‌توانند در قالب قراردادهای مشترک و پروژه‌های همکاری تعریف شوند که در نهایت به نفع زائران و بهبود تجربه آنها خواهد بود؛ همچنین برگزاری جلسات منظم و تشکیل کارگروه‌های تخصصی می‌تواند به ایجاد یک فضای همفکری و تبادل نظر در میان تمامی ذینفعان کمک کند. این کارگروه‌ها می‌توانند به شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در زمینه خدمات‌رسانی به زائران اربعین پرداخته و راهکارهای مؤثری را برای حل آنها پیشنهاد دهند.

بهبود زیرساخت‌ها و خدمات در ایام اربعین نه تنها به افزایش رضایت زائران کمک می‌کند؛ بلکه می‌تواند به تقویت هویت ملی و دینی نیز کمک کند. لذا سرمایه‌گذاری در این حوزه باید به‌عنوان یک اولویت جدی در نظر گرفته شود. ایجاد یک چشم‌انداز بلندمدت برای توسعه زیرساخت‌های اربعین می‌تواند به ارتقای کیفیت خدمات و افزایش ظرفیت جذب زائران منجر شود. این چشم‌انداز باید شامل همه جوانب فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی باشد و به‌طور ویژه به نیازهای زائران توجه کند.

در نهایت، می‌توان گفت که ایجاد یک رویکرد جامع و یکپارچه به مدیریت رویداد اربعین، نه تنها به بهبود خدمات و زیرساخت‌ها کمک می‌کند؛ بلکه می‌تواند به تقویت ارزش‌های انسانی و اجتماعی در جامعه نیز منجر شود.

منابع

- احمدپور، احمد و فرمانبردار، مریم (۱۳۹۴). مسئولیت اجتماعی و تأثیر آن بر اعتبار شرکت‌ها. *مطالعات حسابداری و حسابداری*، ۴(۱۶)، ۱۵۴.
- پرویش، محسن (۱۳۹۸). بررسی ظرفیت‌های تملک‌سازی در جهان اسلام با تکیه بر پیاده‌روی اربعین. *علم و تمدن در اسلام*، ۱(۲)، ۳۰-۴۷.
- تاج‌بخش، غلامرضا (۱۴۰۱). آسیب‌های پیاده‌روی اربعین حسینی: بررسی جامعه‌شناختی. *شیعه‌پژوهی*، ۸(۲۲)، ۱۱۳-۱۳۷.
- رستگار، امین (۱۴۰۱). آسیب‌شناسی پیاده‌روی اربعین و رهیافت‌های تقویت آن. *پژوهش‌نامه تاریخ، سیاست و رسانه*، ۶(۲)، ۵۵-۷۰.
- رضائی تمیجانی، صدیقه (۱۳۹۹). بررسی ابعاد و اجزای ذهنی مشارکت جمعی در پیاده‌روی اربعین. *دین و ارتباطات*، ۲۷(۱)، ۳۵۷-۳۸۴.
- شکرانی، ابراهیم (۱۴۰۳). آخرین وضعیت تدوین «سند ملی اربعین». پایگاه خبری ایسنا. isna.ir/xdRVv2.
- صادقی آرمان، سیدمحمد (۱۳۹۸). *امتداد پیاده‌روی اربعین*. تهران: شهید کاظمی.
- غفاری هشبجین، زاهد و آقایی، محمد (۱۳۹۷). پیاده‌روی اربعین حسینی به‌مثابه جنبش اجتماعی. *دانش سیاسی*، ۱۴(۱)، ۱-۲۱.
- غیاثی فتح‌آبادی، هادی و دیگران (۱۴۰۰). واکاوی اثرهای مناسک دینی در زیست خانوادگی: مورد مطالعه آیین پیاده‌روی زیارت اربعین حسینی. *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۲۲(۵۶)، ۲۱۹-۲۳۹.
- متقی، افشین و ملاحسینی اردکانی، رضا (۱۳۹۹). تبیین جایگاه و نقش اربعین در ارتقای پرستیژ ژئوپلیتیکی تشیع. *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، ۱۲(۳)، ۹۳-۱۱۴.
- مریجی، شمس‌الله (۱۴۰۱). تبیین جامعه‌شناختی زیارت اربعین و کارکردهای اجتماعی آن. *اسلام و مطالعات اجتماعی*، ۱۰(۲)، ۷-۳۲.
- میرزایی، محمدعلی (۱۳۹۸). ظرفیت‌شناسی منطقه‌ای و بین‌المللی اربعین و آسیب‌شناسی آن. *باسخ*، ۴(۱۴)، ۷-۳۶.
- نجاتی، محمدسعید (۱۳۹۶). آسیب‌شناسی میدانی مراسم پیاده‌روی اربعین حسینی از زاویه فرهنگ زیارت در اسلام. *فرهنگ زیارت*، ۳۱(۳)، ۱۶۷-۱۸۴.
- هاشمی مقدم، امیر (۱۴۰۲). انسان‌شناسی زیارت: مطالعه‌ای در آسیب‌شناسی مراسم اربعین. *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*، ۱۳(۱)، ۲۱۵-۲۳۳.
- یعقوبی، الهام و دیگران (۱۴۰۰). بررسی مؤلفه‌ها و فرایند ارائه خدمات عمومی مردنهاد در پیاده‌روی اربعین مبتنی بر رویکرد نگاهت علی. *مطالعات راهبردی بسیج*، ۲۴(۹۱)، ۲۰۵-۲۳۹.
- Al-Hilli, M. (2017). *Arbaeen: The Walk*. Al-Hilli Publications.
- Choi, Y.-W. & Eltahir, E. A. B. (2022). Heat stress during Arba'een foot-pilgrimage (world's largest gathering) projected to reach "Dangerous" levels due to climate change. *Geophysical Research Letters*, 49, e2022GL099755.
- El-Diraby, Tamer E.; Kinawy, Sherif; Pirayonesi, S. Madeh (2017). A Comprehensive Review of Approaches Used by Ontario Municipalities to Develop Road Asset Management Plans. Transportation Research Board. Archived from the original on 12 June 2018. Retrieved 25 February 2020.
- Habibi, A., Jahantigh, F. F. & Sarafrazi, A. (2015). Fuzzy Delphi Technique for Forecasting and Screening Items. *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 5(2), 130-143.
- Husein, UmmeSalma Mujtaba, A phenomenological study of Arbaeen foot pilgrimage in Iraq. *Tourism Management Perspectives*, Volume 26, 2018, Pages 9-19, ISSN 2211-9736.
- Pirayonesi, S. M. (2019). The Application of Data Analytics to Asset Management: Deterioration and Climate Change Adaptation in Ontario Roads (Doctoral dissertation).