

Research Paper

An Analysis of the Effects of Non-Iranian Religious Tourists on Citizens' Quality of Life (A case Study: Samen District in Mashhad Municipality)

Maso'meh Saberi¹, Zahra Anabestani^{2*}, Alireza Bidkhori³

1. MSc., in Religion Tourism, Kherad Garayan Motahar Institute of Higher Education, Mashhad, Iran.

2. Ph.D., in Geography & Urban Planning, Lecture of Kherad Garayan Motahar Institute of Higher Education, Mashhad, Iran.

3. Assistant Prof., in Geography & Urban Planning, Kherad Garayan Motahar Institute of Higher Education, Mashhad, Iran

Received: 2019/04/21

Accepted: 2020/03/06

PP: 99-116

Use your device to scan and read the article online



Keywords:

Economic, Social, Physical, Religious Tourism, Samen region, Mashhad.

Abstract

Religious tourism, commonly referred to as tourism in the religion, is a form of tourism in which religious people (individually or in group) travel for pilgrimage, religious propaganda or cruise (exploratory). Hence, nowadays religious tourism has been considered in order to earn money as well as to preserve the cultural heritage. This article attempts to investigate the effects of the presence of non-Iranian religious tourists on various aspects of citizens' lives living in the Samen area of Mashhad. The research method in this study is applied and methodologically descriptive-analytical. Data collection was done based on library and field methods, and data analysis was done as descriptive (mean, standard deviation) and inferential statistics (single-sample t-test and factor analysis method). The research population consisted of 118 households in Samen region, which according to the Cochran formula, 90 households were selected. The findings of the study show that the presence of foreign religious tourism in the Samen area of Mashhad has had one of its greatest impact with an average of 3.353 on the economic dimension of citizens' lives. Factor analysis results show that 6 factors are more than 1. Also, according to the cumulative percentage of variances, the total number of factors from 1 to 26 explains 51.59% of the total variation. The effects of foreign religious tourism on the Samen area of Mashhad after categorizing in factor analysis shows that "economic prosperity and job creation" in the region with 15.2% of variance are known as the most important factor. According to the findings, solutions such as creating suitable job opportunities, creating culture for maintaining social identity and reducing the negative effects of tourists' presence, suitable location for projects in the change of use and construction in the region, etc. are suggested.

Citation: Maso'meh Saberi, Zahra Anabestani, Alireza Bidkhori. (2021): An Analysis of the Effects of Non-Iranian Religious Tourists on Citizens' Quality of Life. (A case Study: Samen District in Mashhad Municipality). Journal Research and Urban Planning, Vol 12, No 45, PP 99-116

DOI: 10.30495/JUPM.2021.3947

Corresponding author: Zahra Anabestani

Address: Ph.D., in Geography & Urban Planning, Lecture of Kherad Garayan Motahar Institute of Higher Education, Mashhad, Iran.

Tell: +989151701339

Email: zanabestani@yahoo.com

Extended Abstract

Introduction:

Religious tourism focuses on visiting religious places or destinations in order to consolidate a particular belief and develop an identity that points to spiritual and religious intellectualism. These places attract the attention of visitors not only for religious reasons but also for their historical, architectural or artistic values. Globalization, economic liberalization, new ethnicity and religious policies, the commodification of culture and values affect many religious sites in the present world. Situated in downtown area and thanks to the presence of Imam Reza (AS) courtyard, the Samen District of Mashhad municipality has certain conditions and features in the social dimension. The existence of hotels, restaurants, resorts and tourism services in general, especially religious tourism at the macro level, highlights the need for proper systematic management based on the needs and wants of tourists and the impact they will have on the quality of life of the citizens living in the area. Therefore, it is highly essential to study the effects of the presence of tourists on the social dimension, so the main question of the study is that: What is the impact of the presence of foreign religious tourists on the economic, social and physical dimensions of the Samen District?

Research Method

This study is an applied one, conducted in a descriptive-analytical method. A part of the data was collected by library research and the other part through questionnaires filled out by participants in the study area. The population of the study was comprised of people living in section 1 of Mashhad municipality where according to 2016 statistics, 552 people live in 118 households. This section is located at the intersection of Andarzgou, Khosravi and Khazali streets up to the Shohada Intersection. The sample size was calculated based on Cochran's formula with p and q coefficients of 0.5 and d of 0.05 from 118 households equal to 90 households. Random sampling method was employed. The variable of citizens' quality of life was evaluated using 44 items, based on Cronbach's alpha, whose reliability coefficient was 0.799 or close to 0.8 which is acceptable, and the validity of the questionnaire was evaluated and confirmed by university professors.

Findings

The analysis of social dimension of the quality of life shows that presence of foreign religious tourists has an average effect of 2.5 on their lives. One of the important social indicators in non-Iranian religious tourism is stress and lack of relaxation with the t -statistics of 15.611, at the significance level of 0.000

and the mean greater than 3, and the confidence level of 95%, we may come to the conclusion that citizens believe it is one of the most important social indicators resulted from non-Iranian religious tourism in Samen District. The examination of the economic dimension of quality of life shows that the presence of foreign religious tourists had an average effect of 3.35 on their lives. Attracting investors in the Samen District with t -statistics of 11.602, at the significance level of 0.000, the mean greater than 3, and the confidence level of 95%, one can argue this indicator is one of the most important economic indicators resulted from the presence of non-Iranian religious tourists. Eventually, concerning the physical dimension of quality of life, the presence of foreign religious tourists had an average effect of 2.8. Increased constructions with a t -statistic of 9.92, at the significance level of 0.000, and the mean greater than 3, with the confidence level of 95%, in citizens' view, has been one of the most important indicators of physical dimensions of non-Iranian religious tourism in Samen District. Given the respondents' individual characteristics and the effects of religious tourism, there was a significant and direct relationship (0.224) only between the indicator of residence area and the economic effects of tourism at the level of $P < 0.05$. This means that the economic impact of non-Iranian religious tourism in Samen District of Mashhad increases as the residence time increases in the area.

Conclusions

The effects of religious tourism on different economic, social and physical aspects with respect to the presence of foreign religious tourists in Samen District of Mashhad were studied from the perspective of the citizens living in the area. Given the normality of the research variables and indicators, one-sample T -test was used to study the economic, social and physical effects of foreign religious tourism on the area. The test results show that the actual mean of the total participants is greater than 3 which is above the average, and with respect to the significance level of less than 0.05, this indicator is significant and can be generalized to the whole population. The upper and lower limits of the economic indicator were also positive. Therefore, according to the results of T -test, the most significant effect of foreign religious tourism was on the economic dimension of the Samen District, as the t -statistic of 17.467, at the significance level of 0.000 with an average of more than 3 at the confidence level of 95%, show that citizens considered economic indicators as the most

important effects of foreign religious tourism on Samen District.

After categorizing the effects of foreign religious tourism on the Samen district of Mashhad municipality, "economic prosperity and employment" in the area with 15.2% from the variance was identified as the most important factor affected from religious tourism in Samen district.

After that, the factors of "socio-cultural effects" with 11.58% of the variance, "physical effects" with 7.78% of the variance, "managerial effects" with 6.26% of the variance, and traffic with 4.88% of the variance and "local identity" with 3.99% of the variance were identified as the most important effects of foreign religious tourism on the Samen District of Mashhad.

مقاله پژوهشی

ارائه الگوی بومی شده شهر بیوفیلیک در مناطق ۹ و ۱۰ کلان شهر تهر تحلیل اثرات حضور گردشگران مذهبی غیر ایرانی بر کیفیت زندگی شهروندان (مطالعه موردی: منطقه ثامن شهرداری مشهد)

محبوبه صابری^۱، زهرا عنابستانی^{۲*}، علیرضا بیدخوری^۳

۱. کارشناسی ارشد گردشگری مذهبی، موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر، مشهد، ایران.
۲. دکترای جغرافیا و برنامه ریزی شهری، مدرس موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر، مشهد، ایران
۳. استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر، مشهد، ایران

چکیده

گردشگری مذهبی که معمولاً به آن به عنوان گردشگری دین اشاره می شود، شکلی از گردشگری است که در آن مردم دین دار (با اعتقاد) به طور انفرادی یا گروهی به دلایل زیارتی، تبلیغات مذهبی یا تفریحی (تحقیقی) سفر می کنند. از این رو، گردشگری مذهبی امروزه در راستای کسب درآمد و هم چنین حفظ میراث فرهنگی مورد توجه قرار گرفته است. در این مقاله تلاش شد تا تاثیرات حضور گردشگران مذهبی غیر ایرانی بر ابعاد مختلف زندگی شهروندان ساکن منطقه ثامن مشهد مورد بررسی قرار گیرد. روش تحقیق در این مطالعه، از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی است و روش گردآوری اطلاعات کتابخانه ای و میدانی و روش تجزیه و تحلیل اطلاعات هم به صورت آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و استنباطی (آزمون تی تک نمونه ای و روش تحلیل عاملی) صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق، شامل ۱۱۸ خانوار در قطاع یک منطقه ثامن می باشد که بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه برابر با ۹۰ خانوار انتخاب گردیده است. یافته های مطالعه نشان می دهد که، حضور گردشگری مذهبی خارجی در منطقه ثامن مشهد قطاع یک بیشترین تأثیر خود را با میانگین ۳،۳۵۳ بر بعد اقتصادی زندگی شهروندان داشته است. نتایج تحلیل عاملی نشان می دهد، ۶ عامل دارای مقدار ویژه بیش تر از ۱ هستند. همچنین با توجه به درصد تجمعی واریانس ها مشاهده می شود که در مجموع عوامل اول تا ششم ۴۹/۵۱ درصد از کل تغییرات را تبیین می کند. اثرات گردشگری مذهبی خارجی بر منطقه ثامن مشهد بعد از دسته بندی در تحلیل عاملی نشان می دهد، «رونق اقتصادی و اشتغالزایی» در منطقه با ۱۵/۲٪ از واریانس به عنوان مهمترین عامل شناخته شده است. با توجه به یافته ها، راهکارهایی چون ایجاد فرصت های شغلی مناسب، فرهنگ سازی برای حفظ هویت اجتماعی و کاهش اثرات منفی حضور گردشگران، مکان یابی مناسب پروژه ها در تغییر کاربری و ساخت و سازها در منطقه و غیره پیشنهاد شده است.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۱۶

شماره صفحات: ۹۹-۱۱۶

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید.



واژه های کلیدی:

اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، گردشگری مذهبی، منطقه ثامن، مشهد.

استناد: محبوبه صابری، زهرا عنابستانی، علیرضا بیدخوری (۱۴۰۰): ارائه الگوی بومی شده شهر بیوفیلیک در مناطق ۹ و ۱۰ کلان شهر تهر تحلیل اثرات حضور گردشگران مذهبی غیر ایرانی بر کیفیت زندگی شهروندان (مطالعه موردی: منطقه ثامن شهرداری مشهد)، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال، ۱۲، شماره ۴۵، صص ۹۹-۱۱۶

DOI: 10.30495/JUPM.2021.3947

* نویسنده مسئول: زهرا عنابستانی

نشانی: دکترای جغرافیا و برنامه ریزی شهری، مدرس موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر، مشهد، ایران

تلفن: ۰۹۱۵۱۷۳۰۱۳۳۹

پست الکترونیکی: zanabestani@yahoo.com

مقدمه:

تعداد گردشگران بین‌المللی با وجود همه بحران‌های سیاسی (جنگ، انقلاب‌ها، آشوب و نا امنی) و اقتصادی (رکود اقتصادی، بحران، بحران سرمایه‌داری) در مناطق مختلف جهان از سال‌های دهه ۱۹۵۰ م تا کنون همواره رو به رشد بوده است. ممکن است در مناطقی از جهان دچار رکود و در زمان کوتاه دچار کاهش شود اما برآیند جهانی آن همیشه مثبت و دارای رشد زیادی بوده است (Veici & Mehmandoust, 2015). در ایران اسلام مذهب اکثریت افراد را شامل می‌شود ایران سرزمینی با گستره جغرافیایی وسیع، تنوع آب و هوایی و شرایط اکوسیستمی متفاوت، تنوع قومی و فرهنگی غنی، کشوری با ۳۱ استان و جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری است (Nasiri Hendkhaleh et al., 2017). جاذبه‌های اماکن مذهبی ایران که گره خوردگی تعالیم مذهبی با اندیشه و هنر و زندگی ایرانی را به نمایش می‌گذارد، هنوز جزو اولین اولویت‌های گردشگران خارجی برای سفر به ایران است. این مهم با توجه به همسایگی کشورهای مسلمان و عربی با ایران زمینه جذب این دسته از گردشگران فراهم است (Mousavi et al., 2013). گردشگری مذهبی بر بازدید از اماکن یا مقصدهای مذهبی و به منظور تحکیم یک عقیده خاص و توسعه هویتی که به روشنفکری معنوی و مذهبی اشاره دارد، متمرکز است. این اماکن توجه بازدیدکنندگان را نه فقط به دلایل مذهبی، بلکه همچنین از نظر ارزش تاریخی، معماری یا هنری به خود جذب می‌کند. جهانی شدن، آزادسازی اقتصادی، قومیت و سیاست مذهبی جدید، کالایی شدن فرهنگ و ارزش‌ها بر بسیاری از اماکن مذهبی در جهان کنونی تاثیر می‌گذارد (Štefko et al., 2015).

مشهد مقدس به عنوان پایتخت معنوی کشور و مقصد گردشگری مذهبی در مقیاس‌های ملی و بین‌المللی محسوب می‌شود (Saghaei, 2014). که با جمعیتی بالغ بر ۲/۵ میلیون نفر، به عنوان دومین کلان‌شهر بزرگ کشور از برکت وجود حرم مطهر امام رضا (ع)، هر ساله شاهد ورود خیل عظیم مشتاقان زیارت مرقد آن حضرت از اقصی نقاط کشور و همچنین کشورهای مسلمان جهان است. با عنایت به قداست این آستان، زائران مسلمان (عمدتاً شیعیان) از سراسر جهان طی سده‌های متمادی به این شهر سرازیر شده اند. این شهر پس از انقلاب اسلامی ایران، با ایجاد تسهیلات و تأسیسات مورد نیاز و نیز به دلیل مصونیت نسبی از آسیب‌های جنگ تحمیلی و تقویت باورهای دینی - مذهبی، اهمیت و تعداد گردشگران مذهبی - فرهنگی آن رو به فزونی گذاشت؛ تا آنجا که تعداد گردشگران داخلی در سال

مبانی نظری تحقیق:

پیامدهای اقتصادی گردشگری مذهبی

منافع اجتماعی - گردشگری بسیار است اما مهم‌ترین اثر توسعه این صنعت ایجاد اشتغال و درآمد است. صنعت گردشگری هنوز به عنوان یکی از منابع مهم اشتغال‌زایی در کشورهای فقیر و ثروتمند به حساب می‌آید. یکی از خصایص مهم اشتغال‌زایی آن است که طیف وسیعی از نیروها را از نظر تخصصی، تحصیلات، و جنسیت در بر می‌گیرد (Moradi et al., 2015). کسب و کار به عنوان فعالیت‌هایی تعریف می‌شود که تولید و خرید کالاها و خدمات را به منظور فروش و با هدف کسب سود در برمی‌گیرد. عواملی از جمله سلامت نظام اداری، امنیت اجتماعی، ثبات در سیاست‌های اقتصادی، قوانین و مقررات و همچنین کیفیت نظام قضایی، در ایجاد یک کسب و کار جدید یا توسعه کسب و کارهای قدیمی مؤثرند. تغییر در این عوامل (فراتر از اختیارات و قدرت مدیران کسب و کار) می‌تواند بر عملکرد کسب و کارهای مختلف، مؤثر باشد. مجموعه این عوامل که بر بازده و ریسک سرمایه‌گذاران نیز تأثیرگذار خواهد بود را محیط کسب و کار می‌نامند (Rasoulzadeh et al., 2014).

با آشکار شدن اهمیت مدیریت بحران گردشگری، آنچه در نظر صاحب‌نظران جای بحث و بررسی بیشتر دارد، در وهله اول، بحث از نحوه مدیریت بحران است. در چارچوب این بحث، مدیریت بحران به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر کسب و کار گردشگری در عصر حاضر قلمداد می‌شود (Henderson, 2002). گردشگری مذهبی دارای آثار اقتصادی مثبتی است که می‌توان از آن جمله

فرهنگی و افزایش حس اعتماد واحترام به گردشگران و زائران (Nasiri Hendkhaleh et al., 2017).

گردشگری مذهبی و هویت کالبدی

شهر اسلامی شهری است که بر اساس باورها و نگرش‌های اندیشه اسلامی، شکل خاص کالبدی و روابط خاص اجتماعی بر آن حاکم است. پس از ورود اسلام به ایران، تفاوت طبقاتی از فرد و جامعه فرو می‌ریزد و مظاهر آن در فضا نیز تبلور می‌یابد. فتح شهرها و اداره آن‌ها به دست حاکمان مسلمان، جهان‌بینی و اندیشه جدیدی نسبت به فرد و اجتماع را در شهرها ظاهر می‌سازد. این تصویر که انسان‌ها برابند و برتری حقیقی نزد خداوند و البته به تقواست، مناسبت‌های جدیدی را میان گروه‌های اجتماعی جاری ساخت. مسلمانانی که با تکیه بر شعار برابری و عدالت نمی‌توانستند شهرهای خود را مانند سابق بر پا کنند، در واقع اسلام مذهبی شهری بوده است و به همین دلیل، هم در دگرگونی شهرهای پیشین مؤثر افتاد و هم موجب برپایی و رشد شهرهای جدید با ساختار کالبدی مخصوص به خود شد. بی شک سنت‌های بومی و خصلت شهرهای پیش از اسلام نیز تأثیرات چشمگیری، به ویژه در سرزمین‌های شرقی خلافت اسلامی از خود برجای گذاشته است. شهر ایرانی متأثر از فرهنگ و اندیشه اسلامی، کالبدی را برگزیده که سیمای آن را با آنچه پیش از ورود اسلام داشته، متفاوت می‌کند. شهر ایرانی - اسلامی با انگاره عدالت، از سازمان خاصی برخوردار می‌شود که مبتنی بر برابری شهروندان و امکان دسترسی برابر آن‌ها به خدمات شهری است. سازمان فضایی شهر، مبتنی بر تعریف مرکز خدمات عمومی، محل‌های کوچک (زیر سیستم) شامل محله‌های نیمه مستقل و مجموعه‌های خدماتی و ساختاری است که هم این‌ها را در پیوند با یکدیگر قرار می‌دهد. در تحولات دوره‌های مختلف نیز جوهر سازمان فضایی شهر ایرانی و نظم مذکور در دوره اسلام همواره ثابت مانده و مکان‌گزینی اجزای آن بر حسب خواست حاکمان تغییر کرده است (Velayati & Jamalinezhad, 2013). گردشگری به واسطه ماهیت خود فعالیت پیچیده و ترکیبی و مستلزم مشارکت بخش‌های مختلف و متعدد جامعه است که در حال حاضر بسیاری از کشورها منافع اقتصادی و اجتماعی خود را از گردشگری دریافت کرده و درآمدهای گردشگری را برای توسعه زیرساخت‌های منطقه نیز به کار می‌برند (Eccles & Costa, 1996).

توسعه گردشگری نیازمند ایجاد زیرساخت‌ها و روساخت‌های مورد نیاز این صنعت است. ماهیت این ساختارها به گونه‌ای است که هم گردشگران و هم جامعه میزبان می‌توانند از آن بهرمنند شوند، به همین دلیل اغلب، دولت‌ها عهده‌دار تهیه این خدمات و ساختارها هستند. زیرساخت‌ها با هدف ارائه خدمات به گردشگران

به موارد زیر اشاره نمود: افزایش درآمد (ارزی و ریالی، که منجر به رونق نظام مالیاتی شود)، ایجاد فرصت‌های شغلی (به خصوص برای افراد بومی و یا در مناطق دور افتاده و محروم)، رونق صنایع دستی، تحرک سرمایه مالی (و جذب سرمایه‌های راکد و پس انداز افراد محلی)، جلب سرمایه خارجی، بهسازی و توسعه تأسیسات زیربنایی، توسعه صادرات غیر نفتی، به کارگیری توان‌های موجود محلی، توسعه منطقه‌ای و اشتغال در فعالیت‌های دیگر که در ارتباط با گردشگری است همچون کارهای ساختمانی، تعمیرات، کرایه دادن اتومبیل، دستفروشی و ...، اشتغال زنان و محصلین به صورت پاره وقت (Nasiri Hendkhaleh et al., 2017).

گردشگری مذهبی و پایداری اجتماعی و فرهنگی

گردشگری دینی را باید زیر مجموعه حوزه پایدار گردشگری فرهنگی به عنوان یک واقعیت پایدار و مستمر در عصر حاضر برای رشد و توسعه همه جانبه جامعه‌هایی دانست که در این حوزه از توانمندی‌های ویژه‌ای برخوردارند، زیرا دین در کنار فرهنگ از طریق نمادهای گوناگونی می‌تواند انعکاس و بازتاب پایداری برای جذب توریسم و گردشگری در هر جامعه‌ای ایجاد کند. حوزه گردشگری دینی در قالب یکی از بخش‌های مهم توسعه گردشگری فرهنگی در هر جامعه‌ای به عنوان یک واقعیت اجتماعی و فرهنگی در قالب نظام ارتباطی بین مردم آن منطقه و گردشگران از طریق جلوه‌های مختلف آداب و رسوم زیارتی، تولیدات فرهنگ مادی و معنوی و همچنین ایجاد حالات و تمایلات عرفانی و روحانی که برای گردشگران به صورت «زیباشناختی معنوی» به وجود می‌آید و به واقعیت وجودی در جامعه و زندگی اجتماعی تبدیل می‌شود، شایسته بررسی و مطالعه است. از این چشم‌انداز، مردم آن منطقه با فرهنگ خود، به جهان طبیعی و انسانی خود، شکل ویژه‌ای می‌دهند و چنین شکل‌دانی به فرهنگ زیارتی از دیدگاه گردشگر یا زائر، یک حکمت به هم پیوسته می‌تواند از چشم‌اندازهای متفاوتی برخوردار باشد که در یک کنش‌پذیری اجتماعی و جوه‌های متفاوتی را از این حوزه برای جهان ذهنی گردشگران به نمایش می‌گذارد (Sharbatian, 2013). برخی پیامدهای مثبت اجتماعی حضور گردشگران مذهبی عبارتند از: تعامل فرهنگی و گسترش تبادلات فرهنگی (چنین اثری در کاهش تنش‌های سیاسی و اجتماعی، پیش‌دواری‌ها و نزدیک‌تر شدن افکار و اعتقادات دو فرهنگ (میزبان - میهمان) بسیار موثر است)، جلای روح و جان و آرامش روانی، افزایش امکانات تفریحی و سرگرمی، بهبود کیفیت خدمات اجتماعی، احساس مباحثات و افتخار جامعه محلی و تقویت منش

به وجود نیامده است، اما این تأسیسات به گردشگران نیز خدمات ارائه می‌دهند. رو ساخت‌های گردشگری به منظور تأمین نیاز گردشگران ایجاد می‌شوند و ساکنان منطقه نیز می‌توانند از آن‌ها استفاده کنند. همین طور از دیدگاه بازاریابی، زمانی می‌توان یک محصول گردشگری طراحی نمود که امکانات خدماتی - رفاهی در مقصد وجود داشته باشد. از انواع خدمات و تسهیلاتی که در محصول نهایی گردشگری مشارکت دارند می‌توان به هتل‌ها و تسهیلات اسکان و پذیرایی، رستوران‌ها و خدمات تغذیه، خدمات اطلاع رسانی، تورهای داخلی، جاذبه‌ها و ... اشاره کرد. که عمدتاً با هدف توسعه گردشگری ساخته می‌شوند ولی مردم منطقه میزبان نیز از این امکانات می‌توانند استفاده کنند (Moradi et al., 2015).

پیشینه نظری تحقیق

مطالعه منابع باید هم از منابعی باشد که به طور مستقیم در رابطه با موضوع می‌باشند و هم از منابعی باشند که به طور غیر مستقیم با موضوع پژوهش ارتباط دارند. متغیرهای اساسی در پیشینه تحقیق، متغیرهایی هستند که پژوهش‌گر علاقه‌مند است روابط میان آن‌ها را در تحقیق مورد بررسی قرار داده، تبیین کند. با مطالعه منابع، می‌توان هم به متغیرهای اساسی در تحقیق پی‌برد و هم سایر متغیرهایی را که احتمال ارتباط آن‌ها وجود دارد شناسایی کرد. در این قسمت از پژوهش به تاریخچه‌ای از کارهایی که به نوعی در ارتباط با این پژوهش هستند و به نوعی برگردشگری و عوامل موثر بر آن و گردشگر خارجی تاکید داشته اند خواهیم پرداخت.

- استفکو^۲ و همکاران (۲۰۱۵) معتقدند که اماکن مذهبی، میراث فرهنگی و زیارتی از روزگاران بسیار قدیم تعداد بسیار زیادی از بازدیدکنندگان را به خود جذب کرده‌اند. علاقه به این نوع گردشگری در بسیاری از کشورها به منزله یک جزء بسیار مهم از گردشگری محسوب شده و بودجه دولتی با بودجه‌بندی قابل توجهی در جهت توسعه این نوع گردشگری توسط کشورها فراهم می‌شود. - یانگ^۳ و همکاران (۲۰۱۳) پس از ۱۲ ماه مطالعه در بین مردم تووا و قزاق^۳ در سین کیانگ منطقه خود مختار چین نظریه تضاد اجتماعی را بین سهامداران در محیط زیست که در آن گردشگری توسط عوامل خارجی به جامعه بومی معرفی شده است را عنوان کرده‌اند و آن را عاملی برای کاهش تنش‌های اجتماعی و کشمکش‌های سیاسی، مثبت ارزیابی کرده‌اند و آن را عامل توسعه اقتصادی دانسته‌اند. جرال و لینگستاد^۴ (۲۰۱۵) به بررسی راه‌های ادراک خدمات دهندگان تورهای ورودی در

ماداگاسکار از زنجیره ارزش گردشگری در شرایط خطر بالا دستی (نسبت به ارائه دهندگان خدمات محلی) و پایین دستی (نسبت به آژانس‌های برون مرزی) و انواع استراتژی‌های آن‌ها برای مقابله با این خطرات می‌پردازد و به دنبال راه‌های افزودن ارزش مشارکت معاملات بین تجار در زنجیره ارزش گردشگری بالا دست و پایین دست در میان سازمان دهندگان تور می‌باشند. ویسی و مهماندوست (۱۳۹۴) معتقدند که گردشگری در میان بخش‌های مختلف اقتصادی، بیشترین رشد و درآمدزایی داشته است. و در این تحقیق به دنبال شناخت عوامل موثر بر عدم توسعه صنعت گردشگری در ایران می‌باشند. پور موسوی و همکاران (۱۳۹۴) بیان می‌کنند مشکل‌های فضاهای عمومی در شهرها، موضوع بسیاری از چالش‌ها از جمله امنیت است. در این راستا می‌توانیم ویژگی‌ها یا عوامل موثر بر پیدایش رفتار مجرمانه را در شهر به دو بخش عوامل یا ویژگی‌های کالبدی یا ویژگی‌های غیر کالبدی تقسیم کنیم. به عبارت دیگر، در صورت پیدایش ناهنجاری در هر بخش از شهر می‌توان این فرضیه را پذیرفت که آن ناهنجاری ممکن است به پیدایش رفتار مجرمانه نیز بینجامد. و معتقد است که بررسی توسعه کیفی و کمی امنیت فضاهای شهری منطقه ثامن کلان شهر مشهد، بر اساس دیدگاه‌های شهروندان به عنوان پایتخت معنوی کشور و حضور بیش از ۲۰ میلیون زائر و گردشگر در سال ضروری به نظر می‌رسد. کریمی و زاهدی کیوان (۱۳۹۰) بر این باورند که امروزه صنعت توریسم یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورهای دنیا می‌باشد و توسعه آن در دستور کار بسیاری از دولت‌ها است. ایران نیز به دلیل داشتن مزیت‌های نسبی و طبیعی، تمدن باستانی و وجود آثار و ابنیه تاریخی و مذهبی از بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری در این صنعت برخوردار است.

نتایج تحقیق حیدرزاده و بهزادفر (۱۳۹۸) نشان می‌دهد که رضایتمندی از روابط همسایگی در محل سکونت، رضایتمندی از قیمت خرید مسکن، رضایتمندی از کیفیت خدمات اتوبوس‌رانی، رضایتمندی از وضعیت و امکانات فضاهای باز شهری و رضایتمندی از کیفیت خدمات ورزشی به ترتیب با همبستگی ساختاری ۰/۴۰۶-، ۰/۳۲۲-، ۰/۴۵۵-، ۰/۴۹۴- و ۰/۳۱۴- به عنوان بخشی از متغیر کانونی محسوب می‌گردند و بنابراین بیشترین تأثیرپذیری را از تراکم جمعیتی دارند. مویدفر و اسحاقی (۱۳۹۸) نشان دادند که نتایج این پژوهش حاکی از آن است که مهم‌ترین معیار در جهت ارتقا کیفیت زندگی، معیار اقتصادی با وزن ۰/۴۱ و در رده بعد معیار کالبدی با وزن ۰/۳۱ و در نهایت معیار اجتماعی با وزن ۰/۲۵ می‌باشد. در زیر معیار اجتماعی میزان رضایت از

۲ - Yang

۳- Gjerald & Lyngstad

۲ - Štefko

۲ - Tuva and Kazakh

کیفیت مسکن تأثیر مثبت و بر ابعاد بهداشتی و محیطی و کیفیت سلامت تأثیر منفی داشته است.

مواد و روش تحقیق:

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش توصیفی-تحلیلی می باشد. بخشی از اطلاعات به دست آمده در این تحقیق از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و بخش دیگر به صورت پرسشنامه از منطقه مورد مطالعه صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق افراد ساکن در قطاع یک منطقه ثامن شهرداری مشهد هستند که بنا بر آمار سال ۱۳۹۵ تعداد ۵۵۲ نفر در قالب ۱۱۸ خانوار در آنجا ساکن هستند. حجم نمونه از قطاع یک منطقه ثامن با روش کوکران با ضریب p و q برابر 0.5 و d برابر 0.105 از تعداد ۱۱۸ خانوار معادل ۹۰ خانوار تعیین شده است که روش انتخاب نمونه‌ها به صورت تصادفی ساده انجام شده است.

$$n = \frac{\frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}}{1 + \frac{1}{118} \left(\frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} - 1 \right)} = 90$$

پرسشنامه این تحقیق بر اساس طیف لیکرت دیدگاه شهروندان را مورد ارزیابی قرار داد و برای پرسشگری از روش تصادفی ساده استفاده گردید. در این تحقیق برای تلخیص داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده و از تحلیل عاملی جهت طبقه بندی عوامل و برای شناسایی مهمترین عامل تأثیرگذار بر مجموعه منطقه ثامن و از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده گردید. متغیر کیفیت زندگی شهروندان ساکن منطقه با استفاده از ۴۴ سنجه مورد بررسی قرار گرفت که بر پایه آلفای کرونباخ، ضریب پایایی آن برابر 0.799 یا نزدیک 0.8 است و از وضعیت قابل قبولی برخوردار است، روایی پرسشنامه نیز توسط اساتید دانشگاهی مورد بررسی و تایید قرار گرفت.

جدول ۱- ضریب پایایی متغیرهای تحقیق بر پایه آلفای کرونباخ

مقدار الفا	تعداد سوالات	بعد
۰,۵۸۸	۲۳	اجتماعی
۰,۷۸۱	۱۳	اقتصادی
۰,۵۳۵	۸	کالبدی
۰,۷۹۹	۴۴	کل

تحقیق قطاع یک منطقه ثامن مورد پرسشگری از سوی شهروندان منطقه قرار گرفته است. این قطاع در حد فاصل خیابان اندرزگو - خسروی - خزعلی تا چهار راه شهدا قرار گرفته است که دارای ۵۵۲ نفر جمعیت می باشد (Samen Region)

محل، در زیر معیار اقتصادی بازار مسکن و زمین، در زیر معیار کالبدی نظارت بر ساخت‌وساز جدید و در گزینه‌های نوزایی شهری برنامه‌های توسعه مناسب و انعطاف‌پذیر از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر کیفیت زندگی در محدوده مورد مطالعه شناخته شده‌اند. پژوهش صادقی و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که نتایج به دست آمده از این پژوهش حاکی از وجود رابطه مثبت دوطرفه بین متغیر شادکامی و متغیرهای جهت‌گیری مذهبی بیرونی ($r = 0.332$) و $p < 0.01$ و درونی ($r = 0.467$) و $p < 0.01$ است. بدین معنی که در فضاهای عمومی شهری و در بین گروه‌های مختلف حاضر در اینگونه فضاها، با افزایش میزان جهت‌گیری مذهبی بیرونی و درونی شهروندان، میزان شادکامی ایشان نیز افزایش می‌یابد و برعکس.

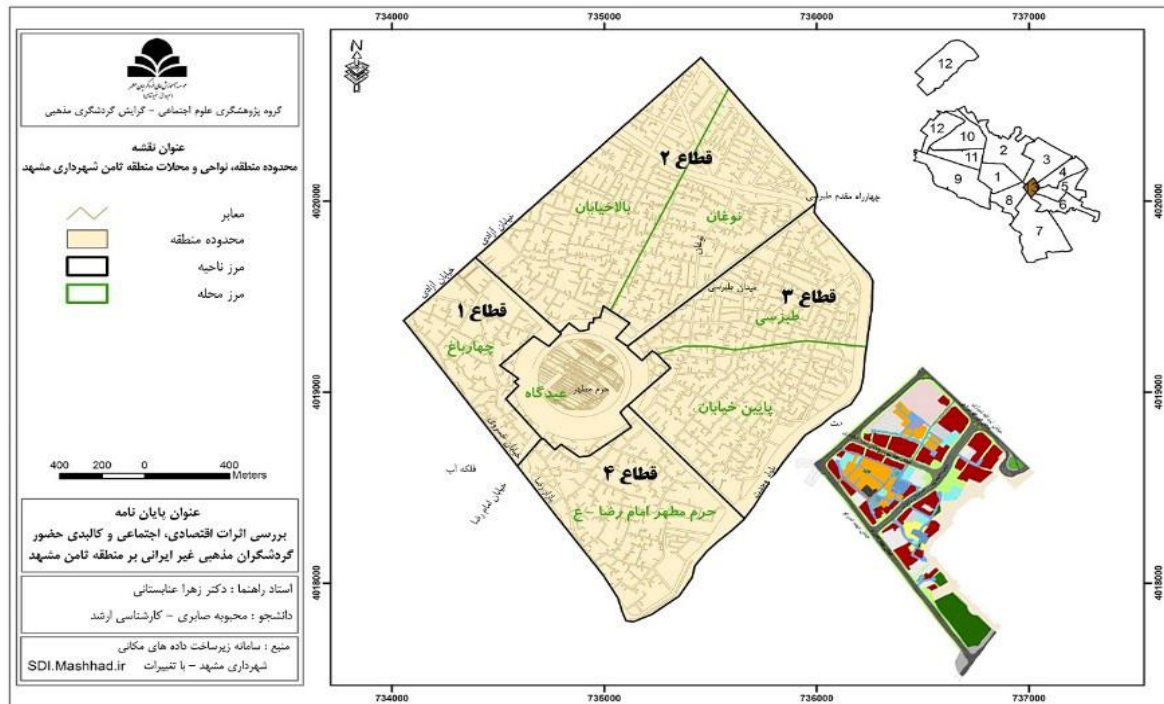
محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۲) و اکبریان رونیزی و همکاران (۱۳۹۲) به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگری مذهبی در بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی نقش داشته و ابعاد مختلف نواحی روستایی به خصوص بعد کالبدی را با دگرگونی همراه می‌سازد که پیشنهاد می‌گردد با سازکار کارآمد مدیریت، اثرات در جهت توسعه گردشگری گام برداشت. بنابراین توجه به مقوله گردشگری در ارتقاء کیفیت زندگی می‌توند مهم باشد. خواجه شاهکوهی و مینایی در سال (۱۳۹۳)، فرجی سبکبار و همکاران در سال (۱۳۹۰)، رضوانی و همکاران در سال (۱۳۹۱)، هسو و هانگ در سال (۲۰۱۵)، یوزال و همکاران در سال (۲۰۱۵) و یوزال و سیرگی در سال (۲۰۱۶)، نتایج مطالعات مذکور نشان می‌دهد که توسعه گردشگری بر کیفیت زندگی نقش موثری داشته است و عامل اقتصادی بیشترین تأثیر را پذیرفته است همچنین گردشگری بر ابعاد متفاوت کیفیت زندگی، همچون اشتغال و درآمد و

محدوده مورد مطالعه:

منطقه ثامن یکی از مناطق سیزده گانه شهرداری مشهد می‌باشد که در اطراف حرم مطهر امام رضا (ع) قرار دارد و در بر گیرنده چهار قطاع می باشد. بر اساس سرشماری سال ۹۵ جمعیت این منطقه ۱۳۱۹۹ نفر در قالب ۳۳۵۳ خانوار می‌باشد. که در این

(Municipality of Mashhad, 2018). نقشه زیر نشان دهنده

هریک از این قطعات می باشد.



نقشه ۱. موقعیت محدوده مورد مطالعه در شهر مشهد

بحث و ارائه یافته‌ها

ویژگی‌های فردی پاسخگویان

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که از کل پاسخگویان ۷۴/۷ درصد مرد و ۶۴/۴ درصد متاهل بوده‌اند. از نظر سنی ۲۷/۲ درصد بین ۲۱ تا ۳۰ سال و ۲۵/۰ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال سن داشته‌اند. و از نظر تحصیلات ۴۶/۷ درصد دارای مدرک دیپلم بوده‌اند. به لحاظ شغلی ۱۳ درصد خدمات غیرکارمندی، ۳/۳ درصد از پاسخگویان بازنشسته، ۱۴/۱ درصد بیکار، ۴/۳ درصد پژوهشگر، ۶/۵ درصد خانه دار، ۲۳/۹ درصد در بخش خدمات، ۲۸/۳ درصد فروشنده، ۳/۳ درصد کارگر و ۳/۳ کارمند بوده‌اند. سابقه سکونت افراد در منطقه نشان می‌دهد که ۴۲/۴ درصد افراد کمتر از ۸

سال، ۱۹/۶ درصد بین ۸ تا ۱۵ سال، ۲۳/۹ درصد بین ۱۵ تا ۲۵ سال، و ۱۳/۰ درصد بیشتر از ۱۵ سال سابقه حضور در محله را داشته‌اند.

بررسی پیامدهای حضور گردشگران خارجی در منطقه

برای بررسی نرمال بودن متغیرها از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف استفاده شده است. در این آزمون فرضیه صفر نرمال بودن داده‌هاست، اگر $Kolmogorov-Smirnov Z$ بین $+1,96$ و $-1,96$ باشد و سطح معنی داری کمتر از $0,05$ باشد، فرضیه صفر رد می‌شود و نرمال بودن داده‌ها تأیید می‌شود (Mo'meni & Fa'al Ghayoumi, 2007). با توجه به نتایج این آزمون عمده داده‌ها نرمال بوده است؛ بنابراین می‌توان برای تحلیل داده‌های تحقیق از آزمونهای پارامتریک مانند تی تک نمونه‌ای و غیره استفاده نمود

جدول ۲- سطح معنی دار آزمون نرمال بودن متغیرها براساس کلموگروف - اسمیرنوف

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	Kolmogorov-Smirnov Z	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
اجتماعی	۲,۵۳۸	۰,۲۵۹	۰,۷۷۲	۰,۵۹۰	تأیید نرمال بودن
اقتصادی	۳,۳۵۲	۰,۴۶۶	۱,۹۸۸	۰,۰۹۱	تأیید نرمال بودن

کالبدی	۲,۷۲۲	۰,۳۷۶	۱,۳۸۸	۰,۰۶۲	تأیید نرمال بودن
--------	-------	-------	-------	-------	------------------

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

مقدار آماره T ۱۵/۶۱۱ و مقدار سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۰ که از ۰/۰۵ کمتر است و با توجه به میانگین مربوطه که بیشتر از ۳ می‌باشد، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که شهروندان این شاخص را یکی از مهم‌ترین شاخص‌های اجتماعی در نتیجه گردشگری مذهبی غیر ایرانی در منطقه ثامن دانسته‌اند. لازم ذکر است که با توجه مقدار آماره T ، شاخص‌های ایجاد کسب و کار جدید و با کیفیت، امید به آینده منطقه، میزان تمایل به ارتباط و تعامل با گردشگران و تغییر در ابعاد کار و معاش نیز از نظر شهروندان خیلی مهم تشخیص داده شده است.

با توجه به طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت در سوالات تحقیق، عدد ۳ به‌عنوان میانه نظری ارزیابی میزان اثرگذاری شاخص‌ها در اثرات گردشگری مذهبی غیر ایرانی انتخاب شد. نتایج آزمون T ، در جدول زیر نشان داده شده است.

سنجه‌های بعد اجتماعی کیفیت زندگی نشان می‌دهد که حضور گردشگران مذهبی خارجی به طور میانگین ۲/۵ بر زندگی آنان اثرگذار بوده است یکی از شاخص‌های اجتماعی مهم در گردشگری مذهبی غیر ایرانی، ایجاد استرس و کاهش آرامش می‌باشد بطوریکه در شاخص ایجاد استرس و کاهش آرامش،

جدول ۳- ارزیابی میزان اهمیت شاخص‌های اجتماعی در گردشگری مذهبی از نظر شهروندان

شاخص‌ها		استاندارد آزمون = 3				
مقدار آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان 95% اختلاف		
				پایین	بالا	
14.830-	90	0.000	1.165-	1.321-	1.009-	کاهش امنیت منطقه
0.000	90	1.000	0.000	0.170-	0.170	رضایت از امنیت اجتماعی
10.633-	90	0.000	0.835-	0.991-	0.679-	رضایت از تغییرات فرهنگی
5.123	88	0.000	0.348	0.213	0.483	امید به آینده منطقه
0.389	87	0.698	0.034	0.140-	0.208	امید به ماندگاری در منطقه
10.029	90	0.000	0.945	0.758	1.132	ایجاد کسب و کار جدید و با کیفیت
1.724	90	0.088	0.176	0.027-	0.378	رضایت از موقعیت ایجاد شده در منطقه
8.404-	90	0.000	0.670-	0.829-	0.512-	افزایش تجمل گرایی و لوکس گرایی
5.990-	90	0.000	0.462-	0.615-	0.308-	حمایت مدیریت شهری در تامین حقوق شهروندان
13.886-	90	0.000	1.132-	1.294-	0.970-	ترافیک و شلوغی منطقه
1.318	90	0.191	0.110	0.056-	0.275	تعلق خاطر به منطقه
13.682-	90	0.000	1.143-	1.309-	0.977-	مالکیت خصوصی
9.888-	89	0.000	0.789-	0.947-	0.630-	رضایت از خدمات و امکانات ارائه شده
7.507-	90	0.000	0.637-	0.806-	0.469-	تأثیر بر فرهنگ و آداب و رسوم
7.805-	90	0.000	0.659-	0.827-	0.492-	ایجاد تنوع قومی

0.186-	0.562-	0.374-	0.000	90	3.949-	کاهش جمعیت بومی
0.928-	1.292-	1.110-	0.000	90	12.101-	کاهش هویت محله
0.526	0.133	0.330	0.001	90	3.333	میزان تمایل به ارتباط و تعامل با گردشگران
1.039-	1.400-	1.220-	0.000	90	13.426-	تاثیر فرهنگی بر کودکان
0.828-	1.172-	1.000-	0.000	89	11.554-	تغییر سبک زندگی
0.154-	0.549-	0.352-	0.001	90	3.541-	افزایش سطح تحصیلات و تخصص
1.103-	1.425-	1.264-	0.000	90	15.611-	ایجاد استرس و کاهش آرامش
0.436	0.091	0.264	0.003	90	3.039	تغییر در ابعاد کار و معاش
0.091	0.016-	0.038	0.169	90	1.386	جمع

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

سنجه‌های بعد اقتصادی کیفیت زندگی نشان می‌دهد که حضور گردشگران مذهبی خارجی به طور میانگین ۳/۳۵ بر زندگی آنان اثر گذار بوده است. جذب سرمایه‌گذاران در منطقه ثامن یکی از مهمترین شاخص‌های بعد اقتصادی در نتیجه حضور گردشگران مذهبی غیر ایرانی می‌باشد، بطوریکه در شاخص سرمایه انسانی، مقدار آمار T ۱۱/۶۰۲ و مقدار سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۰ که از ۰/۰۵ کمتر است و با توجه به میانگین مربوطه که بیشتر از ۳ می‌باشد، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که شهروندان این شاخص را یکی از مهم ترین شاخص‌های اقتصادی در نتیجه حضور گردشگران مذهبی غیر ایرانی در منطقه ثامن دانسته‌اند.

جدول ۴- ارزیابی میزان اهمیت شاخص‌های اقتصادی در گردشگری مذهبی از نظر شهروندان

شاخص‌ها					
مقدار آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪ اختلاف	استاندارد آزمون = ۳
		پایین		بالا	
۴,۱۹۴	۹۰	۰,۰۰۰	۰,۴۵۱	۰,۲۳۷	۰,۶۶۴
۴,۰۶۰	۹۰	۰,۰۰۰	۰,۳۹۶	۰,۲۰۲	۰,۵۸۹
۳,۰۷۳	۹۰	۰,۰۰۳	۰,۲۴۲	۰,۰۸۵	۰,۳۹۸
۸,۱۲۱	۹۰	۰,۰۰۰	۰,۷۸۰	۰,۵۸۹	۰,۹۷۱
۷,۸۴۶-	۹۰	۰,۰۰۰	۰,۶۸۱-	۰,۸۵۴-	۰,۵۰۹-
۰,۶۸۶-	۸۸	۰,۴۹۴	۰,۰۶۷-	۰,۲۶۳-	۰,۱۲۸
۹,۲۸۲	۹۰	۰,۰۰۰	۰,۶۲۶	۰,۴۹۲	۰,۷۶۰
۱۱,۶۰۲	۹۰	۰,۰۰۰	۰,۹۶۷	۰,۸۰۱	۱,۱۳۳
۸,۹۵۴	۹۰	۰,۰۰۰	۱,۰۷۷	۰,۸۳۸	۱,۳۱۶
۵,۳۳۷	۹۰	۰,۰۰۰	۰,۴۱۸	۰,۲۶۲	۰,۵۷۳
۱۰,۱۹۳	۹۰	۰,۰۰۰	۱,۰۸۸	۰,۸۷۶	۱,۳۰۰
۷,۵۰۷-	۹۰	۰,۰۰۰	۰,۶۳۷-	۰,۸۰۶-	۰,۴۶۹-
۰,۷۲۶-	۹۰	۰,۴۷۰	۰,۰۶۶-	۰,۲۴۶-	۰,۱۱۵
۱۷,۴۶۷	۹۰	۰,۰۰۰	۰,۸۵۳	۰,۷۵۶	۰,۹۵۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

سنجده‌های بعد کالبدی کیفیت زندگی نشان می‌دهد که حضور گردشگران مذهبی خارجی به طور میانگین ۲/۸ بر زندگی آنان اثرگذار بوده است. یکی از شاخص‌های کالبدی مهم در نتیجه حضور گردشگران مذهبی غیر ایرانی در منطقه ثامن، افزایش ساخت و سازها می‌باشد بطوریکه در شاخص سرمایه انسانی، مقدار آماره T ۹/۹۲ و مقدار سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۰ که از ۰/۰۵ کمتر است و با توجه به میانگین مربوطه که بیشتر از ۳ می‌باشد، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که شهروندان این گوپه را یکی از مهم ترین شاخص‌های بعد کالبدی در نتیجه گردشگری مذهبی غیر ایرانی در منطقه ثامن دانسته‌اند.

جدول ۵- ارزیابی میزان اهمیت شاخص‌های کالبدی در گردشگری مذهبی از نظر شهروندان

شاخص‌ها		استاندارد آزمون = ۳			
مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪ اختلاف	
t			پایین	بالا	
۹،۹۱۹	۸۹	۰،۰۰۰	۰،۷۴۴	۰،۵۹۵	افزایش ساخت و سازها
۱۱،۰۷۵-	۹۰	۰،۰۰۰	۰،۸۹۰-	۱،۰۵۰-	رضایت از تغییر کاربری‌ها در منطقه
۰،۱۴۵	۹۰	۰،۸۸۵	۰،۰۱۱	۰،۱۳۹-	ساخت هتل‌ها و مجتمع‌های اقامتی
۴،۷۰۰-	۸۹	۰،۰۰۰	۰،۴۳۳-	۰،۶۱۷-	رضایت از مدیریت شهری در نظارت بر ساخت و سازها
۴،۱۹۴-	۹۰	۰،۰۰۰	۰،۲۹۷-	۰،۴۳۷-	رضایت از مکان‌یابی پروژه‌های تجاری و هتل‌ها
۱،۴۴۱-	۸۹	۰،۱۵۳	۰،۱۲۲-	۰،۲۹۱-	رضایت از توسعه خدمات شهری در منطقه
۴،۱۸۴	۹۰	۰،۰۰۰	۰،۳۷۴	۰،۱۹۶	نیاز سنجی در تغییر ساخت و ساز مسکن
۲۰،۱۸۲-	۹۰	۰،۰۰۰	۱،۶۰۴-	۱،۷۶۲-	رضایت از ترافیک
۵،۶۱۷	۹۰	۰،۰۰۰	۰،۲۲۲	۰،۱۴۳	جمع

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

تحلیل عاملی را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد: ۱- تهیه ماتریس استاندارد؛ ۲- محاسبه ماتریس ضرایب همبستگی؛ ۳- استخراج عامل‌ها؛ ۴- چرخش عامل‌ها (از روش واریماکس)؛ ۵- نام گذاری عامل‌ها؛ ۶- محاسبه نمرات عامل‌ها؛ ۷- رتبه بندی استان‌ها (پورطاهری، ۱۳۸۹: ۵۶-۵۵).

بعد از تبدیل ۴۴ متغیر انتخابی به شاخص‌های آماری، تکنیک تحلیل آماری از طریق نرم افزار SPSS انجام شد. که همانطور که از جدول شماره ۶ پیداست مقدار KMO برابر با ۰/۶۱۱ می‌باشد و داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب می‌باشند. همچنین نتایج آزمون کرویت بارتلت نیز معنی دار است، یعنی بین متغیرها همبستگی معنی دار وجود دارد ($sig < 0/05$). لازم به ذکر است که در این تحلیل برای استخراج مولفه‌ها از روش تحلیل مولفه‌های اصلی و برای دوران عامل‌ها از دوران واریماکس استفاده شد.

در نهایت جمع بندی سه بعد کیفیت زندگی نشان دهنده این مطلب است که حضور گردشگران خارجی بر بعد اقتصادی ساکنان حاضر در منطقه مورد مطالعه بیشترین تأثیر را داشته است.

اثرگذاری حضور گردشگران خارجی بر زندگی ساکنان پیرامون حرم رضوی

تحلیل عاملی برای تعیین سطوح مناطق در ابعاد مختلف، طبقه بندی و تجزیه و تحلیل‌های جامعه شهری و روستایی و نیز اندازه‌گیری تغییرات فضایی در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و بهداشتی، بسیار استفاده می‌شود (ضرابی و شاهپوندی، ۱۳۸۹: ۲۳). تحلیل عاملی روشی برای شناسایی متغیرها یا عامل‌های اساسی به منظور تبیین الگوی همبستگی بین متغیرهای مشاهده شده می‌باشد. در عین حال نقش مهمی در شناسایی متغیرهای اصلی یا همان عامل‌ها از طریق متغیرهای مشاهده شده دارد (مؤمنی و فعال قیومی، ۱۳۸۶: ۱۹۱). مراحل

جدول ۶- نتایج آزمون *KMO* و بارتلت

0.611	.Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	
1777.97	Approx. Chi-Square	
946	Df	Bartlett's Test of Sphericity
0.000	.Sig	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

ویژه کمتر از ۱ هستند از تحلیل خارج می‌شوند، عوامل خارج شده از تحلیل عواملی هستند که حضور آنها باعث تبیین بیشتر واریانس نخواهد شد. قسمت دوم با برچسب *Extraction Sums of Squared Loadings* مربوط به مقدار ویژه عوامل استخراجی بدون چرخش است. قسمت سوم این جدول با عنوان *Rotation sums of Squared Loadings* نشان دهنده مقادیر ویژه عوامل استخراجی با چرخش می‌باشد.

همانطور که ملاحظه می‌شود، در تحلیل عاملی، ۶ عامل دارای مقدار ویژه بیش تر از ۱ هستند. همچنین با توجه به درصد تجمعی واریانس‌ها مشاهده می‌شود که در مجموع عوامل اول تا ششم ۴۹/۵۱ درصد از کل تغییرات را تبیین می‌کند. در ستون اول عامل‌هایی ارائه شده‌اند که مقادیر ویژه آن‌ها بزرگ تر از عدد ۱ می‌باشند. بلوک سوم نیز به عوامل بعد از دوران مربوط می‌شود. در واقع این بلوک مجموعه مقادیر استخراج شده بعد از چرخش را نشان می‌دهد.

در ادامه با استفاده از ۴۴ متغیر مستخرج از پرسش نامه به ارزیابی اثرات حضور گردشگران مذهبی بر منطقه ثامن مشهد با بهره گیری از نمونه تحلیلی عاملی اقدام شد؛ بدین ترتیب شاخص‌های بارگذاری شده در هر عامل که بالای ۰/۵ هستند، یک عامل را شکل می‌دهند و متغیرهایی که امکان تجمع با این‌ها را ندارند، عامل دیگری را تشکیل می‌دهند. در مرحله بعد ماتریس داده‌ها تهیه شد و ماتریس ضرایب همبستگی محاسبه شد. در این ماتریس مقادیر قطر همگی ۱ و اعداد زیر قطر تکرار اعداد بالای قطر است.

در جدول ۷ مقدار ویژه و درصد واریانس و همچنین درصد تجمعی واریانس‌ها نشان داده شده است. ستون اول جمع کل واریانس هر یک از متغیرها می‌باشد و در ستون دوم درصد واریانس‌ها و در انتها نیز درصد تجمعی واریانس‌ها آورده شده است. در قسمت اول با برچسب *Initial Eigenvalues* مربوط به مقادیر ویژه است و تعیین کننده عامل‌هایی است که مقادیر ویژه آنها بیشتر از ۱ است و در تحلیل باقی می‌مانند. عامل‌هایی که دارای مقدار

جدول ۷- عوامل استخراج شده، مقادیر ویژه، درصد واریانس و درصد تجمعی واریانس

عوامل	مقادیر ویژه			مجموعه مجذورات با عامل قبل از دوران			مجموعه مجذورات با عامل بعد از دوران		
	جمع کل	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس	جمع کل	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس	جمع کل	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس
۱	۶۶۱	۱۵,۰۲	۱۵,۰۲	۶۶۱	۱۵,۰۲	۱۵,۰۲	۵۶۷	۱۲,۸۸	۱۲,۸۸
۲	۵,۰۹	۱۱,۵۸	۲۶,۶۰	۵,۰۹	۱۱,۵۸	۲۶,۶۰	۳,۹۲	۸,۹۲	۲۱,۸۰
۳	۳,۴۲	۷,۷۸	۳۴,۳۷	۳,۴۲	۷,۷۸	۳۴,۳۷	۳,۷۵	۸,۵۱	۳۰,۳۱
۴	۲,۷۵	۶,۲۶	۴۰,۶۳	۲,۷۵	۶,۲۶	۴۰,۶۳	۳,۳۵	۷,۶۲	۳۷,۹۳
۵	۲,۱۵	۴,۸۸	۴۵,۵۱	۲,۱۵	۴,۸۸	۴۵,۵۱	۲,۶۵	۶,۰۲	۴۳,۹۵
۶	۱,۷۶	۳,۹۹	۴۹,۵۱	۱,۷۶	۳,۹۹	۴۹,۵۱	۲,۴۵	۵,۵۶	۴۹,۵۱

Extraction Method: Principal Component Analysis.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

شده در خصوص مولفه‌های موثر در اثرات گردشگری مذهبی غیر ایرانی بر منطقه ثامن مشهد را تبیین می‌کنند. از آنجایی که عامل

مطابق جدول در مجموع ۶ عامل دارای مقدار ویژه بالاتر از ۱ هستند و جمعا ۴۹/۵۱ درصد از واریانس مجموعه ۴۴ متغیر یاد

گذاری می‌شوند (لطیفی و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۲). جدول زیر ۶ عامل به دست آمده از تحلیل عاملی را که دارای مقادیر ویژه بیش تر از عدد یک هستند را پس از چرخش نشان می‌دهد. جدول زیر متغیرهای بارگذاری شده در عوامل شش‌گانه را نمایش می‌دهد.

اول با مقدار ویژه ۶/۶۱ به تنهایی ۱۵/۰۲ درصد از واریانس را تبیین می‌کند، به عنوان مهم ترین عامل معرفی می‌گردد. در تحلیل عاملی وجه مشترک بین متغیرها با توجه به واریانس مشترک بین آن‌ها شناسایی و عوامل به وسیله پژوهشگر نام

جدول ۸- عوامل اثرگذار بر کیفیت زندگی شهروندان بر اثر حضور گردشگران خارجی

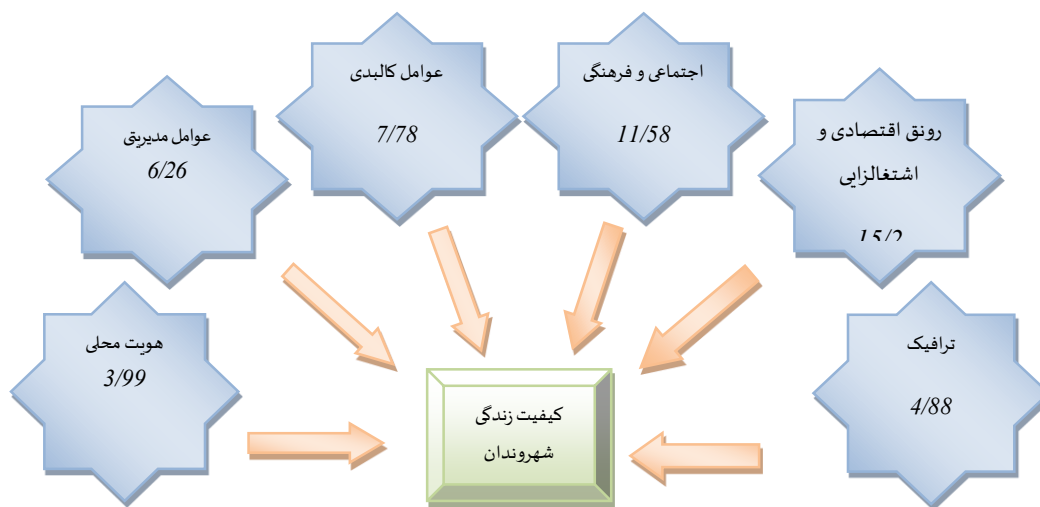
ردیف	متغیرها	میزان همبستگی	شماره عامل/نام عامل/ مقدار ویژه/ درصد واریانس
۱	ایجاد کسب و کار جدید و با کیفیت	۰.۶۱۹	(۱) اثرات اقتصادی و اشتغال زایی
۲	میزان ارتباط اقتصادی با گردشگران	۰.۵۶۸	مقدار ویژه: ۶/۶۱
۳	تغییر در ابعاد کار و معاش	۰.۵۸۵	درصد واریانس: ۱۵/۲
۴	امید به آینده شغلی	۰.۵۹۳	
۵	فرصت شغلی ایجاد شده	۰.۶۱۹	
۶	تغییر اشتغال	۰.۶۵۶	
۷	رونق اقتصادی منطقه به خاطر حضور مراکز خدماتی و اقامتی	۰.۶۹۲	
۸	افزایش درآمد	۰.۶۳۵	
۹	جذب سرمایه گذاران	۰.۵۶۵	
۱۰	افزایش قیمت زمین و مسکن	۰.۵۰۸	
۱۱	ایجاد و تقویت نهادهای مالی و اعتباری	۰.۵۹۶	
۱۲	مالکیت خصوصی اتباع خارجی	۰.۶۴۸	(۲) اثرات اجتماعی - فرهنگی
۱۳	رضایت از خدمات و امکانات ارائه شده	۰.۵۸۱	مقدار ویژه: ۵/۹
۱۴	تاثیر بر فرهنگ و اداب و رسوم	-۰.۶۱۶	درصد واریانس: ۱۱/۵۸
۱۵	کاهش جمعیت بومی	۰.۶۷۳	
۱۶	افزایش سطح تحصیلات و تخصص	۰.۵۶۰	
۱۷	تاثیر فرهنگی بر کودکان	۰.۶۴۷	
۱۸	ایجاد تنوع قومی	۰.۶۱۱	
۱۹	افزایش واحدهای تجاری و خدماتی	۰.۵۹۹	(۳) اثرات کالبدی
۲۰	افزایش ساخت و سازها	۰.۶۱۰	مقدار ویژه: ۳/۴۲
۲۱	ساخت هتل‌ها و مجتمع‌های اقامتی	۰.۶۱۱	درصد واریانس: ۷/۷۸
۲۲	نیاز سنجی در تغییر ساخت و ساز مسکن	۰.۶۸۰	
۲۳	حمایت مدیریت شهری در تامین حقوق شهروندان	۰.۶۱۳	(۴) اثرات مدیریتی
۲۴	حمایت مدیریت شهری در تامین اشتغال شهروندان	۰.۵۴۲	مقدار ویژه: ۲/۷۵
۲۵	رضایت از مدیریت شهری در نظارت بر ساخت و سازها	۰.۵۸۵	درصد واریانس: ۶/۲۶

ترافیک و شلوغی منطقه	۰٫۶۲۸	۵) ترافیک مقدار ویژه ۲/۱۵ درصد واریانس: ۴/۸۸
کاهش هویت محله	۰٫۶۱۷	۶) هویت محلی مقدار ویژه: ۱/۷۶ درصد واریانس: ۳/۹۹
تعلق خاطر به منطقه	۰٫۷۳۱	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

«اثرات اجتماعی - فرهنگی» با ۱۱/۵۸٪ از واریانس، ۳ - «اثرات کالبدی» با ۷/۷۸٪ واریانس، ۴ - «اثرات مدیریتی» با ۶/۲۶٪ واریانس، ۵ - «ترافیک» با ۴/۸۸٪ واریانس و ۶ - «هویت محلی» با ۳/۹۹٪ واریانس به عنوان مهمترین اثرات گردشگری مذهبی خارجی بر منطقه ثامن مشهد شناخته شده‌اند.

همانطور که در جدول ۸ ملاحظه می‌شود، اثرات گردشگری مذهبی خارجی بر منطقه ثامن مشهد دسته بندی شد. در این دسته بندی «رونق اقتصادی و اشتغالی» در منطقه با ۱۵/۲٪ از واریانس به عنوان مهمترین عامل در نتیجه گردشگری مذهبی منطقه ثامن شناخته شده است. بعد از آن به ترتیب عوامل ۲ -



شکل ۲- عوامل اثرگذار بر کیفیت زندگی شهروندان بر اثر حضور گردشگران خارجی

جدول ۹- ضریب همبستگی پیرسون بین ویژگی‌های فردی و اثرات گردشگری در ابعاد پژوهش

	کالبدی		اجتماعی		اقتصادی	
	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب همبستگی	سطح معناداری
جنس	۰٫۰۷۶	۰٫۴۷۵	۰٫۰۲۴	۰٫۸۲۴	-۰٫۰۴۷	۰٫۶۵۹
تاهل	۰٫۱۷۰	۰٫۱۰۸	-۰٫۱۶۶	۰٫۱۱۵	۰٫۱۷۶	۰٫۰۹۶
تحصیلات	-۰٫۰۳۴	۰٫۷۵۰	۰٫۰۲۱	۰٫۸۴۱	-۰٫۰۱۲	۰٫۹۰۷
مدت سکونت	۰٫۰۲۶	۰٫۸۰۴	۰٫۰۸۱	۰٫۴۴۶	*۰٫۲۴۲	۰٫۰۲۱
سن	۰٫۰۱۲	۰٫۹۰۹	۰٫۰۵۰	۰٫۶۳۸	-۰٫۰۷۰	۰٫۵۰۹

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

* همبستگی در سطح ۰٫۰۵ معنادار است

رابطه معنی دار و مستقیم (۰/۲۴۲) وجود دارد. بدین معنی که با افزایش مدت سکونت در منطقه، اثرات اقتصادی گردشگری مذهبی غیر ایرانی در منطقه ثامن مشهد افزایش می‌یابد.

چنانچه در جدول ۹ مشاهده می‌گردد بین ویژگی‌های فردی پاسخگویان و اثرات گردشگری مذهبی تنها بین شاخص محض سکونت و اثرات اقتصادی گردشگری در سطح $P < 0/05$

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

اثرات گردشگری مذهبی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و کالبدی با توجه به حضور گردشگران مذهبی خارجی بر منطقه ثامن مشهد از دیدگاه شهروندان منطقه مورد بررسی قرار گرفت. برای بررسی اثرات اقتصادی، اجتماعی و کالبدی گردشگری مذهبی خارجی در منطقه و با توجه به نرمال بودن شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شده است. نتایج آزمون نشان می‌دهد که میانگین واقعی نظر کل پاسخگویان از ۲٫۵ بزرگ‌تر و در حد متوسط به بالا است و با توجه به میزان معناداری به دست آمده که کمتر از ۰٫۰۵ است این شاخص معنادار بوده و قابل تعمیم به کل جامعه است. همچنین حد بالا و پایین شاخص اقتصادی مثبت بوده است. بنابراین، با توجه به نتایج آزمون T ، بیشترین تأثیر گردشگری مذهبی خارجی بر بعد اقتصادی منطقه ثامن در شهر مشهد می‌باشد بطوریکه در شاخص اقتصادی، مقدار آماره T ۱۷/۴۶۷ و مقدار سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۰ که از ۰/۰۵ کمتر است و با توجه به میانگین مربوطه که بیشتر از ۳ می‌باشد، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که شهروندان شاخص‌های اقتصادی را مهمترین اثر گردشگری مذهبی خارجی در منطقه ثامن دانسته‌اند.

در بررسی اثرات اجتماعی گردشگری مذهبی خارجی نتایج نشان داد که میانگین واقعی نظر کل پاسخگویان از ۳ کمتر بوده در سطح پایینی قرار دارند و با توجه به میزان معناداری به دست آمده که کمتر از ۰٫۰۵ است این شاخص معنادار بوده و قابل تعمیم به کل جامعه است. در بین شاخص‌های اجتماعی ایجاد استرس و کاهش آرامش با ضریب T برابر ۱۵٫۶۱۱- بیشترین اثرپذیری را از حضور گردشگران مذهبی بر محیط زندگی ساکنین این منطقه شهری داشته است. نتایج بررسی اثرات کالبدی گردشگری مذهبی خارجی نشان می‌دهد که میانگین واقعی نظر کل پاسخگویان از ۳ کمتر بوده در سطح پایینی قرار دارند و با توجه به میزان معناداری به دست آمده که کمتر از ۰٫۰۵ است این شاخص معنادار بوده و قابل تعمیم به کل جامعه است. که این نتیجه‌گیری این می‌باشد که در منطقه ثامن عامل گردشگری مذهبی خارجی در حد پایین، دارای پیامدهای مثبت کالبدی در منطقه بوده است. در بین شاخص‌های کالبدی، رضایت از ترافیک با ضریب T برابر ۲۰٫۱۸۲- بیشترین تأثیرپذیری را از حضور گردشگران مذهبی بر محیط زندگی ساکنین این منطقه شهری داشته است. در نهایت، بیشترین تأثیر حضور گردشگران مذهبی خارجی بر منطقه ثامن از دید شهروندان در بعد اقتصادی با میانگین ۳٫۳۵۳ است. حضور گردشگران مذهبی غیر ایرانی

بیشترین تأثیر را در بعد اقتصادی بر افزایش واحدهای تجاری و خدماتی با آماره T برابر ۱۰٫۱۹۳ و در رتبه‌های بعدی افزایش حضور مراکز خدماتی و اقامتی، تغییر در نوع اشتغالات، افزایش درآمد، افزایش فرصت‌های شغلی و ایجاد کسب و کار جدید داشته‌اند.

نتایج تحقیقات محمد پور جابری در سال (۱۳۹۳)، خواجه شاهرکوهی و مینایی در سال (۱۳۹۳)، شکوهی و همکاران در سال (۱۳۹۲)، فرجی سبکبار و همکاران در سال (۱۳۹۰)، رضوانی و همکاران در سال (۱۳۹۱)، قدمی و همکاران در سال (۱۳۸۹)، امیبوا در سال (۲۰۱۱) و هسو و هانگ در سال (۲۰۱۵)، یوزال و سیرگی در سال (۲۰۱۶)، یوزال و همکاران در سال (۲۰۱۵) و لینگ و هوی در سال (۲۰۱۶) بیانگر این واقعیت است که بیشترین تأثیر حضور گردشگران بر زندگی شهروندان در بعد اقتصادی خواهد بود و نتایج تحقیق حاضر این بحث را تایید می‌نماید.

به طور کلی، برای بهبود شرایط زندگی شهروندان در منطقه ثامن مشهد در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و کالبدی در نتیجه حضور گردشگران غیر ایرانی پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

- ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب برای جذب سرمایه‌گذاران در منطقه.
- اعطای وام و تسهیلات به شهروندان منطقه جهت ایجاد کسب و کار جدید مرتبط با گردشگران خارجی
- تقویت نهادهای مالی و اعتباری در جهت سهولت دسترسی گردشگران مذهبی خارجی در منطقه.
- استفاده از اهرم‌های نظارتی بیشتر در سطح منطقه برای برقراری امنیت بیشتر به سبب حضور گردشگران مذهبی خارجی.
- برنامه ریزی مسئولان حوزه گردشگری برای ایجاد طرح‌های آینده پژوهی به منظور تمایل بیشتر شهروندان به ماندن در منطقه با وجود حضور گردشگران خارجی.
- تشویق شهروندان منطقه به ارتباط و تعامل با گردشگران برای تبادل فرهنگ و کاهش اثرات منفی حضور گردشگران خارجی.
- قرار دادن تابلوهای راهنما به زبان‌های مختلف و ایجاد ایستگاه‌های راهنمایی جهت سهولت کار گردشگران و جلوگیری از تردد‌های بی جا و بی نظمی در سطح منطقه.
- تغییر کاربری در منطقه به گونه‌ای صورت گیرد که موجب از بین رفتن هویت تاریخی و دیرینه منطقه نگردد.
- حمایت و نظارت بر حضور پروژهای بزرگ تجاری منطبق با برندهای جهانی در جهت جذب گردشگران خارجی با هر سلیقه‌ای.

پژوهش حاضر برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده سوم (معصومه صابری)، گروه جهانگردی، موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر، مشهد، ایران است.

References:

- Akbarian Rounizi, S.R., Khorasani, M.A. & Imam Gholi, L. (2013). A comparative analysis of the role of religious tourism and nature tourism in improving the quality of life of rural residents (Case study: Rendan & Imamzadeh Davood in Tehran County). *Journal of Tourism Planning & Development*, 2(4), 145-158.
- Badri, S.A. & Tayebi, S. (2012). Investigating factors affecting religious tourism costs (Case study: Mashhad city). *Journal of Tourism Planning & Development*, 1(1), 153-173.
- Eccles, G., & Costa, J. (1996). Perspectives on tourism development. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(7), 44-51.
- Gjerald, O., & Lyngstad, H. (2015). Service risk perceptions and risk management strategies in business-to-business tourism partnerships. *Tourism Management Perspectives*, 13, 7-17.
- Heidarzadeh, E., Behzadfar, M. (2019). The impact of population density on urban quality of life indicators, Case Study: District 3 of Tehran. *Journal of Research & Urban Planning*, 10(37), 1-12.
- Henderson, J. (2002). Managing a tourism crisis in Southeast Asia: The role of national tourism organizations. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 85-105.
- Hsu, C. H., & Huang, S. S. (2016). Reconfiguring Chinese cultural values and their tourism implications. *Tourism Management*, 54, 230-242.
- Karimi, F. & Zahedi Keyvan, M. (2011). Determining the index of economic investment in optimal allocation of facilities to the tourism industry in uncertainty. *Journal of Economic Research and Policies*, 2(5), 151-174.
- Khajeshahkahi, A., Minaei, F. (2014). A Comparative Study of the Quality of Life in Tourist and Non-tourist Cities (Case Study: Shandeez and Chenara'an). *Journal of Tourism Planning and Development*, 3(10), 49-64.
- Latifi, S., Sa'di, H. & Shabanali Fami, H. (2013). Factor analysis of the problems of rural carpet women. *Journal of Women and Society*, 4(13), 29-52.
- Moayedfar, S., Eshaghi, S. (2019). Urban Renaissance, A new approach to reviving and improving the quality of life in historical texture (Case Study: Imam Ali Square in Isfahan and its surrounding tissue). *Journal of Research & Urban Planning*, 10(37), 141-154.
- Mohammadi Yeganeh, B., Cheraghi, M. & Velaei, M. (2013). The role of religious tourism in rural development with emphasis on quality of life and social capital (Case study: Ghepchaq village of Miandoab County). *Journal of Applied Research of Geographical sciences*, 13(30), 7-25.
- Mo'meni, M. & Fa'al Ghayoumi, A. (2007). *Statistic analytical with using of SPSS*. Tehran: Ketab-e-Now Publications.
- Mo'meni, M., Sarrafei, M., Ghasemei, M. (2008). The Structure and Function of Religious-Cultural Tourism and the Necessity of Integrated Management in Mashhad Metropolis. *Journal of Geography and Development*, 6(11), 13-38. doi: 10.22111/gdij.2008.1255
- Moradi, M., Yousefi, J. & Khatami, S.S. (2015). The function of religious tourism in social development of rural areas in South Khorasan Province. *Journal of New Approach on Human Geography*, 7(28), 125-138.
- Mousavi, M., Ebrahimzadeh, I., Kazemizadeh, Sh. & Ghanbari, H. (2013). Analysis of factors affecting foreign tourist satisfaction with tourism functions and infrastructure (Case study: Qom city). *Journal Studies & Researches of Regional & Urban*, 4(1), 69-88.
- Nasiri Hendkhaleh, E., Kozegar, M. & Arabi, M. (2017). Factors influencing religious tourism in Islamic urbanism. *Islamic and Historical Islamic Architecture and Urbanism Research Conference*, Shiraz, Iran.
- National Mapping Organization. (2018). *The digital information layers*. Tehran: National Mapping Organization.
- Pourmousavi, S.M, Salari Sardari, F., Alizadeh, S.D, Bayranvandzadeh, M., Shahinifar, M. (2015). Influence of Physical Structures of Urban Spaces on Environmental Security (Case Study: Samen Region, Mashhad

- City). *Human Geography Research*, 47(3), 463-476. doi: 10.22059/jhgr.2015.51256
- Pourmousavi, Pourtaheri, M. (2010). *Application of multi-criteria decision-making methods in geography*. Tehran: SAMT Publications.
- Rasoulzadeh, M., Rafiei Darani, H. & Mazhari, M. (2014). *Strategic Management in the Urban Economy Business Environment (Case study: Religious tourism of Mashhad city)*. *Journal of Economy & Urban Management*, 2(6), 109-126.
- Rezvani, M.R., Badri, S.A., Sepahvand, F. & Akbarian Rounizi, S.R. (2012). *Second homes tourism and its effects on improving the quality of life of rural residents (Case study: Roudbar Qasran District of Shemiranat County)*. *Journal Studies & Researches of Regional & Urban*, 4(13), 23-40.
- Sabokbar, H., Baghiani, H., Noorani, H. (2012). *The role of war tourism in improvement of quality of life in urban war areas of Khuzestan province using TOPSIS method*. *Journal of Spatial Planning*, 1(2), 83-94.
- Sadeghi, A., Mousavi Sarvine Baghi, E., Paston, Z. (2018). *Relationship between religious orientation and happiness of present citizens in urban public spaces, A case study: Mashhad city*. *Journal of Research & Urban Planning*, 9(34), 149-168.
- Saghaei, M. (2014). *Strategic analysis of religious tourism welfare areas in Mashhad Metropolis (with emphasis on integrated quality management of religious tourism)*. 6th Urban Planning and Management Conference with emphasis on the components of the Islamic city, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.
- Samen Region Municipality of Mashhad. (2018). *Information about segments of Samen region of Mashhad*. Mashhad: Municipality of Mashhad.
- Sharbatian, M.H. (2013). *A functional reflection on the role of sustainable development of religious tourism in Iranian society*. *First International Conference on Religious Tourism and the Development of Pilgrimage Culture*, Mashhad: Aieen Tarbiat Publications.
- Štefko, R., Királ'ová, A., & Mudrik, M. (2015). *Strategic marketing communication in pilgrimage tourism*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 423-430.
- Uysal, M Sirgy, M.j, Woo, E., Kim, H. (2015). *Quality of life (QOL) and well-being research in tourism*, *Tourism Management*, 53, 244-261.
- Uysal, M Sirgy, M.j. (2016). *Tourism impact and stakeholders' quality of life*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 21, 1-27.
- Veici, H. & Mehmamdoost, K. (2015). *Investigation of the Obstacles of the International Tourism Development in Iran (With Emphasis on Inbound Tourism)*. *Geopolitics Quarterly*, 11(37), 197-194.
- Velayati, A. & Jamalinezhad, M. (2013). *The religious tourism approach in Islamic Iranian metropolis (Case study: Isfahan Metropolis)*. *First International Conference on Religious Tourism and the Development of Pilgrimage Culture*, Mashhad: Aieen Tarbiat Publications.
- Yang, J., Ryan, C., & Zhang, L. (2013). *Social conflict in communities impacted by tourism*. *Tourism Management*, 35, 82-93.
- Yeganegi, S.K. & Bash Afshar, S. (2011). *Providing a conceptual model of religious tourism*. *First International Conference on Tourism Management and Sustainable Development*, Branch Marvdasht, Islamic Azad University, Iran.
- Zarrabi, A. & SHahivandi, A. (2010). *An analysis of the distribution of economic development indicators in Iranian Provinces*. *Journal of Geography & Environmental Planning*, 1(2), 17-33.