

عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی

(مورد مطالعه: شهر شیراز)

عباس جاویدیان^۱، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علم و هنر یزد، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۲/۲۲

چکیده

گردشگری مذهبی یکی از انواع گردشگری است که از دیرباز مورد توجه بسیاری از گردشگران واقع شده و از طریق تغییر در کنش‌های متقابل میان انسان‌ها، تحولاتی را در کیفیت زندگی جامعه میزبان ایجاد می‌نماید. بنابراین، هدف از انجام این پژوهش شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز، با استفاده از رویکرد نگاشت شناختی فازی می‌باشد. پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی است. در این پژوهش از دو نوع گروه جامعه آماری استفاده شد، گروه اول که به منظور تعدیل و تعیین عوامل انتخاب شدند، شامل ده نفر از خبرگان حوزه گردشگری مذهبی در شهر شیراز می‌باشند که به صورت قضاوتی و هدفمند انتخاب شدند؛ سپس پرسشنامه ماتریسی تهیه شده و در اختیار گروه دوم، شامل ۳۰ نفر از شاغلان بومی در زمینه گردشگری مذهبی، قرار گرفت. در گام بعد داده‌ها و سناریوها با استفاده از تکنیک نگاشت شناختی فازی تحلیل و مدل پژوهش با استفاده از تحلیل شبکه‌های اجتماعی طراحی شد. در راستای ارتقای کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز، عوامل متعددی دخیل هستند که از میان آنها افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی، افزایش سرمایه‌گذاری و احساس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران به ترتیب بیشترین اهمیت را داشتند؛ زیرا از مرکزیت بیشتری برخوردار بودند.

کلید واژه‌ها: کیفیت زندگی، جامعه محلی، مقصد گردشگری، گردشگری مذهبی

مقدمه

گردشگری مذهبی که یکی از مهم‌ترین زیرمجموعه‌های صنعت بزرگ گردشگری جهانی به شمار می‌رود، در رشد اقتصادی کشورها جایگاه ویژه‌ای دارد. گردشگری مذهبی در فرهنگ و ایدئولوژی انسان ریشه دارد که حتی با دشواری‌های جغرافیایی اقتصادی و سخت‌گیری‌های سیاسی‌ای که این پدیده همواره با آن مواجه بوده، هرگز متوقف نشده است. در دین اسلام نیز بر گردشگری، به ویژه زیارت اماکن مقدس مسلمانان، تأکید ویژه‌ای شده است. مسلمانان بنا بر فرامین قرآن و روایت‌های ائمه اطهار در خصوص اهمیت گردشگری، همواره گردشگری مذهبی را ضروری می‌دانند (پوراشرف و همکاران، ۱۳۹۷). افزایش تقاضا برای گردشگری مذهبی پیشرفتی اجتماعی است و امری ضروری در زندگی مدرن تلقی می‌شود. گردشگری مذهبی یکی از رویدادها و نمونه‌های جالب در جوامع محلی به شمار می‌آید؛ به گونه‌ای که کوهن (۱۹۸۴) می‌گوید گردشگرانی که در مقصد و در سکونتگاه‌های محلی می‌مانند و با افراد میزبان ارتباط برقرار می‌کنند، تغییراتی را در کیفیت زندگی، نظام‌های ارزشی، تقسیمات کارگری، ارتباطات خانوادگی، گرایش‌ها و الگوهای رفتاری جامعه میزبان به وجود می‌آورند. گردشگری مذهبی یکی از پدیده‌های جدید در جهان به شمار می‌رود که خاستگاه آن در زیارت نهفته است. پژوهشگران روابط بین این دو را به رسمیت شناخته‌اند (کولینز کراینر^۱، ۲۰۱۰؛ رحمانی و همکاران، ۱۳۹۲). کشور ایران به طور اعم و شهر شیراز به طور اخص، دارای مصادیق متعددی از موارد فوق است و دقیقاً به همین خاطر باید آن را از جلوه‌گاه‌های واقعی گردشگری مذهبی به شمار آورد. شیراز با دارا بودن حرم مطهر شاهچراغ، امامزاده سید میرمحمد، سید علاءالدین حسین، بی‌بی دختران، علی بن حمزه و ... در ردیف مهم‌ترین شهرهای مذهبی ایران و به تعبیر مقام معظم رهبری سومین حرم اهل بیت شمرده می‌شود. تنها در شهر شیراز به استناد آمارهای سال ۱۳۹۰، ۳۷۸ مسجد، ۱۴۲ حسینیه و تکیه، ۱۴۴ بقعه، سقاخانه و امامزاده

وجود دارد. وجود چنین زمینه‌ای، علاوه بر ارتقای فرهنگ و ترویج و تبلیغ باورهای دینی، پویایی جریان‌های مولد اقتصاد شهری منتج از جذب گردشگران داخلی و خارجی را در پی داشته است. اگر چه متأسفانه به خوبی از این ظرفیت‌ها استفاده نشده است. عواملی وجود دارند که منجر به این وضعیت شده‌اند که می‌توان از جمله آنها به سوء مدیریت‌ها، عدم برنامه‌ریزی مناسب، عدم اطلاع‌رسانی مناسب، موانع فرهنگی، ضعف زیرساخت‌های رفاهی و شهری و ... اشاره کرد. در شهر ایرانی - اسلامی شیراز که یکی از شهرهای مذهبی کشور محسوب می‌گردد، توسعه گردشگری مذهبی متناسب با قدمت و تعدد اماکن مذهبی رشد نیافته و یقیناً مجموعه عواملی بر این وضعیت تأثیرگذار است (آیتی و همکاران، ۱۳۹۵).

جاذبه‌های گردشگری مذهبی سبب ورود گردشگر و بالطبع بازساخت و تغییرات گسترده‌ای در تمام ابعاد زندگی ساکنان مناطق مقصد (مثبت/منفی) می‌شود. بنابراین، توجه به این تغییرات و شناخت و هدایت آن می‌تواند ابزاری مناسب جهت ارتقاء کیفیت زندگی ساکنان مقاصد گردشگری مذهبی شود. از این رو توسعه گردشگری به ویژه گردشگری مذهبی به عنوان «منبعی از ویژگی‌های در حال تغییر اقتصادی، اجتماعی و محیطی به شمار می‌آید که پتانسیل آن را دارد تا در بهبود کیفیت زندگی مؤثر واقع شود. بنابراین، گردشگری به عنوان یکی از فعالیت‌های اشتغال‌زا و ارزآور که می‌تواند زمینه‌های اصلی بهبود سطح کیفیت زندگی ساکنان محلی را فراهم آورد، اهمیت دارد (قاسمی، ۱۳۹۸). همانطور که می‌دانیم شیراز علاوه بر قطب پزشکی، مقصد بسیار مهمی برای گردشگران مذهبی نیز به شمار می‌رود که به همین منظور انجام پژوهشی که به شناسایی عواملی که از طرفی بر توسعه گردشگری مذهبی اثر بگذارد و از طرفی از طریق درآمدی که در این زمینه به دست خواهیم آورد بتوانیم کیفیت زندگی ساکنین و جامعه محلی را ارتقا بخشیم لازم و ضروری است. بنابراین، هدف از انجام این پژوهش شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز با استفاده از رویکرد نگاشت شناختی فازی می‌باشد که نگاشت شناختی فازی یکی از جدیدترین روش‌های کیفی است

که مزیت آن نسبت به سایر روش‌ها آن است که با حداقل تعداد خبرگان به حداکثر نتیجه مطلوب دست یافت و از طرفی با سناریو نویسی بتوان عواملی که اهمیت و اولویت بیشتری دارند را توسعه و ارتقا داد.

مبانی نظری

شناخت، اندازه‌گیری و بهبود کیفیت زندگی از مهم‌ترین اهداف پژوهشگران، برنامه‌ریزان و دولت‌ها در طی چند دهه اخیر بوده است. این عرصه علمی و تحقیقاتی توجه بسیاری از اندیشمندان حوزه جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، اقتصاد، علوم محیطی، جغرافیا، پزشکی و دیگر رشته‌ها را به خود جلب کرده است. یکی از عوامل تأثیرگذار بر کیفیت زندگی، گردشگری است (قاسمی، ۱۳۹۸). مردم به دلایل و انگیزه‌های مختلف به گردش و مسافرت می‌روند. در این میان انگیزه‌های مذهبی یکی از قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گردش‌ها در سراسر جهان است. در واقع گردشگری مذهبی به قدمت فرهنگ مذهبی است که در فرهنگ‌های باستانی و جدید مطرح بوده است (کامیل^۱، ۲۰۰۰؛ حسام و همکاران، ۱۳۹۵). امروزه گردشگری مذهبی در راستای کسب درآمد و همچنین برای حفظ میراث فرهنگی مورد توجه کشورهای مختلف قرار گرفته است. در بعد داخلی، توسعه گردشگری مذهبی می‌تواند در راستای توسعه منطقه‌ای، افزایش اشتغال و در بعد ملی، افزایش درآمد و حفظ میراث فرهنگی را به دنبال داشته باشد و به شکل قابل توجهی در تحولات اجتماعی، اقتصادی و رفاه از جمله بر کیفیت زندگی ساکنان تأثیرگذار است (علی بیگی و قاسمی، ۱۳۹۴). موضوع کیفیت زندگی از آغاز دهه ۱۹۹۰ به بعد، در ادبیات نظری و توسعه، اهمیت فوق‌العاده‌ای یافته است و مبنای تمایز و دسته‌بندی‌های نوین کشورها در سال‌های اخیر شده است. مفهوم کیفیت زندگی ابتدا به حوزه‌های بهداشتی، زیست محیطی و بیماری‌های روانی محدود می‌شد، اما طی دو دهه گذشته به مفهومی چند بعدی بسط یافته است. شاخص امروزه پیشرفت یک اجتماع، کیفیت زندگی است. این اصطلاح در برگیرنده مهم‌ترین عواملی است که شرایط زندگی در جامعه و رفاه شخصی افراد را تعیین

می‌کنند. طی دهه‌های اخیر کیفیت زندگی یکی از اساسی‌ترین نکات مورد توجه در علوم اجتماعی بوده و برای ارزیابی پارامترهای مادی توسعه اقتصادی و تولیدات داخلی در کنار پارامترهای غیرمادی چون کیفیت کار، سطح باسوادی و فرهنگ، استاندارد پزشکی و بهداشت، کیفیت فراغت و تفریح، شرایط محیط زیست، جو سیاسی، احساس خوشبختی انفرادی و حتی آزادی و اتحاد ملی مورد بررسی قرار می‌گیرند. سازمان بهداشت جهانی، کیفیت زندگی را به معنای درک فردی هر فرد از موقعیت خود در زندگی در بستری از فرهنگ‌ها و ارزش‌های اجتماعی که فرد در آن زندگی می‌کند و دارای انتظارات می‌باشد، تعریف می‌کند (رعنا^۱ و همکاران، ۲۰۰۹). از نظر لایارد روابط خانوادگی، وضعیت مالی و اشتغال، روابط فرد در جامعه، آزادی فردی و ارزش‌های شخصی نشان دهنده کیفیت زندگی هر فرد می‌باشد (لایارد^۲، ۲۰۰۵؛ محمدی یگانه و همکاران، ۱۳۹۲). بررسی رابطه میان گردشگری و کیفیت زندگی جامعه محلی مقصد، موضوعی است که در برخی از تحقیقات مورد توجه قرار گرفته است که در زیر به این تحقیقات پرداخته می‌شود.

قاسمی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی نقش گردشگری مذهبی بر کیفیت زندگی خانوارهای روستایی پرداختند. در نتیجه اثر گردشگری مذهبی بر کیفیت زندگی روستاییان در سه بعد محیطی - کالبدی با ۱۳، اقتصادی با ۱۶. اجتماعی با ۱۱ متغیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای نشان داد که از دیدگاه جامعه میزبان گردشگری مذهبی به ترتیب بر کیفیت زندگی در بعد محیطی - کالبدی با میانگین ۲،۹۳، در بعد اجتماعی با ۲،۷۱ و در بعد اقتصادی کیفیت زندگی با میانگین ۲،۰۹ و در کل بر کیفیت زندگی با میانگین ۲،۵، کمتر از متوسط اثرگذار بوده است نتایج حاصل از آزمون فریدمن نیز این یافته را تأیید می‌کند.

در سال ۱۳۹۵ در پژوهشی که حسام و همکارانش انجام دادند اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه پایدار نواحی روستایی از دیدگاه جامعه میزبان مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، گردشگری مذهبی در بین شاخص‌های بعد اجتماعی (رضایت از خدمات آموزشی، افزایش مشارکت در امور اجتماعی روستا، میزان اعتماد اجتماعی و رضایت از مسکن)، شاخص‌های بعد اقتصادی (کاهش بیکاری، تنوع منابع شغلی و رضایت از درآمد) و شاخص‌های بعد کالبدی (تمامی شاخص‌ها) تأثیرات مثبت داشته است.

محمودی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی پرداختند. نتایج حاصل از رگرسیون نشان می‌دهد که گردشگری مذهبی به میزان ۰,۷۹ بر درآمد، ۰,۶۸ بر اشتغال و در مجموع ۰,۷۷ بر سکونتگاه‌های روستایی مورد بررسی مؤثر بوده است. در واقع توسعه گردشگری مذهبی در روستاهای دارای بقاع متبرکه در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و رونق اقتصادی تأثیر مثبتی داشته است. در مجموع گردشگری مذهبی با ویژگی‌های ساختاری و کارکردی‌اش، عاملی مهم جهت احیاء اقتصاد روستاهای دارای این امتیاز و سایر روستاهای محسوب می‌شود.

در همان سال در پژوهشی دیگر از علی بیگی و قاسمی، یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که گردشگری مذهبی در مؤلفه کیفیت زندگی در تمام ابعاد اعم از اجتماعی، زیست محیطی (در حد بالاتر متوسط) و اقتصادی، کالبدی (در حد متوسط)، بهبود وضعیت کیفیت زندگی خانوارهای روستاهای مورد مطالعه به همراه داشته است، همچنین یافته‌های تحقیق در ارتباط با مؤلفه سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد، بعد از گسترش گردشگری مذهبی در بعد مشارکت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و انسجام اجتماعی بهبود داشته، اما در بعد اعتماد اجتماعی، بعد از گسترش گردشگری مذهبی از سطح این بعد کاسته شد است.

در پژوهشی دیگر از محمدی یگانه و همکارانش (۱۳۹۲) به بررسی نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی، با تأکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که

گردشگری مذهبی در بین ابعاد اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و زیست محیطی تنها در بعد کالبدی بهبود وضعیت کیفیت زندگی خانوارهای روستاهای مورد مطالعه به همراه داشته است، همچنین یافته‌های تحقیق در ارتباط با سرمایه اجتماعی خانوارهای روستاهای مورد مطالعه نشان می‌دهد، در بعد انسجام وضعیت خانوارهای مورد مطالعه بعد از گسترش گردشگری مذهبی از سطح این ابعاد کاسته شده است.

نتایج پژوهش قاسمی^۱ (۲۰۲۰) نشان دهنده نقش شکننده گردشگری مذهبی در بهبود کیفیت زندگی ساکنان روستاها است. سه اقدام لازم ۱- ایجاد و بهبود جاذبه‌های ثانویه، ۲- توسعه کمی و کیفی امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران و ۳- جلوگیری از درآمد حاصل از حضور گردشگران (مانند نذورات) از مقاصد گردشگری مذهبی می‌تواند باعث افزایش ماندگاری گردشگران همراه با ایجاد فرصت‌های شغلی غیر کشاورزی متنوع، ایجاد درآمد بیشتر به طور مستقیم و غیرمستقیم برای روستا شود. پس از آن، بهبود وضعیت اقتصادی خانواده‌ها منجر به بهبود کیفیت زندگی از جنبه‌های مختلف خواهد شد.

یافته‌های پژوهش آچا آنی^۲ (۲۰۱۸) حاکی از آن است دو عامل تندرستی معنوی و تندرستی جسمی از انگیزه‌های تعیین کننده برای گردشگری مذهبی می‌باشند. همچنین این دو عامل موضوع تحکیم پیوند اقتصاد محلی با گردشگری مذهبی در شهر آتریجویل است. بنابراین برای برنامه‌ریزی گردشگری، توسعه محصول و متخصصان بازاریابی گردشگری در شهر متروپولیتن شهر تسوان دارای پیامدهایی است که باید از فرصت استفاده سریع برای توسعه در جامعه آتریجویل و مناطق اطراف آن استفاده کنند.

متیو و سربجش^۳ (۲۰۱۷) به بررسی تأثیر گردشگری مسئول درک شده بر کیفیت زندگی ادراک شده جوامع در مقاصد گردشگری و تجزیه و تحلیل نقش واسطه‌ای پایداری مقصد درک شده پرداختند. از تجزیه و تحلیل داده‌ها، مشخص شد که به عنوان ساکنان جامعه محلی، گردشگری مسئول درک شده نقشی

1. Ghasemi

2. Acha-Anyi

3. Mathew & Sreejesh

اساسی در تدوین پایداری مقصد دارد، که به نوبه خود بر کیفیت زندگی درک شده آنها تأثیر می‌گذارد. بنابراین، یافته‌های این مطالعه برای مدیریت موفق مشاغل گردشگری و همچنین پایداری جامعه و رفاه آنها پیامدهایی دارد.

با توجه به بررسی پیشینه پژوهش می‌توان گفت که در پژوهش حاضر به طور تخصصی به بعد گردشگری مذهبی در شهر شیراز پرداخته شده و ضمن شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی، عواملی که نیز باعث ارتقا و بهبود کیفیت سطح زندگی ساکنین جامعه محلی می‌شود شناسایی شده و سپس از روش نگاهت شناختی فازی بهره گرفته شده است که تاکنون پژوهشی در این زمینه و با استفاده از این روش انجام نشده است.

روش تحقیق

مطالعه از نوع توصیفی - پیمایشی است. از منظر متدولوژیک این تحقیق براساس روش «تحقیق آمیخته» انجام می‌شود، زیرا ترکیبی از روش‌های مختلف را طی چند مرحله و بر اساس یک طرح از پیش تعیین شده بکار گرفته و نتیجه نهایی، حاصل ترکیبی از روش‌های تحقیق است نه یک روش خاص. بنابراین در چهارچوب روش شناسی پژوهش آمیخته اکتشافی، فرآیند مدل‌سازی در این پژوهش طی سه گام شامل پژوهش کتابخانه‌ای، پژوهش نگاهت شناختی، پژوهش مدل‌سازی نگاهت ادغامی انجام شده است. گام اول و دوم ماهیت کیفی داشته و گام سوم به طور عمده رویکرد تحلیل کمی دارند. در مرحله اول بر اساس نتایج مطالعه کتابخانه‌ای در خصوص مبانی نظری و پیشینه پژوهش چارچوب مفهومی اولیه عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی استخراج شد. در این پژوهش از دو جامعه آماری نمونه گیری شد. نمونه اول را ده نفر از خبرگان حوزه گردشگری مذهبی در شهر شیراز که دارای سابقه کاری مرتبط در زمینه گردشگری مذهبی با سابقه کاری حداقل ۵ سال می‌باشند را تشکیل دادند که به صورت قضاوتی و هدفمند انتخاب شدند و مورد مصاحبه قرار گرفتند. در این مرحله ۱۷ عامل

توسط مرور ادبیات و پیشینه پژوهشی به دست آمد که در نتیجه آن از فهرست تهیه شده تعدادی از عوامل حذف، ادغام یا اضافه شدند که در نهایت تعداد ۱۳ عامل نهایی مورد تأیید خبرگان قرار گرفت. مبنای توافق نیز معنادار بودن مفاهیم در حوزه ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی بود.

نمونه دوم، شامل ۳۰ نفر از شاغلان بومی در زمینه گردشگری مذهبی بودند که برای مشارکت در ساخت مدل انتخاب شدند. در گام دوم فرآیند مدل‌سازی کیفی، استخراج و تحلیل نقشه علی خبرگان مد نظر بود، به همین منظور پرسشنامه ماتریسی از عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز تهیه و به شاغلان بومی در زمینه گردشگری مذهبی ارائه گردید. خبرگان با نمره‌دهی از ۱- تا ۱+ چگونگی ارتباط بین عوامل و شدت هر یک از عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز را نشان داده و به این ترتیب ماتریس را تکمیل نمودند؛ بر این اساس مدل ذهنی هر خبره به دست آمد. سپس نقشه علی هر خبره در نرم‌افزار اف سی میر^۱ ترسیم شد و برای اطمینان از دقت فرآیند ثبت و استخراج مدل ذهنی خبرگان، نقشه علی ترسیم شده به تأیید خبرگان مربوط رسید. پس از آنکه مدل ذهنی خبرگان تعیین و سپس نقشه نگاشت شناختی فازی توسط نرم‌افزار یوسینت^۲ ترسیم شد. برای بررسی امکان ادغام نقشه‌های شناختی خبرگان روابط بین ویژگی‌های شخصی خبرگان (جنسیت، سن، سابقه کار، میزان تحصیلات) و شاخص‌های پیچیدگی و قلمرو نقشه علی آن‌ها از آزمون اسپیرمن استفاده شد. در ادامه برای بررسی تأثیر ویژگی شخصی خبرگان بر شاخص قلمرو نقشه علی و روابط بین آنها از آزمون ناپارامتری کروسکال والیس استفاده شده است. دلیل استفاده از این آزمون، کم بودن تعداد داده‌ها و خبرگان است. سپس از آزمون یومن ویتنی برای جنسیت وجود دو نمونه مستقل در حالت ناپارامتری استفاده شد، همچنین با استفاده از دو روش

1. FCMapper

2. Ucinet6

همبستگی و شاخص نسبت فاصله، درجه تشابه یا عدم تشابه بین نقشه علی خبرنگان تعیین شد. که در تمامی آزمون‌های نامبرده شده در سطح خطای کوچکتر از ۵ درصد در نظر گرفته شده است. سپس در مرحله سوم نقشه ادغامی عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز با استفاده از ماتریس دیفازی نهایی حاصل از نرم‌افزار اف سی مپر ورژن ۱ و ترسیم مدل پژوهش توسط نرم‌افزار یوسینت ورژن ۶ انجام شد و تحلیل‌های لازم مدل کیفی برای آن ارائه شد و در مرحله چهارم میزان مرکزیت، تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل مشخص و مطابق با آنها سناریوهایی جهت ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز بر روی مدل شبیه‌سازی و نتایج آن‌ها به کمک نرم‌افزار اف سی مپر بررسی شده است. نرم‌افزار مورد استفاده برای انجام نگاشت شناختی فازی اف سی مپر و تحلیل شبکه‌های اجتماعی یوسینت بود. به منظور ارزیابی روایی این پژوهش کیفی از روش‌های مشارکت بلندمدت و مشاهده مصرانه، همه جانبه‌نگری، مرور یا بازخورد همتایان و روش کنترل اعضا استفاده شده است. در پژوهش‌های کیفی پایایی اغلب اشاره به ثبات پاسخ کدگذاران متعدد به مجموعه داده‌ها دارد. در این پژوهش توافق بین کدگذاران بدست آمده است که به معنی تأیید پایایی این تحقیق است.

یافته‌ها

در آغاز با بررسی پیشینه پژوهش و مطالعه کتابخانه‌ای عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز، شناسایی و استخراج شد. در این مرحله ۱۷ عامل به دست آمد. مرحله بعد شامل مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۱۰ نفر از خبرنگاران ادامه یافت که در نتیجه آن از فهرست تهیه شده تعدادی از عوامل حذف، ادغام یا اضافه شدند. مبنای توافق نیز معنادار بودن مفاهیم در حوزه عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز بود و در نهایت

تعداد ۱۳ عامل به تأیید تمامی خبرگان رسید. فهرست پالایش شده عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز در جدول ۱ ارائه شده است. جدول ۱. فهرست پالایش یافته از عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی

شهر شیراز از منظر خبرگان

ردیف	عوامل
۱	افزایش توانایی تأمین هزینه‌های زندگی
۲	افزایش قدرت خرید
۳	افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی
۴	افزایش درآمد ساکنان
۵	افزایش فرصت‌های شغلی
۶	افزایش سرمایه‌گذاری
۷	بهبود دسترسی به خدمات و امکانات
۸	بهبود و توسعه حمل و نقل درون و برون شهری
۹	افزایش امکانات و فضاهای تفریحی
۱۰	افزایش تعامل و مشارکت بین ساکنان
۱۱	کاهش فقر در مقاصد گردشگری مذهبی
۱۲	تبادل فرهنگی و اطلاعاتی میان گردشگران و ساکنان
۱۳	افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران

منبع: یافته‌های پژوهش

استخراج و تحلیل نقشه علی خبرگان، دومین مرحله از فرآیند مدل‌سازی کیفی است. پس از انجام هماهنگی‌های لازم و برگزاری یک تا دو جلسه مصاحبه عمیق با هر یک از خبرگان بر مبنای چهارچوبی از پیش تدوین شده، بار دیگر جدول عوامل به خبرگان ارائه گردید و پس از تأیید نهایی توسط خبرگان پرسشنامه ماتریسی از عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز تهیه و به خبرگان ارائه گردید. خبرگان با نمره‌دهی از ۱- تا ۱+ چگونگی ارتباط بین عوامل و شدت

هر یک از عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز را نشان داده و به این ترتیب ماتریس را تکمیل نمودند و بنابراین مدل ذهنی هر خبره به دست آمد. سپس نقشه علی هر خبره در نرم‌افزار اف سی مپر ترسیم شد و برای اطمینان از دقت فرآیند ثبت و استخراج مدل ذهنی خبرگان، نقشه علی ترسیم شده به تأیید خبرگان مربوط رسانده شد. پس از آنکه مدل ذهنی خبرگان تعیین و تحلیل‌های اولیه در رابطه با آن انجام گرفت، امکان استخراج نقشه علی ادغامی برای مدل عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز بررسی شده که این امر طی مراحل زیر صورت گرفته است:

براساس نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن، بین متغیرهای شاخص پیچیدگی (تعداد روابط، چگالی روابط، چگالی نقشه) و شاخص قلمرو (کل شدت روابط) با ویژگی‌های شخصی خبرگان رابطه معناداری وجود نداشت. سپس، با توجه به اینکه در آزمون کروسکال والیس در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۵ تفاوت معنی‌داری وجود دارد، بنابراین بین میزان چگالی شدت روابط در بین سطوح تحصیلی مختلف، سابقه کار و سن تفاوتی وجود ندارد. در آزمون یومن ویتنی با توجه به اینکه سطح معناداری ۰/۸۰۲ می‌باشد، بنابراین بین میزان چگالی شدت روابط در بین زنان و مردان تفاوتی وجود ندارد. بررسی نتایج حاصله مربوط به تحلیل همبستگی (داده‌های شباهت) و نسبت فاصله (داده‌های تفاوت) بین نقشه‌های علی خبرگان نشان داد بین نقشه‌های علی هر گروه از خبرگان تفاوت معنادار وجود ندارد. با توجه به نتایج بررسی‌های آزمون‌های فوق ادغام نقشه‌های شناختی خبرگان بلامانع تشخیص داده شد. ماتریس دیفازی نقشه‌های ذهنی خبرگان در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۲. ماتریس میزان فاصله بین نقشه علی ادغامی خبرگان مستخرج از نرم‌افزار اف سی مپر

نقشه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۱	۰	۱	۱	۰/۷	۰/۹	۰/۷	۰/۳	۰	۰	۱	۱	۰	۱
۲	۱	۰	۱	۱	۰	۰/۸	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱

ادامه جدول ۲. ماتریس میزان فاصله بین نقشه علی ادغامی خبرگان مستخرج از نرم افزار اف سی مپر

نقشه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
۳	۱	۱	۰	۰/۸	۰/۸	۰/۹	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۴	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰/۴	۰	۰	۰	۱	۰/۱	۱
۵	۰/۸	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰/۶	۱	۱	۰/۱	۱
۶	۰/۳	۰/۱	۰/۴	۰/۴	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰/۸	۰/۱	۱
۷	۰	۰/۱	۱	۰	۰/۶	۰/۷	۰	۰/۴	۰/۳	۰	۰	۰	۱
۸	۰	۰	۱	۰	۰/۴	۱	۰/۸	۰	۰/۸	۰	۰	۰	۱
۹	۰	۰	۰	۱	۰/۴	۱	۰	۰/۶	۰	۰	۰	۰/۳	۱
۱۰	۰	۰	۰/۳	۰	۰	۰/۸	۰	۰	۰/۲	۰	۰	۱	۱
۱۱	۱	۱	۱	۰/۸	۰/۷	۱	۰/۷	۰/۷	۰/۸	۰/۸	۰	۰/۱	۱
۱۲	۰	۰	۰/۶	۰/۲	۰/۳	۰/۹	۰/۳	۰/۳	۰	۰	۱	۰	۱
۱۳	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰/۳	۱	۰	۱	۰

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۲، ماتریس ادغامی خبرگان را نشان می‌دهد. اعداد این ماتریس میزان تأثیر هر متغیر بر دیگری را براساس جمع‌بندی نظر خبرگان نشان می‌دهد. پس از ادغام نظر خبرگان، میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هر یک از عوامل در نرم‌افزار اف سی مپر تجزیه و تحلیل می‌شود. این نتایج در جدول ۳ نشان داده شده است. هر چه عاملی درجه مرکزیت بالاتری داشته باشد، در شبکه عوامل دارای تأثیرگذاری بالاتری خواهد بود. با توجه به جدول ۳ و ارزیابی نقش عوامل در بهبود وضعیت سایر عوامل سناریوهایی بررسی شده است که نتیجه دو مورد از آن‌ها ارائه شده است. در اولین سناریو وضعیتی شبیه‌سازی شده است که در آن به رغم توجه به عامل افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی، کاری برای بهبود عوامل افزایش سرمایه‌گذاری و افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران انجام نگیرد. در سناریو دوم به بهبود عوامل افزایش

سرمایه‌گذاری و افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران بدون توجه به عامل افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی بررسی شده است.

جدول ۳. میزان تأثیرگذاری، تأثیرپذیری و مرکزیت هر عامل

رتبه	مرکزیت	تأثیرپذیری	تأثیرگذاری	عوامل
۶	۱۲/۳۰	۵/۱۰	۷/۲۰	افزایش توانایی تأمین هزینه‌های زندگی
۸	۱۱/۳۰	۵/۲۰	۶/۱۰	افزایش قدرت خرید
۱	۲۰/۸۰	۹/۳۰	۱۱/۵۰	افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی
۷	۱۱/۵۰	۴/۹۰	۶/۶۰	افزایش درآمد ساکنان
۵	۱۳/۲۰	۵/۱۰	۸/۱۰	افزایش فرصت‌های شغلی
۲	۱۸/۹۰	۱۰/۸۰	۸/۱۰	افزایش سرمایه‌گذاری
۱۳	۸/۸۰	۴/۵۰	۴/۳۰	بهبود دسترسی به خدمات و امکانات
۱۱	۹/۰۰	۴/۰۰	۵/۰۰	بهبود و توسعه حمل و نقل درون و برون شهری
۱۰	۱۰/۳۰	۵/۰۰	۵/۳۰	افزایش امکانات و فضاهای تفریحی
۹	۱۰/۴۰	۷/۱۰	۳/۳۰	افزایش تعامل و مشارکت بین ساکنان
۴	۱۴/۹۰	۵/۸۰	۹/۱۰	کاهش فقر در مقاصد گردشگری مذهبی
۱۲	۸/۳۰	۳/۷۰	۴/۶۰	تبادل فرهنگی و اطلاعاتی میان گردشگران و ساکنان
۳	۱۵/۳۰	۱۲/۰۰	۳/۳۰	افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از سناریو اول و دوم نشان می‌دهد، در صورتی که به عامل افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی توجه شود ولی تلاشی برای بهبود عوامل افزایش سرمایه‌گذاری و افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران ننمایند، همه عوامل در جهت منفی بقیه میزان کم، متوسط و زیاد تغییر می‌کنند همچنین در صورتی که عامل افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی را نادیده گرفته و در عوض عوامل افزایش سرمایه‌گذاری و افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران را توسعه دهیم تمامی عوامل در جهت منفی و

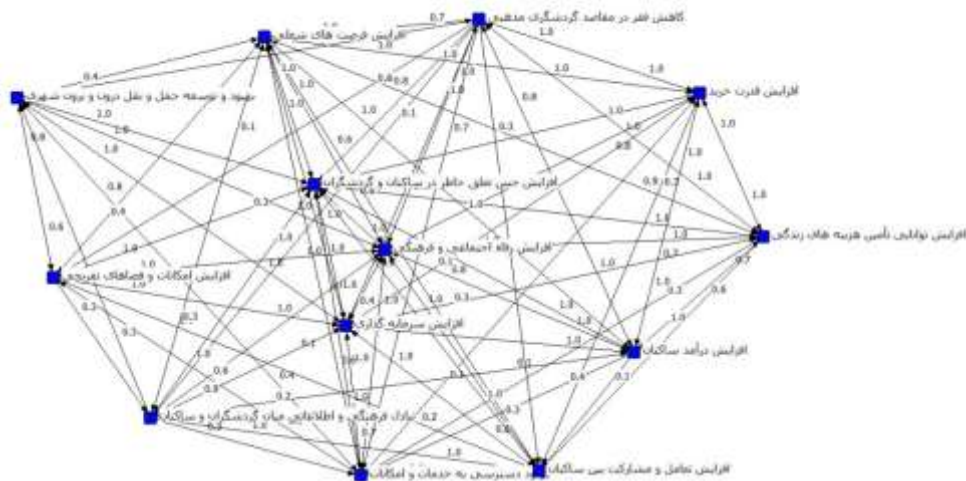
به میزان متوسط و زیاد تغییر می‌کنند که این بدین معنی است که همه عوامل افت می‌یابند. بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی، افزایش سرمایه‌گذاری و افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران به تنهایی نمی‌تواند موجب ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز شود بلکه هر سه عامل لازم و ملزوم یکدیگرند و عامل افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی بر بقیه عوامل هم اثر می‌گذارد و هم تأثیر می‌پذیرد. پس از شبیه‌سازی سناریوهای مختلف بر روی مدل، داده‌های ماتریس ادغامی خبرگان در نرم‌افزار یوسینت وارد و گرافی از مدل رسم شد.

جدول ۴. نتایج شبیه‌سازی سناریوها بر روی مدل پیشنهادی

تغییرات سناریو			نتایج سیاست			سیاست			عامل
			۳	۲	۱	۳	۲	۱	
۶	۷	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۹۹			۱	افزایش توانایی تأمین هزینه‌های زندگی	
۶	۸	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۹۹			۱	افزایش قدرت خرید	
۰	۱	۰	۱	۰/۹۹	۰	۱	۱	افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی	
۷	۷	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۹			۱	افزایش درآمد ساکنان	
۷	۶	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۹			۱	افزایش فرصت‌های شغلی	
۱	۰	۱	۰	۰/۹۹	۱	۰	۱	افزایش سرمایه‌گذاری	
۶	۶	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۹۸			۱	بهبود دسترسی به خدمات و امکانات	
۶	۶	۰/۹۵	۰/۹۵	۰/۹۸			۱	بهبود و توسعه حمل و نقل درون و برون شهری	
۶	۶	۰/۹۸	۰/۹۷	۰/۹۹			۱	افزایش امکانات و فضاهای تفریحی	
۷	۷	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹			۱	افزایش تعامل و مشارکت بین ساکنان	
۷	۷	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۹۹			۱	کاهش فقر در مقاصد گردشگری مذهبی	
۶	۶	۰/۹۳	۰/۹۲	۰/۹۷			۱	تبادل فرهنگی و اطلاعاتی میان گردشگران و ساکنان	
۱	۰	۱	۰	۰/۹۹	۱	۰	۱	افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران	

منبع: یافته‌های پژوهش

این گراف در واقع مهم‌ترین عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز را نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود در گراف ترسیمی، با توجه به روابط علی بین عوامل، هر عاملی که اهمیت و نقش مهم‌تری در ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز دارد، در مرکز شکل قرار دارد.



شکل ۱. نقشه شناختی فازی عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر

شیراز (منبع: یافته‌های پژوهش)

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهشی نشان داد که مدل عوامل مؤثر بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز شامل عوامل افزایش توانایی تأمین هزینه‌های زندگی، افزایش قدرت خرید، افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی، افزایش درآمد ساکنان، افزایش فرصت‌های شغلی، افزایش سرمایه‌گذاری،

بهبود دسترسی به خدمات و امکانات، بهبود و توسعه حمل و نقل درون و برون شهری، افزایش امکانات و فضاهای تفریحی، افزایش تعامل و مشارکت بین ساکنان، کاهش فقر در مقاصد گردشگری مذهبی، تبادل فرهنگی و اطلاعاتی میان گردشگران و ساکنان، افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران است. بر اساس میزان مرکزیت، عوامل افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی، افزایش سرمایه گذاری و افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران در صدر فهرست قرار گرفتند. بر اساس نتایج تحلیل نگاشت شناختی فازی، می‌توان بدین گونه تفسیر کرد که مؤثرترین عامل از نظر مدیریتی، عامل افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی است. تأثیرگذاری بالای افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی بر سایر عوامل مؤثر نشان می‌دهد که این عامل نقش زیادی در ایجاد هر نوع ارتقاء بر کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز دارد. تأثیر افزایش رفاه اجتماعی و فرهنگی بر ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز که در مدل نشان داده شده است با یافته‌های یرجیو^۱ و همکاران (۲۰۲۰)، هریانا^۲ (۲۰۲۰) تطابق دارد. همچنین تأثیرپذیری ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز از افزایش سرمایه‌گذاری که در مدل مدنظر قرار گرفته است، با نتایج ارائه شده توسط سیتومپول و سوتریسنا^۳ (۲۰۲۱) همخوانی دارد. نقش عامل افزایش حس تعلق خاطر در ساکنان و گردشگران که مورد تأکید مدل است، به واسطه نتایج ارائه شده توسط اسلامی^۴ و همکاران (۲۰۱۹) حمایت می‌شود.

همچنین نتایج حاصل از سناریونویسی نشان می‌دهد که بهبود رفاه، سرمایه‌گذاری و افزایش حس تعلق به تنهایی نمی‌تواند موجب ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز شود بلکه هر سه عامل لازم و ملزوم یکدیگرند. بدین صورت که اگر تمام شرایط برای رفاه ساکنان فراهم

1. Yergeau
2. Haryana
3. Sitompul & Sutrisna
4. Eslami

شود ولی سرمایه‌گذاری و احساس تعلق خاطر ساکنان و گردشگران وجود نداشته باشد تمامی عوامل موجود در مدل افت پیدا می‌کنند هر چند که رفاه بهبود داده شود و برعکس اگر سرمایه‌گذاری و احساس تعلق خاطر ساکنان و گردشگران لازم فراهم شود ولی به عامل رفاه توجهی نشود باز هم تمامی عوامل موجود در مدل افت خواهند کرد، به همین دلیل اگر خواهان ارتقاء کیفیت زندگی جامعه محلی در مقصد گردشگری مذهبی شهر شیراز می‌باشیم باید هر سه عامل رفاه، سرمایه‌گذاری و احساس تعلق خاطر ساکنان و گردشگران را تقویت نمود تا سایر عوامل در مدل در جهت مثبت توسعه یابند.

از محدودیت‌های پژوهش می‌توان گفت که با وجود استفاده از منطق فازی، کماکان امکان بروز خطا وجود دارد. همچنین ناآشنایی مدیران با مدیریت راهبردی و همچنین بی‌تمایلی آنان برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات دقیق، موجب بروز مشکلاتی در روند تهیه کار شد.

در راستای اهداف پژوهش حاضر پیشنهاد می‌گردد که با افزایش جذب سرمایه‌گذار داخلی و خارجی در شهر شیراز به توسعه زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری مذهبی در شهر شیراز پرداخت که در نتیجه آن هم گردشگران و هم جامعه محلی از آن بهره‌مند خواهند شد و ضمن بهبود راه‌های دسترسی به شیراز کسب و کارهای بیشتری راه‌اندازی کنند تا مشاغل جدیدی برای افراد به ویژه جوانان و زنان ایجاد گردد و در پی آن درآمد افراد افزایش یافته و میزان فقر در شیراز کاهش یابد و دیگر افراد به دنبال مهاجرت و پیدا کردن کار در سایر شهرها نباشند. همچنین با افزایش ایجاد حس تعلق خاطر در ساکنان و همکاری و تعامل آنان با یکدیگر و با گردشگران موجب استقبال بیشتر ساکنان از فعالیت‌های گردشگری و رونق آن می‌شود که در نهایت با ارزآوری گردشگران میزان درآمد، قدرت خرید و در نهایت رفاه اجتماعی و فرهنگی جامعه میزبان افزایش می‌یابد.

منابع

- آیتی، حمید، خداکرمی، فائزه، ملایی، کامبیز، آفاق پور، آتوسا. (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر عوامل کالبدی شهری بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی؛ شهر شیراز)». فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، ۶(۲۳)، ۴۳-۵۹.
- پوراشرف، یاسان اله، طولابی، زینب، نصرالهی وسطی، سیمین. (۱۳۹۷). «نقش میانجی گرایانه ادراک گردشگران در تاثیرگذاری تبلیغات کلامی بر قصد سفر به مقصدهای گردشگری مذهبی (مورد مطالعه: شهر مقدس مشهد)». مدیریت بازرگانی، ۱۰(۴)، ۸۱۵-۸۳۴.
- حسام، مهدی، محمدی یگانه، بهروز، چراغی، مهدی. (۱۳۹۵). «تحلیل اثرات گردشگری مذهبی در توسعه پایدار نواحی روستایی از دیدگاه جامعه میزبان (مورد پژوهش: منطقه نمارستاق - شهرستان آمل)». جغرافیایی فضای گردشگری، ۶(۲۱)، ۱۰۱-۱۱۶.
- رحمانی، خلیل، پورطاهری، مهدی، رکن الدین افتخاری، عبدالرضا. (۱۳۹۲). «برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج». برنامه‌ریزی و آمایش فضا، ۱۷(۱)، ۴۳-۶۴.
- علی بیگی، جواد، قاسمی، یارمحمد. (۱۳۹۴). «تأثیر گردشگری مذهبی بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: روستای بردی؛ شهرستان دهلران)». مطالعات اجتماعی گردشگری، ۳(۶)، ۸۷-۱۱۶.
- قاسمی، مریم. (۱۳۹۸). «نقش گردشگری بر کیفیت زندگی خانوارهای روستایی مقاصد گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهرستان مشهد)». جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، ۱۷(۱) (پیاپی ۳۲)، ۵۳-۸۹.
- محمدی یگانه، بهروز، چراغی، مهدی، ولایی، محمد. (۱۳۹۲). «نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی، با تأکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی مطالعه موردی: روستای قیچاق شهرستان میاندوآب». تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۳(۳۰)، ۷-۲۵.
- محمودی، حمیده، قاسمی، مریم، شایان، حمید. (۱۳۹۴). «واکوی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد». مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۵(۲۰)، ۷۱-۹۰.

- Collins-Kreiner, N. (2010). "Researching pilgrimage: Continuity and transformations". *Annals of tourism research*, 37(2), 440-456.
- Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). "Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), 1061-1079.
- Haryana, A. (2020). "Economic and Welfare Impacts of Indonesia's Tourism Sector". *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(3), 300-311.
- Ghasemi, M. (2020). "The Role of Tourism on the Quality of Life of Rural Families Living in Religious Tourism Destinations (Case Study: Mashhad County)". *Journal of Geography and Regional Development*, 17(1), 89-53.
- Kamil, J. (2000). "Religious tourism as big business". *Al Ahram Weekly*, 469, 12-14.
- Layard, P. R. G. (2005). *"Happiness: Lessons from a New Science Penguin Press New York"*.
- Mathew, P. V., & Sreejesh, S. (2017). "Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 83-89.
- Rana, A. M., Wahlin, Å. Lundborg, C. S., & Kabir, Z. N. (2009). "Impact of health education on health-related quality of life among elderly persons: results from a community-based intervention study in rural Bangladesh". *Health promotion international*, 24(1), 36-45.
- Sitompul, K. B., & Sutrisna, I. K. (2021). "The Effect of Investment, Education Level, and Wage Level on Job Opportunities and Community Welfare in Regency/City of Bali, Indonesia". *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(2), 149-155.
- Yergeau, M. E. (2020). "Tourism and local welfare: A multilevel analysis in Nepal's protected areas". *World Development*, 127, 104744.