

گردشگری به عنوان یک سیستم (نمونه: مشهد)

محمد قاسمی (استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه فردوسی مشهد)

khozani@um.ac.ir

چکیده

نگرش سیستمی، رویکرد نسبتاً جامعی برای درک، تجزیه و تحلیل، برنامه ریزی و پویایی گردشگری است؛ در این رویکرد به‌خوبی می‌توان بخش‌ها و عوامل تأثیرگذار بر گردشگری را هم‌چون گردشگران، جامعه‌ی میزبان، سازمان‌ها و شرکت‌های ذی‌ربط، محیط و ... را به صورت به هم پیوسته مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داد و آنها را سازماندهی کرد. به عبارت دیگر، نگرش سیستمی واقعیت، بنیان و اساس گردشگری را در کلیتی منسجم به تصویر می‌کشد و پیوند بین اجزاء و عناصر بخش عرضه‌ی گردشگری، اعم از جاذبه‌ها، حمل و نقل، واحدهای اقامتی، خدمات، سازمان‌ها و ... با تقاضا (گردشگران) در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی نمایان می‌سازد تا برنامه ریزان برای پویایی آن در عرصه‌ی رقابت جهانی تلاش نمایند. هدف اصلی این پژوهش، آن است تا دریچه‌ای نو، برای پژوهشگران و مدیران و دست‌اندرکاران گردشگری کشور ایجاد کند و ضمن پرهیز از بخشی‌نگری گردشگری، بتواند با ایجاد مدیریت یکپارچه در راستای پویایی گردشگری شهر و منطقه، انطباقی بین عرضه و تقاضا ایجاد نماید. همچنین پژوهش حاضر از مبانی نظری بر پایه‌ی نظریه‌ی سیستمی است و روش تحقیق به کار گرفته شده توصیفی-تحلیلی از کل به جزء است؛ همچنین روش جمع‌آوری اطلاعات بر مبنای کتابخانه‌ای-اسنادی و نیز میدانی است. در این مقاله، ابتدا ضمن بیان مسأله و دیدگاه‌های ارائه شده توسط سازمان جهانی گردشگری و سایر نظریه پردازان مشهور جهان راجع به نظام گردشگری به بررسی و تحلیل گردشگری کلان شهر مشهد پرداخته شده و در نهایت راه حلی جهت پویایی آن ارائه شده است. نتایج مطالعات

میدانی به‌دست آمده، بیانگر این واقعیت است که ساختار و نظام مدیریت گردشگری مشهد در بخش عرضه با چندپارچگی و عدم ارتباط سازمند بین سازمان‌ها، اداره‌ها، شرکت‌ها، اتحادیه‌ها و... مرتبط با گردشگری روبرو است؛ به‌گونه‌ای که تعدد و چند پارچگی با کمترین تعامل در مدیریت جاذبه‌های گردشگری، واحدهای اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی، حمل و نقل و... مشهود است. بنابراین شایسته است برای برقراری ارتباط سازمند بین اجزاء و عناصر نظام گردشگری شهر و منطقه، نهادی فرادست، متشکل از کنشگران فوق تشکیل شود تا برای برقراری نظامی یکپارچه جهت پویایی و توسعه‌ی آن تلاش و برنامه ریزی کنند.

کلیدواژه‌ها: سیستم گردشگری، عناصر، کلیت، ارتباط متقابل، عرضه و تقاضا، مدیریت یکپارچه گردشگری، نهادی فرادست.

۱. درآمد:

سیستم^۱ را می‌توان مجموعه‌ای از اجزاء و عناصر که بر یکدیگر اثرات متقابل دارند و کلیت واحدی را به وجود آورده اند، محسوب کرد؛ این پدیده به صورت باز و یا بسته دارای ویژگی‌های همچون: کلیت، جمع‌پذیری، مکانیزاسیون، تمرکز، سازمان سلسله‌مراتبی، شبکه، ساختار، کارکرد و... است (سادوسکی و دیگران، ۱۳۶۱: ۵۶-۴۵).

رویکرد سیستمی^۲ یکی از نظریه‌های علوم جدید است که از اوایل قرن بیستم برای از بحران در شناخت علمی پروراند شده است؛ از این‌رو، این نظریه، به عنوان نگرشی اساساً میان‌رشته‌ای، دارای روش‌شناسی، تدوین رویکرد و قابلیت انتقال قوانین و مفاهیم از یک قلمرو به قلمروی دیگری را دارد. در این روش از آغاز پژوهش می‌توان یک موضوع را از چندین راه مختلف بررسی و عناصر تشکیل‌دهنده‌ی موضوع تحقیق را شناخت و برای پرهیز از تناقض‌های پژوهشگر، به طراحی الگویی از کل پژوهش اقدام نمود (سادوسکی، ۱۳۶۱: ۴۴-۳۸). در این رویکرد هر سیستم مرکب از اجزاء و عناصر است، که با نظم و ترتیب معین با

1. Systems

2. Systems approach

یکدیگر ترکیب یافته و ساخت سیستم را فراهم می‌سازند؛ هر چند هر گونه تغییر و دگرگونی در یک جزء، عامل تأثیرگذار بر سایر اجزاست؛ ولی این تغییرات در راستای نابودی سیستم نیست، بلکه این تغییرات در جهت حفظ و ثبات کلیت سیستم عمل می‌کند (فرشاد، ۱۳۶۲: ۲۶-۱۸).

بر این اساس سیستم گردشگری هر مکان کلیتی است، مشتمل بر بخش‌ها، اجزاء و عناصر متعدد و پیچیده همانند جاذبه‌ها، مراکز اقامتی، حمل و نقل (هوایی، زمینی، دریایی و...)، تأسیسات زیر بنایی، خدمات، اطلاعات، تبلیغات، بازارهای داخلی و بین‌المللی و... هستند که در ارتباط متقابل با همدیگر و برخورداری از شبکه، سلسله مراتب، ساختار، کارکرد و... جایگاه خود را در بازار رقابتی در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی به دست می‌آورد؛ به عبارت دیگر گردشگری از جاذبه‌ها، هتل‌ها و خطوط هوایی و دیگر عناصر به صورت جداگانه تشکیل نشده است که هر بخش بدون ارتباط و تعامل با سایر بخش‌های تشکیل دهنده سیستم گردشگری، بتواند به موفقیت دست‌یابی پیدا کند؛ بلکه کلیتی است (همانند یک سیستم) که پویایی آن (گردشگری) در سایه‌ی ارتباط متقابل و سازمند اجزای و عناصر تشکیل دهنده آن در بازار رقابتی به دست می‌آید. دو بخش اصلی سیستم گردشگری که چرخه، حرکت و پیشرفت گردشگری را در یک مکان شکل می‌دهد، عرضه و تقاضاست^۱؛ تقاضا شامل تمامی گردشگران متقاضی گردشگری از مبداهای مختلف ملی و بین‌المللی به مقصد مورد نظر هستند که بازارهای هدف گردشگری آن مکان را تشکیل می‌دهند (والا/ بیچریل، ۱۳۸۴: ۶۲)؛ و عرضه مشتمل بر جاذبه‌ها، واحدهای اقامتی، حمل و نقل، خدمات، تسهیلات و تأسیسات گردشگری و... یک مکان/ منطقه و... هستند که موجب جذب گردشگران از سطوح مزبور می‌شوند. ارتباط سازمند این دو بخش اصلی گردشگری در سایه‌ی برنامه ریزی و سازماندهی ایجاد می‌شود (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۴-۱۶). به عبارت دیگر درون این شاخه‌ها و زیر سیستم کلی، جزئیات و عناصری است که برنامه ریزان و مدیران باید برای کسب موفقیت آن تلاش کنند و به گونه‌ای خدمات، تسهیلات و امکانات

1. Supply and Demand

گردشگری را فراهم نمایند که گردشگران به راحتی بتوانند، نیاز و خواسته‌ی خود را برآورده سازند (داس ویل، ۱۳۷۹: ۲۳۱-۲۶۷).

تایلر^۱ نیز معتقد است، گردشگری را باید به صورت سیستمی مرکب از عوامل عرضه و تقاضا در نظر گرفت؛ که با یکدیگر درارتباطاند. داخل این دو بخش سیستم کلی، عناصر و اجزایی قرار دارند که مدیران و برنامه ریزان باید برای کسب موفقیت آن تلاش کنند. برای تحصیل تقاضای گردشگری، یک ناحیه یا شهر و... باید قادر باشیم به گونه‌ای خدمات را فراهم کنیم که با نیاز و جواب‌های گردشگران مطابقت داشته باشد. وی این را به نام سیستم و دستگاه بازار^۲ لقب داده است که با روش منطقی با عنصر تقاضای متغیر گردشگران، تناسب داشته باشد و بین تقاضا و عرضه مطابقت برقرار کند. به عبارت دیگر تطبیق عرضه با تقاضا (تعیین تفاوت میان آنچه گردشگر جستجو می‌کند و آنچه در آن ناحیه وجود دارد)، کلید راه رسیدن به توسعه‌ی صحیح و نهایی گردشگری است (Taylor, 1980: 55-56).

به نظر بولون^۳ (۱۹۸۵) سیستم‌های گردشگری از سه جهت مورد توجه است: الف) الگوی تقاضا؛ ب) رویکرد انسان شناسی اجتماعی است که در بر گیرنده اوقات فراغت است؛ پ) الگوی گردشگری صنعتی که گرایش به تولید انبوه تجاری و سود دارد (Briones.J, Tejeida.P, Morales.M, 2009:5).

۲. روش تحقیق

در این تحقیق برای بررسی سیستم گردشگری شهر مشهد از روش توصیفی- تشریحی استفاده شده است. روش به کار رفته به صورت کیفی با ماهیتی قیاسی است که در فضای واقعی، اطلاعات در مورد سیستم گردشگری شهر جمع آوری و ساختار نظری نیز هم زمان ایجاد شده است. در واقع برای بررسی کل و تحلیل زیرسیستم‌های گردشگری مشهد، ابتدا به توصیف اجزا و عناصر تشکیل دهنده‌ی گردشگری شهر (بخش عرضه) اعم از: جاذبه‌ها، حمل

1. Taylor

2. Market -Plant

3. Boullon

و نقل، واحدهای اقامتی - پذیرایی، خدمات و بنگاههای گردشگری، سازمان‌ها و اتحادیه‌ها، تبلیغات، اطلاعات و... پرداخته شده و سپس با تشریح برخوردها و ماهیت کارکردهای سیستم، در نهایت با برجسته سازی اجزا و عناصر سیستم گردشگری به پیش بینی و ارزیابی راهبردهای کنترلی، جهت دستیابی به آینده‌ی مطلوب سیستم گردشگری شهر پرداخته شده است. براین اساس چارچوب نظری این تحقیق، مبتنی بر نظریه‌ی سیستمی^۱ است و گردشگری شهر مشهد به عنوان یک سیستم به مثابه‌ی یک کل، دارای اجزا و عناصر گوناگون و ساختارها و کارکردهای ویژه ای است (Jennings, 2001: 20-22).

همچنین روش جمع آوری اطلاعات به صورت پیمایشی و نیز اسنادی - کتابخانه ای انجام شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از روش‌های میدانی و اسنادی - کتابخانه ای، اعم از: مصاحبه، مشاهده، منابع آماری، اطلاعات گرفته شده از ادارات و سازمان‌های ذی ربط (میراث فرهنگی، شهرداری، آستان قدس رضوی، سازمان هواپیمایی، راه آهن و...) ابتدا ارزشیابی شده، سپس با تحلیل کارتوگرافیک به نمایش در آمده است.

۳. مباحث نظری

تفکر سیستمیک، ریشه در حکمت علل غایی کل ارسطویی دارد؛ با این حال لودینگ برتالانفی^۲ برای نخستین بار مفهوم نظریه‌ی عمومی سیستم‌ها^۳ را به تعمیم از اصول نظریه‌ی سیستم‌های باز در دهه‌ی سی ام قرن بیستم در دانشگاه شیکاگو مطرح ساخت. وی معتقد بود در تجزیه و تحلیل و صورت بندی اصول عمومی سیستم‌ها، موضوع‌های مختلف از اعتبار جامع‌تری برخوردارند (Bertalanffy, 1972 : 405-406). از این رو نگرش سیستمی راهی برای ورود و یکسان سازی علوم ایجاد کرد که با بسط نظریه‌ی سیبرنتیک^۴ از سال ۱۹۴۸ به بعد، توسط ریاضی دان آمریکایی نوربرت واینر^۵ ابداع گردید؛ جوهره‌ی اصلی این نگرش، بر

-
1. System Theory
 2. Ludwig ven Bertalanfy
 3. System Theory
 4. Cybernetic
 5. Norbort weiner

این مفهوم استوار است که تمام پدیده‌های جهان به عنوان مجموعه‌ای از سیستم‌های بزرگ و کوچک در تعامل و ارتباط با یکدیگر قرار گرفته‌اند و با شناخت عناصر و عملکرد این سیستم‌ها می‌توان رفتار آنها را تحت هدایت و نظارت در آورد (جنسن، ۱۳۷۶: ۱۷۱-۱۷۰).

براین اساس، نگرش سیستمی به گردشگری، توسط بعضی از اندیشمندان این علم در دهه‌ی ۱۹۹۰ به بعد مطرح شده است. آنها اجزای متفاوت گردشگری را به صورت کلیت به هم پیوسته می‌دانند؛ به عنوان نمونه، گان^۱ در سال ۱۹۹۴ این گونه از این عنوان دفاع کرد که گردشگری را باید به عنوان یک سیستم تعبیر کرد و همچنین اضافه کرد که تمام بخش‌های گردشگری به یکدیگر مربوط‌اند. پیچ^۲ در مقاله‌ی خود در سال ۱۹۹۵ از امتیازات نگرش سیستمی در گردشگری یاد می‌کند که بر اساس این نگرش، پیچیدگی‌های یک منطقه‌ی گردشگری مبدل به الگویی ساده می‌شود. میل^۳ و مورسون^۴ در سال ۱۹۹۲ با استفاده از این الگو به تشریح رابطه‌ی شبکه‌های تار عنکبوتی به هم پیوسته سیستم گردشگری پرداختند که دست زدن به یک قسمت این شبکه، اثر موجی سرتاسر شبکه را فرا می‌گیرد (Holden, 2000: 7-8).

در مطالعات گردشگری واژه‌ی الگو دارای مفاهیم و استدلال‌های زیادی است. اغلب این استدلال‌ها در جهت پیش بینی مدل‌ها، ترسیم نمودار فرایند برنامه ریزی و یا برخی از ابعاد نظری سیستم گردشگری به کار می‌روند؛ بنابراین کاربرد معمول واژه الگو شاید به غلط استفاده شود؛ پس ضروری همیشه ذات و هدف الگوهای مورد تحقیق، مشخص گردد؛ همچنین باید توجه به تمایز اصلی بین الگوهای «برنامه ریزی/ فرایند مدیریتی» و الگوهای «نظری» که برخی از جنبه‌های کارکردی سیستم گردشگری را توضیح می‌دهند، داشت. پس دو دسته از الگوهای بنیادین گردشگری عبارت‌اند از؛ یکی الگوهای نظری که بر اساس آن سیستم گردشگری کل یا بخشی از کل، ترسیم، پیاده‌سازی و انطباق داده می‌شود و می‌توان آنها را بر حسب نزدیکی به واقعیت به تقسیمات جزئی تری نیز تبدیل کرد؛ این الگوها به سه دسته تقسیم می‌شوند: الگوهای توصیفی (به توصیف اجزای سیستم

1. Gunn

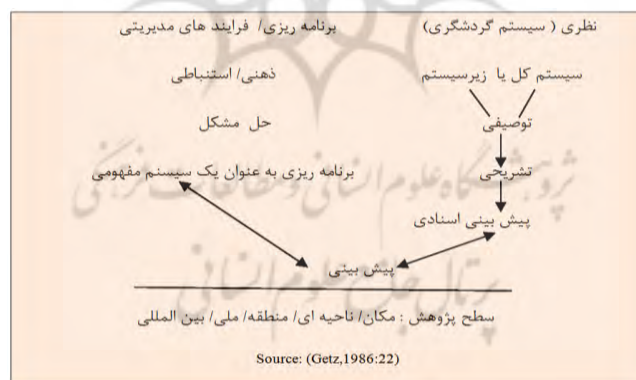
2. Page

3. Mill

4. Morrison

گردشگری می پردازند)، الگوهای تشریحی (به تشریح ماهیت کارکرد سیستم با و یا بدون در نظر گرفتن روابط معلولی آنها می پردازند) و الگوهای پیش بینی کننده (بر پایه‌ی دانش روابط علت و معلولی استوار است)؛ و دیگری الگوهای عملی/ فرایندی است که مشتمل بر الگوهای سستی (برای حل مشکل طراحی می شوند و از بیان اهداف ← ارایه‌ی گزینه‌های مختلف ← ارزشیابی گزینه‌ها ← انتخاب گزینه ← به اجرا می رسند)، ذهنی/ استنباطی (براساس تعصبات شخصی یا تفکرات خاص) و تئوری سیستم‌ها (تلفیقی از الگوهای نظری با فرایندی هستند) تقسیم می شوند. باید توجه کرد برخی از الگوهای پیش بینی کننده، پیرامون هر دو نمودار دور می زنند. آن الگوهایی را که فقط علت‌یابی‌های گرایشی دارند و یا استنباطی هستند (مثلاً "تکنیک‌های دلفی، قضاوت‌های حرفه‌ای) می توان آنها را تکنیک‌های فرآیندی نامید که به توسعه‌های نظری ارتباطی ندارند. عناصر نهایی در شکل (۱) به ملاحظات سطح‌های مختلف استنباط و ادراک در برنامه ریزی است. الگوهای گردشگری در مورد سیستم‌های کل و سیستم‌ها خرد در مقیاس‌های مختلف فضایی اعم از مکان/ پروژه، محلی، ناحیه، ملی یا بین المللی کاربرد دارند (Getz, 1986: 22-23).

شکل شماره ۱ طبقه بندی الگوهای گردشگری



چورلی^۱ و هاگت^۲ کاربرد الگوها را بدین شرح می نامند: کاربرد روان‌شناسانه، کاربرد اکسپاتی/ فراگیری،

1. Chorley
2. Hagget

کاربرد استدلالی، کاربرد معیاری، کاربرد سیستم گونه و کاربرد ساختاری (Chorley and Hagget, 1987).

همچنین به راههای دیگری می‌توان الگوها را تقسیم بندی کرد:

- الگوهای مصور یا شکلی: این الگوها از نظر ظاهر شبیه دنیای واقعی با مقیاس تصویری هستند.
- الگوهای مشابه: برای نشان دادن تمایزات در یک مجموعه؛ مانند کاربرد رنگ در نقشه کاربری یک

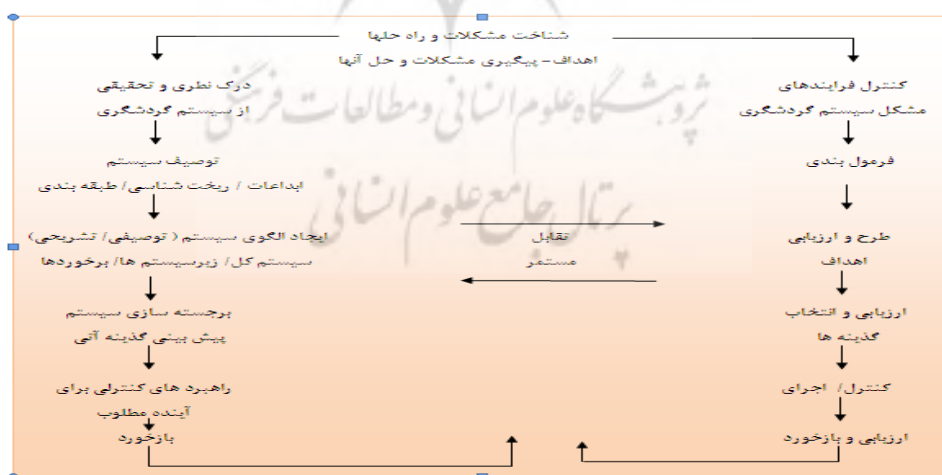
سرزمین .

- الگوهای سمبلی: برای توضیح سیستم‌ها یا فرایندها در الگوهای پیش بینی کننده از طرح و رسم استفاده می‌کنند.

البته برای شناخت مشکلات برخی از تحقیقات، می‌توان از تلفیق الگوهای برنامه ریزی/فرایند مدیریتی با الگوهای نظری به الگوهای ترکیبی دست‌یابی پیدا کرد و طی فرآیندی معین و تقابل مستمر آنها به ارزیابی راه‌حلی در زمینه سیستم گردشگری نائل شد (شکل شماره ۲).

باید توجه داشت در چشم انداز و دورنمای یک سیستم، الگوها در زیر مجموعه نظریه‌ها قرار می‌گیرند. نظریه‌های سیستم‌ها، دیدگاه‌های هستند که پدیده‌ها را تشریح می‌کنند و برای اداره سیستم‌ها به کار می‌روند. بنابر این الگوها در ابتدا توصیفی، سپس تشریحی و در نهایت پیش بینی کننده اند؛ بنابر این الگوها، پی ریزی و سازه‌های نظریه‌ها را تشکیل می‌دهند (Getz, 1986: 22-29).

شکل شماره ۲. الگو سیستم‌های ترکیبی برای برنامه ریزی و نظریه‌های گردشگری



Source: (Getz, 1986: 29)

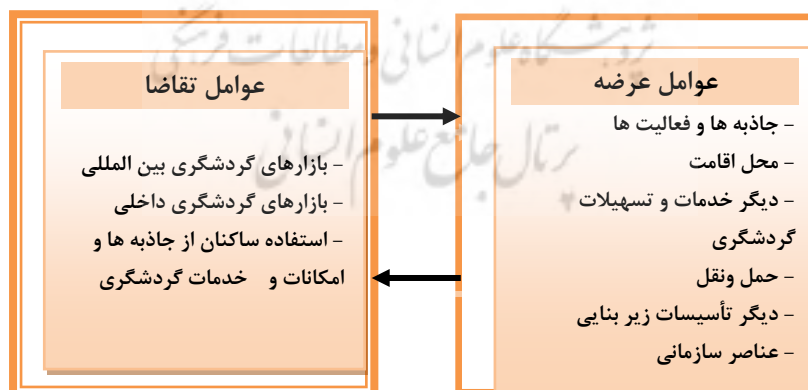
با این مقدمه در زیر به بررسی مهمترین دیدگاهها و الگوهای ارائه شده در زمینه‌ی سیستم گردشگری با توجه بنیادی ترین آنها (الگوهای برنامه ریزی/ فرایند مدیریتی و مدل‌های نظری) می پردازیم:

- دیدگاه سازمان جهانی گردشگری

سازمان گردشگری جهانی (WTO) سیستم گردشگری را به دو بخش اصلی تقسیم می کند؛ یکی عوامل تقاضا، شامل بازارهای گردشگری بین المللی، داخلی (ملی و منطقه ای) و ساکنان محلی و دیگر عوامل عرضه، مشتمل بر فعالیت‌ها و جاذبه‌ها (جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، تاریخی، پارک‌های تفریحی، باغ وحش‌ها، باغ‌های گیاه شناسی، آکواریوم‌ها و...)، محل اقامت (هتل‌ها، متل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مهمان‌پذیرها و...)، خدمات و تسهیلات گردشگری (دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری، رستوران‌ها، خرید، امور بانکی، مبادله‌ی ارز، خدمات و امکانات پستی و پزشکی و...)، حمل و نقل (هوایی، زمینی، دریایی)، امکانات و تأسیسات زیربنایی (شامل آب رسانی، برق رسانی، بهداشت، فاضلاب، دفع زباله و مخابرات) و عناصر سازمانی است (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۶-۱۴).

الگوی ارائه شده از طرف سازمان جهانی گردشگری بر پایه‌ی نظریه سیستمی است؛ این الگو با توجه به دو دسته الگوهای بنیادین گردشگری در طبقه بندی الگوهای نظری- سیستم گردشگری کل از گونه‌ی تشریحی است.

شکل شماره ۳. عناصر سیستم گردشگری (سازمان جهانی گردشگری)



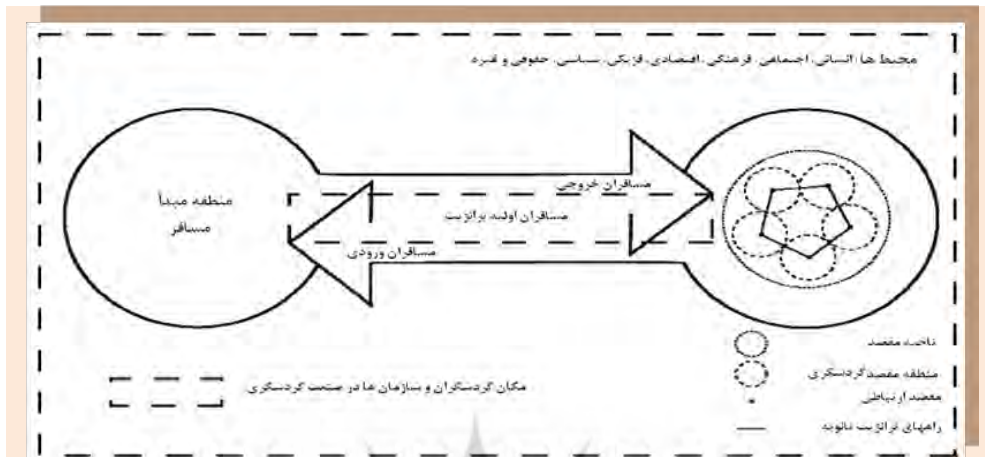
مأخذ: سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۵

- دیدگاه لیپر

لیپر^۱ (۱۹۷۹) الگوی خود را به عنوان یک چارچوب سازماندهی شده در بسیاری از مسائل گردشگری پیشنهاد کرده است. وی بسیاری از مسائل گردشگری را با توجه به فعالیت‌های آن در نظر گرفته و بخش‌های صنعت را مجاز به استقرار می‌سازد و عامل جغرافیایی را در کل سفر اجتناب ناپذیر، پیش بینی‌کنند. او سه عنصر اصلی را در سیستم گردشگری مؤثر می‌داند.

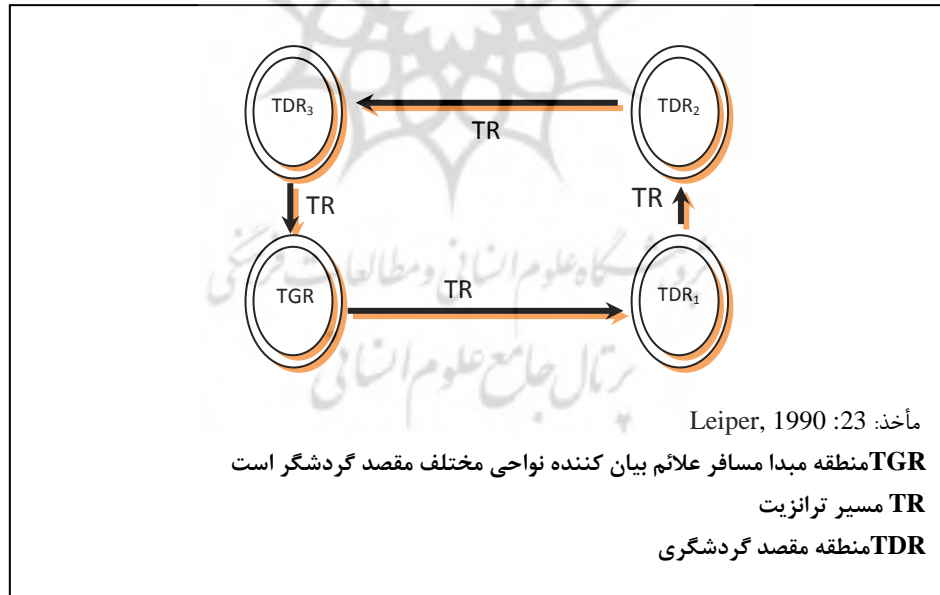
۱. گردشگران/گردشگر در این سیستم یک فاعل است. ۲. عوامل جغرافیایی: شامل: الف) منطقه تولید کننده مسافر (فشار برای برانگیختن سفر) ب) منطقه مقصد گردشگر (دلیل وجودی برای گردشگری) پ) منطقه حمل و نقل (مکان‌های میانی برای رسیدن به مقصد). ۳. صنعت گردشگری؛ مشتمل بر دامنه‌ای از تجارت‌ها و سازمان‌های درگیر در توزیع محصول گردشگری هستند. هر یک از عناصر و عوامل سیستم گردشگری لیپر نه تنها برای توزیع محصول گردشگری، بلکه برای شرایط معاملاتی و آثار گردشگری و البته زمینه‌های متفاوتی که در گردشگری اتفاق می‌افتد، با یکدیگر در تقابل‌اند (Leiper, 2004: 52-53 / Leiper, 1990 :23 / کوپر و دیگران، ۱۳۸۰: ۶-۴).
الگوی ارائه شده از طرف لیپر بر پایه‌ی نظریه‌ی سیستمی است؛ این الگو در طبقه بندی الگوهای نظری- سیستم گردشگری کل از گونه‌ی تشریحی است.

شکل شماره ۴: چرخه‌ی مستقیم دو سویه‌ی گردشگری به عنوان سیستم گردشگری کل



مأخذ: Leiper, 2004: 53

شکل شماره ۵: سیستم گردشگری (ناحیه محور مسافر، مبدا و مقصد گردشگر) - الگو لیپر



مأخذ: Leiper, 1990: 23

TGR منطقه مبدا مسافر علائم بیان کننده نواحی مختلف مقصد گردشگر است

TR مسیر ترانزیت

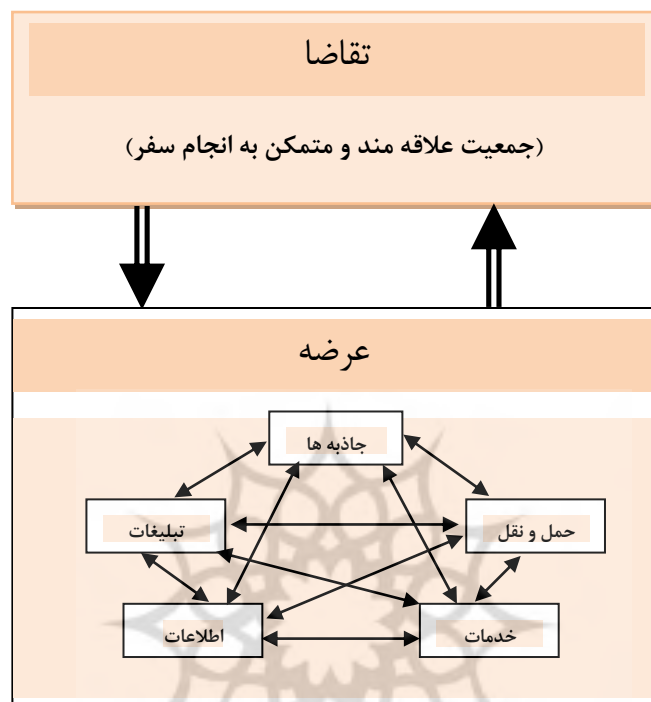
TDR منطقه مقصد گردشگری

- دیدگاه گان

گان^۱، سیستم گردشگری را مبتنی بر دو بخش عرضه و تقاضا می‌داند؛ در بخش تقاضا، جمعیت علاقه مند و متمکن به انجام سفر و گردش (اعم از بازارهای داخلی و بین‌المللی) قرار داشته؛ و در بخش عرضه، بر عناصر و بخش‌های اصلی، مانند: جاذبه‌ها، حمل و نقل، خدمات، اطلاعات و تبلیغات تأکید دارد؛ هر یک از این عناصر در تعامل و ارتباط متقابل با یکدیگر قرار دارند و سیستم گردشگری یک مکان را تشکیل می‌دهند. وی تأکید خاصی بر عناصر عرضه در سیستم گردشگری یک مکان دارد و موفقیت و پویایی گردشگری در یک مکان را در سایه‌ی تعامل، همکاری، ارتباط متقابل، کارایی و موفقیت عناصر متعدد و پیچیده‌ی بخش عرضه همانند: جاذبه‌ها، مراکز اقامتی، حمل و نقل، اطلاعات و تبلیغات می‌داند. گاهی به نظر می‌رسد برخی از عناصر و یا بخش‌های گردشگری اهمیت، کارایی و اثر بخشی سایر یا هر ترتیبی را در این خصوص نادیده می‌گیرند. به عبارت دیگر هر عنصری و یا بخشی از ساختار درونی سیستم (عوامل عرضه) مانند: صاحبان توسعه‌ی اقامت‌گاه‌های مسافران (هتل‌ها، متل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مهمان‌پذیرها، خانه‌ها، ویلاهای اجاره‌ای، کمپ‌ها، محل خواب، واحدهای پذیرایی و...) مؤسسات و آژانس‌های مسافربری، تأسیسات گردشگری و... از نگاه خودش به گردشگری نزدیکتر است؛ اما تأثیر عوامل خارجی (عوامل محیطی - بیرونی سیستم اعم از فرصت‌ها و تهدیدها) و دیگر عناصر و بخش‌های نیز بر پویایی عملکرد سیستم گردشگری دارای اهمیت است؛ در واقع گردشگری تنها از هتل‌ها و خطوط هوایی و دیگر بخش‌ها به صورت جداگانه تشکیل نشده است، بلکه کلیتی از اجزای مختلف و عمده‌ای است که با همدیگر ارتباط نزدیک و متقابل دارند. هر یک از این اجزاء، عهده دار حرکت و پیشرفت در سیستم (عرضه و تقاضا) گردشگری است؛ درون این شاخه‌های کلی، جزئیات و عناصری است که هم برنامه ریزان و مدیران باید برای کسب موفقیت آنها تلاش کنند (Gunn, 2002: 33-35).

الگوی ارائه شده از طرف گان با توجه به دو دسته الگوهای بنیادین گردشگری در طبقه بندی الگوهای فرایند مدیریت و برنامه ریزی از گونه تئوری سیستم‌ها است.

شکل شماره ۶. سیستم گردشگری (دیدگاه گان)



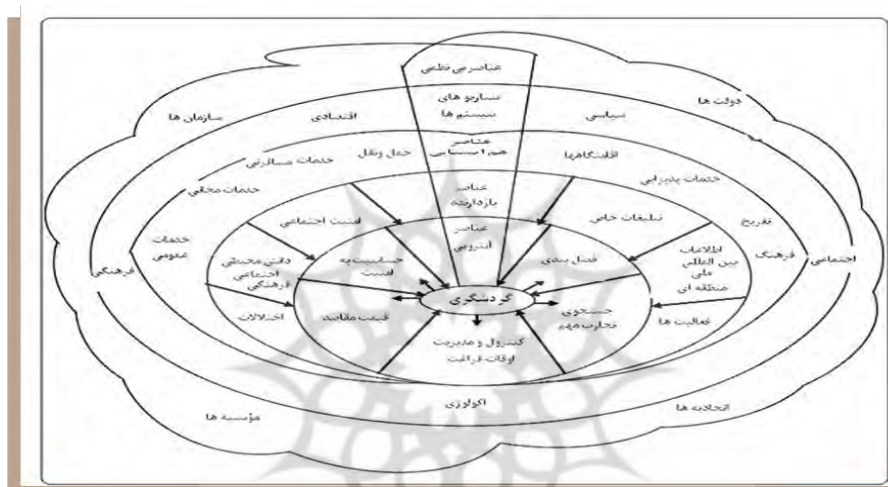
مأخذ: Gunn, 2002 : 34

- دیدگاه بریونز، تجیدا و مورالس

آنها طی مقاله‌ای با عنوان «به‌طرف تکامل سیستم مفهومی گردشگری» در سال ۲۰۰۹ به تبیین و تکامل سیستم استتجاجی گردشگری بر اساس نگرش نو و انطباق با شرایط جدید و بی‌نظمی‌های جدید پرداخته‌اند. در این الگو عناصر آنتروپی، بازدارنده، هم‌ایستایی (همگن)، سناریوهای سیستم و عناصر بی‌نظمی با جزئیات خود به صورت چتری و حلقه‌های تودرتو از مرکز (گردشگری)، سیستم گردشگری را تشکیل داده که عناصر آنها با همدیگر دارای ارتباط متقابل دارند. در این الگو به‌طور نسبی تمامی عناصر مؤثر و تشکیل دهنده گردشگری، اعم از حمل و نقل، اقامت‌گاهها، خدمات ترابری و مسافرتی، خدمات پذیرایی، خدمات عمومی و رایگان، تفریح، فرهنگ و... را مورد بررسی

قرار داده و به درک مفاهیم ذهنی و واقعیت‌های بیرونی با توجه به ارزش و اهمیت عناصر گردشگری پرداخته است (Briones.J,Tejeda.P,Morales.M,2009:5-11).
الگو ارائه شده زیر بر پایه‌ی نظریه‌ی سیستمی پرورانده شده است؛ این الگو در طبقه بندی الگوهای نظری - سیستم گردشگری کل از گونه‌ی پیش بینی کننده است.

شکل شماره ۷. دیدگاه بریونز، تچیدا و مورالس



مأخذ: Briones.J,Tejeda.P,Morales.M ,2009: 9

- دیدگاه کاسپار

کاسپار^۱ گردشگری را همانند سیستمی باز مشتمل بر ساختار داخلی، اعم از زیر سیستم‌های موضوعی و فرعی با سیستم فرادست متشکل محیط‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فن آوری و اکولوژی، که دارای ارتباط متقابل با یکدیگر هستند، به حساب می‌آورد؛ وی عقیده داشت، نباید ساختار داخلی سیستم جدای از محیط فرا دست در معنا و مفهوم آن بررسی شود؛ همین واقعیت که انسان در کانون رویداد گردشگری قرار دارد، ما را وادار می‌سازد که از بررسی بخشی و گسسته چشم پوشی کنیم. ما باید خودمان را از اندیشه‌ی تک بعدی نگر، رها ساخته و در صدد برآیم حتی الامکان به طور یکپارچه به مسائل پردازیم

1 - Kaspar

(Kaspar,C,1975:10-12/ مؤمنی، ۱۳۸۶: بیست و سه). الگوی کاسپار بر اساس طبقه بندی بنیادین الگوهای گردشگری، در زمره‌ی الگوهای نظری- سیستم کل و از گونه‌ی تشریحی است.

شکل شماره ۸. سیستم گردشگری (الگوی کاسپار)



مأخذ: Kaspar,C.,1975:11

- دیدگاه هولدن

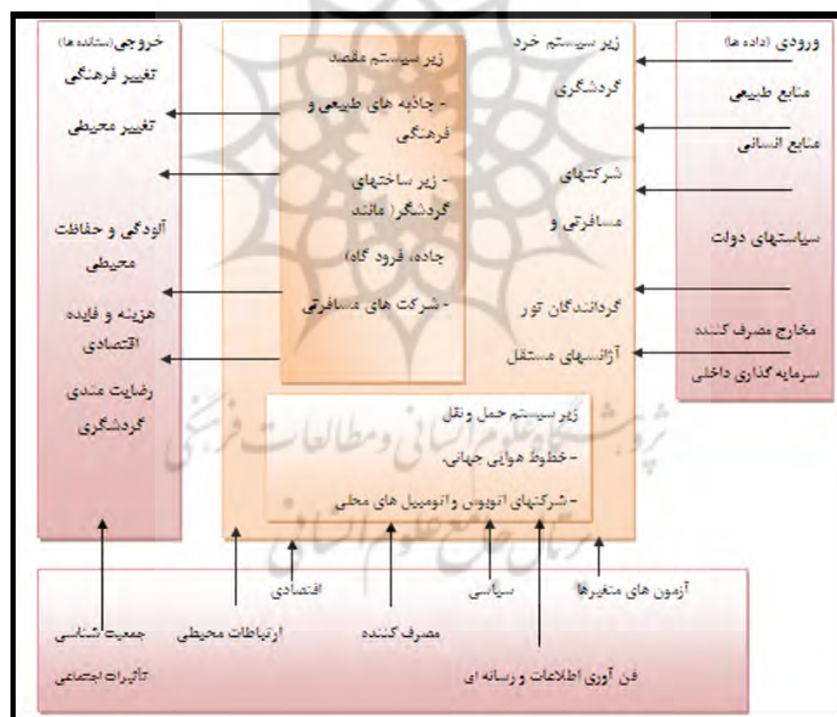
هولدن^۱ از جمله اندیشمندانی است که گردشگری را به عنوان یک سیستم مورد توجه و بررسی قرار می‌دهد. او با به نمایش گذاشتن عناصر مختلف سیستم گردشگری، اهمیت داده‌های سیستم گردشگری در چشم انداز محیطی، منابع انسانی و طبیعی را یادآور و برجسته می‌نماید. وی معتقد است درون سیستم

1 - Holden

گردشگری سه بخش زیر سیستم، یعنی زیر سیستم مقصد، گردشگر و حمل و نقل اهمیت داشته که یکدیگر را پوشش داده و به یکدیگر نیز وابسته اند. در زیر سیستم مقصد، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی برای جذب گردشگری مهم است که منجر به خروجی سیستم می‌شود. داده‌های خروجی سیستم وابسته به درآمد و علاقه‌ی گردشگران است که تغییرات فرهنگی و محیطی جامعه را به دنبال خواهد داشت (Holden, 2000 : 8).

الگوی ارائه شده از طرف هولدن بر پایه‌ی نظریه‌ی سیستمی است؛ این الگو در طبقه بندی الگوهای نظری- سیستم‌های کل از گونه پیش بینی کننده و اثرات اکولوژیکی است.

شکل شماره ۹. سیستم گردشگری، چشم انداز محیطی (دیدگاه هولدن)



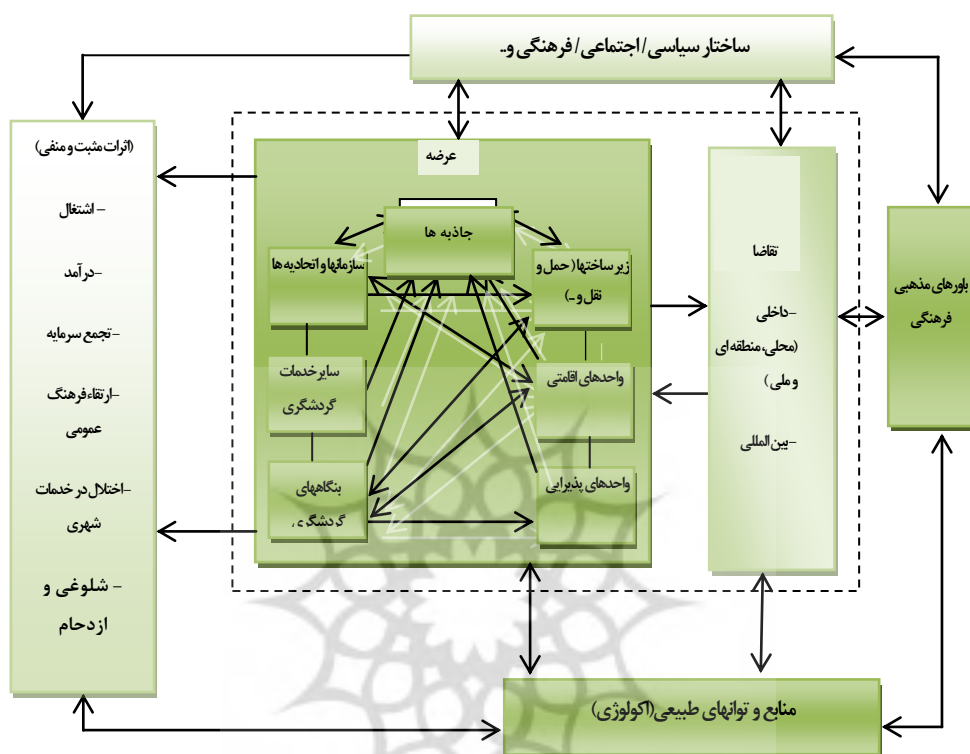
مأخذ: Holden, 2000: 9

۴. سیستم گردشگری کلان شهر مشهد

باید اقرار داشت که سیستم گردشگری کنونی مشهد محصول پیامدهای فضایی ارتباط متقابل جهان بینی (باورهای مذهبی / فرهنگی) با محیط (منابع و توان‌های طبیعی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و...) از یک طرف با اجزا و عناصر عرضه (جاذبه‌ها، حمل و نقل، واحدهای اقامتی / پذیرایی، خدمات و...) و تقاضا (زایران و گردشگران محلی، منطقه ای، ملی و بی‌المللی) از طرف دیگر است که در طول تاریخ خود با فراز و نشیب‌هایی اورگانیک گونه و گاهی سازمان یافته شکل گرفته است؛ به طوری که ساختار گردشگری آن خاص و کارکردهای آن متنوع، عام المنفعه و مشارکت داوطلبانه، خیرخواهانه مردمی و دسته‌های مختلف مذهبی را به خود جلب کرده است.

مشهد در سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵ تعداد ۲۴۲۷۳۱۶ تن جمعیت (www.sci.org) و با وسعتی حدود ۲۹۵ کیلومتر مربع در سال ۱۳۸۸، جایگاه دومین کلان شهر کشور را به خود اختصاص داده است (شهرداری مشهد، معاونت معماری و شهرسازی، ۱۳۸۸). این شهر در طول سال به ویژه در ایام خاص مذهبی، باستانی و اوقات فراغت، انبوه زایران و گردشگران داخلی و خارجی را جذب نماید؛ به گونه‌ای که در دهی گذشته از اقشار متفاوت اقتصادی جامعه بین ۱۲ تا ۲۰ میلیون زایر و گردشگر را به خود جذب کرده (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۸) و به عنوان بزرگترین کلان شهر گردشگری مذهبی جهان اسلام مطرح شده است؛ پس از مشهد به ترتیب، مدینه با ۱۳۰۰۰۰۰ تن در سال ۲۰۰۶، مکه ۱۲۹۴۱۶۷ تن در سال ۲۰۰۴، نجف ۵۸۵۶۰۰ تن در سال ۲۰۰۳، کربلا ۵۷۲۳۰۰ تن جمعیت، جایگاه دوم تا پنجم را در میان شهرهای مهم اسلامی را داشته‌اند (www.en.wikipedia.org).

شکل شماره ۱۰. فرایندکنونی سیستم گردشگری شهر مشهد



با این مقدمه در زیر به تشریح عوامل تشکیل دهنده سیستم گردشگری کلان شهر مشهد می پردازیم:

الف) باورهای مذهبی / دینی

باید اقرار داشت باورهای مذهبی / دینی زیربنایی ترین عامل تشکیل دهنده جریان و شکل گیری عناصر سیستم گردشگری مذهبی در شهر مشهد است. در واقع علت وجودی و حیات، شکوفایی، اعتبار، اهمیت، هویت، چشم انداز فرهنگی، ساختار و کارکرد سیستم گردشگری کلان شهر مشهد، مرهون برآیند باورهای مذهبی و فرهنگ معنوی شیعه دوازده امامی به اصل امامت و اعتقاد به شهادت علی بن موسی الرضا(ع) امام هشتم شیعیان در سال ۲۰۳ هجری

قمری است (مولوی: ۱۳۵۶: ۹۴-۸۹ / سجادی، ۱۳۷۶: ۳۴۰).

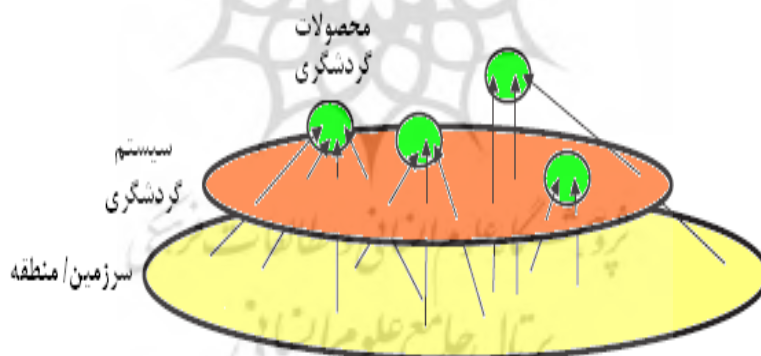
به عبارت دیگر شکل گیری سازمان فضایی آستان قدس رضوی (حرم مطهر رضوی و مجموعه بیوتات وابسته به آن) برآیند باورهای مذهبی و فرهنگ معنوی شیعی است که ریشه در تاریخ و دوره‌های گوناگون گذشته، فرهنگ مادی ایرانی، تأثیرات فرهنگی سرزمین‌های مجاور (هندی - تبتی و...) دارد. از این رو مشهد جزو شهرهای مقدس جهان است که در پرتو جهان بینی، پدید آمده و سرشت، حیات و شکل گیری فضایی و زندگی اجتماعی - اقتصادی آن کاملاً تحت تأثیر عامل مذهبی - فرهنگی و گردشگری برخاسته از آن شکل گرفته است. در واقع مذهب به عنوان اصلی ترین عنصر فرهنگ در ادوار مختلف در تولید فضا، نقش‌بندی مکان‌های مذهبی تأثیر و نقش و اثر خود را بر سیمای ساختار و کارکرد شهر (معماری، تأسیسات، امکانات، اقتصاد و...) ظاهر و جلوه گر کرده است (شکوئی، ۱۳۷۲: ۲۵-۵)؛ چنان‌که کیفیت عمومی شهر سازی، شیوه‌ی طراحی سازمان فضایی کارکردهای زندگی انسانی در شهرهای اسلامی، از همان آغاز با توجه به جهان بینی اسلامی، به‌طور آگاهانه بر محور بنیاد سه عنصر اصلی یعنی مسجد، بناهای حکومتی و بازار شکل گرفته است (مؤمنی، ۱۳۷۷: ۳۷).

ب) توان‌های محیطی

منابع و توان‌های محیطی (آب، خاک و...) از جمله عوامل مؤثر بر سیستم گردشگری مشهد است که ضمن شکوفایی اقتصاد منطقه (کشاورزی، باغداری و دامداری) نیازهای اولیه‌ی زایران و گردشگران را نیز فراهم ساخته است. در واقع برخورداری از قوت‌ها محیطی، اعم از موقعیت (همجواری با کشورهای آسیای مرکزی و افغانستان)، تنوع ناهمواری‌ها و مناطق بیلابقی گردشگری در پیرامون خود (طرقه، شاندیز، زشک، کنگ، نغندر، کارده، ازغد، مایانات و...)، آب و هوا (وجود چهار فصل معین با میانگین درجه حرارت متوسط ۱۳/۸ و بارندگی ۲۵۶ میلی‌متر که با توجه به روش دومارتن جزو اقلیم نیمه خشک با زمستان‌های نسبتاً سرد و تابستان‌های نسبتاً معتدل قرار می‌گیرد) (مرکز اقلیم شناسی استان خراسان رضوی، ۱۳۸۸)، منابع آب جاری (جاری بودن سرشاخه‌های رودخانه کشف رود مانند: زشک، شاندیز، دهبار، طرق و...) و زیرزمینی (در مرکز دشت مشهد سطح

ایستایی مابین ۱۰ تا ۵۰ متر است) (وزارت نیرو، شرکت سهامی آب منطقه ای استان خراسان، ۱۳۷۸: ۲۵-۴۷)، خاک‌های حاصلخیز دشت مشهد و پوشش گیاهی (ارتفاعات هزار مسجد و بینالود محل بیلاق عشایر بوده و دارای پوشش گیاهی نسبتاً انبوه است) موجب غنای نسبی منابع گردشگری و تنوع کارکردهای گردشگری شهر و منطقه شده است (سازآب شرق، ۱۳۷۵: ۱۲-۹). به عبارت دیگر توان‌ها و غنای نسبی منابع محیطی موجب شده تا شهر، علاوه بر جذب زائران حضرت رضا(ع) به عنوان شهر سیاحتی در زمینه‌های طبیعی، تفریحی و... نیز مورد توجه گردشگران قرار گیرد. بنابراین، وجود جاذبه‌های مهیا (طبیعی) در منطقه‌ی مشهد، ضمن تنوع بخشیدن به محصولات گردشگری شهر و منطقه (گردشگری تفریحی، طبیعت‌گرا و...)، تصویر نسبتاً زیبایی را از شهر و منطقه در ذهن گردشگران ایجاد کرده و به نوبه‌ی خود موجب پخشایش گردشگران در سطح منطقه شده و بر توان اکولوژیک کلان شهر مشهد نیز افزوده است.

شکل شماره ۱۱. الگوی تحلیلی پویایی سیستم گردشگری- رویکرد چند سطحی



پ) محیط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی

خراسان سرزمین پارتیان دارای تاریخ کهن و اساطیری پر فراز و نشیبی است. این خطه وقتی خورشید هشتم ولایت و امامت در سال ۲۰۳ ه.ق در دامن پاک خود جای داد (یعقوبی، ۱۳۴۳: ۸۲-۸۳)، خاکش سجده‌گاه دوستداران حضرت حق قرار گرفت و همه ساله هزاران تن

دل‌باخته حرم دوست، از سراسر جهان برای زیارت و گردش به این سرزمین سفر می‌کنند. پیشینه‌ی تاریخی و هویت این شهر در گرو باورهای مذهبی/فرهنگی آن است، لذا ساختار اجتماعی، قومی و فرهنگی آن متنوع بر پایه‌ی گرایش‌ها و باورهای مشترک مذهبی شکل گرفته است. حکومت‌ها در طول تاریخ، با توجه به گرایش‌های فرهنگی خود واکنش‌های متفاوتی با این شهر داشته‌اند؛ به عبارت دیگر در طول تاریخ رشد و توسعه‌ی گردشگری مذهبی/زیارتی مشهد تا حد زیادی متأثر از چگونگی برخورد (عاطفی و یا خشونت و...) دولت‌ها با توجه به مبانی فکری-فرهنگی آنها بوده است؛ به گونه‌ای که زیارت و گردشگری مذهبی مشهد در دوره حکومت‌های غزنویان، سلجوقیان، خوارزمشاهیان، مغول و سامانیان، تابع عملکرد حکام وقت بوده و با فرود و صعودهایی مواجه بوده است (اعتمادالسلطنه، ۱۳۰۱: ۳۲۴-۴۵). دوران شکوفایی زیارت و اماکن متبرکه در این شهر را باید متعلق به دوره‌های سامانیان، صفوی، افشاریه و جمهوری اسلامی دانست؛ به گونه‌ای که مشهد مورد پیوند عاطفی نسبی این حکومت‌ها قرار گرفته و رشد و توسعه‌ی زیادی پیدا کرده است. این شهر در حال حاضر به عنوان بزرگترین کلان شهر مذهبی جهان اسلام و دومین کلان شهر کشور تلقی می‌شود؛ به طوری که وسعت، جمعیت و تعداد زائران و گردشگران این شهر از سال ۱۳۵۵ تا سال ۱۳۸۵ حدود ۴ برابر (وسعت از ۷۸ به ۲۹۵ / جمعیت از ۶۶۷۷۰ تن به ۲۴۲۷۳۱۶ تن / تعداد گردشگران از ۶۲۷۷۲۰۳ به ۲۰۰۹۹۸۵۹) افزایش پیدا کرده است (شهرداری مشهد/مرکز آمار ایران ۱۳۵۵، ۱۳۵۸-۱۳۵۵ / www.sci.org / اداره کل میراث فرهنگی خراسان رضوی).

ت) عناصر سیستم گردشگری در بخش عرضه

جاذبه‌ها

بارگاه مطهر حضرت رضا(ع) به عنوان بنیادی‌ترین جاذبه شهر، سایر جاذبه‌های گردشگری شهر و منطقه را اعم از مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری، تاریخی و... تحت تأثیر خود قرار داده و موتور محرکه‌ی سیستم گردشگری شهر مشهد محسوب می‌شود. متأسفانه ارتباط متقابل سازمند بین جاذبه‌های گردشگری شهر با سایر عناصر گردشگری وجود ندارد؛ با

این حال جاذبه‌های گردشگری مشهد را بر اساس طبقه بندی سازمان جهانی گردشگری (WTO) می‌توان به صورت زیر تقسیم بندی کرد:

جدول شماره ۱: تقسیم بندی انواع جاذبه‌های گردشگری مشهد

| شرح | انواع جاذبه‌ها |
|---|--------------------|
| مجموعه حرم مطهر، گنبد خشتی، خواجه ربیع، گبد سبز، مصلاهی مشهد، مصلاهی طرق، شهر توس، باغ نادری، مسجد شاه (هفتادو دو تن) و حمام شاه، مقبره پیر پالاندوز، خانه ملک و... | تاریخی / فرهنگی |
| هزار مسجد، چشمه گراب، چشمه جنگ، رودخانه وکیل آبادو... | طبیعی |
| بازار رضا، سرزمین موج‌های آبی، پارک ملت، کوهستان پارک شادی، پارک جنگلی طرق و... | انسان ساخت |

مأخذ: مطالعات میدانی نگارنده-۱۳۸۹

زیرساخت‌ها و حمل و نقل

زیرساخت‌های گردشگری دامنه‌ی گسترده‌ای فعالیتی را دارند و شامل امکانات و تأسیسات آب، برق، گاز، تلفن، فاضلاب و حمل و نقل می‌شود؛ اما اهمیت حمل و نقل در سیستم گردشگری به اندازه‌ای است که به عنوان یک عنصر جداگانه قلمداد می‌شود (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۵-۱۴)؛ با این حال، شهر مشهد به غیر از فاضلاب که هنوز تمامی مناطق شهر از آن برخوردار نیست، از سایر امکانات و تأسیسات مزبور برخوردار است. شهر مشهد از نظر حمل و نقل، دارای امکانات هوایی (فرودگاه بین‌المللی است که دارای مسیر ارتباطی مستقیم و غیر مستقیم با سایر فرودگاه‌های داخلی و خارجی است- سازمان هواپیمایی کشوری، ۱۳۸۹)، ریلی (متصل به شبکه‌ی ریلی کشوری و ایستگاه راه آهن که حدود ۳۷ درصد مسافران وارد شده به مشهد در سال ۱۳۸۸ از این طریق بوده- راه آهن جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۹) و جاده‌ای (برون شهری (دارای پایانه مسافربری، بزرگراه و... بوده که حدود ۶۳ درصد مسافران وارد شده به مشهد در سال ۱۳۸۸ از این طریق بوده- سازمان پایانه‌های مسافربری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۹) و

درون شهری (حدود ۱۶۰۰ دستگاه اتوبوس، حدود ۷۵۰۰ تاکسی و حدود ۱۲۰۰۰ دستگاه تاکسی تلفنی) است (سازمان اتوبوسرانی / سازمان تاکسیرانی مشهد، ۱۳۸۹)؛ با این حال هر یک از امکانات حمل و نقل بالا، دارای مدیریت جداگانه‌اند؛ و هیچ‌گونه ارتباط متقابل سازماندی بین امکانات و تأسیسات زیربنایی و حمل و نقل با سایر عناصر گردشگری مشهد وجود ندارد.

واحدهای اقامتی / پذیرایی

تأسیسات و امکانات اقامتی و پذیرایی از جمله عناصر ثانویه^۱ سیستم گردشگری هستند که می‌تواند نقش مؤثری را در پویایی گردشگری شهر و مناطق بر عهده داشته باشند (Law, 2002: 157). بر اساس مطالعات به عمل آمده، واحدهای اقامتی شهر مشهد شامل صد هتل، دویست و بیست و هشت هتل آپارتمان، چهارصد و هفتاد و پنج مهمانپذیر، هشتاد و یک زائرسرا، بیست و پنج پانسیون، دویست و چهار حسینیه، هزار و صد و چهار خانه‌های اجاره‌ای، دو کمپ و... است؛ همچنین تعداد سیصد و بیست و هشت واحد پذیرایی تا پایان سال ۱۳۸۸ در سطح شهر مشهد فعالیت داشته است (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی / اتحادیه رستوران داران مشهد، ۱۳۸۸)؛ این در حالی است که ضمن چندپارچگی مدیریتی واحدهای اقامتی و پذیرایی بالا، ارتباط متقابل سازماند بین آنها با سایر عناصر گردشگری وجود ندارد.

دفاتر خدمات مسافرتی

بر اساس آمار اطلاعات اخذ شده تا سال ۱۳۸۹ حدود دویست و چهل دفتر خدمات مسافرتی فعالیت داشته که ضمن چند پارچگی مدیریتی بین آنها (هر یک از آنها زیر نظر سازمان میراث فرهنگی، سازمان هواپیمایی کشوری، حج و زیارت و یا شرکت رجا می باشند) ارتباط متقابل سازماند نیز با سایر عناصر گردشگری شهر ندارند (اداره کل میراث فرهنگی،

صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی / انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی مشهد، ۱۳۸۸).

سازمان‌ها و اتحادیه‌ها

سازمان‌ها و اتحادیه‌های زیادی در ارتباط مستقیم با گردشگری شهر و منطقه هستند (گی / سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۲: ۲۶۹-۲۶۸)؛ که در این میان می‌توان از آستان قدس رضوی، میراث فرهنگی، شهرداری، اوقاف و امور خیریه، اتحادیه‌ی هتلداران، هتل آپارتمان‌داران، مهمان‌پذیران، رستوران‌داران، سازمان پایانه‌ها و حمل و نقل استان، راه آهن و شرکت رجا، اداره کل فرودگاه‌های استان، سازمان هواپیمایی کشوری و انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی نام برد؛ ولی متأسفانه ضمن چند پارچگی هریک، دارای ارتباط متقابل سازماند با سایر عناصر گردشگری کلان شهر مشهد نیستند (مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۸۹).

سایر خدمات

شهر مشهد به جهت تمرکز مضاعف خدمات مختلف در دل خود، به عنوان یکی از شهرهای پولاریزه کشور مشهور است؛ به طوری که در شرق کشور رقیب همتایی ندارد (شهر مشهد، ۶۹/۷۷ درصد از تخت بیمارستان، ۷۳ درصد از پزشکان متخصص، ۷۰/۸۶ درصد از چاپخانه‌ها، ۸۷/۹ درصد از هتل‌ها، ۹۱/۳۹ درصد از تخت واحدهای اقامتی، ۹۱ درصد از میهمان پذیرها و... را در استان در سال ۱۳۸۶ به خود اختصاص داد) (سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان خراسان رضوی ۱۳۸۷: ۵۵۲-۴۶). و همین تمرکز خدمات و پایین بودن نرخ نهایی کالاها و خدمات گردشگری (مانند پذیرایی - قیمت متوسط یک پرس جوجه کباب در سال ۱۳۸۹ حدود ۳۰۰۰۰ ریال بوده - متوسط قیمت اتاق در شبانه روز در بعضی از واحدهای اقامتی مانند حسینیه‌ها و مهمانپذیر، حسینیه‌ها، منازل شخصی در سال ۱۳۸۹ حدود چهل هزار ریال بوده است و...) به نوبه‌ی خود موجب جذب زایران و گردشگران زیادی به شهر مشهد شده است؛ پایین بودن قیمت کالا در شهر مشهد، متأسی از کارکرد ویژه گردشگری مذهبی شهر مشهد در ارتباط با باورهای مذهبی / فرهنگی مانند رایج بودن فعالیت‌های خیرخواهانه، فرهنگ وقف، دریافت اعانات و

نذورات، هدایا، عام المنفعه خدمات، مشارکت داوطلبانه، خیرخواهانه مردمی، احترام و کمک به زایران، تقاضای زیاد گردشگران، پایین بودن قیمت نیروی انسانی و کم تخصص، همجواری با کشور افغانستان و ورود کالاها و قاچاق مواد غذایی مانند برنج، دام زنده به منطقه و... است. با این حال ارتباط متقابل سازمند بین خدمات با سایر عناصر گردشگری وجود ندارد (مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۸۹).

روند سیستم گردشگری شهر مشهد در سده‌ی اخیر

ساختار و کارکرد سیستم گردشگری شهر مشهد تا قبل از سده‌ی اخیر (پیش سرمایه داری) با توجه به بنیادی‌ترین جاذبه اش (حرم مطهر) همانا زیارتی و مذهبی بوده و اجزا و عناصر سیستم گردشگری شهر نیز به صورت ارگانیک در انطباق با نیازهای اولیه زایران، عمدتاً در پیرامون حرم مطهر رضوی شکل گرفته بوده؛ اما در سده‌ی اخیر به دنبال تحولات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهانی که با تفاوت‌ها و اشتراکاتی بر شهرهای جهان، سوم و ایران حادث شده، شهر مشهد نیز از این تحولات به دور نبوده و تحول و تکامل زیادی در سیستم گردشگری شهر و ساختار و کارکرد آن پدیدار شده است (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۰-۱۷)؛ به گونه‌ای که در ابتدای سده‌ی اخیر به دنبال تحولات اجتماعی، فرهنگی در مقیاس‌های مختلف، بی‌نظمی‌ها و عوامل بازدارنده جدیدی در سیستم گردشگری شهر و منطقه مشهد ایجاد شد که به دنبال آن هم ایستایی و آنتروپی در بخش عناصر عرضه (جاذبه‌ها، واحدهای اقامتی- پذیرایی، حمل و نقل، خدمات و...) آن پدیدار گشته و سپس با گذشت زمان به تدریج انطباق نسبی میان اجزاء و عناصر عرضه با تقاضا (تغییر در گرایش‌ها و نیازهای خدماتی زایران و گردشگران شهر و منطقه) گردشگری مشهد حاصل شده و سیستم (ساختار، کارکرد) کنونی شهر به طور ناکارآمد شکل گرفته است؛ البته انگیزه‌های گردشگری شهر نیز از شکل زیارتی (تک انگیزه‌ای) به طرف سایر گردشگری‌ها (چند انگیزه‌ای) مانند مذهبی، فرهنگی، طبیعی، تفریحی، تجاری و... سوق پیدا کرده است. رشد و توسعه فضایی شهر نیز تقریباً از

همین گرایش پیروی کرده و از تأسی پذیری انحصاری از جاذبه‌های مذهبی شهر به طرف جاذبه‌های طبیعی - تفریحی و مناطق بیلاقی شهر گرایش شدید یافته است.

البته روند کنونی سیستم گردشگری شهر در سایه‌ی تمهیدات و گرایش‌های عاطفی جمهوری اسلامی، همان‌گونه که اشاره شد در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فضای کالبدی شهر و از جمله اجزاء و عناصر سیستم زیارتی و گردشگری شهر (تنوع در جاذبه‌ها، حمل و نقل، اقامتی/ پذیرایی، فن آوری اطلاعات، بنگاههای گردشگری، عناصر سازمانی، سایرخدمات و...) رشد و توسعه‌ی قابل توجهی پیدا کرده و منافع اقتصادی زیادی همچون اشتغال، درآمد ملی، افزایش تولید ناخالص ملی، تحصیل ارز و... برای شهر و منطقه به ارمغان آورده است.

از طرف دیگر ناپایداری نیز در زمینه‌های مختلف اکولوژیک (آلودگی هوا، کمبود آب شرب و آلودگی آن)، اجتماعی فرهنگی (سرق، مفساد اجتماعی و...) و اقتصادی (مشاغل کاذب و...) شده است (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۳-۳۱).

شکل شماره ۱۲. روند رشد سیستم گردشگر مشهد



نتیجه‌گیری

اگرچه حدود سه دهه از نگرش سیستمی در ادبیات علمی گردشگری جهان می‌گذرد، اما در ایران این نگرش به صورت مدون مورد غفلت واقع شده است. در این نگرش گردشگری به عنوان یک کل با هویت مستقل و به هم پیوسته که دارای زیر سیستم، عناصر، ارتباط

متقابل، شبکه، سلسله مراتب، ساختار، کارکرد، قوت، ضعف، فرصت و تهدید می باشد، مورد توجه قرار می گیرد. در واقع در نگرش سیستمی می توان بخش ها و عوامل تأثیرگذار بر گردشگری را، همچون سازمان ها و شرکت های، اجتماع محلی، گردشگران، محیط و... را به صورت به هم پیوسته مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد؛ چنان که دانشمندان و صاحب نظران به نامی هم چون لیپر، گان، هولدن و ... دارای چنین دیدگاهی بوده اند و توانسته اند با بهره گیری از نگرش سیستمی ضمن شناخت کلیت و جامع گردشگری از منافع آن برای رفاه اجتماعات محلی و گردشگران بهره جویند.

بر این اساس نگارنده، گردشگری کلان شهر مشهد را به عنوان یک سیستم مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داده است. مطالعات به عمل آمده بیانگر این واقعیت است که سیستم گردشگری (عرضه و تقاضا) شهر مشهد، متأسی از اعتقادات و باورهای مذهبی / فرهنگی مردم، ساختار سیاسی، اجتماعی، فرهنگی کشور و منابع و توان های طبیعی منطقه به عنوان عوامل محیطی است؛ در واقع اعتقادات و باورهای مذهبی - فرهنگی مردم (اعتقاد به امامت، شهادت، زیارت، ثواب، قربت به خدا و...) موجب خلق فضای جغرافیای و چشم انداز فرهنگی و موتور محرکه ی اقتصاد، اجتماع، فرهنگ و گردشگری مذهبی شهر مشهد شده است؛ همچنین همراهی و مساعدت منابع و توان های طبیعی منطقه (منابع آب، خاک، اقلیم و...) به نوبه ی خود بر کیفیت، اهمیت و اعتبار شهر افزوده است؛ البته همراهی، پیوند عاطفی و یا ممانعت حکومت های سیاسی وقت نیز از جمله عوامل محیطی فرادست، مؤثر بر سیستم گردشگری شهر مشهد در طول تاریخ بوده است.

از طرف دیگر اجزا و عناصر ساختار داخلی شهر در بخش عرضه (جاذبه ها، واحدهای اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی، خدمات، سازمان ها و اتحادیه های ذی ربط و...) نیز در طول تاریخ در انطباق تدریجی با تقاضا (داخلی و خارجی) شکل گرفته است. ساختار و کارکرد هر یک از عناصر گردشگری شهر مشهد به عنوان جزئی از سیستم گردشگری شهر، متأثر و در ارتباط با بنیادی ترین جاذبه (حرم مطهر) است و کلیت گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر را پدیدار ساخته است. سیستم کنونی گردشگری شهر، ضمن آن که دارای اثرات مثبتی در زمینه ی اقتصادی

(اشتغال، درآمد و...)، فرهنگی - اجتماعی و... بوده است؛ شهر را با ناپایداری‌هایی در بخش‌های مختلف اکولوژی، اجتماعی / فرهنگی و اقتصادی روبرو ساخته است.

با این حال کوتاه سخن پیشنهاد می‌شود، جهت پویای سیستم گردشگری کلان شهر مشهد که گریبان گیر چندپارچگی و نبود مدیریت یکپارچه‌ی گردشگری است، ارتباطی دوسویه بین عناصر سیستم گردشگری برقرار گردیده و نهادی فراگیر و فرادست، متشکل از کنشگران ذی ربط برای افزایش رفاه گردشگران و توسعه‌ی گردشگری شهر و منطقه به شکل همسو و یکپارچه ایجاد گردد.

در پایان مراتب تقدیر و تشکر صمیمانه خود را از مرکز اقلیم شناسی استان خراسان رضوی، اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، شهرداری مشهد، راه آهن و سازمان هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران، سازمان پایانه‌های استان خراسان رضوی، سازمان اتوبوسرانی مشهد، سازمان تاکسیرانی مشهد، شرکت آب و فاضلاب مشهد، شرکت آب منطقه‌ای استان خراسان رضوی، اتحادیه‌ی رستوران داران که هر یک به نوبه‌ی خود با اریه‌ی آمار و اطلاعات به تدوین این کمک نموده‌اند، اعلام می‌دارد.

شایان ذکر است، این مقاله بر گرفته از طرح پژوهشی شماره ۲ با عنوان "تحلیل سیستم گردشگری کلان شهر مشهد"، مصوب شورای پژوهشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد می‌باشد.

کتابنامه

۱. اعتماد السلطنه، محمد حسن خان. (۱۳۰۱)، *صنایع الدوله: مطع الشمس*، سه جلدی، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
۲. جنسن، آریلد هولت. (۱۳۷۶)، *جغرافیا، تاریخ و مفاهیم، مکاتب، فلسفه و روش شناسی*، ترجمه‌ی: جلال تبریزی، انتشارات پال چایمن، لندن.
۳. داس ویل، راجر. (۱۳۷۹)، *مدیریت جهانگردی*، ترجمه‌ی دکتر سید محمد اعرابی و داود ایزدی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم، تهران.
۴. سادوسکی. و. ن / بلاوبرگ. ا. و / پودین ا. گ. (۱۳۶۱)، *نظریه‌ی سیستم‌ها مسائل فلسفی و روش شناختی*، ترجمه‌ی: کیومرث پریانی، نشر تندر.

۵. سازآب شرق، شرکت مهندسی مشاور. (۱۳۷۵)، *مطالعات شناسایی استعدادهای طبیعی، کشاورزی-دامداری-دامپرووری*، طرح توسعه‌ی شهرستان‌های شمال و مرکزی خراسان، جلد اول، جهاد سازندگی استان خراسان.
۶. سازمان جهانی جهانگردی. (۱۳۷۹)، *برنامه ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی*، ترجمه‌ی: دکتر محمود عبدالله زاده، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۷. سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان خراسان. (۱۳۸۷)، *سالنامه‌ی آماری استان خراسان رضوی*.
۸. سجادی، صادق. (۱۳۷۶)، *آستان قدس رضوی*، دایره‌المعارف بزرگ اسلامی، جلد اول.
۹. شکوئی، حسین. (۱۳۷۲)، "جغرافیا و مذاهب"، *فصلنامه‌ی تحقیقات جغرافیایی*، شماره مسلسل ۳۰، پاییز.
۱۰. فرشاد، مهدی. (۱۳۶۲)، *نگرش سیستمی*، انتشارات امیرکبیر، تهران.
۱۱. کوپر، کریس / فلچر، جان / گیلبرت، دیوید / ون هیل، استفان. (۱۳۸۰)، *اصول و مبانی جهانگردی*، ترجمه‌ی: اکبر غمخور، انتشارات فرآمد، چاپ اول.
۱۲. گی، چاک. وای / سازمان جهانی جهانگردی. (۱۳۸۲)، *جهانگردی در چشم انداز جامع*، ترجمه‌ی: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم، تهران.
۱۳. مؤمنی، مصطفی. (۱۳۷۷)، *نظری بر شهرشناسی جغرافیایی شهرهای ایرانی-اسلامی*، نمایه پژوهش، شماره نه و ده.
۱۴. مؤمنی، مصطفی. (۱۳۸۶)، *بحثی در شهرنشینی و جغرافیای اوقات فراغت و گردشگری در کتاب: توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران (از مفهوم تا راه کار)*، بهمن کارگر، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
۱۵. مؤمنی، مصطفی / صرافی، مظفر / قاسمی خوزانی، محمد. (۱۳۸۷)، "ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد"، *مجله علمی-پژوهشی جغرافیا و توسعه*، پژوهشکده علوم زمین و جغرافیا، دانشگاه سیستان و بلوچستان، سال ششم، شماره پیاپی ۱۱، بهار و زمستان.
۱۶. مرکز آمار ایران. (۱۳۵۸)، *سرشماری عمومی نفوس و مسکن آبان ماه ۱۳۵۵*، شهرستان مشهد مرکز آمار ایران، شماره ۱۰۳.
۱۷. مولوی، عبدالحمید. (۱۳۵۶)، *آستان قدس رضوی*، در *دانشنامه ایران و اسلام*، دفتر ۱.

۱۸. والا، فرانسوا/ بیچریل، یونل. (۱۳۸۴)، *گردشگری بین‌المللی، تجارت در هزاره‌ی سوم*، ترجمه‌ی: محمد مهدی کتابچی، انتشارات امیرکبیر.
۱۹. وزارت نیرو- معاونت مطالعات پایه منابع آب دشت مشهد منطقه ای خراسان. (۱۳۷۸)، *بیان آبی دشت نمونه مشهد*، دفتر تلفیق (گزارش درون سازمانی)، وزارت نیرو.
۲۰. یعقوبی، احمدبن ابی یعقوب. (۱۳۴۳)، *البلدان*، ترجمه‌ی: محمد ابراهیم آیتی، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، تهران.
21. Bertalanffy. Von, Ludwig,(1972),*The History and Status of General Systems Theory*, General Systems Theory ,The Academy of Management Journal, Vol. 15, No. 4,STOR. http://links.jstor.org/sici?sici=0001-427328_197212%29
22. Briones ,J, Abraham / Tejeida. P ,Ricardo / Morales .M, Oswaldo,(2009). *Toward the Evolution of the Tourism's Conceptual System*, Instituto Politécnico Nacional ,México.
23. Chorley, R/ Haggett, P,(1967) *Integrated models in geography* ,Methuen, London
24. Getz, Donald,(1986), *Models tourism planning*, Towards integration of theory and practice, Tourism Management, Vol 7(1),Canada.
25. Gunn, Clare, A (2002) *Tourism planning* ,Rout ledge.
26. Holden, Andrew, (2000) *Environment and Tourism*, Routledge.
27. Jennings , Gayle (2001) *Tourism Research* , John Wiley & Sons Australia, Ltd.
28. Kaspar,C.(1975)*Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss*,St,Galler Beiträge zum Fremdenverkehr und zur Verkehrschaft,herausgegeben vom Institut für Fremdenverkehr und Verkehrswirtschaft an der Hochschule st.Gallen unter Der Leitung von prof.
29. Law, Christopher ,M (2002)*Urban tourism*, Continuum
30. Leiper, N. (1990) *Tourism systems: An interdisciplinary perspective*. Palmerston North,
31. Leiper,N.(2004).*Tourism management* (3rd ed.). French Forest: Pearson Education Australia.
32. Taylor, G.D(1980) *How To Match Paint With Demand*, A. Matrix for Marketing Tourism Management, (1)March.
33. www.en.wikipedia.org