



انجمن علمی گردشگری ایران

بررسی اثر ازدحام در اقتصاد گردشگری شهر مشهد

جواد براتی^۱

DOI:10.22034/jtd.2021.289543.2363

چکیده

از جمله آثار منفی پیامدهای خارجی دوره‌های پیک در مقاصد گردشگری، کاهش تقاضای سفر ناشی از اثر ازدحام است. در این پژوهش، با هدف بررسی اثر ازدحام در گردشگری شهر مشهد، دوره زمانی نوروز ۱۳۹۸ بررسی شده است. روش‌شناسی پژوهش بر اساس ترکیب داده‌های پیمایشی نوروز ۱۳۹۸ و داده‌های ثبتی فصل بهار و نوروز ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ است و بر مدل‌سازی ریاضی مطالعه پروس استوار است. نتایج پژوهش گویای وجود اثر ازدحام قابل ملاحظه در تعطیلات نوروزی شهر مشهد است؛ به طوری که با وجود سرمایه‌گذاری‌های گسترده در گردشگری این شهر و سهم بسیار تأسیسات گردشگری (در مقایسه با کل کشور)، همچنان این تأسیسات در دوره‌های پیک گردشگری پاسخ‌گویی نیاز تمامی گردشگران نیست. با وجود این که اثر ازدحام در ایام نوروز ۱۳۹۸ در مشهد چشمگیر است (حدود ۲۴ درصد از کل نفر شب اقامت گردشگری صورت گرفته در این شهر)، انتظار می‌رود این اثر برای دیگر ایام سال بسیار کمتر باشد. از این رو، سوق یافتن سرمایه‌های بیشتر برای ایجاد تأسیسات گردشگری (به ویژه واحدهای اقامتی) راهکاری مفید در جهت کاهش اثر ازدحام قلمداد نمی‌شود.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۰۱

واژه‌های کلیدی:

اثر ازدحام، انتقال زمان سفر، گردشگری، شهر مشهد

مقدمه

کشور، به ویژه مناطقی که از سرمایه‌گذاری بسیاری در این بخش برخوردارند، مسئله‌ای قابل طرح است. به علت فصلی بودن گردشگری و وجود دوره‌های پیک در این بخش، بررسی و تحلیل وجود تأثیرات ازدحام در این بخش به راحتی انجام نمی‌شود. از آنجا که سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته در بخش گردشگری با هدف پاسخ‌گویی به دوره‌های پیک ورود گردشگر است، اقتصاددانان برای بررسی تحلیل تأثیرات ازدحام در اقتصاد گردشگری مستقیماً زمان‌های پیک ورود گردشگران به مقاصد را تحلیل می‌کنند (Preuss, 2011). با این توصیف، سه نکته حائز اهمیت است: نخست این که بررسی اثر ازدحام به عنوان یک پیامد در صنعت گردشگری مقاصد گردشگری در کشور قابل طرح است؛ دوم این که بررسی این تأثیرات باید با توجه به دوره‌های زمانی خاص (ایام پیک گردشگری) صورت

به علت وجود منابع محدود در اقتصاد (منابع پولی و انسانی و زیرساختی)، سوق یافتن منابع به سمت یک بخش به منزله عدم توسعه و امکان سرمایه‌گذاری در دیگر بخش‌ها است. این پدیده در بخش گردشگری مورد توجه خاص است؛ زیرا توسعه بسیار نامتوازن و ناهمگون گردشگری در بین مناطق مختلف عملاً به سرمایه‌گذاری نامتوازن در بخش گردشگری در این مناطق منجر شده است (براتی، ۱۳۹۸). در صورتی که ورود سرمایه‌ها به بخش‌های دیگر (به جز بخش گردشگری) با سودآوری بیشتری همراه باشد، اقتصاد با پدیده تأثیرات جایگزینی (یا ازدحام) در بخش گردشگری مواجه خواهد شد. بدین معنی که بخش گردشگری رقیبی برای سایر بخش‌های اقتصادی به شمار می‌رود. از این رو پدیده ازدحام در اقتصاد گردشگری استان‌های

۱. استادیار گروه اقتصاد گردشگری، پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی، مشهد، ایران. j_baraty@acecr.ac.ir



گیرد و سوم این که، ترجیحاً باید تحلیل‌ها بر مقصدی متمرکز باشد که سرمایه‌گذاری فراوانی را در گردشگری به خود اختصاص می‌دهد.

با این توضیح، بررسی اثر ازدحام، به‌طور خاص در ایام نوروز، مسئله اصلی مورد بررسی در این پژوهش است. شهر مشهد، مقصد گردشگری‌ای که بیشترین تأسیسات گردشگری و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری را در مقایسه با دیگر نقاط کشور دارد، برای نمونه انتخاب شده است.^۱ بررسی وجود (یا نبود) پدیده ازدحام در صنعت گردشگری و همچنین محاسبه آن، هدف این پژوهش است. بررسی این هدف تا حدی مسیر را برای تداوم یا ممانعت از انتقال سرمایه‌های بیشتر به بخش‌های گردشگری در شهر مشهد روشن می‌سازد. این مطالعه از دو منظر دارای نوآوری و ارزش معنایی است، نخست این که اولین مطالعه داخلی است که به‌صورت کاملاً علمی به مسئله حد سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری می‌پردازد (به‌طور خاص برای شهر مشهد). دوم این که نخستین مطالعه داخلی است که مسئله اشباع سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری (به‌ویژه حوزه اقامت و واحدهای تجاری) را با بررسی اثر ازدحام تحلیل می‌کند.

مبانی نظری

هرگاه دولت‌ها اقداماتی انجام دهند که موجب رشد سرمایه‌گذاری در یک بخش شود و به‌علت منابع محدود در اقتصاد، رشد این بخش به کاهش روند سرمایه‌گذاری در دیگر بخش‌ها به‌ویژه بخش‌های

مزیت‌دار بینجامد، گفته می‌شود که اثر جایگزینی یا ازدحام رخ داده است. اثر ازدحام یا جایگزینی در بخش خدمات از جمله بخش گردشگری چنین تعریف می‌شود: هر کاهشی در مصرف بخش خصوصی که به‌واسطه افزایش در تقاضا مبتنی بر یک رویداد (مثلاً افزایش تقاضا به‌واسطه رونق گردشگری یا رشد تقاضای مقطعی در ایام پیک گردشگری) در قالب اثر ازدحام تعریف می‌شود (Preuss, 2011; Barrios et al., 2016). افزایش تقاضا مستقیماً به افزایش درآمد تولید خواهد انجامید، اما به‌علت ظرفیت‌های محدود در امکان سریع عرضه (ظرفیت‌های عرضه محدود نسبت به تقاضای بالقوه)، قیمت‌ها رشد خواهد یافت و قسمتی از درآمد موردانتظار به‌دست نخواهد آمد و بازگشت می‌کند (دچار اثر ازدحام خواهد شد).^۳ اما آنچه در مباحث نظری تحلیل تأثیرات ازدحام در بخش گردشگری حائز اهمیت است، تمایز بین اثر ازدحام با تأثیرات دیگری از جمله اثر بازتوزیع، اثر انتقال زمانی، اثر جانشینی واردات و اثر جابه‌جایی^۴ است.

بازتوزیع (توزیع مجدد)^۵ زمانی رخ می‌دهد که مخارج برنامه‌ریزی برای گردشگری در یک زمان دیگر رخ دهد (مثلاً انتقال‌دهندگان زمان سفر به دوره‌های بعد) یا «جابه‌جاکنندگان زمان سفر به قبل یا بعد از رویداد» یا این که گردشگران کل مخارج برنامه‌ریزی‌شده خود را (کل یا بخشی از آن را) که قرار بود صرف گردشگری کنند در این حوزه هزینه نکنند و در بخش‌های دیگر اقتصادی مثل خرید لوازم منزل یا خودرو خرج کنند.



نمودار ۱: اثر ازدحام در گردشگری و انواع گردشگران ورودی (Preuss, 2011; Hultkrantz, 1998)

۲. مانند ایام نوروز در کشور ایران
 ۳. در مباحث کلان اقتصادی، این اثر به اصطلاح «جایگزینی» یا «جایگزینی جبری» گفته می‌شود درحالی که در مباحث مربوط به اقتصاد گردشگری از اصطلاح «ازدحام» استفاده شده است. همچنین، گاهی با عنوان «اثر برون‌رانی» نیز طرح شده است.

4. Displacement Effect

5. Redistribution

۱. حدود ۴۰ درصد از تأسیسات اقامتی گردشگری کشور در استان خراسان رضوی مستقر است که از این تعداد بیش از ۹۵ درصد در شهر مشهد قرار دارد. نزدیک به ۱۷ درصد از پروازهای کشور (داخلی و خارجی) از فرودگاه شهید هاشمی‌نژاد مشهد صورت می‌گیرد و ۳۵ درصد از مسافران جابه‌جاشده از طریق راه‌آهن نیز از محور خراسان است که نزدیک به ۷۲ درصد آن به مقصد مشهد سفر می‌کنند. همواره بالاترین ضریب اشغال قطار نیز در بین محورهای ریلی مربوط به راه‌آهن خراسان است. در حمل‌ونقل زمینی با ناوگان عمومی نیز به‌طور متوسط ۱۵ درصد حمل‌ونقل زمینی در کشور به مقصد مشهد صورت می‌گیرد.



اما سفرشان را به تعویق می‌اندازند و جریان ۸۲ مصرف گردشگرانی است که واقعاً سفر خود به این شهر را لغو کرده‌اند و از سفر به این شهر منصرف شده‌اند (Preuss, 2011). جریان ۹ مربوط به شهروندان و ساکنان مقصد می‌شود که به علت پیامدهای خارجی ناشی از وقوع رویداد (شلوغی، سروصدا، افزایش قیمت‌های مقطعی، ترافیک و...) منطقه خود را ترک می‌کنند و این انتقال ناممکن است دائمی باشد. از این رو آن را اثر جابه‌جایی نامیده‌اند. البته این نوع جابه‌جایی‌ها معمولاً در مباحث اقتصاد گردشگری مطرح نمی‌شود اما نوعی از جابه‌جایی‌هاست که متأثر از گردشگری است (Hultkrantz, 1998; Kwiatkowski, 2016a).

درواقع اثر ازدحام واقعی مربوط به جریان ۸۲ است. با توضیح مزبور، چارچوب مفهومی تمایز بین اثر ازدحام با اثر بازتوزیع، اثر انتقال زمانی، اثر جانشینی واردات و اثر جابه‌جایی بیان شد. با این توضیح، اثر ازدحام مدنظر این پژوهش عبارت است از مصرف گردشگرانی که واقعاً سفر خود به شهر موردنظر (شهر مشهد) را لغو کرده‌اند و از سفر به این شهر منصرف شده‌اند. این اثر شامل گردشگرانی نمی‌شود که سفر خود را به زمان دیگری موکول کرده‌اند یا در همین ایام به مکان دیگری سفر کرده‌اند یا کلاً از سفر اجتناب کرده‌اند.

پیشینه پژوهش

با وجود آن‌که مفهوم «جانشینی جبری» تاریخیچه‌ای طولانی در ادبیات اقتصادی دارد، به علت رشد دیر هنگام مباحث اقتصادی در ادبیات گردشگری، این مفهوم حدود یک دهه است که در مطالعات گردشگری مطرح شده است. حتی پژوهش‌های اخیر نیز بر رویدادهای کلان بین‌المللی و ایام پیک گردشگری که تا حدی خارج از تحمل زیرساخت‌های و ظرفیت‌های مقاصد گردشگری است تمرکز کرده‌اند. در ایران، تاکنون در هیچ مطالعه‌ای اثر ازدحام یا همان جانشینی جبری در ایام پیک گردشگری بررسی نشده است، اما مطالعات نسبتاً متعددی در جهان انجام گرفته است. از آن جمله می‌توان به مطالعاتی اشاره کرد که مبتنی بر تأثیرات اقتصادی منفی ناشی از برگزاری جام جهانی ۲۰۱۰ در افریقای جنوبی بوده است. مطالعه پروس (۲۰۱۱) جزو مهم‌ترین این مطالعات به‌شمار می‌رود. آن مطالعه، با تأکید بر تفکیک اثر ازدحام از اثر انتقال زمانی، روش‌شناسی و راه‌حلی ترکیبی برای شناسایی اثر ازدحام معرفی کرده است. بریسون

نمودار ۱ مسئله ازدحام را در بخش گردشگری یک شهر یا منطقه به تصویر می‌کشد. سمت چپ نمودار وضعیت کلی گردشگران ورودی به شهر و کشور را نشان می‌دهد و سمت راست بر نوع خاصی از گردشگران ورودی به شهر/ منطقه مورد مطالعه تمرکز دارد (گردشگرانی که اگرچه برنامه سفر به شهر موردنظر را دارند، اما با توجه به پیامدهای خارجی^۱ منفی ناشی از وقوع رویداد، از رفتن به آن شهر اجتناب می‌کنند و سفر خود را به زمان دیگر یا به مقصد دیگر انتقال می‌دهند و حتی ممکن است کلاً از سفر منصرف شوند) (Diederling & Kwiatkowski, 2015).

جریان ۱ و ۲ مصرف گردشگرانی را نشان می‌دهد که با هدف گردشگری (نه دیدار اقوام و آشنایان بلکه با هدف دیدار از جاذبه‌های مقصد) به این شهر سفر کرده‌اند.^۲ هر دوی این جریان‌ها اثر مثبت بر شهر مقصد دارند. اگر منطقه مورد مطالعه در سطحی بالاتر در نظر گرفته شود (مثلاً سطح ملی)، فقط جریان ۱ دارای اثر خواهد بود و جریان ۲ بازتوزیع (توزیع مجدد) قلمداد می‌شود. هم‌زمان با دوره پیک گردشگری و حضور شمار چشمگیری از گردشگران در شهر، اگر تعدادی از ساکنان (شهروندان) این شهر را ترک کنند، جریان‌های ۴ و ۵ رخ خواهد داد که این نوع رفتارها اثر ازدحام را کاهش می‌دهد.^۳ با در نظر گرفتن کشور به‌عنوان منطقه هدف، جریان ۴ باید در بررسی اثر ازدحام در نظر گرفته شود، در حالی که جریان ۵ اثر بازتوزیع (توزیع مجدد) قلمداد می‌شود.

مصرف گردشگران ممکن است به زمان دیگری انتقال یابد (اثر انتقال زمانی)^۴ که بیانگر مصرفی است که نه در دوره برگزاری رویداد، که در دوره زمانی دیگری رخ خواهد داد. جریان ۷ بیانگر این نوع مصرف است و اثر «انتقال زمانی» نام دارد (Kwiatkowski, 2016b). مورد دیگر مربوط به اثر ازدحام جریان ۸ است که بیانگر مردمی است که تمایل دارند برای گردشگری به این شهر سفر کنند اما به علت وجود پیامدهای خارجی منفی در ایام وقوع رویداد (از جمله شلوغی و ترافیک و افزایش قیمت خدمات گردشگری) از سفر منصرف می‌شوند. جریان ۸ به دو بخش تقسیم می‌شود: ۸۱ مصرف گردشگرانی را بیان می‌کند که خواهان بازدید از شهر مقصد در دوره موردنظرند (زمان وقوع رویداد)

1. Externalities

۲. جریان ۱ و ۲ به ترتیب مربوط به گردشگران ورودی خارج و داخلی به شهر موردنظر است.

۳. جریان ۴ و ۵ به ترتیب سفر ساکنان شهر به مقاصد خارجی و داخلی در ایام پیک است.

4. time-switching



و لوگوسا^۱ (2011) در بررسی اثر ازدحام ناشی از گردشگری دریایی بر طول دوره اقامت گردشگران برای پانزده جزیره در دریای کارائیب چنین نتیجه گرفتند که اثر ازدحام برای این نوع گردشگری وجود دارد. در واقع، رشد گردشگری به علت ایجاد اثر ازدحام و پیامدهای خارجی منفی ناشی از شلوغی و کمبود منابع و امکانات باعث کوتاه‌تر شدن دوره سفر گردشگران در این جزایر شده است. تحلیل اثر ازدحام، در برخی مطالعات، متمرکز بر گردشگران ورودی از یک مبدأ خاص بوده است. از آن جمله می‌توان به مطالعه سو و همکاران (2012) اشاره کرد که متمرکز بر ورود گردشگران چینی به تایوان بوده است. این پژوهشگران چنین نتیجه گرفتند که باز شدن مرزهای تایوان به روی گردشگران چینی^۲ اثر ازدحام در ورود گردشگران ژاپنی و امریکایی ایجاد می‌کند. در مطالعه‌ای مشابه، چو و همکاران (2014) نشان دادند که به جز گردشگران استرالیایی و بریتانیایی، گردشگران ورودی به تایوان از سایر کشورها تا اندازه‌ای متأثر از اثر ازدحام ناشی از ورود گردشگران چینی به آن کشور بوده‌اند. این اثر، به‌ویژه برای گردشگران ورودی از کشورهای کره جنوبی، سنگاپور و ایالات متحده قابل ملاحظه است.

در مطالعات اخیر، جنبه‌های دیگری از اثر ازدحام بررسی شده است. از آن جمله می‌توان به مطالعه یوجینیو مارتین و پرز گرانجا^۳ (2021) و اسپوکرک و وو^۴ (2021) اشاره کرد که به ترتیب، بر بازار حمل‌ونقل (به‌ویژه حمل‌ونقل هوایی) و موقعیت جغرافیایی مقاصد سفرها تمرکز دارند. یوجینیو مارتین و پرز گرانجا (۲۰۲۱) اثر ازدحام ناشی از ورود حمل‌ونقل ارزان‌قیمت در مقاصد گردشگری و خروج حمل‌ونقل‌های چارتری و با خدمات کامل^۵ در آلمان و انگلستان را بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که در بازار گردشگری بریتانیا، ورود خدمات حمل‌ونقلی ارزان‌قیمت به خروج سایر انواع حمل‌ونقل هوایی (چارتری و خدمات کامل) منجر شده است. اما برای بازار گردشگری آلمان چنین اثر ازدحامی در بازار حمل‌ونقل گردشگری مشاهده نمی‌شود. اسپوکرک و وو (۲۰۲۱) چنین نتیجه گرفته‌اند که گردشگران ورودی از مبادی نزدیک‌تر به مقاصد سفر اثر ازدحام بیشتری دارند (انصراف از سفر در بین این گروه از گردشگران بیشتر از سایر گردشگران است).

1. Bresson & Logossah

۲. پیش‌تر منع قانونی برای ورود این گردشگران وجود داشته است.

3. Eugenio-Martin & Perez-Granja

4. Schuckert & Wu

5. full service

در مجموع، مطالعات تجربی نشان می‌دهد که بررسی اثر ازدحام با روش‌شناسی‌های گوناگونی قابل امکان‌پذیر است اما عمدتاً مبتنی بر داده‌های پیمایشی و متمرکز بر یک رویداد خاص و در یک مقصد خاص بوده است.^۶ اما از آنجاکه گاهی تأثیرات ازدحام که به معنی انصراف گروهی از گردشگران (یا خدمات‌رسانان به گردشگران) از ورود به مقصد (از ارائه خدمات) است بیشتر از تأثیرات مثبت ناشی از توسعه گردشگری است، به‌طوری‌که تا حد زیادی از منافع حاصل از سیاست‌های توسعه گردشگری می‌کاهد. از این‌رو در مقاصد اصلی گردشگری و دوره‌های پیک گردشگری، بررسی این اثر برای مدیران و سیاست‌گذاران حوزه گردشگری ارزنده خواهد بود.

داده‌ها و نمونه مطالعه شده

نمونه مطالعه‌شده در این پژوهش شهر مشهد داده‌ها بر اساس حداکثر دوره زمانی در دسترس (۱۳۹۸-۱۳۹۰) است اما تحلیل دقیق اثر ازدحام برای ایام نوروز ۱۳۹۸ صورت گرفته است. علت انتخاب نوروز ۱۳۹۸ به‌عنوان دوره پیک گردشگری در شهر مشهد افزایش گردشگران ورودی در این دوره نسبت به سال‌های قبل و افزایش چشمگیر سرمایه‌گذاری در تأسیسات گردشگری در این سال (و البته سال قبل از آن) است.^۷ ایام نوروز از ۲۸ اسفند تا ۱۴ فروردین است که هم داده‌های ثبتی و هم داده‌های پیمایشی برای این ایام گردآوری شده است. به‌علت اهمیت ملی این ایام، آمار و داده‌های ثبتی نیز برای این ایام در دسترس است و امکان تلفیق داده‌های پیمایشی و داده‌های ثبتی را فراهم می‌سازد. شاخص‌های بررسی شده در این پژوهش و منبع داده‌ها در ادامه توضیح داده شده است. شاخص‌های «تعداد مسافران ورودی و خروجی از واحدهای اقامتی» و «درصد اشغال» این واحدها از آمارنامه شهر مشهد به تفکیک ماه‌ها دریافت شده

۶. منظور از رویداد خاص، رویدادهایی ازجمله جام جهانی، باز شدن قانونی مرزهای گردشگری تایوان برای گردشگران چینی، و حضور سیستم حمل‌ونقل ارزان‌قیمت در مقاصد گردشگری است.

۷. سال ۱۳۹۸ بیشترین حجم ورود سرمایه و رشد شدید اخذ پروانه ساخت (اقامتی و تجاری) بخش گردشگری را در شهر مشهد داشته است (هرچند روند نسبتاً بالایی در صدور پروانه‌های تجاری و اقامتی گردشگری طی دهه اخیر در شهر مشهد رخ داده است). همچنین، رشد گردشگر ورودی (تقاضا برای خدمات گردشگری) در نوروز ۱۳۹۸ به بالاترین حد خود در گردشگری شهر مشهد رسیده است. با این توضیح، سال ۱۳۹۸ و به‌طورخاص نوروز ۱۳۹۸ به‌عنوان سال و دوره هدف مطالعه در نظر گرفته شده است و مناسب‌ترین مقطع زمانی برای بررسی اثر ازدحام به‌شمار می‌رود، به‌طوری‌که علاوه بر ورود بالای گردشگران در این سال (۱۰ درصد از کل گردشگران نوروزی در کشور)، سرمایه‌گذاری‌های چشمگیری نیز به سمت بخش گردشگری شهر مشهد سوق یافته است.



تعیین «نفرشب اقامت» در نوروز ۱۳۹۸ که به شهر مشهد سفر کرده‌اند اما سفرشان با هدف بازدید و گردشگری از شهر صورت نگرفته است. برای مورد دوم، جداکردن اثر «انتقال زمان گردشگری» از اثر «ازدحام»، باید مفهوم این دو عبارت به صورت نمودار توضیح داده شود تا فرمول نویسی دقیق تری نسبت به بررسی اثر ازدحام صورت گیرد.^۳ «انتقال زمان گردشگری» مربوط به دوره قبل و بعد از مدت زمان دقیق رویداد (ایام نوروز) در نمودار ۲ با ناحیه I و II نشان داده شده است. البته گردشگران در «انتقال زمان گردشگری» ممکن است برای بیش از چند هفته سفرشان را جابه‌جا کنند (برای چند ماه و حتی یک سال سفرشان را به تأخیر بیندازند). علت آن، الگوی رفتاری مسافران به شهر مشهد است، به طوری که برخی اهداف گردشگری در این شهر برای فصل یا ماه‌های خاصی از سال مثل زمستان چندان موضوعیت ندارد (مانند استفاده از پارک‌های آبی).^۴ برای جبران این اثر (اثر انتقال زمان گردشگری)، می‌توان درصد بسیار کوچکی از نفرشب اقامت را به دوره قبل و بعد از وقوع رویداد (نوروز ۱۳۹۸) اضافه کرد. این تصحیح و اصلاح با $COFF1$ نشان داده می‌شود. آن‌طور که مشاهده می‌شود، گردشگرانی که فقط مدت کوتاهی قبل یا بعد از رویداد سفر می‌کنند ($E2$) تعداد نفرشب اقامت را در طول ایام نوروز کاهش می‌دهند (ناحیه III)، اما نفرشب اقامت را برای دوره قبل و بعد از نوروز (نواحی I و II) افزایش می‌دهند. کسانی که در دوره قبل و بعد از تعطیلات نوروزی و فقط با هدف بازدید از شهر مشهد به این شهر سفر کرده‌اند ولی جزو انتقال‌دهندگان زمان سفر نیستند با $COFF2$ نشان داده می‌شوند. نمودار ۲ شب اقامت از دست‌رفته گردشگرانی را نشان می‌دهد که واقعاً به واسطه اثر ازدحام از اقدام به سفر صرف‌نظر کرده‌اند (یا همان «انصراف‌دهندگان از سفر»^۵ که با $E1$ نشان داده می‌شود و منطقه IV را دربر می‌گیرد).

۳. مسافرانی که به‌خاطر پیامدهای خارجی منفی وقوع رویداد از سفر به مشهد در ایام تعطیلات نوروزی اجتناب می‌کنند در دو اثر «انتقال زمان گردشگری» و «ازدحام» جای می‌گیرند و در واقع از تصمیم خود برای سفر به مشهد طی نوروز ۱۳۹۸ صرف‌نظر کرده‌اند.
۴. سهم این گروه از گردشگران در شهر مشهد بسیار ناچیز است. زیرا هدف اول از سفر به این شهر زیارت است و همچنین سایر اهداف اصلی سفر به این شهر نیز عموماً از محدودیت طبیعی و سیاسی و اجتماعی چندانی برخوردار نیست. با وجود این، جداسازی این نوع «انتقال زمانی سفر» مفید است و بر دقت محاسبات می‌افزاید.

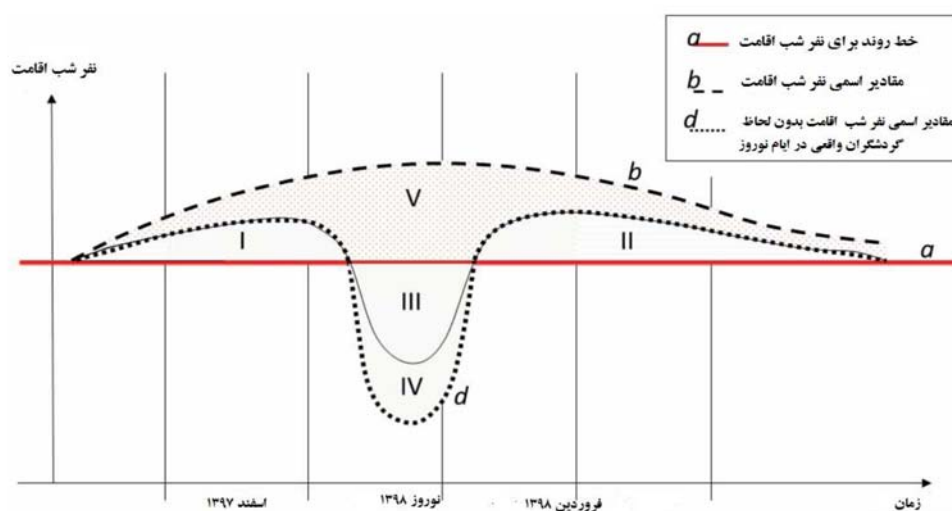
5. Cancellers

است.^۱ داده‌های «نفرشب اقامت در ایام نوروز ۱۳۹۸» نیز از آمارنامه سازمان میراث فرهنگی استان خراسان رضوی دریافت شده است. همچنین، «نفر شب اقامت گردشگران داخلی» برای فصول بهار ۱۳۹۰-۱۳۹۹ از مرکز آمار ایران دریافت شده است. برای دریافت اطلاعات جزئی‌تر از گردشگری در ایام نوروز، پرسش‌نامه‌ای با حجم نمونه ۳۹۱ از گردشگران ورودی به مشهد در ایام نوروز ۱۳۹۸ تکمیل شده است. روش نمونه‌گیری غیراحتمالی دسترس‌پذیر بوده است که از جامعه پژوهش (گردشگران داخلی و خارجی ورودی به مشهد در ایام نوروز ۱۳۹۸) به صورت اتفاقی انتخاب شده‌اند. تکمیل پرسش‌نامه به صورت توزیع یکسان در تمامی ایام تعطیلات نوروزی بوده است. از میان ۳۹۱ نمونه انتخابی، ۳۷۱ پرسش‌نامه قابل بررسی انتخاب شده و محاسبات بر اساس این حجم از نمونه صورت گرفته است.

روش‌شناسی

مطابق آنچه در مبانی نظری بیان شد، دو اقدام کلیدی در روش‌شناسی پژوهش حائز اهمیت است. نخست، تعیین «تعداد نفرشب اقامت» گردشگرانی است که در نوروز ۱۳۹۸ به مشهد سفر کرده‌اند و هدفشان از سفر دقیقاً بازدید از جاذبه‌ها و گردشگری بوده است و دوم، تفکیک دو اثر «ازدحام» و «انتقال زمان گردشگری» از یکدیگر است. برای مورد نخست (تعیین تعداد نفرشب اقامت واقعی) باید سه اقدام انجام گیرد: تعیین «تعداد نفرشب اقامت» که در سال ۱۳۹۸ در شهر مشهد اقامت کرده‌اند به صورت خط روند محاسبه می‌شود. خط روند بر اساس داده‌های واقعی (با حذف نوروز از پژوهش و برآورد رگرسیون خطی ساده بر اساس داده‌های فصلی طی دوره ۱۳۹۰-۱۳۹۸) به دست می‌آید. برای اینکار، یک رگرسیون خطی ساده تنظیم شده و شیب و عرض از مبدا آن نیز برآورد می‌شود.^۲ محاسبه «نفرشب اقامت انتظاری» گردشگران در ایام نوروز ۱۳۹۸، که بر اساس خط روندی برآوردی به دست خواهد آمد.

۱. این توضیح لازم است که به‌علت اختلاف موجود در داده‌های استخراجی از منابع متفاوت داده‌ها (مثلاً آمارنامه شهری و آمارنامه گردشگری که به ترتیب توسط دفتر آمار شهرداری و دفتر آمار سازمان میراث تهیه می‌شوند)، بررسی تطابق داده‌ها (چه به صورت سرجمع و چه به صورت ترکیبی) از منابع متفاوت ضرورت دارد. طبق بررسی صورت گرفته، داده‌های مربوط به تعداد مسافران ورودی و خروجی از واحدهای اقامتی و درصد اشغال این واحدها در هر دو منبع داده‌ها مطابقت دارند (و البته با داده‌های سالانه گرفته‌شده از سالنامه آماری گردشگری تطابق داده می‌شود).
۲. به‌علت محدودیت‌های کرونایی که در سال ۱۳۹۹ اعمال شد، ورود این سال به تحلیل روند، نتایج را تورش‌دار خواهد کرد. از این‌رو سال انتهایی در بررسی روند، سال ۱۳۹۸ بوده است.



نمودار ۲: تفکیک بین نفر شب اقامت اسمی و اثر انتقال زمانی گردشگری (Preuss, 2011)

$$E_2 = \Delta(\text{pre/post}) + H + \text{corr1} + \text{corr2}$$

$$E_1 = A + B + H + \text{corr1} - (\Delta(\text{nowruz}) + \Delta(\text{pre/post}) + H + \text{corr1} - \text{corr2})$$

که در آن، $\Delta(\text{pre/post})$ تعداد نفر شب اقامت گردشگران برای دوره کوتاه قبل و بعد از تعطیلات نوروزی (بین خط a و b) $\Delta(\text{nowruz})$ مدد نفر شب اقامت برای ایام تعطیلات نوروزی (بین خط a و b ، corr1) کل شب اقامت برای گردشگرانی که زمان سفر خود را انتقال داده‌اند (چه در دوره کوتاه قبل و بعد از رویداد و چه برای دوره‌های طولانی‌تر) و corr2 نفر شب اقامت برای دوره قبل و بعد از تعطیلات نوروز است که جزو انتقال‌دهندگان زمان سفر قلمداد نمی‌شوند. برای معادله اخیر، با اعمال ضریب منفی در پرانتز چنین به‌دست می‌آید:

$$E_1 = A + B - \Delta(\text{nowruz}) - \Delta(\text{pre/post}) + \text{corr2}$$

در این رابطه، اگر مقدار E_1 منفی شود چنین تفسیر می‌شود که نفر شب اقامت گردشگران واقعی در تعطیلات نوروزی و انتقال‌دهندگان زمان گردشگری تعداد نفر شب اقامت مربوط به دوره کوتاه قبل و بعد از تعطیلات نوروزی (E_2) را جبران نمی‌کند و مقداری کمتر از آن دارد. این بدان معنی است که با فرض این که خط روند به درستی برآورد شده باشد و داده‌های ثبتی نیز از صحت و دقت لازم برخوردار باشد، اثر ازدحام بسیار ناچیز است. منفی بودن مقدار E_1 به

در مجموع، برای تعریف اثر ازدحام در گردشگری مبتنی بر رویداد خاص مثل نوروز، به صورت ذیل عمل خواهد شد:

«بازدیدکنندگان رویداد» (B) و «گردشگران بلندمدت‌تر» (A)، کل مصرفشان به تأثیرات افزوده خواهد شد (جمع می‌شوند).

«لغوکنندگان سفر» (E_1) تعداد افرادی که به مشهد سفر کرده‌اند را کم می‌کند، بنابراین الگوی مصرف گردشگری نرمال آن‌ها باید منافع اقتصادی را کاهش دهد.

«جابه‌جاکنندگان قبل و بعد زمان سفر» (E_2) در زمان دیگری به شهر مشهد سفر خواهند کرد پس کم‌شدن هزینه مصرفی آن‌ها در ایام نوروز فقط به دوره دیگری منتقل می‌شود و نباید آن را در محاسبات در نظر گرفت.

«سفرکنندگان متداول» (G)، صرف‌نظر از ایام نوروز، از شهر مشهد بازدید خواهند کرد اما به علت افزایش قیمت‌ها در این ایام ممکن است تأثیری غیرمعمول در تأثیرات اقتصادی نیز داشته باشند.

«انتقال‌دهندگان زمان سفر» (H) تقاضا را در ایام نوروز افزایش می‌دهند، بدون آن‌که تأثیرات اقتصادی در مقصد بر جای گذارند؛ زیرا به هر حال به این شهر سفر خواهند کرد.

با این توصیف و با اجتناب از شمارش مضاعف در محاسبات، اثر ازدحام در گردشگری به صورت زیر محاسبه می‌شود:



نتایج

مطالعه پیمایشی در تعطیلات نوروز ۱۳۹۸ (از ۲۸ اسفندماه تا ۱۴ فروردین) نشان می‌دهد که ۷۹/۵۱ درصد از گردشگرانی که در تعطیلات نوروز به شهر مشهد سفر کرده‌اند، بدون انتقال زمان گردشگری، سفر خود را انجام داده‌اند (فارغ از هرگونه تأثیرات منفی تراکم جمعیت و محدودیت‌ها در تأمین زیرساخت‌ها و سایر پیامدهای خارجی در ایام پیک گردشگری) و ۱۹/۴۱ درصد از گردشگران ورودی به شهر مشهد، به علل گوناگون، طول دوره سفر خود را به دوره زمانی کوتاه در قبل یا بعد از ایام نوروز منتقل کرده‌اند. از این تعداد (۱۹/۴۱ درصد)، ۱۱/۵۹ درصد سفرشان را به قبل از تعطیلات عید نوروز و ۷/۸۲ درصد سفرشان را به بعد از تعطیلات نوروز موکول کرده‌اند. حدود ۱/۰۸ درصد نیز گردشگرانی هستند که دوره سفرشان کل ایام نوروز را دربر گرفته است و حتی بیشتر از این ایام در مشهد اقامت داشته‌اند. جدول ۱ این رفتار را به همراه میزان ماندگاری در هر گروه نشان می‌دهد:

جدول ۱: تعداد و ماندگاری گردشگران ورودی به مشهد در تعطیلات نوروزی

ماندگاری	درصد از کل سفرها	نوع
۵/۷۷	۷۹/۵۱	گردشگرانی که در تعطیلات نوروز در مشهد حضور داشته‌اند
۶/۸	۱۹/۴۱	گردشگرانی که دوره سفر خود را به قبل یا بعد از ایام نوروز انتقال داده‌اند
۵/۲۷	۱۱/۵۹	گردشگرانی که دوره سفر خود را به قبل ایام نوروز انتقال داده‌اند
۷/۳۲	۷/۸۲	گردشگرانی که دوره سفر خود را به بعد ایام نوروز انتقال داده‌اند
۲۶/۲۵	۱/۰۸	گردشگرانی که طول دوره سفر خود را بیش از ایام نوروز در نظر گرفته‌اند
۶/۶۴	۱۴/۸۷	سفرهایی که با هدف بازدید از شهر و جاذبه‌های شهری مشهد نبوده است (گردشگران متداول)
۵/۱۲	۵۸/۴۹	گردشگرانی که میزان ماندگاری آن‌ها دقیقاً مطابق برنامه‌ریزی قبلی رخ داده است

است. مدت ماندگاری انتظاری و ماندگاری واقعی این گروه از گردشگران (انتقال‌دهندگان زمان سفر به بعد از ایام نوروز) تطابق کمتری نسبت به گروه دیگر (انتقال‌دهندگان زمان سفر به قبل از ایام نوروز) دارد و البته بیشتر از ماندگاری انتظاری نیز هست (۷/۳۲) واقعی در مقابل ۶/۵۴ انتظاری). هر دوی این نتایج گویای انتقال زمان سفر به بعد از ایام تعطیلات نوروز و فاصله گرفتن به علت تأثیرات خارجی منفی این ایام است.

برای تعیین اثر ازدحام و مشخص کردن گردشگرانی که از سفر به مشهد اجتناب کرده‌اند (نه صرفاً افرادی

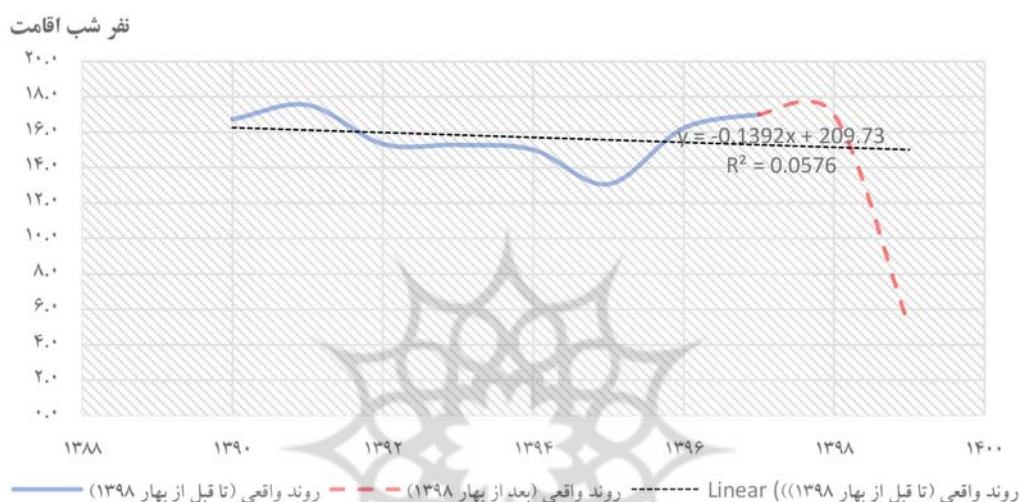
معنی نبود اثر ازدحام نیست بلکه فقط مقدار ناچیز آن را بیان می‌کند و داده‌های مستخرج از محاسبات نیز قابل تفسیر دقیق نیست (Preuss, 2011). اما اگر مقدار E_1 عدد مثبتی را نشان دهد، نفرشب اقامت به دست آمده از این معادله بیانگر نفرشب اقامت در اثر ازدحام است. از این رو می‌توان بر اساس الگوی رفتار مصرفی گردشگران و هزینه کرد آن‌ها محاسبات ریالی ناشی از اثر ازدحام بر اقتصاد را محاسبه کرد. اجرای این پژوهش محدودیت‌هایی نیز دارد که عمدتاً به کیفیت و دقت داده‌های اکتسابی مرتبط می‌شود. منابع گوناگون دریافت داده امکان خطای آماری را تا حدی افزایش می‌دهد. برای کاهش این محدودیت، سعی شده است که پرسش‌نامه تکمیلی تا حد امکان با نظر کارشناسان آماری سازمان میراث تدوین شود تا کمترین اختلاف را با داده‌های دریافت شده از آن سازمان داشته باشد.

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، گردشگرانی که سفر خود را تا بعد از تعطیلات نوروز به تأخیر انداخته‌اند و زمان بازگشت خود را به روزهای بعد از ایام نوروز موکول کرده‌اند از گردشگرانی که سفر خود را در روزهای قبل از تعطیلات نوروز انجام داده‌اند ماندگاری بیشتری دارند. مجموع این دو گروه از گردشگران که سفر خود را به قبل یا بعد از ایام نوروز منتقل کرده‌اند «انتقال‌دهندگان زمان سفر» شناخته می‌شوند. گرایش به استفاده بیشینه از ایام نوروز برای آن گروه از گردشگرانی که سفر خود را به بعد از ایام نوروز موکول کرده‌اند در ماندگاری بیشتر آن‌ها مشهود



نتایج گویای ورود چشمگیر گردشگر به شهر مشهد، بالاتر از خط روند، در بهار ۱۳۹۷ و بهار ۱۳۹۸ است. با توجه به بالاتر بودن قابل ملاحظه نمودار از خط روند برای سال‌های مذکور، انتظار می‌رود اثر ازدحام در این دوره نیز قابل ملاحظه باشد. هرچند برای محاسبه اثر ازدحام باید جزئیات بیشتر و پیچیدگی بالاتر در نظر گرفته شود.

که زمان سفر خود به مشهد را به قبل یا بعد از ایام نوروز منتقل کرده‌اند)، لازم است وضعیت انتظاری و وضعیت واقعی با یکدیگر مقایسه شود. نمودار ۳ روند واقعی «نفرشب اقامت» را در کنار روند خطی انتظاری برای فصل بهار طی دوره ۱۳۹۰-۱۳۹۹ نشان می‌دهد. این روند، با در نظر گرفتن داده‌های بهار ۱۳۹۰ تا بهار ۱۳۹۸ به دست آمده است. از خط روند و نمودار ۳ در مراحل بعدی محاسبه اثر ازدحام استفاده خواهد شد.



نمودار ۳: محاسبه خط روند نفرشب اقامت در فصل بهار^۱ و مقایسه آن با روند واقعی

انصراف‌دهندگان از سفر به مشهد به علت پیامدهای خارجی منفی ناشی از ایام تعطیلات نوروزی است به دست خواهد آمد. آخرین ردیف از جدول ۲ مقدار E1 محاسباتی را با توجه به روش‌شناسی تفصیلی که در این مطالعه بدان اشاره شده است نشان می‌دهد. اگر مقدار E1 منفی به دست می‌آید، بیانگر آن بود که مجموع نفرشب اقامت صورت گرفته توسط گردشگرانی که با هدف استفاده از تعطیلات نوروز به مشهد سفر کرده‌اند و نفرشب اقامت صورت گرفته توسط انتقال‌دهندگان زمان سفر کمتر از مقدار E2 بوده است. بر اساس مطالعه پروس (۲۰۱۱)، این بدان معنی نیست که هیچ اثر ازدحامی وجود نخواهد داشت بلکه بیانگر آن است که اثر ازدحام بسیار ناچیز خواهد بود. اما اگر مقدار E1 مثبت باشد، تعداد نفرشب اقامت مربوط به اثر ازدحام (یا همان جایگزینی جبری) قابل ملاحظه است. در اینجا، مقدار حدودی ۱/۸ میلیون نفرشب اقامت برای E1 به دست آمده است که حدود

برای تعیین اثر ازدحام، بر اساس روش‌شناسی پژوهش، باید مقادیر Δ (nowruz)، Δ (pre/post) و $corr2, B, A$ را محاسبه کرد.^۱ همان‌طور که در جدول ۲ آمده است، «نفرشب اقامت» مربوط به گردشگران بلندمدت‌تر (A) ۱۱۶۶۹۴۸ به دست آمده است و شب اقامت مربوط به گردشگرانی که دقیقاً در ایام تعطیلات نوروز به شهر مشهد سفر کرده‌اند (B) حدود ۶ میلیون نفرشب اقامت است. از مجموع این مقادیر، باید نفرشب اقامت مربوط به گردشگرانی که فقط با هدف بازدید از مشهد به واسطه وجود تعطیلات نوروز (و نه به عللی غیر از آن) سفر کرده‌اند و همچنین نفرشب اقامت مربوط به انتقال‌دهندگان زمان سفر (یک دوره قبل یا بعد از ایام تعطیلات نوروز) را کم کرد. البته نفرشب اقامت مربوط به دوره قبل و بعد از تعطیلات نوروز را برای گردشگرانی که جزو انتقال‌دهندگان زمان سفر به‌شمار نمی‌روند باید به محاسبات افزود. با این توضیح، مقدار E1 (اثر ازدحام) که بیانگر

۱. به عنوان پروکسی برای محاسبه انتظاری سفرهای نوروزی در سال موردنظر

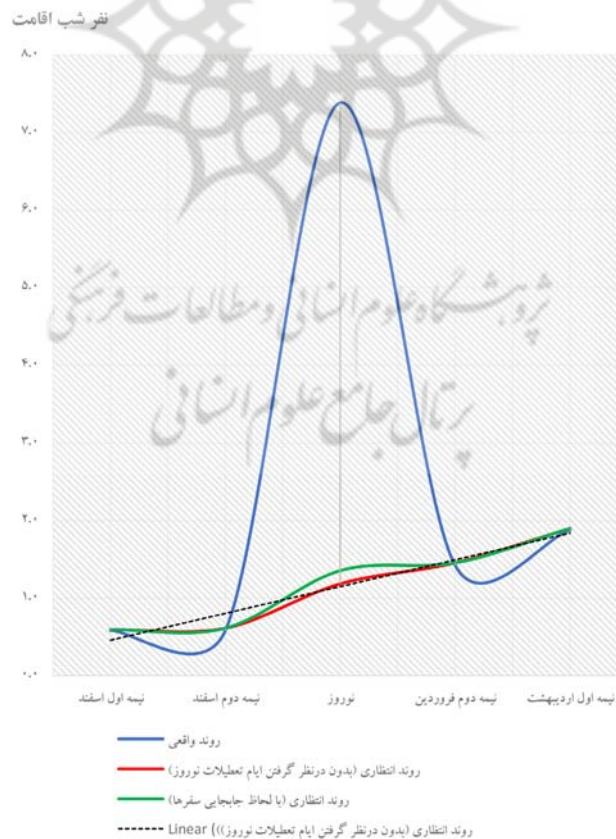
۲. اگرچه مقادیر H و $corr1$ نیز در محاسبه اولیه مقدار E1 موردنیاز است اما چون در مسیر محاسبات حذف می‌شوند در اینجا مورد اشاره قرار نمی‌گیرند.

جدول ۲: معیارهای محاسبه اثر ازدحام در گردشگری

مقدار (نفر شب اقامت)	معیار
۷۴۳۹۲۹۵	N (کل شب اقامت)
۱۱۶۶۹۴۸	A
۶۰۱۳۰۰۰	B
۴۷۷۳۴۹۰	D(nowruz)
۱۸۰۲۴۰۹	D(pre/post)
۱۲۰۳۲۳۵	corr2
۳۱۹۲۶۴۳	E2
۱۸۰۷۲۸۰	E1

نمودار ۴ وضعیت خط روند، فرایند واقعی و حالت‌های انتظاری را که منتج به مقادیر جدول ۲ است نشان می‌دهد. نواحی I، II، III، IV و V در روش‌شناسی اشاره شد در این نمودار قابل بررسی است. همان‌طور که از نمودار ۴ مشخص است، ناحیه V (محصور بین خط آبی و خط چین مشکی) بسیار بیشتر از سایر نواحی است که سهم بالایی گردشگران بدون انتقال زمانی را نشان می‌دهد (سهم حدود ۸۰ درصدی که در پیش‌تر اشاره شد).

یک‌چهارم کل نفر شب اقامت در تعطیلات نوروز است. این بدان معنی است که در صورت بهبود تأسیسات اقامتی (افزایش ظرفیت، بهبود کیفیت، متنوع‌سازی، متعادل‌ترسازی قیمت‌ها و افزایش بهره‌وری عملکرد)، تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقلی (ایجاد و توسعه راه‌ها، کاهش بار ترافیکی جاده‌ای، افزایش ناوگان ریلی و هوایی و دسترسی بهتر به مقاصد و جاذبه‌ها) و بهبود خدمات‌رسانی در جاذبه‌های گردشگری امکان رشد گردشگری در ایام نوروز تا ۲۴ درصد وجود دارد. با توجه به اشغال نسبتاً کامل تأسیسات اقامتی و فعالیت کامل دیگر خدمات گردشگری در ایام نوروز در شهر مشهد، هرگونه برنامه‌ای که برای کاهش اثر ازدحام و جذب این تعداد گردشگران بالقوه به شهر مشهد در ایام نوروز اجرا شود لازم است سمت عرضه خدمات گردشگری نیز تقویت شود و زیرساخت‌های مربوط به آن نیز مورد توجه قرار گیرد.



نمودار ۴: روند واقعی و انتظاری «شب اقامت» در ایام نوروز و دوره‌های قبل و بعد از آن



رویداد خاصی مثل نوروز و پیک ورود گردشگران و محدودیت‌های زیرساختی خدمات‌رسانی به گردشگران در این ایام علتی برای وقوع اثر ازدحام گردشگران داخلی و خارجی در شهر مشهد است. اثر ازدحام ممکن است به علت قیمت‌های بالاتر در اقامت و حمل و نقل رخ دهد. معمولاً، به علت رشد تقاضا در این ایام، قیمت خدمات ارائه‌شده به گردشگران افزایش چشمگیر دارد.^۱ اما علت اثر ازدحام فقط محدود به افزایش قیمت‌ها نیست. سایر بازدارنده‌ها و عوامل ایجاد اثر ازدحام شامل این موارد است: محدودیت در دریافت خدمات حمل و نقل (به ویژه در تهیه بلیت هواپیما و قطار)، تصور گردشگران از کمبود اتاق‌های هتل و واحدهای اقامتی و قیمت نسبتاً زیاد آن (فقط ادراک و تصوری که دارند) و تصور آن‌ها از این‌که استفاده از خدمات دیگر مثل حمل و نقل عمومی در ایام پیک بسیار دشوار است و صرف زمان بسیار بیشتری را می‌طلبد (Crompton, 1999; Baade & Matheson, 2004; Loots, 2006; Du Plessis & Maennig, 2012).

مهم‌تر از همه شناسایی آن است که کدام گروه از گردشگران (بالمقوله و بالفعل) در اثر ازدحام جای می‌گیرند؛ گردشگران بالمقوله شهر مشهد که به واسطه دوره زمانی نوروز و این‌که نتوانسته‌اند بلیت سفر و وسیله سفر به این شهر را در ایام نوروز خریداری کنند، یا به واسطه گران‌بودن هزینه‌ها در این ایام یا عللی دیگر از سفر به مشهد اجتناب می‌کنند. از این رو این گروه (۸۲ در نمودار ۱) در محاسبات اثر اقتصادی در نظر گرفته نمی‌شوند و متغیر پنهان در ارزیابی اثر اقتصادی به‌شمار می‌روند.

نکته دیگر این‌که بین اثر ازدحام و اثر بازتوزیع (توزیع مجدد) باید تمایز قائل شد. بازتوزیع زمانی رخ می‌دهد که گردشگران بالمقوله‌ای که از صرف زمان خود در ایام نوروز منصرف شده‌اند مخارج برنامه‌ریزی‌شده گردشگری خود را در دوره زمانی دیگری (مثل انتقال‌دهندگان زمان سفر) یا در مقصد گردشگری دیگری هزینه کنند یا کلاً مخارج خود را به جای گردشگری در بخش‌های دیگر اقتصادی مثل خرید لوازم منزل یا خودرو صرف کنند. برای مثال، فردی که از سفر به مشهد در ایام نوروز اجتناب کرده است،

۱. برای مثال، خدمات اقامتی سالانه در دو نرخ قیمت‌گذاری می‌شود: قیمت خدمات اقامت در کل سال (به جز ایام نوروز) و قیمت خدمات اقامت در ایام نوروز. همچنین، نرخ خدمات گردشگری در سایر حوزه‌هایی که توسط بازار تعیین می‌شود، در ایام پیک به علت افزایش سطح تقاضا و محدودیت در انعطاف عرضه رشد قابل توجه دارد.

بودجه آن را در سفر به شهرهای دیگر کشور هزینه کند یا کلاً از هر نوع سفری منصرف شود و بودجه خود را به خرید محصولات و لوازم غیرگردشگری (مثل پوشاک یا لوازم منزل) اختصاص دهد. سؤال این است که آیا این پول در گردشگری سایر شهرها هزینه می‌شود یا کلاً در بخش غیرگردشگری صرف می‌شود. اگر این پول در بخش دیگری به جز گردشگری هزینه شود، آیا آن بخش ارزش افزوده بیشتری ایجاد می‌کند (دستمزد بالاتر یا سهم بالاتر اشتغال موجب می‌شود)؟ ارزش افزوده بیشتر موجب بهره‌مندی تمامی شهروندان از رشد تقاضا و ایجاد شغل در آن بخش خواهد شد. در حقیقت، انواع مثبت و منفی از اثر بازتوزیع انتظار می‌رود (که نیازمند تحقیقات بیشتری است و در این پژوهش بدان پرداخته نمی‌شود). برای ساده‌سازی محاسبه تأثیرات بازتوزیع، باید تأثیرات مثبت و منفی انصراف از سفر را به دقت بررسی کرد، از این رو نیاز به بررسی‌های بیشتری است. اما آنچه می‌توان بدان اشاره کرد این است که اگر پیامدهای خارجی منفی در ایام پیک گردشگری از جمله ایام برگزاری رویدادهای خاص (مثل تعطیلات نوروزی) قابل رفع باشد تا چه حد به رشد گردشگری می‌افزاید؟ در واقع رفع محدودیت‌های زیرساختی و اعطای تسهیلات و بهبود تأسیسات گردشگری تا چه حد به ورود گردشگران به مقصد می‌انجامد و این سرمایه‌گذاری‌ها آیا در مجموع اقتصاد مقصد را منتفع می‌سازد یا خیر؟ تعیین حد سرمایه‌گذاری بسیار دشوار است اما آنچه از محاسبات اثر ازدحام برای گردشگری شهر مشهد به دست آمده است بیانگر آن است که در صورت رفع هرگونه محدودیت و پیامدهای خارجی منفی در این شهر، با فرض ثابت بودن شرایط محیطی دیگر، شمار گردشگران ورودی به این شهر حدوداً ۲۴ درصد افزایش خواهد یافت که با توجه به محدودیت‌های زیرساختی در ایام پیک، این افزایش قطعاً نیازمند سرمایه‌گذاری بیشتری در صنعت گردشگری است. از سوی دیگر، برای گذر از محدودیت‌های موجود در ایام پیک گردشگری، راهکاری که باید از سوی مدیریت شهری و مدیریت مقصد در این شهر اجرایی شود گسترده‌تر کردن بازه زمانی ورود گردشگران است. در واقع، باید راهکارهایی اجرا شود که گردشگری در مشهد در طی سال و یکنواخت‌تر صورت گیرد. با این اقدام، اثر ازدحام به اثر انتقال زمانی تبدیل خواهد شد و عملاً مقصد گردشگری (شهر مشهد) از اثر ازدحام در ایام نوروز دور خواهد ماند. حدود ۲۰ درصد از سفرها به گردشگرانی



البته پیامدهای خارجی منفی برای دوره‌های پیک بسیار بیشتر از ایام دیگر سال است؛ از این رو انتظار می‌رود که در دیگر دوره‌های زمانی سال اثر ازدحام بسیار کمتر از آن چیزی باشد که در تعطیلات نوروزی به دست آمده است. اثر ازدحام در تعطیلات نوروزی شهر مشهد حدود ۲۴ درصد از کل گردشگری در این ایام است که مقدار قابل ملاحظه‌ای است. از آنجاکه توسعه شهری مشهد بر محور گردشگری دیده شده است، اقداماتی همچون برنامه‌ریزی برای توسعه یکنواخت و متعادل‌تر گردشگری در طول سال و کاهش فشار گردشگری در ایام پیک، بهبود کیفی زیرساخت‌های اقامتی و تقویت کمی و کیفی خدمات حمل و نقل (هوایی، ریلی و جاده‌ای) برای کاهش اثر ازدحام گردشگری در شهر مشهد مفید خواهد بود. همچنین، گسترش زمانی خدمات گردشگری که به‌طور خاص در ایام نوروز به گردشگران داده می‌شود در حفظ تعداد گردشگران فعلی مؤثر خواهد بود. از آنجاکه سرمایه‌گذاری در تأسیسات گردشگری به‌ویژه تأسیسات اقامتی در این شهر بسیار بیشتر از میانگین کشوری است و با وجود محدودیت‌ها در تأمین واحدهای اقامتی در ایام پیک، همچنان ضریب اشغال این واحدها در این ایام ۰۰ درصد نمی‌شود؛ از این رو، به جای ساخت‌وساز واحدهای اقامتی، بهتر است مدیریت بهره‌مندی از اقامت در شهر مشهد را بهبود بخشید. سامان‌دهی منازل شخصی و واحدهای غیررسمی اقامتی در شهر مشهد از جمله این اقدامات است.

منابع

- براتی، جواد (۱۳۹۸). بررسی همگرایی منطقه‌ای گردشگری و نقش زیرساخت‌های گردشگری در استان‌های ایران. فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۹(۳۵)، ۱-۱۲.
- Baade, R. A., & Matheson, V. A. (2004). The quest for the cup: assessing the economic impact of the world cup. *Regional studies*, 38(4), 343-354.
- Barrios, D., Russell, S., & Andrews, M. (2016). Bringing home the gold? A review of the economic impact of hosting mega-events. *CID Working Paper Series*.
- Bresson, G., & Logossah, K. (2011). Crowding-out effects of cruise tourism on stay-over tourism in the Caribbean: Non-parametric panel data evidence. *Tourism Economics*, 17(1), 127-158.

مربوط می‌شود که بیشتر روزهای سفر خود را به قبل یا بعد از ایام نوروز منتقل کرده‌اند.^۱ از این رو توصیه می‌شود سیاست‌گذاران حوزه گردشگری شهر مشهد، برای حفظ این گروه از گردشگران و ممانعت از تبدیل آن‌ها به گردشگرانی که کلاً از سفر به مشهد اجتناب می‌کنند (پدیده ازدحام)، خدمات و امکانات گردشگری ایام نوروز را به بازه زمانی طولانی‌تری که هفته قبل و هفته بعد از ایام نوروز را نیز دربر گیرد گسترش دهند؛ برای مثال، بازه زمانی خدمات‌رسانی جاذبه‌ها در طول شبانه‌روز و در طول هفته، و خدمات راهنمای زائر/گردشگر که در ایام نوروز به گردشگران ارائه می‌شود. همچنین، برنامه‌هایی که برای توسعه خدمات رفاهی و حمل و نقل در ایام نوروز اجرا می‌شود در روزهای قبل و بعد از این ایام نیز اجرایی باشد. این اقدامات مانع از افزایش تأثیرات منفی ازدحام و کاهش تعداد گردشگران ورودی به مشهد می‌شود.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

با توجه به تأثیرات منفی ورود گردشگران بی‌شمار در ایام نوروز و محدودیت‌های زیرساختی و تأسیسات گردشگری (به‌ویژه اقامت و خدمات حمل و نقل)، گروهی از خانوارها از سفر در این ایام منصرف می‌شوند. اگر آن‌ها سفر خود را در دوره زمانی دیگری از سال و در همان مقصد انجام دهند، در مجموع هزینه‌کرد آن‌ها در بخش گردشگری صورت گرفته است و تأثیر منفی در اقتصاد مقصد گردشگری نخواهد گذاشت. اما اگر آن‌ها کلاً از هرگونه سفری در آن سال صرف‌نظر کنند یا هزینه پیش‌بینی شده برای گردشگری را در بخش دیگری (به‌جز گردشگری) هزینه کنند، این انصراف تأثیر اقتصادی منفی در گردشگری مقصد قلمداد می‌شود. اگر این انصراف ناشی از پیامدهای خارجی منفی مقصد گردشگری در ایام پیک باشد (از جمله بالاتر بودن قیمت‌ها، ترافیک، نبود دسترسی مناسب به واحدهای اقامتی)، به آن «اثر ازدحام» گفته می‌شود. پژوهش پیش‌رو با هدف بررسی این اثر، بین «انصراف‌دهندگان از سفر» یا همان پدیده ازدحام و «انتقال‌دهندگان زمان سفر» تمایز قائل شده است. نتایج برای نمونه موردی (شهر مشهد) گویای آن است که اثر ازدحام گردشگری در شهر مشهد در ایام تعطیلات نوروزی نسبتاً زیاد است.

۱ حدود ۱ درصد نیز گردشگران بلندمدت‌تر (آن‌هایی که دوره سفرشان به مشهد، کل ایام نوروز را دربر گرفته است بطوریکه تاریخ ورود آنها به مشهد، قبل از ایام نوروز بوده است و تاریخ خروج آنها از مشهد نیز بعد از این ایام می‌باشد) هستند که سهم ناچیزی از کل سفرها را به خود اختصاص می‌دهند.

- Kwiatkowski, G. (2016a). Composition of event attendees: A comparison of three small-scale sporting events. *International Journal of Sport Finance*, 11(2), 163.
- Kwiatkowski, G. (2016b). Economic impact of event attendees' spending on a host region: A review of the research. *Event Management*, 20(4), 501-515.
- Loots, E. (2006). Road map for Africa's recovery: challenges and recommendations for structural reform. *Africa Insight*, 36(3_4), 11-25.
- Preuss, H. (2011). A method for calculating the crowding-out effect in sport mega-event impact studies: The 2010 FIFA World Cup. *Development Southern Africa*, 28(3), 367-385.
- Schuckert, M., & Wu, J. S. (2021). Are neighbour tourists more sensitive to crowding? The impact of distance on the crowding-out effect in tourism. *Tourism Management*, 82, 104185.
- Su, Y. W., Lin, H. L., & Liu, L. M. (2012). Chinese tourists in Taiwan: Crowding out effects, opening policy and its implications. *Tourism Management Perspectives*, 4, 45-55.
- Chou, C. M., Hsieh, S. F., & Tseng, H. P. (2014). The crowding-out effects of Chinese tourists on inbound tourism in Taiwan. *Tourism Economics*, 20(6), 1235-1251.
- Crompton, J. L. (1999). *Measuring the economic impact of visitors to sports tournaments and special events*. Division of Professional Services, National Recreation and Park Association
- Diedering, M., & Kwiatkowski, G. (2015). Economic impact of events and festivals on host regions-methods in practice & potential sources of bias. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 22(4), 247.
- Du Plessis, S., & Maennig, W. (2012). The 2010 FIFA World Cup high-frequency data economics: Effects on international tourism and awareness for South Africa. In *International handbook on the economics of mega sporting events*. Edward Elgar Publishing.
- Eugenio-Martin, J. L., & Perez-Granja, U. (2021). Have low-cost carriers crowded out full services and charter carriers in tourism destinations? A trivariate structural time series analysis. *Journal of Travel Research*, 60(4), 810-832.
- Hultkrantz, L. (1998). Mega-event displacement of visitors: The World Championship in athletics, Göteborg 1995. *Festival management and event tourism*, 5(1-2), 1-8.