

## تحلیل اولویت‌های گردشگری و دلالت‌های راهبردی آن در توسعه شهری مشهد

آرش قهرمان (دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، عضو پیمانی پژوهشکده گردشگری سازمان جهاد دانشگاهی خراسان رضوی،

مشهد، ایران، نویسنده مسئول)

[ghahreman@acecr.ac.ir](mailto:ghahreman@acecr.ac.ir)

علی رهنما (دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، عضو تمام‌وقت پژوهشکده گردشگری سازمان جهاد دانشگاهی خراسان رضوی،

مشهد، ایران)

[ali.rahnama65@gmail.com](mailto:ali.rahnama65@gmail.com)

زهره بستان (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، عضو تمام‌وقت پژوهشکده گردشگری سازمان جهاد دانشگاهی خراسان

رضوی، مشهد، ایران)

[z.bostan7@gmail.com](mailto:z.bostan7@gmail.com)

تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۰۸/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۰

صص ۱-۱۷

### چکیده

این مقاله سعی در بررسی این سوال دارد که از منظر اقتصاد سیاسی، شهری که دارای ظرفیت‌های چندگانه گردشگری است بر اساس چه ملاحظاتی مدل راهبردی توسعه خود در حوزه گردشگری را تدوین نماید؟ در مدل سه سطحی راهبردی توسعه شهری گردشگری محور، جایگاه دولت، تنظیم نقش و کارکرد مقصد گردشگری و ترسیم قواعد و قوانین است. این مقاله به لحاظ روش شناختی، جز روش‌های ترکیبی است. به طوریکه در گام اول مبتنی بر مطالعه مروری سیستماتیک و در گام دوم نظریات مستخرج بزرگ مورد مطالعه میدانی تطبیق داده شده است. توسعه بهینه شهری مشهد در حوزه گردشگری و از منظر اقتصاد سیاسی، مستلزم شناسایی کارکرد و نقش سیاسی شهر مشهد در سطح ملی، شناسایی گروه‌های ذینفع رسمی و غیر رسمی و وفاق جمعی در سطح گروه‌ها است. بر همین اساس با استفاده از تکنیک ویکور، برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در شهر مشهد با استفاده از ملاحظات اجرای برنامه‌ها و گروه‌های درگیر مورد رتبه بندی قرار گرفت. نتایج نشان داد که در هر دوی این موارد، توسعه گردشگری سلامت و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن در رتبه‌های برتر قرار دارند. به طوریکه گردشگری سلامت با معیار «گروه‌های درگیر با ذیربط با برنامه» دارای رتبه یکم با شاخص ویکور صفر و توسعه و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن دارای رتبه دوم با شاخص ویکور ۰/۵ است.

**کلیدواژه‌ها:** تکنیک ویکور، دولت محلی سیاست‌گذاری گردشگری، مدیریت شهری.

## ۱. مقدمه

چندین دهه است که صنعت گردشگری به عنوان راهبردی کلیدی برای ایجاد فرصت‌های شغلی، تحریک‌کننده مصرف، افزایش درآمد صادرات و نیروی محرکی برای توسعه منطقه‌ای محسوب شده است. (پن<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۱، ص. ۱). همانطوری سازمان OECD در (۲۰۱۸) گزارش کرد به طور متوسط، صنعت گردشگری به طور مستقیم ۴/۲٪ به تولید ناخالص داخلی، ۶/۹٪ به اشتغال و ۲۱/۷٪ به صادرات خدمات در کشورهای عضو OECD کمک کرده است. برای کشورهایی که دارای مقاصد گردشگری خوبی هستند، سهم صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی نقش قابل توجهی است (منزور<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۹).

اثر بخشی مناسب در ارتباط کامل با شناخت وضعیت آینده و نحوه رویارویی برنامه ریزان با آن است (چانچ، ۲۰۰۶). شناخت دقیق وضعیت آینده نیز در گروه کاربست روشی مناسب برای کشف آینده است. برای ایفای بهبود توسعه گردشگری در آینده ضرورت دارد به طور جدی پیشران‌های توسعه و تحولات آینده براساس مگاترندها<sup>۳</sup> سناریوسازی شده و متناسب با قابلیت‌ها و توانمندی‌های جامعه به واکاوی مسائل چالش برانگیز و برنامه ریزی برای حضور موفق در آینده اقدام شود (دویر<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۹؛ دویر و همکاران؛ ۲۰۰۸؛ بوکلا و سالرنو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸).

گرچه وجه زیارتی شهر مشهد، کارکرد اصلی و گونه گردشگری محوری آن، گردشگری مذهبی قلمداد می‌شود؛ اما در این مقاله سنخ‌ها و اولویتهای مکمل زیارت و گردشگری مذهبی مورد توجه و رتبه بندی قرار گرفته است که جاذبه و توسعه گردشگری شهری را به دنبال دارد. نظر به ابعاد برجسته اقتصادی و سیاسی گردشگری؛ در این نوشتار گردشگری شهری مشهد از منظر اقتصاد سیاسی مورد واکاوی نظری قرار گرفته است.

گردشگران خارجی مشهد بیشتر با انگیزه‌های دینی و زیارت به مشهد سفر کرده‌اند. تنوع گردشگران خارجی به لحاظ مبدا و انگیزه سفر بسیار محدود است و اکثریت آنها برای اولین بار به مشهد سفر کرده‌اند. این امر نشان می‌دهد که سازوکارهای موثر در جذب گردشگران بین‌المللی ضعیف عمل کرده است و مستلزم بررسی و بازنگری جدی است. از طرف دیگر نتایج نشان داده است که کشور ایران قادر نبوده که گردشگران خارجی را به گردشگرانی وفادار تبدیل کند که مایل باشند مجدداً به ایران سفر کنند، در حالی که پژوهش‌های انجام شده میزان رضایت گردشگران از سفرشان به مشهد در حد زیادی است و در بازار رقابتی گردشگری کنونی برای سفر مجدد آنها باید راهکارها و شیوه‌های تبلیغاتی و انگیزشی مضاعفی را ایجاد کرد. بهبود (پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی مشهد، ۱۳۹۶). بدین ترتیب چنین یافته‌هایی می‌تواند در توسعه و تقویت دیپلماسی عمومی کشور تاثیر بسزایی داشته باشد علاوه بر گردشگران داخلی، با افزایش جذب گردشگران خارجی در طی زمان، تقاضای کالا و خدمات

- 
1. Pan
  2. Manzoor
  3. Megatrends
  4. Dwyer
  5. Boccella & Salerno

داخلی افزایش یافته، و در نتیجه آن با افزایش تقاضای نیروی کار، اشتغال به صورت نمایی افزایش می یابد. در گذر زمان، ارزآوری بیشتری صورت می گیرد که سبب افزایش سرمایه گذاری می شود و زیرساخت های گردشگری شهری مشهود نیز بهبود می یابد.

اقتصاد سیاسی، مفهوم مفیدی است که از آن برای فهم بهتر فعالیت های دولتی و سهم آنها در گردشگری استفاده می شود (برامل، ۲۰۱۱؛ درج<sup>۱</sup> و جنکیز<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷) و بر این نکته تاکید دارد که چگونه توزیع و رقابت بر سر قدرت و منابع می تواند پایه های منافع اساسی و مشوق ها را وضوح بخشد (کول<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲). بر این اساس اقتصاد سیاسی گردشگری به یک معنا نحوه تنظیم مناسبات دولتمردان را در مورد نحوه بهتر اداره کردن امور اقتصادی دولت در حوزه گردشگری راهنمایی می کند تا نیازهای شهروندان و گردشگران بهتر تأمین شود (کاپوراسو و لوین، ۱۳۸۷، ص. ۹). به عنوان مثال در حوزه گردشگری؛ اقتصاد سیاسی گردشگری یعنی تأثیر پدیده های سیاسی بر ابعاد اقتصادی گردشگری. در اینجا منظور از سیاست چیست؟ اقتصاد سیاسی موضوع خود را با ماهیت سیاسی تصمیم گیری و اینکه چگونه امور سیاسی در تصمیم گیری ها و انتخاب ها تأثیر می گذارد، آغاز می نماید (ننکو<sup>۴</sup>، رومیکسون<sup>۵</sup> و گورسی<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲، ص. ۱۵۴۰). چند رویکرد به سیاست قابل طرح است. یکی از رویکردهای مذکور سیاست به مثابه حکومت است. در این رویکرد سیاست شامل فعالیت ها، فرایندها و ساختارهای حکومت می شود. رویکرد سیاست به مثابه حکومت تعریفی از سیاست بر حسب سازمان، قوانین و عامل، عرضه می کند (همان، ص. ۲۱-۲۲). بر این اساس در سطح ملی، تأثیر سیاستگذاری های کلان حکومتی از جمله تنظیم مناسبات بین المللی له یا علیه برخی کشورها، تسهیلاتی که می توان برای حضور در برخی مقاصد گردشگری در نظر گرفت. در سطح محلی اهمیت دادن به سفرهای مذهبی در داخل کشور و ترغیب سازمانها برای در نظر گرفتن برخی تمهیدات مانند پرداخت وام سفر یا ایجاد سفرهای گروهی سازمانهای دولتی برای مقاصد گردشگری داخلی می توان شمرد. اقتصاد سیاسی گردشگری از منظر چند رویکرد متفاوت اقتصادی نیز قابل طرح است. «اقتصادی» تعریف کردن یک پدیده مانند گردشگری، یعنی تلاش برای رسیدن به اهدافی روشن و قابل دسترس براساس شرایط موجود که مشتمل بر امکانات و تنگناهای بیرونی است. رویکردهای مختلف اقتصادی و سیاسی به گردشگری در هنگام طرح مدل های توسعه ای در شهرهای گردشگرپذیر تنوعی دو چندان می گیرند. هنگامی که مدیریت شهری در تدبیر توسعه شهر بر اساس پتانسیل های گردشگری آن شهر است. یکی از مهمترین دغدغه های مدیریت جامع شهری این است که در طراحی راهبرهای توسعه شهری بر اساس نگاه توسعه پایدار، چه ملاحظاتی را باید در نظر گرفت. از آنجایی که شهر مشهود دارای ظرفیت های گردشگری مختلفی از جمله گردشگری فرهنگی، گردشگری سلامت، گردشگری تفریحی و... می باشد و

1. Dredge
2. Jenkins
3. Cole
4. Nunkoo
5. Ramkissoon
6. Gursoy

با توجه به محدودیت منابع برای بهره‌برداری صحیح از این ظرفیت‌ها، لازم است که آن ظرفیت‌هایی که بیشتر توانایی رشد دارند و منفعت بیشتری از آن‌ها حاصل می‌یابد، شناسایی گردد و در راستای آن برنامه‌ی مدون و سیاست‌گذاری صورت پذیرد. بنابراین اولویت‌بندی این ظرفیت‌ها حائز اهمیت می‌باشد.

بر اساس آنچه ذکر شد سوالات اصلی این مقاله عبارت از این است که از منظر اقتصاد سیاسی، شهری که دارای ظرفیت‌های چندگانه گردشگری است؛ اولویت‌های اصلی سیاست‌گذاری گردشگری آن چه می‌باشند و بر اساس چه ملاحظاتی لازم است توسعه خود در حوزه گردشگری را تدوین نماید؟

با الهام از رویکرد اقتصاد سیاسی مارکس و در حوزه اقتصاد سیاسی گردشگری می‌توان گفت هرگاه توزیع منابع گردشگری در جامعه میزبان متضمن منافع عینی تمامی گروه‌های ذینفع نباشد، تعارض بین بخش‌های مذکور اجتناب‌ناپذیر است. ناسازگاری دستگاه‌های اجرایی در مناطق گردشگرپذیر را می‌توان در چهارچوب مورد فوق‌الذکر تبیین نمود.

نئو کلاسیک‌ها نقطه تمرکزشان را بر منافع فردی قرار دادند. در این نظریه ناکارآمدی بازار عارضه‌ای است که هروقت جامعه با آن مواجه شد ضرورت مداخله دولت را ایجاب می‌نماید. بنابراین مداخله ورود سیاست در اقتصاد به منظور ترمیم بخشی از منافع جامعه است که بازار به تنهایی توان تامین آن را ندارد (کاپوراسو و لوین، ۱۳۸۷، ص. ۳۲۸). با الهام از رویکرد اقتصاد سیاسی نئوکلاسیک‌ها و در حوزه اقتصاد سیاسی گردشگری می‌توان گفت منطق اقتصاد سیاسی در گردشگری بیشینه‌سازی سود در این صنعت است و منطق سیاست در گردشگری بیشینه‌سازی قدرت ناشی از توسعه گردشگری است. بیشینه‌سازی قدرت در گردشگری از طریق مکانیزم‌های مشروعیت‌سازی و امنیت‌سازی ناشی از توسعه گردشگری است. اساساً توسعه گردشگران به ویژه حضور گردشگران خارجی در جامعه میزبان سبب توسعه مناسبات بین‌المللی کشور مقصد با مجموعه کشورهای گردشگرفرست می‌گردد. به علاوه حضور گردشگران در جامعه مقصد به امنیت خارجی مقصد گردشگری خواهد افزود. آنچنان که ملاحظه می‌شود حوزه اقتصاد و سیاست هرکدام انتفاع خود از گردشگری را در مسیری جداگانه جستجو می‌نمایند. بر این اساس، این دو حوزه مستقل باید حتی‌المقدور استقلال خود را حفظ نمایند.

## ۲. روش‌شناسی

در این قسمت به روش مطالعه، واحد مشاهده، واحد تحلیل، اعتبار و روایی یافته‌ها و نمونه مورد بررسی پرداخته می‌شود. این مقاله به لحاظ روش‌شناسی، جز روش‌های ترکیبی<sup>۱</sup> است. با این توضیح که در گام اول بنیه اصلی آن مبتنی بر مطالعه مروری سیستماتیک است و در گام دوم نظریات مستخرج بریک مورد مطالعه میدانی تطبیق داده شده است، یعنی شواهد و دلالت‌هایی از وضعیت گردشگری شهر مشهد — بر اساس نظرات کارشناسان — تطبیق بر نظریه داده شده است

روش مطالعه و بررسی در مقاله مروری، به شیوه مطالعه مروری سیستماتیک است. در مطالعات از جنس مطالعات مروری واحد مشاهده یافته پژوهشی و واحد تحلیل نظریه است. اعتبار و پایایی یافته پژوهشی بر اساس میزان باور پذیری یافته‌ها و فرایند حصول آنها تعیین می‌شود. در مطالعات سیستماتیک نوع تحلیل‌ها از نوع تحلیل‌های تفهیم‌گرایانه است و لذا رسیدن به مرز باور پذیری برای یافته پژوهشی اعتبار آفرینی می‌نماید و ضرورتی به تست تجربی مدل نیست. گرچه برخی مطالعه مروری<sup>۱</sup> را به دو شکل مطالعه مروری سیستماتیک<sup>۲</sup> و مطالعه مروری انتقادی<sup>۳</sup> تفکیک می‌کنند و بیان می‌دارند که در شکل سیستماتیک قصد اصلی محقق آن است که با مروری در سابقه مفهومی یا نظری یک حوزه ویژه به طبقه‌بندی جدیدی از آن دست یابد؛ در شکل دوم افزون بر طبقه‌بندی، به بررسی همگرایی و واگرایی مفهومی یا نظری در پژوهش‌های مذکور پرداخته و در مقام داوری قرار می‌گیرد. ولی به نظر می‌رسد رویه رایج در مطالعات مروری سیستماتیک در نظر گرفتن وجوه انتقادی نیز است (فلیس<sup>۴</sup>، هیدل<sup>۵</sup> و وادوا<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲، ص. ۱۱۱۵)

در این پژوهش تمامی مقالات مجلات معتبر انتشار یافته بعد از سال ۲۰۰۵ با کلید واژه‌های «اقتصاد سیاسی گردشگری» در چند دوره زمانی مورد بررسی اولیه قرار گرفت. در گام نخست، بیش از ۱۵۰ عنوان مقاله یافت شد که در عنوان، چکیده یا کلید واژه‌های مقالات منتشر شده عبارت مذکور وجود داشت. پس از آن به گزینش براساس عنوان مقالات و گاه سرفصل‌های اصلی، درجه ضریب تأثیر مجلات پرداخته شد و در مرحله دوم ۲۵ مقاله و در گام نهایی ۱۰ مقاله به عنوان مقالات پایه انتخاب گردید. یافته‌های مستخرج از مقالات برگزیده بر وضعیت گردشگری شهر مشهد — در سطوح سه گانه ملی، منطقه ای و محلی — تطبیق داده شد. یعنی شواهد و دلالت‌هایی از وضعیت گردشگری شهر مشهد در سطوح مذکور آورده شده است.

در این مطالعه، توصیف وضعیت موجود برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در شهر مشهد با استفاده از ملاحظاتی اجرای برنامه‌ها و گروه‌های درگیر یا ذریبط؛ با به کارگیری تکنیک ویکور مورد رتبه‌بندی قرار گرفت ویکور<sup>۷</sup> یک تکنیک تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه<sup>۸</sup> توافقی است که بر مبنای روش ال پی متریک، توسعه یافته است که به عنوان یک تابع کل در برنامه‌نویسی توافقی مورد استفاده قرار می‌گیرد (هانگ<sup>۹</sup>، گو — هشینگ<sup>۱۰</sup> و وی — سوان<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۹) و یکی از مدل‌های پرکاربرد در تصمیم‌گیری و انتخاب گزینه برتر می‌باشد. علت کاربرد فراوان این

1. Review Study
2. Systematic Review Study
3. Review Study Critical
4. Phelps
5. Heidl
6. Wadhwa
7. Viktor
8. Multiple Attribute Decision Making
9. Hung
10. Gwo-Hshiang
11. Yi-Hsuan

روش برای اولویت‌بندی گزینه‌ها و مزیت آن، این است که اولاً منطق استفاده شده در روش ویکور قابل فهم است. ثانیاً فرایندهای محاسبات، ساده هستند. ثالثاً، بهترین راه حل توافقی را ارائه می‌کند و همچنین این روش به طور همزمان نزدیکی به حداکثر سود و حداکثر فاصله از هزینه را در محاسبات به فرم ساده ریاضی ارائه می‌نماید (پیش‌یهار، فردوسی و حیاتی، ۱۳۹۷).

این تکنیک برای نخستین بار توسط اپریکوویچ<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) و اپریکوویچ و تنگ<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) معرفی گردید و برای حل مسائل تصمیم‌گیری چندمعیاره مورد استفاده قرار می‌گیرد. این روش بر رتبه‌بندی و انتخاب از یک دسته آترناتیوها و تعیین راه حل‌های سازگار برای مسئله با معیارهای متعارض متمرکز شده است که می‌تواند به تصمیم‌گیرندگان برای رسیدن به تصمیم نهایی کمک نماید. راه حل سازگار، یک راه حل شدنی است که نزدیک‌ترین راه حل به ایده‌آل است و منظور از سازگاری، جوابی است که بر اساس توافق متقابل حاصل می‌شود. ملاک رتبه‌بندی گزینه‌ها بر اساس میزان نزدیکی به راه حل ایده‌آل می‌باشد (پیش‌یهار، فردوسی و حیاتی، ۱۳۹۷).

ساختار این مدل به صورت زیر می‌باشد (محمدی و باقری کشکولی، ۱۳۹۳؛ ابراهیم آبادی، چاجی و داوودآبادی،

۱۳۹۷):

۱- تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس آترناتیو شاخص

۲- محاسبه وزن شاخص‌ها

در این مرحله با توجه به ضریب اهمیت معیارهای مختلف در تصمیم‌گیری، بردار وزن به صورت زیر تعریف

می‌شود:

$$W=[W_1, W_2, W_3, \dots, W_n] \quad (1)$$

۳- تعیین بالاترین ارزش  $f_i^+$  و پایین‌ترین ارزش  $f_i^-$  توابع معیار در صورتی که  $i=1,2,\dots,n$  باشد.

در این مرحله نرمال‌سازی ماتریس تصمیم‌گیری از طریق رابطه زیر صورت می‌گیرد:

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}} \quad (2)$$

$X_{ij}$ ، مقادیر هر معیار برای هر گزینه می‌باشد. سپس جهت وزن دار کردن، مقادیر ماتریس نرمال هر یک از گزینه‌ها

بر وزن معیارها ضرب می‌گردد.

۴- محاسبه ارزش  $S_j$  و  $R_j$  برای  $j=1,2,\dots,n$  که به صورت زیر تعریف می‌شوند:

1. Opricovic  
2. Opricovic & Tzeng

$$F_i^+ = \max_j f_{ij}; f_i^- = \min_j f_{ij} \quad (3)$$

۵- مقدار  $Q_j$  (ایده آل) برای  $j=1,2,\dots,J$  به طریق زیر محاسبه می شود:

$$S_j = \sum_{i=1}^n w_i \cdot \frac{f_i^+ - f_{ij}}{f_i^+ - f_i^-}; \quad R_j = \max \left[ w_i \cdot \frac{f_i^+ - f_{ij}}{f_i^+ - f_i^-} \right] \quad (4)$$

۶- محاسبه شاخص ویکور: شاخص ویکور هر گزینه مطابق رابطه زیر تعریف می شود.

$$Q_i = v \left[ \frac{S_i - S^+}{S^- - S^+} \right] + (1 - v) \left[ \frac{R_i - R^+}{R^- - R^+} \right] \quad (5)$$

پارامترهای رابطه (۵) مطابق رابطه های (۶) و (۷) محاسبه می شوند.

$$S^- = \max S_i, \quad S^+ = \min S_i \quad (6)$$

$$R^- = \max R_i, \quad R^+ = \min R_i \quad (7)$$

۶- مرتب کردن گزینه ها بر پایه مقادیر  $Q$  (شاخص ویکور)،  $R'$  (مقدار تاسف)،  $S$  (مقدار سودمندی): گزینه ها

بر اساس مقادیر  $Q_i, R_i, S_i$  به صورت نزولی مرتب می شوند.

برای استفاده از این تکنیک، ابزار سنجش متناسب با آن - پرسشنامه ای ساخت یافته - توین گردید. این پرسشنامه مبتنی بر سوالات باز و بسته بود که با مشارکت ۱۲ نفر از کارشناسان گردشگری دستگاه های اجرایی و عمومی شهر مشهد و محققان این حوزه تکمیل گردید. در مرحله اول گردآوری اطلاعات، از کارشناسان خواسته شد تا اهمیت هر یک از ملاحظات اجرای برنامه ها را در برنامه های توسعه چندجانبه گردشگری شهر مشهد از بسیار کم تا بسیار زیاد در طیف ۵ گزینه ای لیکرت، نمره گذاری کنند. شایان ذکر است ملاحظات مذکور در اصل معیارهای چندگانه است که در تصمیم گیری های چند شاخصه مورد استفاده قرار می گیرد و شناسایی آنها بر اساس نظرات کارشناسان است. در مرحله دوم از آن ها درخواست گردید، به وضعیت موجود هر یک از ملاحظات اجرای برنامه ها را در برنامه های توسعه چندجانبه گردشگری شهر مشهد نمره دهند. در مرحله بعد خواسته شد تا نقش بالفعل هر یک از گروه های درگیر یا ذریبط در اجرای برنامه های توسعه گردشگری در مشهد را در طیف لیکرت از نمره ۱ (کاملاً پایین) تا نمره ۵ (کاملاً بالا) مشخص کنند و در مرحله پایانی نیز از کارشناسان درخواست گردید مهمترین تأثیرگذاری (مداخله ای) که هر یک از گروه های ذریبط یا ذریبط در حوزه گردشگری و زیارت در شهر مشهد می توانند داشته باشند را بیان کنند.

## ۳. یافته‌ها

طبقه‌بندی مفهومی حوزه اقتصاد سیاسی گردشگری در ذیل از منظر توسعه منطقه‌ای، طرح دیدگاه‌های نظری نسبت به اقتصاد سیاسی گردشگری و ماهیت سیاسی تصمیمات غیرسیاسی منطقه، بررسی نقش دولت‌های محلی در توسعه منطقه‌ای از منظر مذکور، طرح دیدگاه‌های نظری نسبت به نقش گروه‌های ذینفع در توسعه منطقه‌ای و تبیین نقش گردشگری خارجی در وابستگی از منظر اقتصاد سیاسی گردشگری می‌تواند رهاورد بحث فوق باشد.

## جدول ۱. طبقه‌بندی مفهومی حوزه اقتصاد سیاسی گردشگری از منظر توسعه شهری

نظریه پرداز	گزاره های پایه توصیفی و تحلیلی	پیامدهای عمومی و در حوزه شهری
مایر (۲۰۱۲)	اقتصاد سیاسی گردشگری در صدد آن است که سوالاتی را درباره ماهیت، نقش و تأثیر تولید و مصرف گردشگری طرح نمایند. و نهایتاً به روابط قدرت بپردازند.	غالب مقاصد گردشگری دارای پتانسیل‌هایی چند گانه برای توسعه گردشگری هستند. اما در بین این اشکال چند گانه یک مسیر ویژه مورد توجه قرار می‌گیرد و توسعه گردشگری در آن مسیر اتفاق می‌افتد. مثلاً شهر مشهد هم ظرفیت توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی را دارد و هم گردشگری مذهبی و زیارت. اما صرفاً گردشگری مذهبی و زیارت مورد توجه قرار می‌گیرد. ساختار مذهبی گروه‌های ذینفع شهری، وجود حوزه‌های علمیه، مبین این جهت‌گیری است.
نانکو، رامیکسون، گورسی (۲۰۱۲) (در سطح تحلیل کشور)	اقتصاد سیاسی افزون بر آنکه برای فهم مداخلات دولت در توسعه گردشگری مفید است تأکیدی نیز بر اهمیت روابط دولت با جامعه دارد. به عقیده جزاپ <sup>۱</sup> (۲۰۰۸) اقتصاد سیاسی نقطه آغازین آن پذیرش این نکته است که دولت را باید به مثابه یک رابطه اجتماعی پذیرفت. از منظر او دولت دارای خمیرمایه‌ای اجتماعی است. بسلی <sup>۲</sup> و بورگس <sup>۳</sup> (۲۰۰۲) مدعی هستند که پاسخگویی دولت به شهروندان یک موضوع اساسی در اقتصاد سیاسی است. به عقیده برامول (۲۰۱۱) نقش اساسی دولت پاسخگویی به شهروندان در مورد سیاست‌های اتخاذ شده است.	رویکرد اقتصاد سیاسی در حوزه گردشگری به دنبال فراهم آوردن بنیانی برای فهم بهتر سهم دولت و نیز اهمیت اعتماد شهروندان به نهادهای دولتی است. پورسل <sup>۴</sup> و نوین <sup>۵</sup> (۲۰۰۵) به این نکته اشاره داشتند که روابط پایدار سیاسی میان دولت و شهروندان عناصری مهم در مشروعیت سیاسی و کارآمدی اقتدار محسوب می‌شوند و ضمانت بخش اعمال اراده عمومی است. به عقیده برامول فقدان مشروعیت سبب ناپایداری‌های اجتماعی و سیاسی می‌شود که آنها در نوع خود پایداری فعالیت‌های اقتصادی را با مخاطره مواجه می‌نمایند (برامول، ۲۰۱۱)

1. Jessop
2. Besley
3. Burgess
4. Purcell
5. Nevin



## جدول ۲. دیدگاه های نظری نسبت به نقش دولت های محلی در توسعه شهری از منظر اقتصاد سیاسی گردشگری

نظریه پرداز	گزاره پایه توصیفی	گزاره پایه تحلیلی	آثار پیامدی در حوزه شهری
بیری <sup>۱</sup> (۲۰۱۲)	-	-	گاه برای انجام یک مجموعه سرمایه گذاری احتیاج به مستمرک ها و پوشش های قانونی است. اگر منافع گروه های ذینفع شهری اقتضا نماید مثلا یک بخش از شهر توسعه ویژه بیابد، قرار دادن آن بخش در قالب مناطق نمونه گردشگری می تواند زمینه جذب سرمایه های کلان بانک ها و امتیازات نهادهای حکومتی را فراهم نماید.
وانگ و برانول (۲۰۱۲)	چگونه برای گروه های قدرتمند ممکن است که بتوانند «هژمونی» ایدئولوژی خود را برای منافعشان از طریق فعالیتهای دولتی ارتقا و بهبود دهند. اندیشه و ایده های مربوط به اقتصاد گردشگری نقش دولتهای محلی را در توسعه رویدادهای عظیم ورزشی مورد بررسی قرار دهد.	در اقتصاد سیاسی تاکید اصلی بر این است که چگونه روابط اقتصادی می تواند دیگر روابط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی موجود در حاکمیت را تحت تأثیر قرار دهد.	دلیل دیگر مداخله دولت حمایت او از میراث فرهنگی و تاریخی منطقه است. نگاه صرفا اقتصادی به گردشگری گاهی سبب لطمه هایی به میراث تاریخی - فرهنگی منطقه می شود. بر این اساس انتظاری که از حکمرانی می شود این است که از این گونه لطمات جلوگیری نماید. اقدامی که سبب افزایش مشروعیت فرهنگی و سیاسی حاکمیت منجر می شود. به نظر هاریسون حکمرانی گردشگری میراث مشتمل بر فرایندی است که در آن گروهها و نهاد های متعدد برای کسب قدرت و نفوذ بیشتر یکدیگر را می فریبند هاریسون <sup>۲</sup> (۲۰۰۴، ص. ۲۸۵). استفاده از این ملاحظات در چهارچوب مسائل شهری مشهد مبین این نکته است که توسعه امر گردشگری در مشهد و فهم مسیر آن مستلزم دانستن گروه های ذینفع شهری در این شهر است. این گروهها مجموعه وسیعی هستند که هر کدام از یک منظر منافعشان با چگونگی توسعه گردشگری در مشهد پیوند خورده است.

## جدول ۳. دیدگاه های نظری نسبت به نقش گروه های ذینفع در توسعه شهری از منظر اقتصاد سیاسی گردشگری

نظریه پرداز	گزاره پایه توصیفی	گزاره پایه تحلیلی
نانکو <sup>۳</sup> و اسمیت <sup>۴</sup> (۲۰۱۳)	مبادله منافع، امری اختیاری و داوطلبانه است و الزامات نامشخصی را در آینده در بر می گیرد و اگر بخواهد جلدی گرفته شود مستلزم آن است که یک اعتماد ضمنی بین طرفین وجود داشته باشد، در غیر اینصورت فرصت های تعاملی بین طرفین از بین خواهد رفت.	حمایت افراد مقیم یا ساکنین، از گردشگری، تحت تأثیر تفسیر آنها از منافع و هزینه های توسعه گردشگری است.

1. Beery
2. Harrison
3. Nunkoo
4. Smith

نظریه پرداز	گزاره پایه توصیفی	گزاره پایه تحلیلی
شنگ <sup>۱</sup> (۲۰۱۱)	-	جامعه محلی در مقابل با رشد سریع گردشگری دارای مواضعی هماهنگ و منسجم نیست. در حالیکه گروه-های ذینفع ممکن است نسبت به رشد شدید گردشگری خرسند گشته و لذا توان بیشتری برای مواجهه با پیامدهای منفی آن را داشته باشند، این امر برای گروه‌های و یا دسته‌های دیگر به این معکوس باشد.

#### جدول ۴. دیدگاه‌های نظری نسبت به نقش گردشگری خارجی در وابستگی از منظر اقتصاد سیاسی گردشگری

نظریه پرداز	گزاره پایه توصیفی	گزاره پایه تحلیلی
بریتون <sup>۲</sup> (۱۹۸۲)	در کشورهای جهان سوم یا در حال توسعه، بیشترین منافع اقتصادی متوجه خارجی‌ها و نخبگان محلی و ذینفعان است. در حالیکه اکثریت افراد محلی سودشان در حد مشارکت به صورت استخدام کارگران روز مزد یا خرده فروشان کوچک یا صنایع دستی است.	صنعت گردشگری بین‌المللی به علت قدرت اقتصادی ناشی از گردشگران خارجی، بر مقاصد گردشگری پیرامونی شکلی از توسعه یافتگی را تحمیل می‌نماید که آن سبب تقویت وابستگی و آسیب‌پذیری نسبت به کشورهای توسعه یافته می‌شود.
کیو، ناوارت، بوزینده <sup>۳</sup> (۲۰۱۴)	رویکرد اقتصاد سیاسی متوجه نقش کانونی گردشگری در توسعه پرتلاریزاسیون به دورترین و پنهان‌ترین نقاط جهان است.	توسعه گردشگری به اقصا نقاط جهانی منجر به این می‌شود که آن بخشی از نیروی کار جهانی که جذب نظام سرمایه‌داری نشده است؛ نیز جذب این نظام گردد.

بر اساس آنچه در جدول شماره ۱ آمده است، مشخص گردید که در تعریف اقتصاد سیاسی گردشگری وفاق تامی در بین تعاریف ارائه شده وجود ندارد. از میان تعاریف ارائه شده، مفهوم‌پردازی نانکو، رامیکسون و گورسی (۲۰۱۲) دارای وضوح و تناسب درونی بیشتری است. با الگو از تعریف مذکور می‌توان اقتصاد سیاسی گردشگری را به این ترتیب تعریف نمود: اقتصاد سیاسی گردشگری عبارت است از بررسی تأثیر مناسبات قدرت کنشگران سیاسی، گروه‌های ذینفع و ساختارهای سیاسی بر تصمیم‌گیری‌های توسعه‌ای گردشگری به گونه‌ای که متضمن منافع اقتصادی برای دسته‌های مذکور است. هر چند بر اساس نظر آلتوسر تناقضات نظام سرمایه‌داری در نظام‌های خردتر نیز جلوه‌گری می‌نماید. مثلاً در نظام شهری در قالب بحران‌های مسکن، ترافیک و نقصان‌هایی در برنامه‌ریزی خود را نمایان می‌کند (سوندرز، ۱۳۹۱، ص. ۳۱۳). بر این اساس نقصان‌های مدیریت گردشگری و ناهماهنگی‌های آن را

1. Sheng  
2l Britton  
3r Xue, Navarrete & Buzinde

می توان در چهارچوب تناقضات نظام سرمایه داری دید. بر اساس نظر کاستلز شهرها در واکنش به پیروی افراد از ارزش ها و اهداف متنوع خود پدید آمده و دچار تغییر می شوند. کاستلز شهر را بر حسب معانی متناسب به آن در مقاطع زمانی مختلف توسط گروه های مختلفی که در کشمکش با یکدیگرند مفهوم سازی می کند (سوندرز، ۱۳۹۱، ص. ۳۰۰). بر اساس این چشم انداز، توسعه سیاست های گردشگری محصول برآیند کشمکش های نهادهای درون شهری و کنشگران آن است. بر این اساس می توان تنش های جمعی جامعه میزبان با گردشگران را تبیین نمود. جامعه میزبان به رغم گوناگونی که دارد — اگر گردشگری کالایی پر هزینه برای آن جامعه باشد — می تواند عامل انسجام درونی و تضاد علیه گردشگران بشود.

نخست، با استفاده از تکنیک ویکور، برنامه های توسعه چندجانبه گردشگری در شهر مشهد را با استفاده از ملاحظات اجرای برنامه ها مورد رتبه بندی قرار گرفت. برای این منظور، از کارشناسان خبره در حوزه های مرتبط با گردشگری، اهمیت هر یک از این برنامه ها با توجه به ملاحظات اجرای برنامه ها، مورد سوال و وزن های مربوطه استخراج گردید (جداول ۵ و ۶).

#### جدول ۵. وزن ملاحظات اجرای برنامه ها

کسب درآمد پایدار برای شهر مشهد	تامین منافع شهروندان مشهد	وجود زیرساخت های مورد نیاز	حفظ محیط زیست و منابع طبیعی	تطابق با موازین شرعی و عرفی و اخلاقی	وزن
۴/۴۸	۴/۳۷	۴/۰۸	۳/۸۳	۳/۶۸	

مأخذ: (یافته های پژوهش، ۱۳۹۹)

#### جدول ۶. وزن گروه های درگیر یا ذریبط با برنامه

شهرداری و مدیریت شهری	استانداردی	بخش خصوصی	شرکتهای سرمایه گذار	اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری	نماینده گوی ولی فقیه (امام جمعه)	آستان قدس رضوی	اوقاف	وزن
۳/۵۷	۳/۲۸	۳/۲۲	۳/۲۲	۳/۲۰	۲/۵۳	۲/۵۳	۱/۷۵	

مأخذ: (یافته های پژوهش، ۱۳۹۹)

جداول ۷ و ۸ ماتریس های تصمیم و نرمال در ارتباط با ملاحظات اجرای برنامه ها است. ماتریس تصمیم، همان ماتریس اولیه است که سوالات مرتبط با موضوع پژوهش از کارشناسان و محققان گردشگری به صورت طیف ۵ گزینه ای لیکرت پرسیده شد و با میانگین گیری ماتریس اولیه تشکیل گردید. بعد از تشکیل ماتریس اولیه، مقادیر موجود در این ماتریس، با استفاده از رابطه ۲ به ماتریس نرمال تبدیل می گردد (ماتریس های تصمیم و نرمال گروه های درگیر یا ذریبط با برنامه در پیوست می باشد).

## جدول ۷. ماتریس تصمیم در ارتباط با ملاحظات اجرای برنامه‌ها

تطابق با موازین شرعی و عرفی و اخلاقی	حفظ محیط زیست و منابع طبیعی	وجود زیرساخت‌های مورد نیاز	تامین منافع شهروندان مشهد	کسب درآمد پایدار برای شهر مشهد	
۳/۷۵	۲/۹۱	۳/۲۵	۲/۷۵	۲/۸۳	توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن
۳/۵	۲/۳۳	۲/۶۶	۲/۸۳	۳/۳۳	توسعه و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن
۳/۵	۲/۵۸	۲/۲۵	۲/۳۳	۲/۲۵	توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر مشهد
۳/۳۳	۲/۴۱	۲/۷۵	۲/۳۳	۲/۲۵	برگزاری جشنواره‌های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن
۳/۵۸	۲/۲۵	۲/۱۶	۲/۱۶	۲/۱۶	توسعه گردشگری فرهنگی - ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

## جدول ۸. ماتریس نرمال در ارتباط با ملاحظات اجرای برنامه‌ها

تطابق با موازین شرعی و عرفی و اخلاقی	حفظ محیط زیست و منابع طبیعی	وجود زیرساخت‌های مورد نیاز	تامین منافع شهروندان مشهد	کسب درآمد پایدار برای شهر مشهد	
۰/۴۷۴۳	۰/۵۱۹۴	۰/۵۴۹۴	۰/۴۹۲۵۴	۰/۴۸۶۲	توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن
۰/۴۴۲۷	۰/۴۱۵۶	۰/۴۵۰۸	۰/۵۰۷۴۶	۰/۵۷۲	توسعه و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن
۰/۴۴۲۷	۰/۴۶۰۱	۰/۳۸۰۴	۰/۴۱۷۹۱	۰/۳۸۶۱	توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر مشهد
۰/۴۲۱۶	۰/۴۳۰۴	۰/۴۶۴۹	۰/۴۱۷۹۱	۰/۳۸۶۱	برگزاری جشنواره‌های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن
۰/۴۵۳۲	۰/۴۰۰۷	۰/۳۶۶۳	۰/۳۸۸۰۶	۰/۳۷۱۸	توسعه گردشگری فرهنگی - ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

با استفاده از این وزن‌ها و طی کردن سایر مراحل تکنیک ویکور، برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در مشهد رتبه‌بندی گردید که نتایج آن در جدول ۷ نشان داده شده است. همانطور که نتایج جدول نشان می‌دهد توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن رتبه نخست برنامه‌های موجود را به خود اختصاص داده است. بعد از این برنامه، توسعه و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن قرار دارد. رتبه سوم برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در مشهد به توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر مشهد اختصاص پیدا کرده است. دو رتبه انتهایی نیز به ترتیب به برگزاری جشنواره‌های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن، توسعه گردشگری فرهنگی - ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس می‌باشد.

جدول ۹. رتبه‌بندی برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در مشهد بر اساس ملاحظات اجرای برنامه‌ها

رتبه‌بندی	شاخص ویکور	مقدار سودمندی <sup>۲</sup>	مقدار تاسف <sup>۱</sup>	برنامه‌ها
۱	۰	۲/۴۷	۱/۹۲	توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن
۲	۰/۴	۷/۷۶	۳/۳۵	توسعه و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن
۳	۰/۸	۱۵/۳۳	۴/۱۶	توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر مشهد
۴	۰/۹	۱۵/۸۷	۴/۱۶	برگزاری جشنواره‌های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن
۵	۱	۱۸/۲۳	۴/۴۸	توسعه گردشگری فرهنگی - ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

در مرحله بعد، این برنامه‌ها با توجه به گروه‌های درگیر یا ذیربط با برنامه مورد سنجش قرار گرفت. همانطور که نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن رتبه نخست برنامه‌ها را با توجه به ملاحظات اجرای برنامه‌ها به خود اختصاص داده است. توسعه و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن، توسعه گردشگری فرهنگی - ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس، برگزاری جشنواره‌های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن، توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر مشهد به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

۱. مقدار تاسف (R) بیانگر حداکثر ناراحتی گزینه ام از دوری از نقطه ایده‌آل می‌باشد. نحوه محاسبه در فرمول ۴ توضیح داده شده است.

۲. مقدار سودمندی (S) بیانگر فاصله نسبی گزینه ام از نقطه ایده‌آل. نحوه محاسبه در فرمول ۴ توضیح داده شده است.

جدول ۱۰. رتبه‌بندی برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در مشهد بر اساس گروه‌های درگیر با ذریب با برنامه

رتبه‌بندی	شاخص ویکور	مقدار سودمندی	مقدار ناسف	برنامه‌ها
۱	۰	۹/۱۷	۲/۹۹	توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن
۲	۰/۵۰	۱۳/۳۹	۳/۲۰	توسعه و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن
۳	۰/۶۴	۱۴/۲۱	۳/۲۸	توسعه گردشگری فرهنگی- ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس
۴	۰/۶۴	۱۴/۹۷	۳/۲۲	برگزاری جشنواره‌های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن
۵	۱	۱۵/۷۶	۳/۵۷	توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر مشهد

مأخذ: (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹).

#### ۴. بحث

سوال اصلی مقاله حاضر این می‌باشد که از منظر اقتصاد سیاسی، شهری که دارای ظرفیت‌های چندگانه گردشگری است؛ اولویت‌های اصلی سیاست‌گذاری گردشگری آن چه می‌باشند و بر اساس چه ملاحظاتی لازم است توسعه خود در حوزه گردشگری را تدوین نماید؟ آنچنانکه ذکر شد و ماخوذ از نظریه مایر (مایر، ۲۰۱۲) می‌توان به این سوال پاسخ داد که با توجه به اینکه شهرهایی که مقاصد گردشگری محسوب می‌شوند و دارای ظرفیت‌های چندگانه‌ای برای توسعه هستند، چرا در یک مقصد گردشگری، گونه‌ای خاص از گردشگری مورد توجه ویژه قرار می‌گیرد؟ به نظر می‌رسد مدیران ارشد توسعه شهری باید اشکال مختلف توسعه یک شهر را در چهارچوب نقش یا کارکرد کلانی که برای آن شهر در نظر گرفته شده است؛ جستجو نمایند. مثلاً اگر کارکرد شهر مشهد از منظر نظام سیاسی و در مقیاس ملی، کارکرد مشروعیت‌سازی برای نظام سیاسی باشد، می‌توان انتظار داشت توسعه رقابت‌گونه اشکال غیرمذهبی گردشگری (مانند توسعه برخی مجموعه‌های گردشگری در نواحی بیلاقی شهر مشهد) مورد حساسیت ویژه قرار گیرد. به طوری که مدیران شرکت مذکور برای حساسیت‌زدایی و دفع تهدیدات با ادبیاتی مذهبی وارد تعامل با مدیران شهری مشهد شوند. رفتارهایی همچون کمک به بازسازی عتبات عالیات، اطعام عزاداران حسینی در ایام عاشورا و در مقیاس بسیار وسیع، برگزاری برنامه‌های مذهبی در ایام ماه مبارک رمضان در شاندیز و حتی کمک‌های مالی مجموعه مذکور به حوزه علمیه را در همین راستا می‌توان دید. این امر نه تنها توسط آن مجموعه که توسط سایر مجموعه‌های گردشگری شهر مشهد نیز اتخاذ می‌شود. (مانند برگزاری محافل انس با قرآن کریم در یکی از مجموعه‌های گردشگری در شمال غرب مشهد) افزون بر آن سایر شرکت‌ها یا نهادهایی که قصد گرفتن مجوزهای بزرگ برای ایجاد مراکز تفریحی و گردشگری را دارند؛ دیدار با چهره‌های مذهبی شناخته شده شهر مشهد و حتی مراجع تقلید محلی و نیز مستندسازی این ملاقات‌ها و فعالیت‌ها را در صدر فعالیت‌هایشان قرار می‌دهند (به عنوان نمونه مراجعه شود به مجموعه مستندات سرمایه‌گذاری پروژه هشت بهشت در شهر مشهد). در اینجا به طرح این سوال می‌پردازیم که اساساً شرکت‌های گردشگری مذکور که در زمره بخش خصوصی محسوب می‌شوند با چه چالشی در مسیر توسعه خود مواجه شده‌اند که برای برون رفت از آن ناچار به

هزینه‌کردهای به ظاهر غیراقتصادی هستند. بر اساس مدل نخست، مدیریت توسعه گردشگری در شهر مشهد نتوانسته است گروه‌های ذینفع مذکور را بر اساس هزینه‌ها و دستاوردهایی که برای توسعه گردشگری در این شهر دارند؛ معرفی و برسه‌م آن به وفاق برسند. لذا گروه‌های مذکور برای ادامه حیات اقتصادی خود به دنبال سازگاری با محیط هستند. این سازگاری مستلزم پرداخت هزینه‌هایی گزاف است. که از منظر توسعه‌ای، پدیده‌ای مرضی محسوب می‌شود.

از نگاه (بیری، ۲۰۱۲) گاه برای انجام یک مجموعه سرمایه‌گذاری احتیاج به مستمسک‌ها و پوشش‌های قانونی است. اگر منافع گروه‌های ذینفع شهری اقتضا نماید مثلا یک بخش از شهر توسعه ویژه بیابد قرار دادن آن بخش در قالب مناطق نمونه گردشگری می‌تواند زمینه جذب سرمایه‌های کلان بانک‌ها و امتیازات نهادهای حکومتی را فراهم نماید. توسعه برخی مناطق ویژه گردشگری در شمال شرق مشهد را در همین چهارچوب می‌توان مطالعه نمود. مجموعه ای متشکل از فرماندهان ارشد نظامی و مدیران ارشد شهرداری می‌تواند به تشکیل گروه‌های ذینفع بینجامد که توان تغییر مسیر نقشه توسعه شهری مشهد را فراهم نماید.

از طرفی دیگر و آن چنانکه نانکو، رامیکسون و گورسی (۲۰۱۲) آورده‌اند رویکرد اقتصاد سیاسی در حوزه گردشگری، به دنبال فراهم آوردن بنیانی برای فهم بهتر سهم دولت و نیز اهمیت اعتماد شهروندان به نهادهای دولتی است. پورسل<sup>۱</sup> و نوین<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) به این نکته اشاره داشتند که روابط پایدار سیاسی میان دولت و شهروندان عناصری مهم در مشروعیت سیاسی و کارآمدی اقتدار محسوب می‌شوند. ضمانت بخش اعمال اراده عمومی است. به عقیده برامول فقدان مشروعیت سبب ناپایداری‌های اجتماعی و سیاسی می‌شود که آنها در نوع خود پایداری فعالیت‌های اقتصادی را با مخاطره مواجه می‌نمایند (برامول، ۲۰۱۱)

## ۵. نتیجه گیری

بر این اساس مدیران شهری در مناطق گردشگر پذیر باید به دنبال افزایش رضایت شهروندان باشند و حمایت اجتماعی را از مجموعه سرمایه‌گذاری‌های توسعه‌ای بخش گردشگری بالا ببرند. این تدبیر در چهارچوب توسعه پایدار گردشگری و سیاست‌های آمایش منطقه نیز قابل توضیح است. انبوه پژوهش‌های انجام شده در سال‌های اخیر در شهر مشهد که به دنبال پایش رضایت شهروندان و گردشگران و بهینه نمودن مناسبات آنها می‌باشند را نیز در همین راستا باید دانست. بر اساس آنچه گذشت توسعه بهینه شهری مشهد در حوزه گردشگری و از منظر اقتصاد سیاسی، مستلزم شناسایی کارکرد و نقش سیاسی شهر مشهد در مقیاس ملی، شناسایی گروه‌های ذینفع رسمی و غیر رسمی، وفاق جمعی در سطح گروه‌ها بر برآورد هزینه‌های گردشگری شهری مشهد، تعیین سهم سازمان‌ها و نهادها

از هزینه های مذکور، باز تنظیم منافع گردشگری در گروه های ذینفع بر اساس میزان هزینه کرد مستقیم و غیر مستقیم، می باشد که موارد مذکور در چهارچوب مدیریت جامع شهری امکان پذیر است .

با توجه به اینکه اولویت اصلی سیاست ها و برنامه های گردشگری و زیارت در شهر مشهد گردشگری سلامت و گردشگری تفریحی است لذا پیشنهاد می گردد برند مقصد برای گردشگری شهر مشهد ایجاد شود. همچنین تنوع بخشی به عرضه محصولات گردشگری، سوق دادن گردشگران به سمت جاذبه های تاریخی و فرهنگی شهر مشهد به جای مراکز خرید از دیگر مواردی است که توسط دستگاه های اجرایی استان همچون استانداری، شهرداری، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، آستان قدس و... قابلیت اجرا و پیاده سازی را دارد که در نهایت منجر به تأثیرگذاری بالای حوزه گردشگری خواهد شد.

تقویت کارگروه های تخصصی زیارت و گردشگری سلامت و همچنین حوزه های دیگر گردشگری، مدیریت هدفمند و اثربخشی ذی نفعان گردشگری، تسهیل کردن شرایط برای سرمایه گذاری بخش خصوصی به همراه تدوین برنامه های راهبردی برای توسعه گردشگری در مشهد؛ از مواردی است که باید در حوزه سرمایه گذاری توسط دستگاه های ذیربط به آن توجه گردد.

#### کتاب نامه

۱. ابراهیم آبادی، غ.، چاجی، ل.، و داوود آبادی، م. (۱۳۹۷). ارزیابی عملکرد اقتصادی با رویکرد شیوه خوشه بندی و مدل ویکور (مطالعه موردی، هلدینگ صنعت آب و فاضلاب شهری). *نشریه علوم و مهندسی آب و فاضلاب*، ۴۷-۵۷.
۲. پژوهشکده گردشگری جهاددانشگاهی مشهد. (۱۳۹۶). *پیمایش ملی سنجش ارزشها، نگرشها و رفتارشناسی گردشگران ایران*. مشهد: جهاددانشگاهی.
۳. پیش بهار، ا.، فردوسی، ر.، و حیاتی، ب. (۱۳۹۷). اولویت بندی استراتژی های بازاریابی شرکت صنایع لبنی پگاه آذربایجان شرقی: کاربرد رهیافت های دیماتل و ویکور. *نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی*، ۱۰۹-۱۲۱.
۴. سوندرز، پ. (۱۳۹۱). *نظریه اجتماعی و مساله شهری*. تهران: تیسرا.
۵. کاپوراسو، ج. ا.، و ولوین، د. پ. (۱۳۸۷). *نظریه های اقتصاد سیاسی*. (م. عبد الله زاده، مترجم) تهران: ثالث.
۶. محمدی، ج.، و باقری کشکولی، ع. (۱۳۹۳). تحلیل تطبیقی رابطه بین فقر و خشونت شهری با استفاده از مدل ویکور (مطالعه موردی: محله های شهر یزد). *نشریه مطالعات نواحی شهری*، ۱۲۵-۱۴۹.

7. Beery, J. (2012). State, capital and spaceships: A terrestrial geography of space tourism. *Geoforum*, 43, 25-34.
8. Boccella, N., & Salerno, I. (2018). Tourism trends and policies. Alcune riflessioni sul rapporto, OECD organization. *Rivista di Scienze del Turismo-Ambiente Cultura Diritto Economia*, 8(1-2), 19-27.
9. Britton, S.g. (1982). The political economy of tourism in the third world. *Annals of Tourism Research*, 9, 331-358.



10. Chang, G.C. (2006). *Strategic planning in education: some concepts and steps*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
11. Cole, s. (2012). A political ecology of water equality and tourism: A case study from Bali. *Annals of Tourism Research*, 39, 1221–1241.
12. Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism Management*, 30(1), 63-74.
13. Dwyer, L., Edwards, D.C., Mistilis, N., Roman, C., Scott, N., & Cooper, C. (2008). *Megatrends underpinning tourism to 2020: analysis of key drivers for change*. Australia: CRC for Sustainable Tourism.
14. Hung, Y., Gwo-Hshiung, T., & Yi-Hsuan, C. (2009). A fuzzy MCDM approach for evaluating banking performance based on Balanced Scorecard. *Expert Systems with Applications*, 10135-10147.
15. Mair, h. (2012). Political economy of tourism: a critical perspective. *Annals of Tourism Research*, 39, 1276-1277.
16. Manzoor, F., Wei, L., & Asif, M. (2019). The contribution of sustainable tourism to economic growth and employment in Pakistan. *International journal of environmental research and public health*, 16(19), 3785.
17. Nunkoo, r., & smith, s. I. (2013). Political economy of tourism: trust in government actors, political support, and their determinants. *tourism management*, 36, 120-132.
18. Nunkoo, r., ramkissoon, h., & gursoy, d. (2012). public trust in tourism institutions. *Annals of Tourism Research*, 39, 1538-1566.
19. OECD. (2018). *Tourism trend and policies*. Paris: OECD publishing
20. Opricovic, S. (1998). *Multi-criteria Optimization of Civil Engineering Systems*. Belgrade: Faculty of Civil Engineering.
21. Opricovic, S., & Tzeng, G. (2004). The compromise solution by MCDM methods: A Comparative Analysis of VIKOR and TOPSIS. *European Journal of Operational Research*, 445-455.
22. Pan, X., Rasouli, S., & Timmermans, H. (2021). Investigating tourist destination choice: Effect of destination image from social network members. *Tourism Management*, 83, 104217.
23. Phelps, C., Heidl, R., & Wadhwa, A. (2012). Knowledge, networks, and knowledge Networks: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38, 1115-1166.
24. Sheng, L. (2011). Foreign investment and urban development: A perspective from tourist cities. *Habitat International*, 35, 111e117.
25. Wan, Y.P. (2013). A comparison of the governance of tourism planning in the two Special Administrative Regions (SARs) of China - Hong Kong and Macao. *Tourism Management*, 36, 164-177.
26. Wang, y., & Brannwell, b. (2012). Heritage protection and tourism development priorities in Hangzhou, China: A political economy and governance perspective. *Tourism Management*, 33, 988-998.
27. Xue, L., Navarrete, D. M., & Buzinde, C. N. (2014). Theorizing the concept of alienation in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 44, 186-199.