



## Research Paper

## Study Religious Tourism position Mashhad's in Major Urban documents

Zahra Hoseinpor<sup>1</sup>, Katayoon Alizadeh<sup>2</sup>  , Hamid Jafari<sup>3</sup>

1. Department of Geography, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

Email: [Zahra\\_hh63@yahoo.com](mailto:Zahra_hh63@yahoo.com)

2 (Corresponding Author) Department of Geography, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

Email: [k-alizadeh@mshdiau.ac.ir](mailto:k-alizadeh@mshdiau.ac.ir)

3. Department of Geography, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

Email: [jafari@mshdiau.ac.ir](mailto:jafari@mshdiau.ac.ir)

## ARTICLE INFO

## ABSTRACT

**Keywords:***Tourism Management,  
Religious Tourism,  
Mashhad.*

Considering the situation of Mashhad city, the existence of an integrated plan and program, a large project with a single vision for the development of this city, and attention to the most important element of the development of this city, namely religious tourism, seems necessary. Therefore, the present study seeks to investigate and evaluate the influential factors on religious tourism status in Mashhad. In the present study, the descriptive-analytical method has been used in terms of applied purpose and according to the nature of the research. The data collection method was by completing a questionnaire by experts and experts. The statistical population in the present study, according to the determination of organizations related to the research subject, five senior managers from each organization were considered as a statistical sample, for which a total of 50 people were selected and a non-probabilistic sampling method. A quota with a pre-determined number of samples and experts was used. The study's findings concerning the factors affecting religious tourism in Mashhad show that the variable in the field of tourism management with an average (3.96) has the highest score. Then the physical-infrastructure and economic variables have a higher average (3.74). The socio-cultural variable was in the last rank compared to the other three, with an average of 3.64. Also, in the approved structural model, it was found that the field of tourism management, with a coefficient of 0.86, has had the greatest impact on the development of religious tourism in Mashhad.

**Article History:**

Received:

27 March 2023

Received in revised form:

29 May 2023


Accepted:

3 July 2023

Available online:

30 July 2023

**Citation:** Hoseinpor, Z., Alizadeh, K., & Jafari, H. (2023). Study Religious Tourism position Mashhad's in Major Urban documents. *Journal of Urban Tourism*, 10 (2), 129-146.

 <http://doi.org/10.22059/JUT.2023.344291.1054>



© The Author(s)

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Publisher: University of Tehran Press

## Extended abstract

### Introduction

The tourism industry is considered one of the most dynamic and developing sectors of the world economy and an important factor in regions and countries social and economic development. It is considered one of the most dynamic drivers of economic growth and a factor of prosperity in communities with valuable tourism potential. Religious tourism is one of the most significant areas of tourism in the world, providing the most earnings either in the past or in the present. Since the holy court of Samen Al-Hajj is located in Mashhad city, the city is known as the spiritual capital of Iran. The city has numerous tourism capacities in the region and the Islamic world, especially in the Shiites world, and its interactions have increased with other world cities. Thus, from a tourism perspective, the city's urban development plans should provide appropriate tourism infrastructures and propose appropriate solutions based on the existing capacities of the city. As a result, identifying the factors affecting tourism development in this city is essential. Getting these objectives sounds only possible with a proper plan; if possible, it does not provide positive and sustainable results. Despite the necessity of paying attention to religious tourism development by identifying the factors affecting it in Mashhad, known as the world's second-largest religious metropolis, the literature review has yet to be researched on the subject. Therefore, this study tries to identify the most important factors affecting tourism and examine the relationship between the factors affecting it.

### Methodology

The research is applied and descriptive-analytical. The data collection methods used are the library method, as the information was obtained from documents available in libraries and reliable sources on the Internet, and the field method as an observation and a questionnaire were used. The statistical population includes five persons from each relevant organization, and the sample size is 50 persons. Given the sample size, the non-probability quota

sampling method was exerted to select from experts. Mashhad is the second largest city in Iran after Tehran, with a population of 3001184 based on the general population and housing census in 2016. The city has three municipal districts. Due to the presence of the shrine of Imam Reza (AS), the city annually receives about 30 million Iranian and foreign pilgrims.

### Results and discussion

The research findings show that the variable of tourism management with a coefficient of 0.86 significantly affects the urban development of Mashhad at the confidence level of 99% (the critical ratio is equal to 9.85, which is greater than 2.56). The correlation is positive; therefore, improving development management factors improve religious tourism. The physical-infrastructural variable with a coefficient of 0.76 significantly affects the development of religious tourism in Mashhad at the confidence level of 99% (the critical ratio is equal to 8.83, which is greater than 2.56). The correlation is positive; therefore, the physical-infrastructure improvements contribute to religious tourism. The socio-cultural field variable (0.82) significantly affects tourism development in Mashhad at the confidence level of 99% (the critical ratio is equal to 9.41, which is greater than 2.56). Since the correlation is positive, improving the socio-cultural conditions also improves urban development. The variable of the economic field (0.81) has a significant effect on tourism development in Mashhad at the confidence level of 99% (the critical ratio is equal to 9.39, which is greater than 2.56). Since the correlation is positive, improving the economic field also improves religious tourism.

### Conclusion

Examining different theories and perspectives on tourism and related fields, the research results show that institutions, especially managerial ones, play an essential role in guiding the development projects, especially tourism projects. In addition, the urban and regional management institutions play a key role in improving and sustaining tourism in

Mashhad. The variable of tourism management (0.86) has the greatest impact on the development of religious tourism in Mashhad, followed by socio-cultural (0.82), economic (0.81), and physical-infrastructure (0.76) variables. Finally, the lack of integrated tourism management and the lack of a comprehensive and unified agreement in all tourism sectors of Mashhad are the main reasons for the current backwardness and weakness of the tourism and urban management sectors in Mashhad.

#### **Funding**

There is no funding support.

#### **Authors' Contribution**

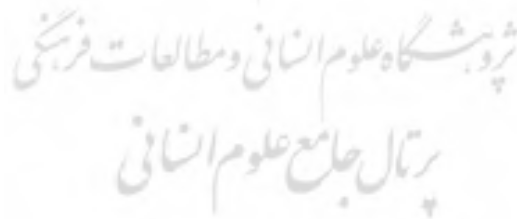
Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

#### **Conflict of Interest**

Authors declared no conflict of interest.

#### **Acknowledgments**

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.





## بررسی جایگاه گردشگری مذهبی مشهد در اسناد فرادستی شهری

زهرا حسین پور<sup>۱</sup>، کتایون علیزاده<sup>۲</sup>✉، حمید جعفری<sup>۳</sup>۱- گروه جغرافیا، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. Email: [Zahra\\_hh63@yahoo.com](mailto:Zahra_hh63@yahoo.com)۲- نویسنده مسئول، گروه جغرافیا، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. Email: [k-alizadeh@mshdiau.ac.ir](mailto:k-alizadeh@mshdiau.ac.ir)۳- گروه جغرافیا، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. Email: [jafari@mshdiau.ac.ir](mailto:jafari@mshdiau.ac.ir)

## چکیده

## اطلاعات مقاله

با توجه به موقعیت و وضعیت شهر مشهد وجود طرح و برنامه یکپارچه، یک کلان پروژه با چشم‌انداز واحد برای توسعه این شهر و توجه به مهم‌ترین عنصر توسعه این شهر، یعنی گردشگری مذهبی امری ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین پژوهش حاضر به دنبال بررسی و ارزیابی عوامل تأثیرگذار بر جایگاه و وضعیت گردشگری مذهبی در اسناد فرادستی شامل کلیه برنامه‌ها و اسناد فرادستی و طرح‌های توسعه‌ای در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی از سال ۱۳۲۷ تا ۱۳۹۸ که در ارتباط با زیارت و گردشگری مشهد در طی این سال‌ها تهیه شده است، می‌باشد. پژوهش حاضر، از نظر هدف کاربردی و بنا بر ماهیت تحقیق از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است. روش گردآوری اطلاعات به کمک تکمیل پرسشنامه توسط کارشناسان و صاحب‌نظران بوده است. جامعه آماری در پژوهش حاضر، با توجه به تعیین سازمان‌های مرتبط با موضوع پژوهش، از هر سازمان ۵ نفر از مدیران ارشد به‌عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد که در مجموع تعداد ۵۰ نفر انتخاب شدند و از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی سهمیه‌ای که تعداد نمونه‌ها از قبل مشخص و از متخصصین بودند استفاده شد. یافته‌های تحقیق در ارتباط با عوامل تأثیرگذار بر جایگاه گردشگری مذهبی مشهد در طرح‌های توسعه شهری نشان می‌دهد، متغیر عرصه مدیریت گردشگری با میانگین (۳/۹۶) بیشترین امتیاز را کسب کرده است و بعد از آن متغیرهای کالبدی-زیرساختی و اقتصادی با (۳/۷۴) میانگین بیشتری داشته‌اند. متغیر اجتماعی-فرهنگی نسبت به سه متغیر دیگر با میانگین ۳٫۶۴ در رتبه آخر قرار داشته است. همچنین در مدل ساختاری تأیید شده مشخص شد عرصه مدیریت گردشگری با ضریب ۰/۸۶ بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری شهری مشهد داشته است.

## واژگان کلیدی:

مدیریت گردشگری،  
گردشگری مذهبی،  
طرح‌های توسعه شهری،  
شهر مشهد.

## تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۰۱/۰۷

## تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۰۳/۰۸

## تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۴/۱۲

## تاریخ چاپ:

۱۴۰۲/۰۵/۰۸

استناد: حسین پور، زهرا؛ علیزاده، کتایون و جعفری، حمید. (۱۴۰۲). بررسی جایگاه گردشگری مذهبی مشهد در اسناد فرادستی شهری. *مجله گردشگری شهری*، ۱۰ (۲)، ۱۴۶-۱۲۹.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2023.344291.1054>



## مقدمه

امروزه، صنعت گردشگری یا جهانگردی به منزله یکی از ابزارها و راهکارهای مناسب جهت کسب درآمد و شکوفایی اقتصاد دولت‌ها و ملت‌ها از یک سو و توسعه و آبادانی مناطق در نقاط مختلف دنیا از سوی دیگر مطرح است (ابراهیم‌زاده، ۱۳۹۰، ۶). و این صنعت سومین پدیده اقتصادی پویا پس از صنایع نفت و خودروسازی به شمار می‌رود. گردشگری به‌طور عام و گردشگری شهری به‌طور خاص بر اقتصاد شهرهای دنیا تأثیرگذار است. این پدیده نه‌چندان نوظهور معادلات اقتصادی جهان را به‌طور گسترده‌ای تحت تأثیر خود قرار داده است چنانچه هم‌اکنون بسیاری از اقتصادهای کلان دنیا علی‌الخصوص اقتصادهای شهری وابستگی شدید به آن دارند (قهرمانی فرد و همکاران، ۱۴۰۱: ۶۸). در چند سال اخیر عدم توجه کافی مدیریت شهری کشور به مقوله گردشگری پایدار شهری، توانسته به نیازهای روزافزون شهروندان به محیط‌های تفریحی و استراحتگاهی پاسخ مناسب بدهد و گردشگری را به سمت پایداری سوق دهد. کم‌توجهی مدیران شهری به این مقوله دارای آثار منفی عدیده‌ای چون هزینه‌های بیشتر زندگی برای شهروندان، تغییر زندگی سنتی، افزایش جرائم، آلودگی زیست‌محیطی، فشار بر روی تسهیلات و خدمات در بسیاری از شهرها شده است (رحیمی فرد، ۱۳۹۶: ۲). برنامه‌ریزی گردشگری فرایندی است که در آن با استفاده از منابع، امکانات، تأسیسات و تجهیزات موجود در نواحی توریستی جهت توسعه گردشگری، تلاش می‌شود تا علاوه بر ایجاد ارزش‌افزوده و درآمد از طریق ارائه خدمات توریستی، در نهایت توسعه منطقه‌ای نیز به تبع توسعه توریسم فراهم گردد (زاهدی، ۱۳۸۵: ۱۲۹-۱۲۰). جهت جلوگیری از توسعه و رشد ناهمگون در مقصدهای گردشگری توجه به برنامه‌ریزی گردشگری منطقه‌ای از الزامات آن می‌باشد. زیرا هماهنگی و برقراری ارتباط منطقی بین بخش‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی و همچنین ارتباط بین امکانات محلی و ی از اصول و شاخصه‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای محسوب می‌شوند (ضیایی و شجایی، ۱۳۸۹: ۵). توجه به فرایند منطقه‌ای کردن اصول توسعه، به این معنا می‌باشد که برنامه‌های عمرانی در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی جهت جلوگیری از رشد ناموزون مناطق با یکدیگر تلفیق شوند، بنابراین توجه به منابع موجود در هر منطقه ضروری می‌باشد. شکل‌گیری قطب‌های گردشگری در برخی از مناطق که دارای منابع مناسبی باشند، کمک قابل توجهی به توسعه مناطق پیرامونی می‌کند. در واقع به‌واسطه ارزش‌دار کردن ظرفیت‌های گردشگری، در مناطقی که از نظر اقتصادی توسعه‌یافته نیستند، با اشتغال‌زایی و ایجاد منابع درآمدی دوم، این امکان را فراهم می‌کند که بتوان به یک توسعه پایدار شهری معقول دست‌یافت (مهدی‌نژاد و مختاری ملک‌آبادی ۱۳۸۶: ۱). یکی از راه‌های تنوع‌بخشی به توسعه گردشگری توجه به برنامه‌ریزی گردشگری در برنامه‌های توسعه منطقه‌ای و اسناد بالادستی شهرها می‌باشد (Baidal, 2004: 330). اسناد فرادستی از مهم‌ترین برنامه‌ها در جهت توسعه و شکل‌گیری رشد نظام‌مند و با برنامه طرح‌ها و پروژه‌ها در نظام برنامه‌ریزی کشور است تا جایی که بی‌توجهی به این اسناد موجب خواهد شد سازمان‌ها و نهادهای اجرایی دچار روزمرگی و چاره‌اندیشی‌های کوتاه‌مدت شوند. با توجه به اهمیت گردشگری به دلیل وجود بارگاه ملکوتی ثامن‌الحجج و استقرار زیرساخت‌های مختلف در شهر مشهد از ضروریات توجه به پایتخت معنوی ایران و فراهم نمودن زمینه آرامش و تأمین نیازهای گردشگران و زائران در این شهر را ایجاب نموده است این خواسته‌ها بدون داشتن برنامه امکان‌پذیر نبوده و در صورت امکان نیز نتایج مثبت و پایداری به دنبال نخواهد داشت (دبیرخانه طرح مطالعه توسعه کمی و کیفی زیارت امام رضا (ع) (۱)، ۱۳۸۹: ۱۳). از طرفی در چند دهه اخیر گردشگری شهری به‌عنوان یک‌روند عمده در بازسازی روابط شهرها مطرح شده است که در این راستا استفاده از فضاهای شهری با انگیزه تفریح و سرگرمی توأم با اقامت گردشگران در بیشتر مناطق دنیا منجر به توسعه مناطق شهری شده است به‌طوری‌که این نواحی به دلیل برخورداری از جاذبه‌های متنوع گردشگری مثل موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، رستوران‌ها، استادیوم‌های بزرگ

ورزشی، پارک‌ها، شهربازی‌ها، مراکز خرید، معماری مدرن، بهره‌گیری از فناوری جدید در این زمینه‌ها، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شود (شمس‌الدینی و سنایی مقدم، ۱۳۹۷: ۶۷). امروزه گردشگری شهری به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر تغییرات فضایی شهرها محسوب می‌شود، از سوی دیگر، ویژگی شهرها سبب شده است گردشگران شهری متفاوت‌تر از سایر گروه‌های گردشگری باشند (نادری و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۷۴). فضاهای شهری و عوامل تأثیرگذار بر توسعه شهری در هر شهر، از گردشگری تأثیر می‌پذیرد و باید در برنامه‌ریزی‌های توسعه شهری و اسناد بالادستی به آن توجه کرد. امروزه ظاهر شهرها بسیار شبیه به هم است و اتحاد و همسانی بیشتری در آن‌ها نمایان شده است که این مسئله تمایز را سخت‌تر می‌کند (Orbasil, 2000:80). به‌طوری‌که تقویت و توجه به جایگاه گردشگری در طرح‌های توسعه شهری، می‌تواند در جذب گردشگر و توسعه این صنعت نقش به‌سزایی داشته باشد (اسدی پیمان و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۷).

در چند سال اخیر مطالعات زیادی در ارتباط با جایگاه و نقش گردشگری در توسعه شهرها انجام گرفته است که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: احمدی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان «تبیین نگاه فن‌سالارانه در طرح‌های توسعه شهری بر گردشگری با روش سه سوسازی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)» پرداخته‌اند. آن‌ها به این نتیجه دست‌یافت‌اند که نگاه فن‌سالارانه و تکنوکرات در طرح‌های شهری، گردشگری را به حاشیه رانده و پتانسیل‌های گردشگری شهری را کمرنگ نموده و منجر به از دست رفتن هویت‌های اصلی جاذبه‌های گردشگری شده است. در مطالعه‌ای که توسط بزرگ‌نیا و همکاران (۱۴۰۰)، انجام شده و به بررسی تأثیر پروژه‌های محرک توسعه بر ارتقاء گردشگری شهری در منطقه ۱۱ شهر تهران، پرداخته‌اند، این نتیجه حاصل شد که ابعاد اقتصادی، کالبدی-فضایی، اجتماعی و زیست‌محیطی بر پروژه‌های محرک توسعه و در نهایت پروژه‌های محرک توسعه با ضریب مسیر 0/63 بر توسعه گردشگری تأثیر مثبت و معناداری داشتند، به‌گونه‌ای که هر تغییری به‌صورت مثبت در ابعاد موردنظر بر ارتقاء کیفیت فضای گردشگری شهری خواهد شد. در مطالعه‌ای دیگر که توسط موسوی و همکاران (۱۳۹۸)، با عنوان «ارزیابی عناصر مؤثر بر توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر ارومیه» انجام شده به این نتیجه رسیدند که طبق نتایج مدل‌سازی تخمین معادلات ساختاری جاذبه‌های گردشگری با ضریب مستقیم و مثبت ۰/۹۹ و خدمات گردشگری با ضریب مستقیم و مثبت ۰/۸۵ در توسعه گردشگری شهری شهر ارومیه نقش داشته‌اند. شمس‌الدینی و سنایی مقدم (۱۳۹۷) به مطالعه زیرساخت‌های گردشگری در فضاهای شهری زنجان پرداخته‌اند و نتایج حاصله از مدل تاپسیس نشان داده که هتل بزرگ زنجان با وزن ۷۲/۰ با اختلاف فاحش نسبت به سایر هتل‌های شهر زنجان در رتبه اول قرار دارد. مسافرخانه حافظ نیز با وزن ۶۹۴/۰ در بین مسافرخانه‌ها در رتبه اول قرار دارد. در مطالعه که با عنوان رویکرد آینده‌پژوهی به موضوع گردشگری پایدار در شهر کرمان توسط علی‌اکبری و همکاران (۱۳۹۷) انجام گرفته مشخص شده که ده عامل اصلی کلیدی در آینده توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان تأثیرگذارند. از بین این عوامل، رقابت‌پذیری تأثیرگذارترین عامل کلیدی در توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان است. همچنین نادری و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای که با عنوان «اولویت‌بندی راهبردی توسعه گردشگری به‌منظور تعیین جایگاه آن در برنامه‌های توسعه شهری مطالعه موردی: کرمانشاه» انجام داده‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که ۱۵ راهبرد برتر توسعه گردشگری استان کرمانشاه، در سه حوزه گردشگری تاریخی، فرهنگی و اکوتوریسم قرار داشتند. جمشیدی (۱۳۹۷) نیز در رساله دکتری خود که در شهر مشهد انجام داده تحت عنوان «تبیین اثرات فضایی گردشگری شهری بر مسائل ساختار شهری با تأکید بر اقتصاد سیاسی» به نتایج مفیدی رسیده است. نتایج این رساله بیانگر اثرات قابل توجه مؤلفه‌های فضایی اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر ساختار شهری مشهد بوده است.

همچنین از بین مطالعات مرتبطی که در خارج از ایران در این زمینه انجام شده‌اند می‌توان به مطالعات زیر اشاره کرد: هالدن (۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان «گردشگری، فقر و توسعه» انجام داده است و به این نتیجه رسیده که تحقق بخشیدن به این پتانسیل، به اراده سیاسی، حکمروایی خوب و مشارکت سازنده بین بخش خصوصی، دولت، سازمان‌های غیردولتی و فقرا وابسته خواهد بود. در حرکت به سوی یک اقتصاد جهانی، پیشرفت در جهت بخش گردشگری باید در سیاست‌گذاری‌ها جایگاه این بخش و زنجیره تأمین منابع محلی تقویت شود. لای و وین (۲۰۱۰) با استفاده از روش AHP برای تحقیق در بهره‌وری توسعه گردشگری پژوهشی انجام داده و به این نتیجه رسیده‌اند که دسترسی گردشگری به خدمات مناسب و به‌ویژه اماکن اقامتی یکی از سه عامل مهم در توسعه گردشگری می‌باشد. اسمرال (۲۰۰۹) به بررسی اثرات رکود جهانی و بحران‌های اقتصادی در گردشگری پرداخته و به این نتیجه رسیده که گردشگری تأثیر بدی از بحران گرفته است و این تأثیرات بسیار بدتر از تولیدات صنعتی و تجارت خارجی بوده است، چون گردشگری با توجه به فناپذیری محصولات و غیرقابل ذخیره بودن آن‌ها ضرر بیشتری متحمل می‌شود.

با توجه به مطالعات صورت گرفته مشاهده می‌شود که علی‌رغم ضرورت اهمیت توجه به گردشگری در طرح‌های توسعه شهری برای شهر مشهد که به‌عنوان دومین کلان‌شهر مذهبی جهان شناخته می‌شود، تاکنون تحقیقاتی در این زمینه صورت نگرفته است. لذا این پژوهش سعی دارد تا با شناخت مهم‌ترین عوامل موثر بر عدم توجه به گردشگری در طرح‌های توسعه شهری مشهد و همچنین بررسی ارتباط بین آن‌ها راهبردهای متناسب با این موقعیت را تدوین و پیشنهاد کند.

از آنجایی که کشور ایران جزو ۵ کشور بالقوه توانمند در زمینه جذب گردشگر خارجی است همچنین به‌عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه که ذخایر نفتی آن در آینده‌ای نه‌چندان دور به پایان می‌رسد؛ ایجاد یک توسعه همه‌جانبه و پایدار و جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به‌جای منابع نفتی، نیازمند استفاده از تمامی پتانسیل‌ها و قابلیت‌های خود در صنعت گردشگری می‌باشد، لذا منطقی است با برنامه‌ریزی مناسبی در جهت ساماندهی نیازمندی‌ها و ملزومات این صنعت بتواند گردشگران مشتاق را از سراسر جهان به‌سوی خود جذب کند و موجب توسعه گردشگری پایدار گردد (کشاورز، ۱۳۹۸: ۱۲۲). همچنین با توجه به اینکه گردشگری مذهبی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین زیرمجموعه‌های صنعت بزرگ و متنوع گردشگری جهان از جایگاه ویژه‌ای در رشد اقتصادی کشورها برخوردار است، ایران اسلامی به دلیل وجود اماکن مذهبی و زیارتی توجه به این صنعت اشتغال‌زایی و توسعه پایدار اقتصادی را دنبال می‌کند (موسوی و سلطانی، ۱۳۹۳: ۷۸). بنابراین، با توجه به ظرفیت‌های متعدد کلان‌شهر مشهد در زمینه گردشگری در منطقه و به‌ویژه در جهان اسلام بخصوص شیعیان و تعاملات روزافزون با سایر شهرهای جهان، طرح‌های توسعه شهری می‌بایستی با رویکرد توجه به گردشگری، به دنبال ایجاد بسترهای مناسب از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری همچنین با ارائه راهکارهای مناسب، از ظرفیت‌های موجود این شهر استفاده کنند، بنابراین با وجود چنین فضایی مطالعه و بررسی این موضوع ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به مطالب مطرح‌شده مهم‌ترین سؤال پژوهش حاضر عبارت است از:

مهم‌ترین عامل تأثیرگذار در عدم توجه به گردشگری شهری در طرح‌های توسعه شهری و اسناد فرادستی مشهد چیست؟

## مبانی نظری

گردشگری می‌تواند با تمرکز بر طبیعت و مکان‌های گردشگری طبیعی و یا با محوریت جاذبه‌های انسان‌ساخت در شهرها انجام شود (Timothy, 2005: 13). هرگاه منابع گردشگری (طبیعی، فرهنگی-اجتماعی و ...) با امکانات

گردشگری همراه شوند به جاذبه تبدیل می‌شوند. شناسایی و معرفی ویژگی‌ها، جذابیت‌ها و توانایی‌های بالقوه و بالفعل جاذبه‌ها از ارکان اساسی صنعت گردشگری و معیاری برای تعیین ظرفیت پذیرش گردشگر، برنامه‌ریزی توسعه بازار و مدیریت بازاریابی است (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان تهران، ۱۳۸۵، ۱۱۲). امروزه صنعت گردشگری با ابعاد اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و زیست‌محیطی زندگی بشر به شکل پیچیده‌ای در ارتباط بوده و به تدریج به ابزار شناخت و آگاهی از زندگی مردمان، شناخت جهان و غنای بینش و نگرش آدمیان به مفاهیم زندگی تبدیل شده است (بیضایی و صداقتی، ۱۳۹۸: ۱۱۱). در واقع برای موفقیت و توسعه گردشگری، شناخت روابط بین سه جنبه اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی-اجتماعی توسعه باید موردتوجه قرار بگیرند (Chris, 2012: 341). هرچند عوامل مؤثر بی‌شماری در توسعه گردشگری نقش دارند و مدیریت و تعامل بین آن‌ها، توسعه گردشگری را شکل می‌دهد، ولی سه عامل در توسعه صنعت گردشگری عبارت‌اند از: گردشگران، مردم منطقه و ویژگی‌های مقصد (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵، ۱۱۲).

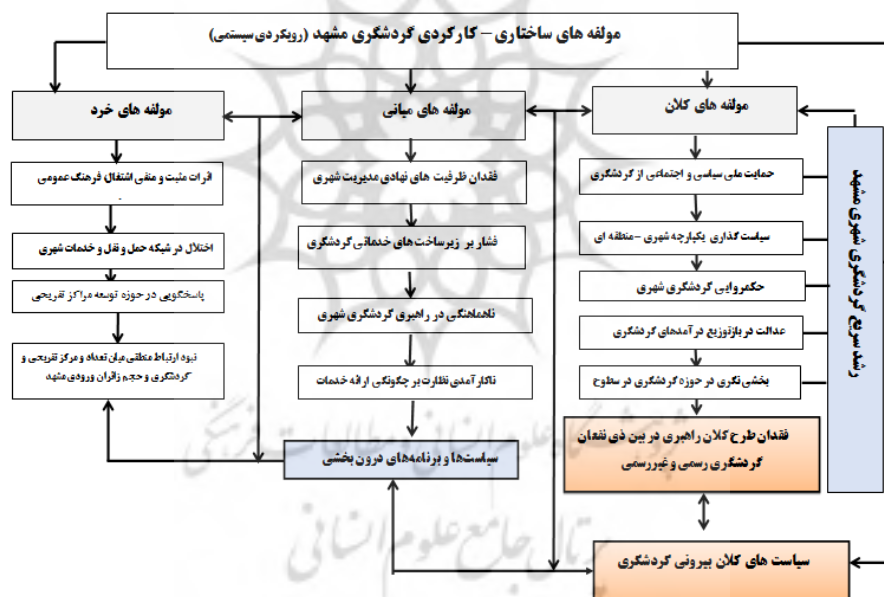
گردشگری، شامل همه خدمات و ویژگی‌هایی است که در کنار هم قرار می‌گیرند تا آنچه مسافر می‌خواهد، فراهم آورند، ولی سرآمدترین نوع گردشگری، مدل شهری آن است، به طوری که با توجه به جایگاه ویژه شهر، به ویژه کلان‌شهرها، در بسیاری از کشورهای موفق در این صنعت، شهر، پایه و اساس توسعه گردشگری است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۵). گردشگری شهری عامل بسیار مهم در توسعه شهرها بشمار می‌آید البته مدیریت خردمندان آن، نیاز به برنامه و راهبردهای اجرایی دارد (پوررنگ و همکاران، ۱۴۰۱: ۶۷). تبارشناسی گردشگری نشان‌دهنده اهمیت شهرها در زمینه سفر در مقیاس مختلف می‌باشد. به گونه‌ای که می‌توان گردشگری و شهرنشینی را همزاد هم محسوب نمود در واقع به دنبال آشکار شدن بازتاب‌های منحنی زندگی شهری، برنامه‌ریزی در زمینه اوقات فراغت در صدر اولویت‌های شهرها قرار گرفت و این امر به زایش گردشگری شهری منجر گردید. در این میان گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین انواع گردشگری در گذشته و اکنون در جهان به شمار می‌آید (رضایی مقدم و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۳۰). گردشگری به‌طور عام و گردشگری شهری به‌طور خاصی بر اقتصاد شهرهای دنیا تأثیرگذار است. این پدیده نه‌چندان نوظهور معادلات اقتصادی جهان را به‌طور گسترده‌ای تحت تأثیر خود قرار داده است چنانچه هم‌اکنون بسیاری از اقتصادهای کلان دنیا علی‌الخصوص اقتصادهای شهری وابستگی شدید به آن دارند (قهرمانی فرد، ۱۴۰۱: ۶۸). در واقع توجه به توسعه گردشگری شهری را می‌توان فرآیندی دانست که ممکن است تأثیر مثبت و یا منفی بر گروه‌های خاصی داشته باشد. برای اینکه توسعه گردشگری شهری شانس زیادی برای موفقیت داشته باشد؛ ضروری است که کنشگران و ذینفعان در آن موردتوجه قرار بگیرند (رضایی مقدم و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۳۲). در ارتباط با اینکه ذینفعان گردشگری شهری چه کسانی هستند نظریات متفاوتی وجود دارند. به‌طور کلی چهار گروه به‌عنوان ذینفعان اصلی گردشگری در شهرها به شمار می‌آیند: خود گردشگران، شهروندان، کارآفرینان، مسئولان و مدیران محلی (Byrd, 2009: 694). از آنجای که در چند دهه اخیر صنعت گردشگری توانسته فعالیت‌های مختلفی را در بر بگیرد و به‌عنوان یک صنعت فرا بخشی تأثیر مستقیمی بر تمامی بخش‌های توسعه از جمله اقتصاد، فرهنگ و اجتماع بگذارد و یکی از عوامل اصلی و اساسی در ایجاد تحول و توسعه ناحیه‌ای و منطقه‌ای مطرح شده است بنابراین مطالعه و توجه به بحث گردشگری باید در فرآیندی سیستمی موردتوجه قرار بگیرد.

با بررسی نظریات و دیدگاه‌های مختلف در خصوص گردشگری و زمینه‌های مرتبط با آن همچنین با توجه به موضوع رساله حاضر که بررسی جایگاه گردشگری در طرح‌های توسعه شهری مشهد می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت که نهادها خصوصاً نهادهای دولتی نقشی اساسی در هدایت جریان‌های توسعه به‌ویژه توسعه گردشگری دارند که نهادهای مدیریت



شهری و منطقه‌ای نقش کلیدی در بهبود و پایداری گردشگری شهر مشهد بازی می‌کنند. بر این اساس شاید بتوان آن را در دیدگاه سیستمی تبیین و پیگیری کرد، زیرا در این نگرش گردشگری به‌عنوان یک کل با هویت مستقل و بهم‌پیوسته که دارای زیرسیستم، عناصر، ارتباط متقابل، شبکه، سلسله‌مراتب، ساختار، کارکرد، قوت، ضعف، فرصت و تهدید می‌باشد، مورد توجه قرار می‌گیرد. در واقع در نگرش سیستمی می‌توان بخش‌ها و عوامل تأثیرگذار بر گردشگری را، همچون سازمان‌ها و شرکت‌های، اجتماع محلی، گردشگران، محیط و... را به‌صورت بهم‌پیوسته مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد؛ چنانکه دانشمندان و صاحب‌نظران به نامی هم چون لیپر، گان، هولدن و ... دارای چنین دیدگاهی بوده‌اند و توانسته‌اند با بهره‌گیری از نگرش سیستمی ضمن شناخت کلیت و جامع گردشگری از منافع آن برای توسعه منطقه بهره ببرند.

بنابراین با توجه به تحلیل و بررسی انواع طرح‌های توسعه فرادست، طرح‌های شهری و طرح‌های ویژه گردشگری در سطح شهر مشهد و منطقه، ساختار و کارکرد هر یک از عناصر گردشگری شهر مشهد به‌عنوان جزئی از سیستم گردشگری این شهر، متأثر و در ارتباط با همدیگر می‌باشند و کلیت گردشگری شهری را پدیدار ساخته است. بنابراین، جهت پویای سیستم گردشگری کلان‌شهر مشهد که گریبان گیر چند پارچگی و فقدان مدیریت یکپارچه گردشگری است، مستلزم برقراری ارتباطی دوسویه بین عناصر سیستم گردشگری بوده که نهادی فراگیر و فرادست، متشکل از کنشگران ذی‌ربط جهت توسعه گردشگری شهر و منطقه همسو و یکپارچه عمل کند.



شکل ۱. مؤلفه‌های ساختاری - کارکردی دخیل در گردشگری مذهبی مشهد

## روش پژوهش

تحقیق حاضر از نوع کاربردی می‌باشد چراکه تلاش دارد با استفاده از زمینه‌ها و مبانی نظری موجود به مطالعه مسائل و مشکلات وضعیت و جایگاه گردشگری در اسناد فرادستی مشهد بپردازد و از لحاظ روش، به‌صورت توأمان از روش‌های توصیفی - تحلیلی استفاده شده است. در پژوهش حاضر طرح‌های توسعه شهری به‌عنوان متغیر وابسته و گردشگری شهری متغیر مستقل محسوب می‌شود. جامعه آماری در پژوهش حاضر بر اساس دسته‌بندی سازمان‌های مرتبط، از هر سازمان ۵ نفر به‌عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد که در مجموع تعداد ۵۰ نفر به‌عنوان نمونه آماری پژوهش حاضر انتخاب شدند. بنابراین، از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی سهمیه‌ای که تعداد نمونه‌ها از قبل مشخص و از متخصصین

می‌باشند و با مراجعه به هر یک از سازمان‌های (میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی، شهرداری مشهد، مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد، استانداری، فرمانداری، اداره راه و شهرسازی و سازمان برنامه‌بودجه)، به دست آمدند. همچنین تجزیه و تحلیل‌های ارائه شده با استفاده از تکنیک‌های آماری و بررسی همبستگی میان متغیرها و در نهایت با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی عوامل موثر (عرصه مدیریتی، کالبدی-زیرساختی، اقتصادی، اجتماعی) استخراج شدند. در این پژوهش از آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها استفاده شد که نتایج حاصل در جدول زیر آورده شده است.

با توجه به جدول فوق مقدار آلفای کرونباخ مقیاس‌های پرسشنامه از ۰/۷ بیشتر است که نشان می‌دهد پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار است.

جدول ۱. آلفای کرونباخ پرسشنامه

آلفای کرونباخ	مقیاس‌های پرسشنامه
۰/۷۱۹	عرصه مدیریت گردشگری (مدیریت مبدأ، مدیریت گردشگر و مسافر، مدیریت مقصد)
۰/۸۶۶	عرصه کالبدی-زیرساختی (زیرساخت‌های زیربنایی شامل: تأسیسات ارتباطی، حمل و نقل، مخابراتی و... زیرساخت‌های خدماتی شامل: مسائل رفاهی گردشگران، اقامتگاه، پذیرایی و کمپ‌ها)
۰/۸۳۴	عرصه اجتماعی-فرهنگی (تبلیغات شامل: چاپ کتاب، بروشور، برپایی نمایشگاه و... آموزش شامل: آموزش کارکنان، بهبود منابع انسانی، تبادل تجربه ساماندهی تشکلهای غیردولتی و...)
۰/۷۷۹	عرصه اقتصادی (درآمدزایی، تنوع، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، اشتغال‌زایی و هزینه‌ها)
۰/۷۹۷	کل پرسشنامه

## یافته‌ها

از میان پاسخگویان در پژوهش حاضر ۷۰ درصد معادل (۳۵ نفر) مرد و ۳۰ درصد معادل (۱۵ نفر) زن که ۱۲ درصد در گروه سنی ۲۵ تا ۳۴ سال، ۵۴ درصد ۳۵ تا ۴۴ سال و ۳۴ درصد ۴۵ تا ۵۴ ساله بودند همچنین از میان پاسخگویان ۳۰ درصد دارای سمت کارشناس، ۵۶ درصد مدیر میانی و ۱۴ درصد نیز مدیر اجرایی بوده‌اند.

یافته‌های توصیفی نشان می‌دهد در عرصه مدیریت گردشگری گویه‌های تسهیل ورود و خروج گردشگران خارجی از مرزهای کشور (۴/۶)، نظارت بر راهنمایان و جهانگردان تورهای گردشگری (۴/۳۶)، همکاری با سازمان‌های بین‌المللی و کشورهای موفق در زمینه گردشگری (۴/۳۴) و نظارت بر کیفیت خدمات اقامتی گردشگران (۴/۰۲) در توسعه گردشگری شهر مشهد تأثیر گذاری بیشتری داشته‌اند (بیشترین میانگین را دارند و اکثراً به گزینه زیاد و خیلی زیاد پاسخ داده‌اند).

جدول ۲. فراوانی، درصد و میانگین گویه‌های مؤلفه عرصه مدیریت گردشگری

گویه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین
ارائه مشاوره به اژانس‌های مسافرتی	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۵۰ (۱۰۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۳
ایجاد شبکه اطلاع‌رسانی و جهانگردی	۰ (۰٪)	۵۰ (۱۰۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴
برگزاری دوره‌های آموزشی برای دفاتر مسافرتی	۰ (۰٪)	۴۴ (۸۸٪)	۶ (۱۲٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۳,۸۸
نظارت بر راهنمایان و جهانگردان تورهای گردشگری	۱۸ (۳۶٪)	۳۲ (۶۴٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴,۳۶
حمایت دستگاه‌های دولتی از طریق اعطای تسهیلات و بسته‌های تشویقی به بنگاه‌های مسافرتی	۰ (۰٪)	۵۰ (۱۰۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴
نظارت بر کیفیت خدمات اقامتی گردشگران	۱۸ (۳۶٪)	۱۵ (۳۰٪)	۱۷ (۳۴٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴,۰۲
نظارت بر کیفیت خدمات دولتی (اعم از ارائه خدمات کنسولی، امنیتی و...)	۰ (۰٪)	۵۰ (۱۰۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴
نظارت بر کیفیت دفاتر خدمات مسافرتی	۰ (۰٪)	۳۳ (۶۶٪)	۱۷ (۳۴٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۳,۶۶

۳،۹	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۴۶٪)۳۳	(۱۸٪)۹	(۳۶٪)۱۸	هماهنگی بین بخش‌های مختلف مدیریت شهری،
۳،۷۸	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۵۴٪)۲۷	(۱۲٪)۶	تمرکز در امور برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مسائل ایران‌گردی و جهانگردی
۴،۶	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۴۰٪)۲۰	(۶۰٪)۳۰	تسهیل ورود و خروج گردشگران خارجی از مرزهای کشور
۴،۳۴	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۶۶٪)۳۳	(۳۴٪)۱۷	همکاری با سازمان‌های بین‌المللی و کشورهای موفق در زمینه گردشگری

### عرصه اجتماعی - فرهنگی

یافته‌های توصیفی نشان می‌دهد در عرصه اجتماعی - فرهنگی گویه‌های هماهنگ ساختن برنامه‌های کلان تبلیغاتی (۴/۲)، ارائه تبلیغات از طریق فضای مجازی و شبکه‌های تلویزیونی داخلی و خارجی در معرفی مشهد (۴/۰۲)، گسترش ارتباطات فرهنگی - مذهبی با کشورهای هم‌جوار (۳/۹۴) و توسعه زیرساخت‌های بقاع متبرکه در جهت ارتقای جایگاه فرهنگی، مذهبی و گردشگری استان (۳/۹۲) در توسعه گردشگری شهر مشهد تأثیرگذاری بیشتری داشته‌اند (بیشترین میانگین را دارند و اکثراً به گزینه زیاد و خیلی زیاد پاسخ داده‌اند).

جدول ۳. فراوانی، درصد و میانگین گویه‌های مؤلفه عرصه اجتماعی - فرهنگی

میانگین	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	گویه
۳،۸۲	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۵۲٪)۲۶	(۱۴٪)۷	(۳۴٪)۱۷	چاپ و نشر مقالات در مطبوعات خارجی و داخلی و معرفی مشهد
۴،۰۲	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۱۲٪)۶	(۷۴٪)۳۷	(۱۴٪)۷	ارائه تبلیغات از طریق فضای مجازی و شبکه‌های تلویزیونی داخلی و خارجی
۳،۰۲	(۰٪)۰	(۲۰٪)۱۰	(۵۸٪)۲۹	(۲۲٪)۱۱	(۰٪)۰	شرکت در نمایشگاه‌ها
۳،۲۸	(۱۴٪)۷	(۰٪)۰	(۵۲٪)۲۶	(۱۲٪)۶	(۲۲٪)۱۱	معرفی صنایع دستی
۳،۸	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۲۰٪)۱۰	(۸۰٪)۴۰	(۰٪)۰	شناساندن تمدن و فرهنگ ایرانی - اسلامی
۴،۲	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۱۴٪)۷	(۵۲٪)۲۶	(۳۴٪)۱۷	هماهنگ ساختن برنامه‌های کلان تبلیغاتی (در فضای مجازی و غیرمجازی)
۳،۳	(۰٪)۰	(۱۴٪)۷	(۴۲٪)۲۱	(۴۴٪)۲۲	(۰٪)۰	برپایی کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌ها، جشنواره فرهنگی، هنری و مسابقات بین‌المللی
۳،۱۸	(۰٪)۰	(۲۰٪)۱۰	(۵۴٪)۲۷	(۱۴٪)۷	(۱۲٪)۶	وجود یک برنامه مداوم و متمرکز در آموزش و توسعه دانش میزبانی گردشگری
۳،۹۴	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۲۰٪)۱۰	(۶۶٪)۳۳	(۱۴٪)۷	گسترش ارتباطات فرهنگی - مذهبی با کشورهای هم‌جوار
۳،۹۲	(۰٪)۰	(۱۴٪)۷	(۰٪)۰	(۶۶٪)۳۳	(۲۰٪)۱۰	توسعه زیرساخت‌های بقاع متبرکه در جهت ارتقای جایگاه فرهنگی، مذهبی و گردشگری
۳،۶	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۵۲٪)۲۶	(۳۶٪)۱۸	(۱۲٪)۶	توجه به زیارت و فرهنگ میزبانی زائر در رسانه‌های جمعی و کتب درسی در استان
۳،۶	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۵۲٪)۲۶	(۳۶٪)۱۸	(۱۲٪)۶	داشتن آگاهی و احترام به عقاید دیگران در میزبانی از گردشگران در بین مردم و مسئولین

### عرصه کالبدی - زیرساختی

یافته‌های توصیفی نشان می‌دهد در عرصه کالبدی - زیرساختی گویه‌های سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد واحدهای ارزان برای اقامت مسافران و زائران در مشهد (۴/۳۲)، مناسب بودن زیرساخت‌های ریلی و هوایی (۴)، آموزش شهروندی جهت برخورد با گردشگر انواع خدمات (مانند پذیرایی، بهداشتی، حمل‌ونقل و ترابری، ترافیک) (۴)، ارتقاء کیفیت زیرساخت‌های

گردشگری (۴) و ارتقاء ظرفیت کمی تأسیسات و زیرساخت‌های گردشگری (۴) در توسعه گردشگری شهر مشهد تأثیرگذاری بیشتری داشته‌اند (بیشترین میانگین را دارند و اکثراً به گزینه زیاد و خیلی زیاد پاسخ داده‌اند).

**جدول ۴.** فراوانی، درصد و میانگین گویه‌های مؤلفه عرصه کالبدی- زیرساختی

میانگین	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	گویه
۴	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۱۰۰٪)۵۰	(۰٪)۰	ارتقاء ظرفیت کمی تأسیسات و زیرساخت‌های گردشگری
۴	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۱۰۰٪)۵۰	(۰٪)۰	ارتقاء کیفیت زیرساخت‌های گردشگری
۴	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۱۰۰٪)۵۰	(۰٪)۰	آموزش شهروندی جهت برخورد با گردشگر
۳,۴۴	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۰٪)۰	(۵۴٪)۲۷	(۱۲٪)۶	معرفی قطب‌های گردشگری از طریق تبلیغات
۳,۶۲	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۰٪)۰	(۳۶٪)۱۸	(۳۰٪)۱۵	مشارکت حداکثری بخش غیردولتی (بخش عمومی = شهرداری‌ها و بخش خصوصی)
۳,۱۴	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۱۸٪)۹	(۴۸٪)۲۴	(۰٪)۰	ارتقاء سطح ایمنی تردد و کاهش متوسط عمر ناوگان مسافری
۴	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۱۴٪)۷	(۷۲٪)۳۶	(۱۴٪)۷	مناسب بودن زیرساخت‌های ریلی و هوایی
۳,۸۸	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۴۴٪)۲۲	(۲۲٪)۱۱	مناسب بودن زیرساخت‌های جاده‌ای
۳,۸۸	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۱۲٪)۶	(۸۸٪)۴۴	(۰٪)۰	وجود زیرساخت‌های ارتباطات در جهت راه‌اندازی سیستم‌های رزرواسیون مراکز گردشگری
۳,۳	(۱۴٪)۷	(۲۰٪)۱۰	(۰٪)۰	(۵۴٪)۲۷	(۱۲٪)۶	ساماندهی خدمات بین‌راهی
۴,۳۲	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۶۸٪)۳۴	(۳۲٪)۱۶	سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد واحدهای ارزان برای اقامت مسافران و زائران در مشهد
۳,۳	(۳۴٪)۱۷	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۳۲٪)۱۶	توسعه، احیاء و نگهداری جاذبه‌های گردشگری

### مؤلفه عرصه اقتصادی

یافته‌های توصیفی نشان می‌دهد در عرصه اقتصادی گویه‌های ارائه تسهیلات بانکی به بخش غیردولتی (۴/۰۲)، شناسایی فرصت سرمایه‌گذاری در زمینه‌های گردشگری (۴/۰۲)، ارائه و تسهیل خدمات ارزی به گردشگران (۳/۹) و ثبات نرخ ارز در مراکز مختلف گردشگری (۳/۸۶) در توسعه گردشگری شهر مشهد تأثیرگذاری بیشتری داشته‌اند (بیشترین میانگین را دارند و اکثراً به گزینه زیاد و خیلی زیاد پاسخ داده‌اند).

**جدول ۵.** فراوانی، درصد و میانگین گویه‌های مؤلفه عرصه اقتصادی

میانگین	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	گویه
۳,۴۴	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۰٪)۰	(۵۴٪)۲۷	(۱۲٪)۶	تهیه آیین‌نامه مناسب جهت سرمایه‌گذاری دولت در بخش تأسیسات
۴,۰۲	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۳۰٪)۱۵	(۳۶٪)۱۸	ارائه تسهیلات بانکی به بخش غیردولتی
۴,۰۲	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۳۰٪)۱۵	(۳۶٪)۱۸	شناسایی فرصت سرمایه‌گذاری در زمینه‌های گردشگری
۳,۷۸	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۵۴٪)۲۷	(۱۲٪)۶	حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی
۳,۱	(۰٪)۰	(۳۴٪)۱۷	(۲۲٪)۱۱	(۴۴٪)۲۲	(۰٪)۰	توسعه فعالیت بیمه‌ای مرتبط با گردشگری
۳,۸	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۳۲٪)۱۶	(۵۶٪)۲۸	(۱۲٪)۶	سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد واحدهای ارزان برای اقامت مسافران
۳,۹	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۲۲٪)۱۱	(۶۶٪)۳۳	(۱۲٪)۶	ارائه و تسهیل خدمات ارزی به گردشگران
۳,۸۶	(۰٪)۰	(۰٪)۰	(۱۴٪)۷	(۸۶٪)۴۳	(۰٪)۰	ثبات نرخ ارز در مراکز مختلف گردشگری

در جدول زیر شاخص‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش محاسبه شده است. شاخص میانگین اهمیت متغیرها را نظر پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهد و شاخص انحراف استاندارد پراکندگی پاسخ‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۷. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار
عرصه مدیریت گردشگری	۳/۹۶	۰/۲۵
کالبدی-زیرساختی	۳/۷۴	۰/۵۶
اجتماعی-فرهنگی	۳/۶۴	۰/۴۶
اقتصادی	۳/۷۴	۰/۴۸

یافته‌های توصیفی در جدول فوق نشان می‌دهد که متغیر عرصه مدیریت گردشگری (۳/۹۶) بیشترین میانگین را کسب کرده است و بعد از آن متغیرهای کالبدی-زیرساختی و اقتصادی (۳/۷۴) میانگین بیشتری داشته است. متغیر اجتماعی-فرهنگی با میانگین ۳/۶۴ نسبت به سه متغیر دیگر میانگین کمتری را کسب کرده است. در بررسی گویه‌های مربوط به عرصه مدیریت گردشگری این نتایج به دست آمده است که گویه‌های تسهیل ورود و خروج گردشگران خارجی از مرزهای کشور با میانگین (۴/۶)، نظارت بر راهنمایان و جهانگردان تورهای گردشگری (۴/۳۶)، همکاری با سازمان‌های بین‌المللی و کشورهای موفق در زمینه گردشگری (۴/۳۴) و نظارت بر کیفیت خدمات اقامتی گردشگران (۴/۰۲) در توسعه گردشگری شهر مشهد تأثیرگذاری بیشتری داشته‌اند (بیشترین میانگین را دارند و اکثراً به گزینه زیاد و خیلی زیاد پاسخ داده‌اند).

گویه‌های مربوط به عرصه اجتماعی-فرهنگی مشخص شد که گویه‌های هماهنگ ساختن برنامه‌های کلان تبلیغاتی با میانگین (۴/۲)، ارائه تبلیغات از طریق فضای مجازی و شبکه‌های تلویزیونی داخلی و خارجی در معرفی مشهد (۴/۰۲)، گسترش ارتباطات فرهنگی-مذهبی با کشورهای هم‌جوار (۳/۹۴) و توسعه زیرساخت‌های بقاع متبرکه در جهت ارتقای جایگاه فرهنگی، مذهبی و گردشگری استان (۳/۹۲) در توسعه گردشگری شهر مشهد تأثیرگذاری بیشتری داشته‌اند (بیشترین میانگین را دارند و اکثراً به گزینه زیاد و خیلی زیاد پاسخ داده‌اند).

همچنین در عرصه کالبدی-زیرساختی گویه‌های سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد واحدهای ارزان برای اقامت مسافران و زائران در مشهد با میانگین (۴/۳۲)، مناسب بودن زیرساخت‌های ریلی و هوایی (۴)، آموزش شهروندی جهت برخورد با گردشگر انواع خدمات (مانند پذیرایی، بهداشتی، حمل‌ونقل و ترابری، ترافیک) (۴)، ارتقاء کیفیت زیرساخت‌های گردشگری (۴) و ارتقاء ظرفیت کمی تأسیسات و زیرساخت‌های گردشگری (۴) در توسعه گردشگری شهر مشهد تأثیرگذاری بیشتری داشته‌اند (بیشترین میانگین را دارند و اکثراً به گزینه زیاد و خیلی زیاد پاسخ داده‌اند).

و در نهایت نتایج عرصه اقتصادی مشخص شد، گویه‌های ارائه تسهیلات بانکی به بخش غیردولتی با میانگین (۴/۰۲)، شناسایی فرصت سرمایه‌گذاری در زمینه‌های گردشگری (۴/۰۲)، ارائه و تسهیل خدمات ارزی به گردشگران (۳/۹) و ثبات نرخ ارز در مراکز مختلف گردشگری (۳/۸۶) در توسعه گردشگری شهر مشهد تأثیرگذاری بیشتری داشته‌اند (بیشترین میانگین را دارند و اکثراً به گزینه زیاد و خیلی زیاد پاسخ داده‌اند).

در پژوهش حاضر از رویکرد دومرحله‌ای در مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. بدین صورت که در مرحله اول مدل‌های اندازه‌گیری تدوین می‌شود به این صورت که به کمک تحلیل عاملی تأییدی روابط بین نشانگرها و سازه‌ها یا صفت‌های مکنون مورد توجه قرار می‌گیرد تا مشخص شود که نشانگرهای (شاخص‌های) هر سازه با چه دقتی آن سازه را اندازه‌گیری می‌کنند و در مرحله دوم بر اساس مدل معادلات ساختاری، اثر سازه‌ها بر روی یکدیگر مورد مطالعه

قرار گرفته است.

- به‌طور کلی روابط بین متغیرها در مدل معادلات ساختاری به دو حوزه کلی تقسیم می‌شوند:
- ❖ روابط بین متغیرهای پنهان با متغیرهای آشکار (مدل اندازه‌گیری و یا مدل تحلیل عاملی تأییدی)،
  - ❖ روابط بین متغیرهای پنهان با متغیرهای پنهان (مدل ساختاری)

### شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌های مختلفی برای ارزیابی برازش مدل‌های معادلات ساختاری مورداستفاده قرار می‌گیرند (شاهین، ۲۰۱۰). باوجوداینکه انواع گوناگونی از آزمون‌های (شاخص‌های) برازندگی مدل پیوسته در حال مقایسه، توسعه و تکامل هستند اما هنوز درباره حتی یک آزمون بهینه نیز توافق همگانی وجود ندارد. نتیجه آن است که پژوهش‌های گوناگون، شاخص‌های مختلفی را ارائه داده‌اند و حتی نگارش‌های مشهور برنامه‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری مانند نرم‌افزارهای EQS، LISREL و AMOS نیز تعدادی از شاخص‌های برازندگی به دست می‌دهند. به‌طور کلی شاخص‌های چندگانه‌ای برای نیکویی برازش مدل وجود دارد و بیشتر محققان مدل‌سازی معادلات ساختاری توصیه کرده‌اند که مدل‌ها باید با یک شاخص موردسنجش قرار گیرند.

جدول ۸. شاخص‌های برازندگی مدل

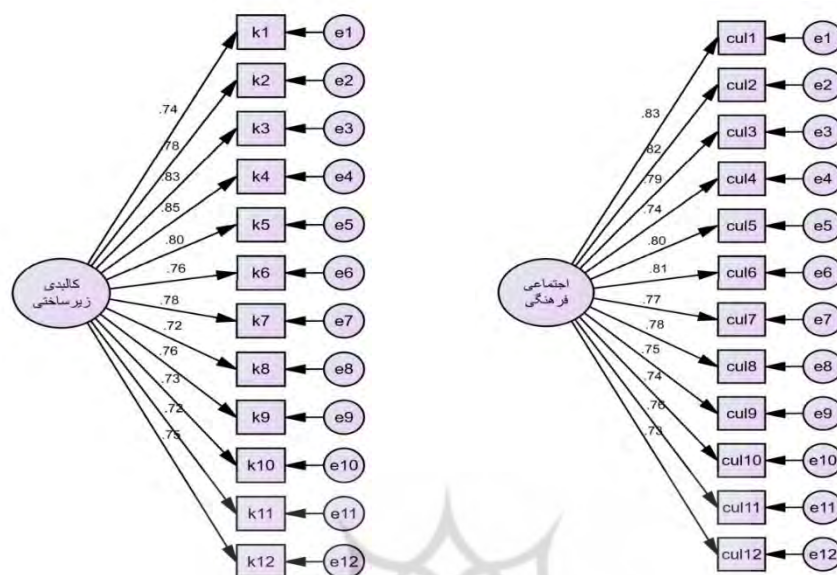
شاخص برازش	توضیحات	معیار قابل قبول
(X <sup>2</sup> /df)	مجذور کای به درجه آزادی	≤ ۳
AGFI	شاخص نیکویی برازش	≥ ۰/۹۰
GFI	شاخص میزان انطباق	≥ ۰/۹۰
RMR	میانگین مجذور پس‌مانده‌ها	نزدیک به صفر
CFI	شاخص برازندگی تطبیقی	≥ ۰/۹۰
TLI	شاخص توکر-لوپس	≥ ۰/۹۰
IFI	شاخص برازندگی فزاینده	≥ ۰/۹۰
RFI	شاخص برازش نسبی	≥ ۰/۹۰
NFI	شاخص نرم شده برازندگی	≥ ۰/۹۰
PCFI	شاخص برازش تطبیقی مقتصد	≥ ۰/۵
PNFI	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	≥ ۰/۵
PRATIO	نسبت اقتصاد	≥ ۰/۵
RMSEA	ریشه دوم میانگین خطای تقریب	≤ ۰/۰۸

### سنجش مدل‌های اندازه‌گیری به روش تحلیل عاملی تأییدی

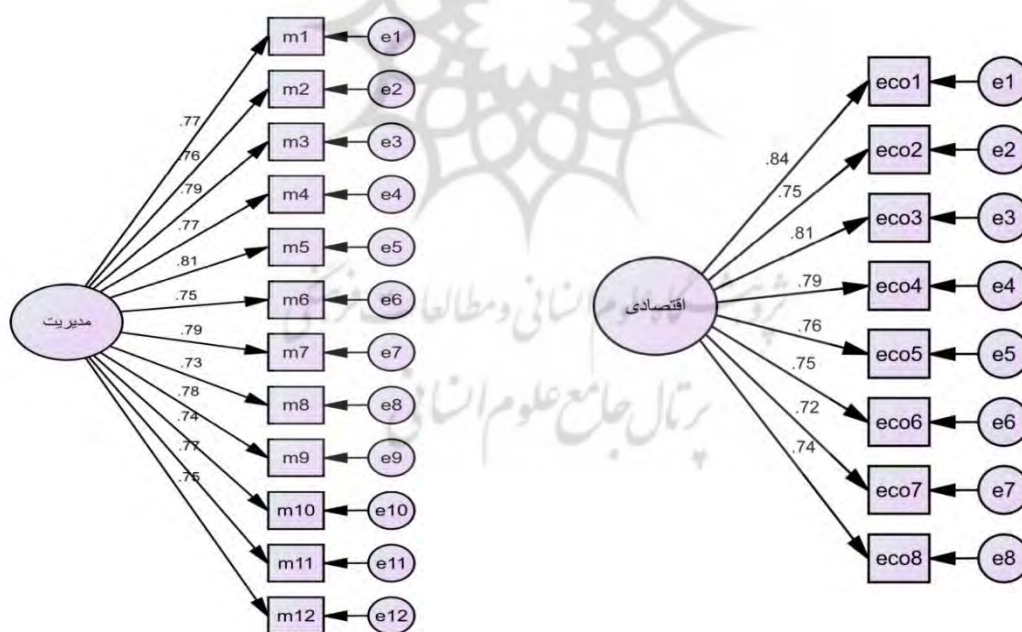
در چارچوب این تحقیق، برای اندازه‌گیری مفاهیم «کالبدی-زیرساختی»، «اجتماعی-فرهنگی»، «عرصه مدیریت گردشگری» و «اقتصادی» از گویه‌های جداگانه‌ای در پرسشنامه استفاده شد که از نرم‌افزار Amos 24 به روش تحلیل عاملی تأییدی برای برازش هر کدام از مدل‌های اندازه‌گیری استفاده گردید. برای تعیین صحت مدل‌های اندازه‌گیری شاخص‌های متعددی وجود دارد که در ادامه آورده شده است.

در نگاره‌های زیر مدل‌های اندازه‌گیری در حالت بار عاملی استاندارد شده، نشان داده شده است. چنانچه بارهای عاملی در مدل اندازه‌گیری بیشتر از ۰/۵ باشد گویه‌ها به‌خوبی متغیر مفهومی را تبیین می‌کنند.

این نکته قابل ذکر است که در نرم افزار Amos برخلاف نرم افزار لیزرل معناداری را بر روی مدل نشان نمی دهد و میزان معناداری بارهای عاملی را در قالب جداول با شاخص های p-value و نسبت بحرانی (CR) نمایش می دهد که در قسمت معناداری مدل مورد بحث قرار خواهد گرفت.



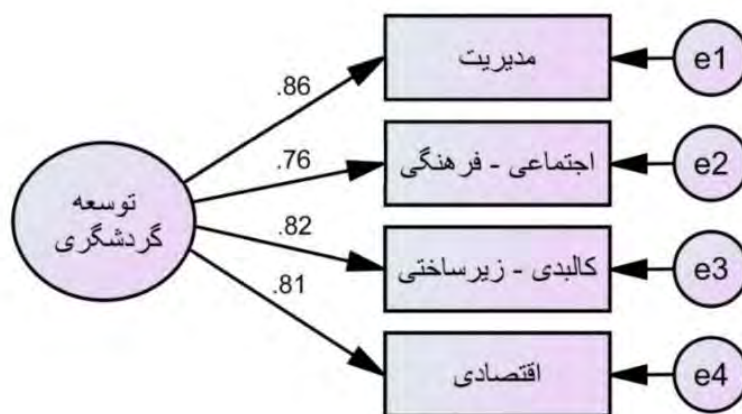
شکل ۲. مدل اندازه گیری کلیدی-زیرساختی و اجتماعی-فرهنگی



شکل ۳. مدل اندازه گیری عرصه اقتصادی و مدیریت

همان طور که در مدل های اندازه گیری مشاهده شد بار عاملی همه گویه ها بیشتر از  $0/7$  است به عبارت دیگر بیش از ۷۰ درصد تغییرات هر گویه توسط متغیر زیر بنایی تبیین می شود. پس از اطمینان از قابل قبول بودن مدل های اندازه گیری حاضر در مدل معادله ساختاری تدوین شده در موقعیتی هستیم

که می‌توانیم به برآورد و آزمون مدل مفهومی پژوهش از طریق مدل یابی معادلات ساختاری دست بزنیم. دلیل استفاده از این روش آن است که این مدل قابلیت این را دارد که به‌جای بررسی دوبه‌دو و منفک متغیرها، روابط همه متغیرها را به‌طور هم‌زمان تحلیل کند. رویکرد SEM، روش جامعی برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط بین متغیرهای مشاهده‌شده و متغیرهای مکنون می‌باشد. مدل ساختاری در نرم‌افزار Amos برازش شد که در نگاره زیر آمده است.



شکل ۴. مدل ساختاری برازش یافته (تخمین استاندارد)

برای تعیین میزان تناسب مدل ساختاری، شاخص‌های برازش محاسبه‌شده‌اند که نتایج در جدول زیر آمده است.

جدول ۹. شاخص‌های برازش مدل ساختاری

شاخص	حد مطلوب	مقدار گزارش شده
X <sup>2</sup> /df	۳ و کمتر	۲/۶۳
RMR	نزدیک به صفر	۰/۰۴۲
GFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۱۳
AGFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۸۸۱
NFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۱۸
RFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۰۱
IFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۴۸
TLI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۳۶
CFI	۰/۹ و بالاتر	۰/۹۴۷
PRATIO	۰/۵ و بالاتر	۰/۸۲۴
PNFI	۰/۵ و بالاتر	۰/۷۵۶
PCFI	۰/۵ و بالاتر	۰/۷۸۰
RMSEA	کوچک‌تر از ۰/۰۸	۰/۰۶۵

نتایج شاخص‌های برازش در جدول فوق نشان می‌دهد که مدل ساختاری از برازش مطلوبی برخوردار است بنابراین مدل ساختاری پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

## بحث

با بررسی نظریات و دیدگاه‌های مختلف در خصوص گردشگری و زمینه‌های مرتبط با آن همچنین با توجه به موضوع رساله حاضر که بررسی جایگاه گردشگری در طرح‌های توسعه شهری مشهد می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت که نهادها



خصوصاً نهادهای دولتی نقشی اساسی در هدایت جریان‌های توسعه به‌ویژه توسعه گردشگری دارند که نهادهای مدیریت شهری و منطقه‌ای نقش کلیدی در بهبود و پایداری گردشگری شهر مشهد بازی می‌کنند. از آنجایی که در نگرش سیستمی می‌توان بخش‌ها و عوامل تأثیرگذار بر گردشگری، همچون سازمان‌ها و شرکت‌های، اجتماع محلی، گردشگران، محیط و... را به‌صورت به‌هم‌پیوسته مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد؛ چنانکه دانشمندان و صاحب‌نظران به نامی هم چون لیپر، گان، هولدن و ... دارای چنین دیدگاهی بوده‌اند و توانسته‌اند با بهره‌گیری از نگرش سیستمی ضمن شناخت کلیت و جامع گردشگری از منافع آن برای توسعه منطقه بهره ببرند.

بنابراین با توجه به بررسی اهمیت و وضعیت جایگاه گردشگری مذهبی در طرح‌های فرادست شهر مشهد از دیدگاه صاحب‌نظران و متخصصین مرتبط امور مدیریت شهری و گردشگری در این شهر، مشخص شد ساختار و کارکرد هر یک از عناصر گردشگری این شهر به‌عنوان جزئی از سیستم گردشگری، متأثر و در ارتباط با همدیگر می‌باشند و کلیت گردشگری شهری را پدیدار ساخته است لذا، جهت رونق و توسعه گردشگری کلان‌شهر مشهد که گریبان گیر چند پارچگی و فقدان مدیریت یکپارچه گردشگری است، مستلزم برقراری ارتباطی دوسویه بین عناصر سیستم گردشگری بوده که نهادی فراگیر و فرادست، متشکل از کنشگران ذی‌ربط جهت توسعه گردشگری شهر و منطقه همسو و یکپارچه عمل کند.

### نتیجه‌گیری

بدون شک حل مشکلات و نابسامانی‌های موجود در زمینه گردشگری مذهبی در شهر مشهد در گرو درک صحیح ماهیت توسعه این شهر بوده است که گردشگری بنیان این توسعه را تشکیل می‌دهد. امروزه شهرها به‌عنوان موجوداتی زنده و پویا در برابر مسائل مختلف واکنش‌های متفاوت و سریعی از خود نشان می‌دهند. مقوله گردشگری از این اصل مستثنا نبوده و کوچک‌ترین تغییرهای این حوزه موجب تغییرهای گسترده در نظام‌های شهر می‌گردد. چنانچه این تغییرات در مسیر صحیح خویش راهبری شود باعث تعالی و رشد شهری خواهد شد و در غیر این صورت مدیریت شهری را تحت تأثیر سوء خویش قرار می‌دهد. از طرفی مقوله گردشگری خود به‌عنوان پدیده چندوجهی نیازمند رصد و واکنش‌های دقیق می‌باشد شناسایی مشکلات و مسائل محیط گردشگری، یکی از ابعاد رصد دقیق است و از ابعاد دیگر آن رصد جامعه مهمان و جامعه میزبان است. بر اساس مدل ساختاری تأیید شده در شکل ۲ نتیجه بررسی این فرضیه در جدول زیر آمده است.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد:

❖ متغیر عرصه مدیریت گردشگری با ضریب  $0/86$  بر توسعه شهری مشهد در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأثیر معناداری دارد (نسبت بحرانی برابر با  $9/85$  که بیشتر از  $2/56$  است) با توجه به اینکه این رابطه مثبت است در نتیجه با بهبود عرصه مدیریت جایگاه گردشگری در توسعه شهری نیز بهبود می‌یابد.

❖ متغیر عرصه کالبدی-زیرساختی با ضریب  $0/76$  بر توسعه شهری مشهد در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأثیر معناداری دارد (نسبت بحرانی برابر با  $8/83$  که بیشتر از  $2/56$  است) با توجه به اینکه این رابطه مثبت است در نتیجه با بهبود عرصه کالبدی-زیرساختی جایگاه گردشگری در توسعه شهری نیز بهبود می‌یابد.

❖ متغیر عرصه اجتماعی-فرهنگی با ضریب  $0/82$  بر توسعه شهری مشهد در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأثیر معناداری دارد (نسبت بحرانی برابر با  $9/41$  که بیشتر از  $2/56$  است) با توجه به اینکه این رابطه مثبت است در نتیجه با بهبود عرصه اجتماعی-فرهنگی جایگاه گردشگری در توسعه شهری نیز بهبود می‌یابد.

❖ متغیر عرصه اقتصادی با ضریب  $0/81$  بر توسعه شهری مشهد در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأثیر معناداری دارد (نسبت بحرانی برابر با  $9/39$  که بیشتر از  $2/56$  است) با توجه به اینکه این رابطه مثبت است در نتیجه با بهبود عرصه اقتصادی جایگاه گردشگری در توسعه شهری نیز بهبود می‌یابد.

بنابراین همان‌طور که نتایج در مدل ساختاری تأیید شده در نمودار شماره ۱ نشان می‌دهد عرصه مدیریت گردشگری با ضریب  $0/86$  بیشترین تأثیر بر توسعه شهری مشهد دارد. بعد از آن عرصه اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی به ترتیب با ضریب مسیر  $0/81$  و  $0/82$  بر توسعه شهری مشهد تأثیر دارد و در آخر متغیر عرصه کالبدی-زیرساختی با ضریب  $0/76$  بر توسعه شهری مشهد دارد. بنابراین فرضیه تحقیق مبنی بر اینکه عرصه مدیریت گردشگری مهم‌ترین عرصه تأثیرگذار در توجه به جایگاه گردشگری در توسعه شهری مشهد، تأیید می‌شود.

بنابراین می‌توان یکی از دلایل عقب‌ماندگی و نارسایی‌هایی که در حال حاضر در بخش گردشگری و مدیریت شهری مشهد وجود دارد را نبود مدیریت یکپارچه در حوزه گردشگری و عدم وجود میثاق‌نامه‌ای جامع و واحد در همه بخش‌های دخیل در گردشگری شهر مشهد است با توجه به مسائل مطرح‌شده مهم‌ترین عناصر و عوامل دخیل در طرح‌های توسعه شهری که هر کدام از ارگان‌ها، به‌صورت پراکنده و بر اساس مأموریت سازمانی به آن پرداخته‌اند.

## حامی مالی

این اثر حامی مالی نداشته است.

## سه‌م نویسنده‌گان در پژوهش

نویسنده‌گان در تمام مراحل و بخش‌های انجام پژوهش سهم برابر داشتند.

## تضاد منافع

نویسنده‌گان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

## تقدیر و تشکر

نویسنده‌گان از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رسانند، به ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

## منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی؛ کاظمی‌زاد، شمس‌الله و اسکندری، محمد. (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری مذهبی مورد شناسی قم. فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، ۴۳ (۷۶)، ۱۴۱-۱۱۵.
- احمدی، محمد صالح؛ رهنمایی، محمدتقی و علی‌اکبری، اسماعیل. (۱۴۰۰). تبیین نگاه فن‌سالارانه در طرح‌های توسعه شهری بر گردشگری با روش سه سوسازی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۶ (۵۳)، ۱-۳۲. [doi.org/10.22054/tms.2021.49345.2257](https://doi.org/10.22054/tms.2021.49345.2257)
- اسپیرو، کاستاس. (۱۳۹۷). گردشگری شهری و تغییر شهری شهرها در اقتصاد جهانی. مترجمین، خزایی، مصطفی، سجادی، ژیلدا، رضوانیان، محمدتقی، تهران: انتشارات تمدن علمی.
- اسدی پیمان، زهرا؛ توکلی‌نیا، جمیله؛ رضویان، محمدتقی و قورچی، مرتضی. (۱۳۹۹). ارزیابی کیفیت مقصد گردشگری مرکز

- شهر تهران مطالعه موردی: بازار بزرگ منطقه ۱۲ تهران. مجله گردشگری شهری، ۷(۲)، ۳۵-۵.  
doi:10.22059/jut.2020.308107.822
- الوانی، سیدمهدی و پیروزبخت، معصومه. (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهانگردی. ناشر: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.  
بزرگ‌نیا، مهدی؛ استعلاجی، علیرضا و شیخ اعظمی، علی. (۱۴۰۰). تأثیر پروژه‌های محرک توسعه بر ارتقاء گردشگری شهری  
مطالعه موردی: منطقه ۱۱ شهر تهران. مجله گردشگری شهری، ۸(۲)، ۱۴۰-۱۳۷. doi: 10.22059/jut.2021.325648.915
- بیضایی، میترا و صدقاتی، عاطفه. (۱۳۹۸). برنامه‌ریزی توسعه گردشگری پایدار و شناسایی عناصر پایه مطالعه موردی شهرستان  
بجنورد. فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۳۰(۱)، ۱۳۶-۱۱۱. doi:10.22108/gep.2019.116360.1139
- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، محسن. (۱۳۸۵). گردشگری، ماهیت و مفاهیم. تهران: سمت.  
جمشیدی، محمدجواد. (۱۳۹۷). تبیین اثرات فضایی گردشگری شهری بر مسائل ساختار شهری مشهد با تأکید بر اقتصاد سیاسی.  
رساله دکتری تخصصی رشته شهرسازی، استاد راهنما: ناصر برک پور، دانشگاه هنر.  
رحیمی فرد، قاسم. (۱۳۹۶). تحلیلی بر نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری شهری مطالعه موردی شهر خوی.  
پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری گرایش آمایش شهری، دانشگاه تبریز، دانشکده برنامه‌ریزی و  
علوم محیطی.
- رضایی‌مقدم، علیرضا؛ مشکینی، ابوالفضل و رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا. (۱۳۹۸). اولویت‌بندی ذینفعان گردشگری مذهبی  
کلان‌شهر مشهد. مجله گردشگری شهری، ۶(۴)، ۱۴۳-۱۲۹. doi:10.22059/jut.2022.339631.1018
- زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۸۵). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تکیه بر محیط‌زیست). تهران: انتشارات دانشگاه علامه  
طباطبایی.
- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان تهران. (۱۳۸۵). طرح جامع توسعه گردشگری استان تهران.  
شریفی، سعید. (۱۳۸۹). مطالعات برنامه آمایش استان خراسان رضوی. گزارش نهایی گردشگری، معاونت برنامه‌ریزی استانداری  
خراسان رضوی.
- شمس‌الدینی، علی و سنایی مقدم، سروش. (۱۳۹۷). تحلیلی بر سنجش زیرساخت‌های گردشگری در فضاهای شهری (مطالعه  
موردی: شهر زنجان). مجله گردشگری شهری، ۵(۳)، ۶۵-۸۲. Doi:10.22059/jut.2018.239413.367
- ضیایی، محمود و شجایی، مسلم. (۱۳۸۹). سطح‌بندی مقصدهای گردشگری: واکاوی مفهومی نو در برنامه‌ریزی فضایی گردشگری.  
فصلنامه مطالعات گردشگری، ۵(۱۳)، ۴۶-۲۵. Dor: 20.1001.1.23223294.1389.5.13.2.2
- علی‌اکبری، اسماعیل؛ پوراحمد، احمد و جلال‌آبادی، لیلا. (۱۳۹۷). شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده گردشگری پایدار  
شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی. فصلنامه گردشگری و توسعه، ۷(۱)، ۱۵۶-۱۷۸.
- کشاوری، مهناز. (۱۳۹۸). شناسایی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری پایدار شهری با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری  
تفسیری (ISM) مطالعه موردی: شهر خرم‌آباد. مجله گردشگری شهری، ۶(۱)، ۱۳۴-۱۲۱. doi:10.22059/jut.2019.246390.414
- مهدی‌نژاد، محمود و مختاری ملک‌آبادی، رضا. (۱۳۸۶). نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار. نشریه سپهر (سازمان جغرافیایی)  
۱۶(۶۲)، ۱-۱۲.
- موسوی، میرنجف و، سلطانی، ناصر. (۱۳۹۳). تحلیلی بر نقش گردشگری مذهبی در توسعه شهری (مطالعه موردی: امام‌زاده جعفر  
(ع) یزد). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۵(۱۸)، ۹۴-۷۷.
- موسوی، میرنجف؛ کهکی، فاطمه سادات و جلالیان، سید اسحاق. (۱۳۹۸). ارزیابی عناصر مؤثر بر توسعه گردشگری شهری مطالعه  
موردی: شهر ارومیه. مجله گردشگری شهری، ۶(۲)، ۷۷-۶۱. doi:10.22059/jut.2019.240063.37
- قهرمانی فرد، حسین؛ حسین‌زاده دلیر، کریم و موسوی، میر سعید. (۱۴۰۱). شناخت و ارزیابی پیشران‌های حیاتی مؤثر بر آینده  
توسعه گردشگری (مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز). مجله گردشگری شهری، ۸(۱)، ۸۲-۶۷. doi:10.22059/jut.2021.316833.869

پوررنگ، علی؛ عربشاهی، معصومه؛ بهبودی، امید و خیرخواه، مریم. (۱۴۰۱). بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری آرام در میان گردشگران شهری بر پایه نظریه رفتاری هدف محور (مطالعه موردی: شهر مشهد). فصلنامه گردشگری شهری، ۹، (۱)، ۹۰-۶۷

doi:10.22059/jut.2020.292987.755

نادری، کاوه؛ بادکو، بهروز؛ حدیدی، مسلم؛ آزادی، سیامک؛ نجفی، پری و حامد، بیتا. (۱۳۹۷). اولویت‌بندی راهبردی توسعه گردشگری به‌منظور تعیین جایگاه آن در برنامه‌های توسعه شهری (مطالعه موردی: استان کرمانشاه). فصلنامه پژوهش‌های

جغرافیای انسانی، ۵۰، (۳)، ۵۸۹-۵۷۳. doi: 10.22059/jhgr.2017.60852

## References

- Ahmadi, M. S., Rahmani, M. T., & Ali Akbari, I. (2021). Explaining the technocratic view in urban development plans on tourism with the three-way method (case study: Kermanshah province). *Tourism Management Studies Quarterly*, 16 (53), 1-32. doi.org/10.22054/tms.2021.49345.2257 [In Persian]
- Ali Akbari, I., Pourahmad, A., & Jalalabadi, L. (2017). Identifying the effective drivers on the future state of sustainable tourism in Kerman city with a future research approach. *Tourism and Development Quarterly*, 7(1), 178-156. [In Persian]
- Alwani, S. M., & Pirouzbakht, M. (2005). *Tourism management process*. Publisher: Cultural Research Office. [In Persian]
- Asadi Payman, Z., Toklinia, J., Razovian, M. T., & Ghorchi, M. (2019). Evaluation of the quality of the tourism destination in the center of Tehran, a case study: Big Bazaar, District 12, Tehran. *Journal of Urban Tourism*, 7(2), 5-35. doi:10.22059/jut.2020.308107.822 [In Persian]
- Baidal, A., & Ivars, J. (2004). Tourism planning in Spain: evolution and perspective. *Annals of tourism research*, 31(2), 319-330. doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.001
- Beidai, M., & Sedaghati, A. (2018). Sustainable tourism development planning and identification of the basic elements of the Bojnord case study. *Journal of Geography and Environmental Planning*, 30 (1), 111-136. doi:10.22108/gep.2019.116360.1139 [In Persian]
- Boghroniya, M., Astelazhi, A., & Sheikh Azami, A. (2021). The effect of development stimulating projects on the promotion of urban tourism, a case study: District 11 of Tehran. *Journal of Urban Tourism*, 8(2), 140-137. doi: 10.22059/jut.2021.325648.915 [In Persian]
- Chris, R. (2012). Assisting the poor in China through tourism development: An eviow of research. *Tourism Management*, 33, 239-248. doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.014
- Cultural Heritage and Tourism Organization of Tehran Province. (2005). Comprehensive tourism development plan of Tehran province. [In Persian]
- Ebrahimzadeh, I., Kazemizad, Sh., & Eskandari, M. (2011). Strategic planning of tourism development with an emphasis on religious tourism, a case study of Qom. *Human Geography Research Quarterly*, 43 (76), 115-141. [In Persian]
- Farmer, M. (2018). Identifying the influencing factors in the development of sustainable urban tourism using the Interpretive Structural Modeling (ISM) method, case study: Khorramabad city. *Journal of Urban Tourism*, 6(1), 134-121. doi:10.22059/jut.2019.246390.414 [In Persian]
- Ghahrani Fard, H., Hosseinzadeh Delir, K., & Mousavi, M. S. (2021). Recognizing and evaluating vital drivers affecting the future of tourism development (case study: Tabriz metropolis). *Journal of Urban Tourism*, 8 (1), 67-82. doi:10.22059/jut.2021.316833.869 [In Persian]
- Jamshidi, M. J. (2017). *Explaining the spatial effects of urban tourism on the urban structure of Mashhad with an emphasis on political economy*. Doctoral dissertation in the field of urban planning, supervisor: Nasser Barakpour, University of Arts. [In Persian]
- Mahdinejad, M., & Mokhtari Malekabadi, R. (2006). The role of urban management in sustainable development. *Sepehr Journal (Geographical Organization)* 16 (62), 1-12. [In

- Persian]
- Mousavi, M., & Soltani, N. (2013). An analysis of the role of religious tourism in urban development (case study: Imamzadeh Jafar (AS) Yazd). *Journal of Urban Research and Planning*, 5(18), 77-94. [In Persian]
- Mousavi, M., Kohki, F. S., & Jalalian, S. I. (2018). Evaluation of factors affecting the development of urban tourism, a case study: Urmia city. *Journal of Urban Tourism*, 6 (2), 61-77. doi:10.22059/jut.2019.240063.37 [In Persian]
- Naderi, K., Badko, B., Hadidi, M., Azadi, S., Najafi, P., & Hamed, B. (2017). Strategic prioritization of tourism development in order to determine its place in urban development programs (case study: Kermanshah province). *Human Geography Research Quarterly*, 50, (3), 589-573. doi: 10.22059/jhgr.2017.60852 [In Persian]
- Orbasll, A. (2000). *Tourists in Historic Towns. Urban Conservation and Heritage Management*. London, E 8 spon, Published 16 August 2000 by Taylor & Francis 220 Pages.
- Papli Yazdi, M. H., & Saqai, M. (2005). *Tourism, nature and concepts*. Tehran: Side. [In Persian]
- Pourrang, A., Arabshahi, M., Behdi, A., & Kaekah, M. (2021). Investigating factors affecting the development of peaceful tourism among urban tourists based on goal-oriented behavioral theory (case study: Mashhad city). *Journal of Urban Tourism*, 9, (1), 67-90. Doi:10.22059/jut.2020.292987.755 [In Persian]
- Rahimi Fard, Q. (2016). *An analysis of the role of urban management in the sustainable development of urban tourism, a case study of the city of Khoy*. Master's thesis in the field of geography and urban planning, urban planning, Tabriz University, Faculty of Planning and Environmental Sciences. [In Persian]
- Rezaei Moghadam, A., Meshkini, A., & Ruknuddin Eftekhari, A. (2018). Prioritizing beneficiaries of religious tourism in Mashhad metropolis. *Journal of Urban Tourism*, 6 (4), 129-143. doi:10.22059/jut.2022.339631.1018 [In Persian]
- Shamsaldini, A., & Sanai Moghadam, S. (2017). An analysis on measuring tourism infrastructure in urban spaces (case study: Zanzan city). *Journal of Urban Tourism*, 5 (3), 65-82. Doi:10.22059/jut.2018.239413.367 [In Persian]
- Sharifi, S. (2010). *Studies of the research program of Khorasan Razavi province*. The final report of tourism, Deputy Planning of Khorasan Razavi Governorate.
- Spiro, C. (2017). *Urban tourism and urban change of cities in the global economy*. Translators, Khazaei, Mostafa, Sajjadi, Jila, Rezvanian, Mohammad Taghi, Tehran: Tamdan Scientific Publications. [In Persian]
- Timothy, D. J. (2005). *Aspect of Tourism Shopping Tourism*. Retailing and Leisure. Channel View Publications, Toronto.
- Wen-Hsiang, A., & Quang-vinh, N. (2010) Applying AHP Approach to Investigate the Tourism Promotion Efficiency. *Destination Marketing Management*, 19 (1), 1-22. doi:10.20867/thm.19.1.1
- Zahedi, Sh. (1385). *Basics of sustainable tourism and ecotourism (based on the environment)*. Tehran: Allameh Tabatabai University Press. [In Persian]
- Ziyai, M., & Shejai, M. (2010). Stratification of tourism destinations: a new conceptual analysis in tourism spatial planning. *Journal of Tourism Studies*, 5(13), 25-46. Dor: 20.1001.1.23223294.1389.5.13.2.2 [In Persian]