

## تبیین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مشهد

محمدجواد جمشیدی<sup>۱</sup>، ناصر برک پور<sup>۲</sup>، خلیل کلانتری<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۳/۱۷ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۷/۲۴

### چکیده

توجه بیش از حد به پتانسیل‌های گردشگری مذهبی مشهد، توزیع نامتوازن خدمات گردشگری را به همراه داشته است. هدف پژوهش حاضر بررسی اثرات بستر اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی مشهد بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری است. به منظور نیل به این هدف ابتدا مبتنی بر داده‌های پایگاه اطلاعات شهری مشهد توزیع نامتوازن خدمات گردشگری شهر مشهد تبیین می‌شود. سپس از طریق مصاحبه با افراد آگاه به شرایط اقتصاد سیاسی شهر مشهد، اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری تبیین می‌گردد. یافته‌های پژوهش بیانگر نقش کنشگران گردشگری مذهبی و شرایط اقتصاد سیاسی حاکم بر گردشگری مذهبی بر تشدید تمرکز خدمات گردشگری پیرامون حرم مطهر رضوی است. از مهم‌ترین راهکارهای پژوهشی می‌توان به تشکیل مدیریت یکپارچه گردشگری، تهیه طرح جامع گردشگری شهری مشهد و ارتقای سطح مشارکت سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و جامعه مدنی در بستر اقتصاد سیاسی شهر مشهد اشاره نمود.

**واژگان کلیدی:** اقتصاد سیاسی، خدمات گردشگری، شهر مشهد، گردشگری مذهبی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

۱- دکترای شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر، تهران. (نویسنده مسئول) [m.jamshidi@ar.ac.ir](mailto:m.jamshidi@ar.ac.ir)

۲- استاد گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر، تهران، ایران

۳- استاد دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران، کرج، ایران

## مقدمه

در سال‌های اخیر در بسیاری از جوامع شهری، اهمیت گردشگری برای اقتصاد محلی در زمینه ایجاد اشتغال، تحریک اقتصاد و تولید ثروت بیش‌ازپیش مدنظر قرار گرفته است (مازانک و ووبر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹)؛ به شکلی که گردشگری نه‌تنها به‌عنوان یک کاتالیزور توسعه، بلکه به‌عنوان عاملی برای تغییرات سیاسی و اقتصادی مدنظر قرار گرفته است (یانگ<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷). بخش گردشگری با اجرای راهبردهای نوآورانه در شهر، زمینه را برای جذب بیشتر گردشگران و تولید درآمد و ارزش‌افزوده در شهر فراهم می‌سازد. به همین دلیل در بیشتر کشورها، استفاده از قابلیت‌های گردشگری در توسعه شهری بیش‌ازپیش مدنظر قرار گرفته است (ریفای<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲؛ یانگ، ۲۰۰۷).

فرآیند تولید فضای شهری، توسط نیروهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی به شهر دیکته می‌شود (هاتسون<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰). طبق رویکرد اقتصاد سیاسی، زمان، سرمایه مداخله و عمل در جوامع محلی محدود به افراد و گروه‌های خاصی است (هیلاز و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸). رویکرد اقتصاد سیاسی، بر تحلیل جریان‌های اجتماعی و نهادینی تأکید می‌کند که از راه آن‌ها، گروه‌های معینی از طبقات پرنفوذ اقتصادی-سیاسی، تخصیص منابع تولیدی و کمیاب را در حال و آینده در راستای منافع خود مهار می‌کنند (حاتمی‌نژاد و عبدی، ۱۳۸۴). دیدگاه اقتصاد سیاسی به فضا، راه‌حل مسائل شهری را به شکلی بنیادین و با توجه به تحولات نظام اجتماعی-سیاسی و اقتصادی و تغییرات ساختاری سرمایه‌داری مورد مطالعه قرار می‌دهد (مهدوی وفا و همکاران، ۱۳۸۸).

در زمینه تحلیل قدرت و نقش کنشگران کلیدی توسعه شهری در بستر اقتصاد سیاسی ایران پژوهش‌های متنوعی صورت پذیرفته است (امین زاده و آسوده، ۱۳۹۴؛ حسینی دهاقانی و بصیرت، ۱۳۹۵؛ سرخیلی و همکاران، ۱۳۹۳؛ صالحی‌فرد، ۱۳۸۶؛ کاظمیان، ۱۳۸۳؛ کاظمیان و جلیلی، ۱۳۹۴؛ کاظمیان و میرعابدینی، ۱۳۹۰؛ مهدوی وفا و همکاران، ۱۳۸۸؛ مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷). در تمامی این پژوهش‌ها بر توجه بهینه به مؤلفه‌های اقتصاد سیاسی بستر مورد

1 Mazanec &amp; Wöber

2 Yang

3 Rifai

4 Hutchison

5 Hayllar, Griffin, &amp; Edwards

مطالعه و شناسایی اهرم‌های قدرت کنشگران کلیدی توسعه شهری از قبیل دولت، بخش عمومی، بخش خصوصی و جامعه مدنی در راستای تعدیل مسائل توسعه شهری تأکید شده است. از طرف دیگر به منظور تحلیل عینی تر مؤلفه‌های تأثیرگذار اقتصاد سیاسی بر فرآیند تحولات شهری برخی از محققان بر مطالعه اثرات فضایی اهرم‌های قدرت کنشگران کلیدی توسعه شهری تأکید می‌نمایند (افراخته و حجی پور، ۱۳۹۴؛ ایمانی شاملو و رفیعیان، ۱۳۹۵؛ ایمانی شاملو و همکاران، ۱۳۹۵؛ کاظمیان، ۱۳۸۳؛ محملی ایبانه، ۱۳۹۰؛ مهدوی وفا و همکاران، ۱۳۸۸). این محققان مطالعه بازتاب فضایی عمل کنشگران کلیدی توسعه شهری را زمینه‌ساز تحلیل درست ریشه‌های اصلی مسائل شهری به شمار می‌آورند. علاوه بر این در زمینه مطالعات گردشگری شهری، پژوهش‌های متنوعی بر روی مطالعه کنشگران کلیدی اقتصادی و سیاسی، گروه‌های ذینفع و ساختارهای سیاسی تأثیرگذار بر تحولات گردشگری شهری به ویژه گردشگری شهری مشهد صورت پذیرفته است (سقای و همکاران، ۱۳۹۱؛ عزیزپور و فتحی زاده، ۲۰۱۷؛ قدمی، ۱۳۹۰؛ لطفی و همکاران، ۱۳۸۷؛ نوغانی و قهرمان، ۱۳۹۳). هرچند که این مطالعات فاقد رویکردی فضایی در تحلیل مؤلفه‌های اقتصاد سیاسی گردشگری شهری است ولی در میان مطالعات گردشگری شهری پیش از خود از رویکرد جدیدی در تحلیل مسائل گردشگری شهری مشهد برخوردار هستند.

شهر مشهد در دهه‌های اخیر، با جذب قابل توجه گردشگران داخلی و بین‌المللی تحولات قابل توجهی را در ساختار شهری خود تجربه کرده است. بخش اعظم این تحولات متأثر از گردشگرانی است که به قصد زیارت بارگاه مطهر رضوی عازم این شهر شده‌اند و جایگاه گردشگری مذهبی شهر مشهد را در مقایسه با سایر گونه‌های گردشگری این شهر ارتقا داده‌اند. از طرف دیگر گردشگران شهری مشهد علاوه بر زیارت بارگاه مطهر رضوی، خواهان بازدید از دیگر جاذبه‌های گردشگری این شهر هستند (ملازم الحسینی و همکاران، ۲۰۱۷). توجه بیش از حد کنشگران گردشگری شهری مشهد به پتانسیل‌های فضایی نهفته در گردشگری مذهبی مسائل متنوعی را در ساختار شهری مشهد به وجود آورده است. این مسائل با غفلت

کنشگران از پتانسیل‌های پیشران فضایی سایر جاذبه‌های گردشگری<sup>۱</sup> این شهر تشدید شده است. یکی از این مسائل تمرکز بیش از اندازه خدمات گردشگری شهری در هسته سنتی شهر مشهد برای استفاده هر چه بیشتر از پتانسیل‌های گردشگری مذهبی است. این امر تشدید ازدحام فعالیتی پیرامون حرم مطهر رضوی را به همراه داشته است. شکل‌گیری واحدهای مستقل تجاری، بازارچه و بازار سنتی و بازارچه در بافت سنتی شهر، زندگی برای شهروندان در این پهنه را با مشکلات عدیده‌ای روبرو ساخته است. بارگذاری بیش از حد کاربری‌های سودآور در پیرامون حرم منجر به تغییرات وسیع و تخریب ارزش‌های هویتی بافت سنتی شهر مشهد در این منطقه شده است. از طرف دیگر، قیمت بالای زمین و ملک در این پهنه، سرمایه‌گذاری‌های گسترده ساختمان و احداث واحدهای اقامتی و تجاری در این بخش از شهر را تشدید کرده است (سرخیلی و همکاران، ۱۳۹۳). این تمرکز فعالیتی نه تنها منجر به عدم توازن در سازمان فعالیتی شهر مشهد شده است بلکه پتانسیل‌های پیشران فضایی سایر جاذبه‌های گردشگری شهری مشهد را نیز به شکل بالقوه به حال خود واگذاشته است.<sup>۲</sup> مجموعه موارد فوق بیانگر عدم مدیریت بهینه اثرات فضایی گردشگری مذهبی از سوی کنشگران بستر اقتصاد سیاسی گردشگری شهر مشهد است. همچنین عدم هماهنگی میان کنشگران گردشگری مذهبی، سوداگری فضایی را در پهنه‌های پیرامونی حرم رضوی تشدید نموده است. بازخورد اثرات فضایی این عدم هماهنگی در پراکنش نامتوازن خدمات گردشگری پیرامون جاذبه‌های گردشگری شهری مشهد هویدا شده است.

در مجموع به نظر می‌رسد اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی مشهد زمینه‌ساز تمرکز بیش از اندازه بر پتانسیل‌های گردشگری مذهبی و عدم سرمایه‌گذاری بهینه بر روی سایر گونه‌های گردشگری شهری مشهد شده است و توزیع نامتوازن خدمات گردشگری شهر مشهد

۱. علاوه بر جاذبه‌های گردشگری مذهبی، از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری شهری مشهد می‌توان به جاذبه‌های

گردشگری خرید و جاذبه‌های گردشگری فراغتی اشاره نمود.

۲. از مهم‌ترین مصادیق این موضوع می‌توان به عدم توسعه بهینه خدمات گردشگری شهری پیرامون جاذبه‌های تاریخی

و تفریحی شهر مشهد اشاره نمود که خود باعث انتخاب مراکز خرید به‌عنوان جاذبه اول گردشگران بعد از حرم مطهر

رضوی شده است (سلطانی و شاهنوشی، ۱۳۹۱).

را تشدید نموده است. با توجه به موارد فوق، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی اثرات بستر اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی مشهد بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری است. سؤالات پژوهش حاضر را نیز می‌توان این‌گونه عنوان نمود: بستر اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی مشهد چه اثراتی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری داشته است؟ و چه راهکارهایی را برای تعدیل شرایط موجود می‌توان مدنظر قرار داد؟

به‌منظور پاسخ به مسائل فوق، ابتدا تلاش می‌شود تا با مرور پژوهش‌های قبلی، اثرات گردشگری بر تحولات شهری و اهمیت توجه به بستر اقتصاد سیاسی در تحلیل مسائل شهری تبیین شود. در ادامه، با تحلیل داده‌های پایگاه اطلاعات شهری مشهد<sup>۱</sup> پراکنش نامتوازن فضایی خدمات گردشگری شهری مشهد تبیین می‌شود. سپس، از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با کنشگران گردشگری مذهبی مشهد، اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری تبیین می‌شود. در پایان به‌منظور تعدیل توزیع نامتوازن خدمات گردشگری و بهره‌برداری متوازن از پتانسیل گونه‌های مختلف گردشگری شهری مشهد، راهکارهایی برای تعدیل شرایط موجود ارائه می‌شود.

### گردشگری و توسعه شهری

گردشگری مذهبی یکی از اشکال عمده گردشگری است که به‌منظور دیدار از اماکن مذهبی و انجام فرایض دینی و مذهبی شکل می‌گیرد (بدری و طیبی، ۱۳۹۱). گردشگری مذهبی همه کسانی که برای اهداف مذهبی به مقاصد مذهبی سفر می‌کنند را در بر می‌گیرد (ضرغام‌بروجنی و توحیدلو، ۱۳۹۰). به عبارتی گردشگران مذهبی افرادی هستند که هدف اصلی سفر آن‌ها بازدید از اماکن مذهبی و مقدس باشد (راج و گریفین<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵). گردشگران مذهبی،

<sup>۱</sup> پایگاه اطلاعات شهری مشهد مجموعه است از داده‌های اولیه مورد نیاز برای طرح‌های توسعه شهر مشهد که با همکاری اداره راه و شهرسازی خراسان رضوی، شهرداری شهر مشهد و مشاوران طرح‌های توسعه شهری مشهد در قالب یک پایگاه اطلاعاتی یکپارچه جمع‌آوری شده است. آمار تعداد افراد شاغل در خدمات گردشگری شهری مشهد از این پایگاه استخراج شده است.

گردشگرانی فرهنگی به شمار می‌آیند که برای زیارت اماکن، آثار، یادمان‌های مذهبی، انجام اعمال مذهبی و دینی، ترویج و آموزش و گذران اوقات فراغت به مکان‌های مذهبی سفر می‌کنند (حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۵). انگیزه اصلی گردشگران مذهبی بازدید از اماکن مقدس مذهبی است. گردشگران مذهبی که به مقاصد شهری سفر می‌کنند، عامل ارتقای زیرساخت‌های شهری، ایجاد اشتغال، افزایش درآمدها و بهبود اقتصادی شهرهای گردشگری هستند (فیروزجائیان و همکاران، ۱۳۹۳).

از طرف دیگر با استقرار مقاصد گردشگری مذهبی در شهرها، این نوع گردشگری به‌عنوان گونه‌ای از گردشگری شهری نیز مطرح می‌شود. اضافه‌سازی پسوندهای شهری به گردشگری مفهومی فضایی بخشیده است و گردشگری شهری به‌منظور بازدید و دسترسی به جاذبه‌های مستقر در فضاهای شهری به وقوع می‌پیوندد (اشورث<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). به عبارتی گردشگری شهری تمام انواع گردشگری که به مقاصد شهری ختم می‌شوند را در بر می‌گیرد (ادواردز و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸). در دهه‌های اخیر سرمایه‌گذاری قابل‌توجهی در زمینه تسهیلات رفاهی گردشگری در مناطق شهری صورت پذیرفته است. ریفای گردشگری را یکی از ارکان اصلی و محرک اقتصادی شهرهای گردشگری می‌داند که علاوه بر ایجاد اشتغال و درآمد، نقش مهمی در حفظ زیرساخت‌های شهری و توسعه خدمات عمومی ایفا می‌کند (ریفای، ۲۰۱۲). اشورث (۲۰۱۲) گردشگری را یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان برمی‌شمارد که می‌تواند منافع اقتصادی قابل‌توجهی را نصیب شهرها نماید. این محقق شهرها را نهادهای بزرگ چندمنظوره‌ای می‌داند که عملکردها و فضاهای متنوعی را در اختیار گردشگران قرار می‌دهند و از این طریق است که جذب گردشگران به شهرها تسهیل می‌شود و به‌نوبه آن ابعاد اقتصادی و اجتماعی و کالبدی شهری و ساختار شهری دچار دگرگونی می‌شود (اشورث، ۲۰۱۲). ایجاد اشتغال و مهارت، دستمزد بالاتر و دسترسی بهتر به خدمات اساسی شهر، از اثرات اقتصادی مستقیم گردشگری بر ساختار شهری است که به شکل غیرمستقیم بر تقاضای سایر بخش‌های اقتصادی اثر می‌گذارد (بانرجی و همکاران، ۲۰۱۵). همچنین ادجل و همکاران (۲۰۰۸) گردشگری را عامل شکل‌گیری و توسعه خدمات گردشگری معرفی می‌نمایند. این محققین

1 Ashworth

2 Edwards

اشاره می‌کنند که گردشگری به‌عنوان مولد اشتغال، طیف گسترده‌ای از خدمات مورد نیاز گردشگران را در قالب فعالیت‌های جدید شهری به وجود می‌آورد. در این رابطه اشوورث و پیچ (۲۰۱۱) از مهم‌ترین خدمات گردشگری شهری به مراکز خرده‌فروشی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای، رستوران‌های پذیرایی، هتل‌ها اشاره می‌نمایند.

گردشگری شهری علاوه بر اثرات سازنده، اثرات منفی متنوعی را نیز بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و زیست‌محیطی شهر تحمیل می‌نماید (ابراهیم‌نیاسماکوش و همکاران، ۱۳۹۲؛ تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۰؛ تیموری، ۱۳۹۴؛ حاتمی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۳؛ رضایی نیا و جعفری، ۱۳۹۴؛ قدمی، ۱۳۹۰؛ مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷؛ نوروزی، ۱۳۸۶). هیلی (۲۰۱۱) با ارزیابی هزینه‌های اقتصادی به‌سنجش اثرات گردشگری شهری بر سرمایه عمومی می‌پردازد این محقق هزینه‌ها و منافع گردشگری شهری را به‌طور خلاصه دسته‌بندی نموده که در شکل ۱ ارائه شده است:



شکل ۱. منافع و هزینه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی گردشگری شهری برگرفته از (هیلی، ۲۰۱۱)

توسعه گردشگری علاوه بر افزایش فرصت‌های شغلی و بهبود استانداردهای زندگی (ابراهیم‌نیاسماکوش و همکاران، ۱۳۹۲؛ تیموری، ۱۳۹۴؛ صالحی‌فرد، ۱۳۸۶)، می‌تواند به افزایش هزینه‌های زندگی برای ساکنین محلی منجر شود (استایلیدیس<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). صرفه‌های ناشی از تجمع هم‌جوار با جاذبه‌های گردشگری می‌تواند باعث افزایش قیمت، ایجاد

1 Heeley

2 Stylidis

تورم و در نهایت منجر به توسعه اقتصادی نابرابر میان پهنه‌های مختلف شهرهای گردشگری شود (سی یرل<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸).

### اقتصاد سیاسی گردشگری

کیوز<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) اصطلاح اقتصاد سیاسی را عبارتی برای توصیف اثرات کارکردی متقابل اقتصاد اقتصاد بر سیاست و بالعکس می‌داند. به نظر این محقق اقتصاد سیاسی ترسیم‌کننده رابطه پیچیده میان فرآیندهای سیاسی (از قبیل دولت، مردم و تخصیص آمرانه منابع در جامعه) و فرآیندهای اقتصادی (از قبیل شیوه‌های مختلف تولید) است. به نظر موسدال<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) اقتصاد سیاسی از طریق درک ساختار و روابط اجتماعی جوامع به دنبال بازگرداندن تغییرات اجتماعی در راستای دستیابی به شرایطی عادلانه‌تر است. مهدوی وفا و همکاران (۱۳۸۸)، اصولاً اتخاذ رویکرد فضایی در قبال تحلیل نقش کنشگران اقتصاد سیاسی را ابزاری برای بررسی علل تحولات فضایی شکل گرفته در سکونتگاه‌ها می‌دانند که به ریشه بروز مسائل می‌پردازد. سلرز<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) نظام بازار، دولت و نهادهای قانون‌گذار، زیرساخت‌های حاکمیت شهری و دولت محلی را به‌عنوان مؤلفه‌های تبیین‌کننده اقتصاد سیاسی شهری معرفی می‌نماید. به نظر میر<sup>۵</sup> (۲۰۱۲) اقتصاد سیاسی گردشگری به اثرات ناشی از روابط قدرت بر تولید و مصرف گردشگری می‌پردازد. به عبارتی شناسایی کنشگران اصلی تأثیرگذار بر فرآیند توسعه گردشگری و نحوه تعامل اهرم‌های قدرت کنشگران مذکور از مهم‌ترین اهداف اقتصاد سیاسی گردشگری به‌شمار می‌آید. هیلار<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۰۸) میان اقتصاد، سیاست و برنامه‌ریزی حوزه‌های گردشگری شهری رابطه متقابلی قائل هستند. به نظر این محققان طبق رویکرد اقتصاد سیاسی، زمان و سرمایه مداخله و

1 Searle

2 Caves

3 Mosedale

4 Sellers

5 mair

6 Hayllar



عمل در جوامع محلی محدود به افراد و گروه‌های خاصی است که مهم‌ترین دلیل آن ناشی از سطح دانش و تخصص این گروه‌ها و وجود رقابت اجتماعی است. لطفی و همکاران (۱۳۸۷)، مهم‌ترین مباحث مدنظر اقتصاد سیاسی گردشگری را مطالعه نقش کنشگران سیاسی، گروه‌های ذینفع و ساختارهای سیاسی بر یکدیگر می‌دانند. به عبارتی بررسی جایگاه دولت، تنظیم نقش و کارکرد مقاصد گردشگری، ترسیم قواعد و قوانین مداخله در قالب میانجیگری در سطح محلی به نفع مصرف‌کنندگان و در سطح ملی، حامی گروه‌های ذینفع در جامعه میزبان، از مهم‌ترین مباحثی است که در اقتصاد سیاسی گردشگری به آن توجه می‌شود.

### مدل مفهومی و روند انجام پژوهش

با توجه به بخش‌های قبلی، مدل مفهومی پژوهش را می‌توان در قالب شکل ۲ مدنظر قرار داد. طبق این مدل در پژوهش حاضر اثرات مؤلفه‌های اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مورد واکاوی قرار می‌گیرد.



شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش

روش تحقیق پژوهش حاضر تلفیقی است از روش‌های کمی و کیفی. توزیع نامتوازن خدمات گردشگری شهر مشهد مبتنی بر روش کمی و با استفاده از داده‌های پایگاه اطلاعات شهری مشهد تبیین می‌شود. همچنین تبیین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی مشهد بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مبتنی بر روشی کیفی و از طریق مصاحبه با افراد آگاه به شرایط اقتصاد سیاسی حاکم بر گردشگری مذهبی مشهد صورت می‌پذیرد. با توجه به موارد فوق فرآیند مطالعاتی پژوهش حاضر را می‌توان در قالب شکل ۳ مدنظر قرار داد.



شکل ۳. روند انجام پژوهش

### تبیین توزیع نامتوازن خدمات گردشگری شهر مشهد

تبیین توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مبتنی بر سرشماری آماری صنعتی و کارگاهی شهر مشهد در سال ۱۳۸۴ است که از داده‌های پایگاه اطلاعات شهری مشهد استخراج شده است. مبتنی بر این آمار تعداد افراد شاغل در هر یک از خدمات گردشگری مبتنی بر کد استاندارد بین‌المللی طبقه‌بندی صنعتی<sup>۱</sup> (ISIC) به تفکیک در ۱۲۷۱ حوزه آماری شهر مشهد ارائه شده است. خدمات گردشگری شهری مورد مطالعه در این پژوهش در سه دسته اصلی هتل‌ها و مراکز اقامتی، رستوران‌ها و کافه‌ها و خدمات خرده‌فروشی مدنظر قرار گرفته است. در جدول ۱ به کد ISIC مرتبط با شاغلین در هر یک از اصناف فعال در خدمات گردشگری مورد مطالعه اشاره شده است.

1. International standard of industrial classification

جدول ۱. اصناف و مشاغل مرتبط با خدمات گردشگری مورد مطالعه در پژوهش

تعداد حوزه‌های واجد این فعالیت از میان ۱۲۷۱ حوزه آماری <sup>۱</sup>	نام اصناف	کد ISIC	خدمات گردشگری
۵۸	هتل، هتل آپارتمان، مجتمع جهانگردی، هتل رستوران	۵۵۱۱	خدمات هتل‌ها و مراکز اقامتی
۱۰۶	زائرسرا، مسافرخانه، مهمانسرا	۵۵۱۲	
۲۸۲	رستوران، تالار پذیرایی، سفره‌خانه سنتی، سالن غذاخوری	۵۵۲۱	رستوران‌ها و کافه‌ها
۲۳۱	کبابی، بریانی، آش فروشی	۵۵۲۲	
۴۸۴	پیتزافروشی، ساندویچ‌فروشی، همبرگر فروشی	۵۵۲۳	
۸۲	دیزی سرا، قهوه‌خانه	۵۵۲۴	
۵۱	جگرکی، دل و قلوه پزی	۵۵۲۵	
۱۲۴	کافه‌تریا، آبمیوه و بستنی فروشی	۵۵۲۷	
۲۸۲	سوپرمارکت، فروشگاه غیر زنجیره‌ای مواد غذایی و دخانیات	۵۵۲۱	خدمات خرده‌فروشی

همچنین در شکل‌های ۴، ۵ و ۶ به پراکنش فضایی هر یک از خدمات گردشگری ارائه شده در جدول ۱ اشاره شده است.

۱. تعیین تعداد حوزه‌های واجد فعالیت مورد نظر در حوزه‌های آماری با استفاده از داده‌های فضایی پایگاه اطلاعات شهری مشهد و مبتنی بر قابلیت‌های نرم‌افزار ArcGIS10 صورت پذیرفته است.



شکل ۴. پراکنش فضایی هتل ها و مراکز اقامتی  
پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۵. پراکنش فضایی رستوران ها و کافه ها

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۶. پراکنش فضایی خدمات خرده فروشی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

تعداد شاغلین در هر یک از خدمات گردشگری ارائه شده در جدول ۱، بیانگر موقعیت فضایی هر یک از خدمات مذکور در سطح ۱۲۷۱ حوزه آماری شهر مشهد است. با توجه به شکل های فوق، بخش قابل توجهی از خدمات گردشگری مورد مطالعه پیرامون حرم مطهر رضوی به عنوان مهم ترین جاذبه مذهبی این شهر متمرکز شده اند.

### کنشگران کلیدی گردشگری مذهبی مشهد

پژوهشگران اقتصاد سیاسی تقسیم بندی های متنوعی در زمینه کنشگران اصلی بستر مطالعاتی ارائه نموده اند که در جدول ۲ به آن اشاره شده است.

جدول ۲. مقایسه انواع تقسیم بندی کنشگران اقتصاد سیاسی با تقسیم بندی مدنظر پژوهش حاضر

انواع کنشگران اقتصاد سیاسی				پژوهشگران	
کنشگران عمومی متشکل از سایر کنشگران گردشگری شهری				کنشگران خصوصی	طبقه بندی کنشگران ملهم از گینل (۲۰۱۳)
سایر نهادهای کلیدی	نهاد مردمی	نهادهای عمومی	نهادهای دولتی	کنشگران اقتصاد سیاسی شهری تهران ملهم از کاظمیان و جلیلی (۱۳۹۴)؛ حسینی دهاقانی و بصیرت (۱۳۹۵)	تقسیم بندی سایر پژوهشگران از کنشگران اقتصاد سیاسی
-	نهادهای مردمی فعال در بخش گردشگری، ساکنین محلی،	-	دولت مرکزی و دولت محلی	کنشگران اقتصاد سیاسی گردشگری شهری ملهم از کیم (۲۰۱۳) و رافای	
			شاغلین بخش گردشگر، بنگاه های		

انواع کنشگران اقتصاد سیاسی				پژوهشگران	
	گردشگران			تجاری	(۲۰۰۷)
	جامعه مدنی	-	دولت‌های محلی	سرمایه‌داران بخش خصوصی	کنشگران اقتصاد سیاسی شهری ملهم از کیوز (۲۰۰۵)؛ تیلور (۱۹۹۷)؛ ووگل (۱۹۹۷)
آستان قدس رضوی	گردشگران و شهروندان (مصرف کنندگان فضا)	مدیریت شهری (شهرداری و شورای اسلامی شهر مشهد)	نهادهای دولتی (استانداری، اداره راه و شهرسازی و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری خراسان رضوی)	سرمایه‌گذاران بخش خصوصی	کنشگران بستر مطالعاتی شهر مشهد

تقسیم‌بندی مدنظر پژوهش حاضر

در متنوع‌ترین تقسیم‌بندی صورت پذیرفته، کنشگران بستر اقتصاد سیاسی در چهار دسته نهادهای دولتی، نهادهای عمومی، نهادهای مردمی و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی تقسیم‌بندی شده‌اند. با توجه به این تقسیم‌بندی در شهر مشهد نیز کنشگران کلیدی گردشگری مذهبی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. طبق مطالعات میدانی گردشگران و شهروندان به‌عنوان مصرف‌کنندگان فضا یکی از مهم‌ترین این کنشگران به شمار می‌آیند. همچنین نهادهای



مختلفی در پیشبرد و توسعه گردشگری مذهبی مشهد تأثیرگذار هستند که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به آستان قدس رضوی به‌عنوان متولی بزرگ‌ترین جاذبه گردشگری مذهبی مشهد، شهرداری و شورای اسلامی مشهد به‌عنوان مجریان طرح‌های توسعه شهری و متولیان اصلی مدیریت شهری مشهد، به نهادهای دولتی از قبیل استانداری، سازمان راه و شهرسازی و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری خراسان رضوی به‌عنوان کنشگران دولتی گردشگری شهری مشهد و مجری سیاست‌های دولتی و حاکمیت مرکزی و به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی اشاره نمود. با توجه به نقش غیر قابل اغماض آستان قدس رضوی در تحولات فضایی گردشگری مذهبی مشهد، در جدول ۲، دسته‌بندی دیگری با عنوان سایر نهادهای کلیدی به تقسیم‌بندی سایر پژوهشگران اضافه شده است.

### تبیین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی مشهد

به‌منظور تبیین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی مشهد بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شده است. مصاحبه نیمه ساختاریافته مصاحبه‌ای است که سؤالات مصاحبه از قبل تعیین می‌شود و از مصاحبه‌شوندگان، سؤالات مشابهی پرسیده می‌شود ولی مصاحبه‌شوندگان در ارائه پاسخ‌های خود در ارتباط با مسائل پرسیده شده آزاد هستند. همچنین جزئیات مصاحبه، شیوه بیان و ترتیب سؤالات در فرآیند مصاحبه تعیین می‌شود (دلاور، ۱۳۸۴). همچنین به‌منظور واکاوی دقیق نظرات مصاحبه‌شوندگان پرسش‌های ضمنی زیادی در حین مصاحبه و در میان پرسش‌های محوری پرسیده می‌شود. در فرآیند مصاحبه تلاش می‌شود تا با توجه به شرایط حاکم بر بستر اقتصاد سیاسی مشهد، نقش کنشگران کلیدی گردشگری مذهبی در توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مشهد مورد واکاوی قرار گیرد.

### انجام مصاحبه

انتخاب مصاحبه‌شوندگان با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند در اسفندماه ۱۳۹۶ و فروردین‌ماه ۱۳۹۷ صورت پذیرفته است. به همین منظور تلاش شده است تا مصاحبه‌شوندگان را افرادی تشکیل دهند که بیشترین اطلاعات را از مسائل مدنظر پژوهش داشته باشند. با توجه به مطالعات میدانی صورت پذیرفته مصاحبه‌شوندگان از مدیران نهادهایی<sup>۱</sup> انتخاب شده‌اند که به‌نوعی نقشی کلیدی را در بستر اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی مشهد<sup>۲</sup> بازی می‌نمایند. علاوه بر این تلاش شده است تا مصاحبه‌شوندگان از میان افرادی انتخاب شوند که علاوه بر سوابق مدیریتی در نهادهای گردشگری مشهد از تحصیلات تکمیلی دانشگاهی نیز برخوردار باشند. با توجه به تعهد داده شده به مصاحبه‌شوندگان در خصوص عدم افشای نام آن‌ها، در جدول ۳ به کدهای مرتبط با هر مصاحبه‌شونده و سوابق فردی آن‌ها اشاره شده است. بعد از انجام مصاحبه با افراد مورد نظر، مصاحبه با افراد بعدی تا دستیابی به اشباع نظری<sup>۳</sup> ادامه یافت. اشباع نظری در مصاحبه هفدهم حاصل شد. در این مرحله مطالب مصاحبه به حالت تکرار رسید و مطلب جدیدی به مطالب ارائه شده در مصاحبه‌های قبلی اضافه نشد.

جدول ۳. کدها و سوابق فردی مصاحبه‌شوندگان

انواع کنشگران گردشگری شهری مشهد	کد مصاحبه‌شوندگان	سوابق حرفه‌ای مصاحبه‌شوندگان
مدیران شهرداری و اعضای شورای اسلامی شهر مشهد (مدیریت شهری)	۱	از مسئولین ارشد شهرداری مشهد با بیش از ۲۵ سال تجربه فعالیت در مدیریت شهری مشهد
	۲	از مسئولین ارشد شهرداری مشهد، استاد دانشگاه و دارای مدرک دکترای تخصصی اقتصاد توسعه

<sup>۱</sup> نهادهایی از قبیل آستان قدس رضوی، مدیریت شهری مشهد، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان راه شهرسازی و استانداری خراسان رضوی و شرکت‌های سرمایه‌گذاری خصوصی در پروژه‌های شهری مشهد.

<sup>۲</sup> در جدول ۱ به کنشگران کلیدی گردشگری شهری مشهد اشاره شده است.

<sup>۳</sup> اشباع نظری زمانی حاصل می‌شود که به دانش پژوهشگر درباره پدیده‌های مورد مطالعه اضافه نگردد(دانایی فرد، الوانی و آذر، ۱۳۸۳).

## جدول ۳. کدها و سوابق فردی مصاحبه‌شوندگان

انواع کنشگران گردشگری شهری مشهد	کد مصاحبه‌شوندگان	سوابق حرفه‌ای مصاحبه‌شوندگان
مشهد)	۳	عضو شورای شهر مشهد، استاد دانشگاه و دارای دکتری تخصصی شهرسازی
	۴	عضو شورای شهر مشهد، استادیار دانشگاه و عضو هیئت‌مدیره سازمان نظام‌مهندسی خراسان رضوی
	۵	عضو شورای شهر مشهد، کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی و دارای سابقه فعالیت در معاونت سیاسی استانداری خراسان رضوی
	۶	عضو کمیسیون امور اقتصادی، سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های شورای اسلامی شهر مشهد و از مسئولین سابق شهرداری مشهد
	۷	عضو شورای شهر مشهد و کارشناس ارشد مدیریت شهری
مدیران استانداری خراسان رضوی (نهاد دولتی)	۸	از مسئولین ارشد استانداری خراسان رضوی، عضو شورای اداری، استاد دانشگاه در رشته علوم سیاسی و دارای بیش از ۲۵ سال سابقه فعالیت در نهادهای حاکمیتی
	۹	از مسئولین ارشد امور زیارت استانداری و دارای سابقه فعالیت در معاونت عمرانی استانداری خراسان رضوی
سازمان راه و شهرسازی خراسان رضوی (نهاد دولتی)	۱۰	دارای مدرک کارشناسی ارشد عمران، دارای ۲۰ سال سابقه کار در اداره راه و شهرسازی استان و سازمان نظام‌مهندسی ساختمان استان خراسان رضوی
سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مشهد (نهاد دولتی)	۱۱	۲۷ سال سابقه فعالیت در سازمان میراث فرهنگی و دارای مدرک کارشناسی ارشد باستان‌شناسی از دانشگاه تهران

## جدول ۳. کدها و سوابق فردی مصاحبه‌شوندگان

انواع کنشگران گردشگری شهری مشهد	کد مصاحبه‌شوندگان	سوابق حرفه‌ای مصاحبه‌شوندگان
مدیران آستان قدس	۱۲	عضو کمیسیون درآمد و مشارکت‌های آستان قدس رضوی و دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت دولتی و دارای بیش از ۱۵ سال سابقه فعالیت در نهادهای دولتی (استانداری و سازمان مسکن و شهرسازی) و مدیریت شهری مشهد
	۱۳	عضو کمیسیون درآمد و مشارکت‌های آستان قدس و دارای تجربه مدیریت پروژه‌های عمرانی آستان قدس رضوی
سرمایه‌گذاران خصوصی	۱۴	عضو هیئت‌مدیره شرکت سرمایه‌گذاری سپاد
	۱۵	عضو هیئت‌مدیره شرکت سرمایه‌گذاری افق سهام شرق
اعضای پژوهشکده گردشگری مشهد	۱۶	عضو هیئت‌علمی دانشگاه با بیش از ۲۰ سال سابقه پژوهش در زمینه گردشگری شهری مشهد
	۱۷	عضو هیئت‌علمی پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی مشهد و دارای ۱۵ سال سابقه پژوهش در زمینه گردشگری شهری

## ثبت پاسخ مصاحبه‌شوندگان

به‌منظور تقلیل محافظه‌کاری مصاحبه‌شوندگان و افزایش شفافیت در پاسخ‌های ارائه شده، از شیوه ثبت مستقیم نوشتاری نظرات مصاحبه‌شوندگان استفاده شده است. به عبارتی نقطه نظرات مصاحبه‌شوندگان در خصوص بستر اقتصاد سیاسی حاکم بر گردشگری مذهبی مشهد در طول مصاحبه توسط مصاحبه‌گر یادداشت شده است. ثبت پاسخ‌ها در حین مصاحبه به‌صورت خلاصه یا مفصل صورت پذیرفته است. در طول مصاحبه به‌منظور رفع ابهام و شفاف نمودن بهتر نظرات مصاحبه‌شونده از سؤالاتی از قبیل "لطفاً نظرات خود را ساده‌تر بیان نمایید" یا "منظور شما از این مطلب چیست؟" استفاده شده است. با توجه به اینکه هر مصاحبه به‌طور متوسط ۴۵ دقیقه به

طول انجامیده، در فرآیند مصاحبه به مصاحبه‌شوندگان اجازه داده شد تا به‌طور کامل تمام وجوه مدنظر خود را تشریح نمایند. سپس بلافاصله پس از هر مصاحبه، روند تجزیه و تحلیل نظرات مصاحبه‌شوندگان در زمینه استخراج مفاهیم و مقوله‌های مرتبط صورت پذیرفته است. به‌منظور اطمینان از انطباق نتایج استخراج شده با نظرات مصاحبه‌شوندگان، مقوله‌های استخراج شده از هر مصاحبه در فاصله زمانی کمتر از ۱۵ روز به تائید افراد مصاحبه‌شونده رسیده است.

### تحلیل پاسخ مصاحبه‌شوندگان

بعد از انجام هر مصاحبه، در فرآیند تحلیل داده‌ها، گفته‌های اساسی و کلیدی شناسایی شده و در قالب مقوله‌های مصاحبه دسته‌بندی گردیده است. در ادامه مفاهیم اصلی مربوط به هر مقوله در تمام مصاحبه‌ها در کنار یکدیگر قرار گرفته و طبقه‌بندی شده است. درنهایت عنوان‌بندی مقولات با الهام از مبانی نظری پژوهش و ارتباط میان مفاهیم عنوان شده در فرآیند مصاحبه‌ها صورت پذیرفته است. لازم به ذکر است که تحلیل نتایج مصاحبه در پژوهش حاضر مبتنی بر روش تحلیل تفسیری صورت پذیرفته است. در تحلیل تفسیری، پژوهشگر با بهره‌گیری از ساختار معنایی، داده‌ها را تفسیر می‌کند و تلاش می‌نماید تا در حد امکان، به آشکار نمودن پیام‌های نهفته در متن نوشتاری مصاحبه پردازد (کریمی و نصر، ۱۳۹۲). در ادامه عقاید و نظرات مصاحبه‌شوندگان در قالب مقوله‌های اصلی و فرعی طبقه‌بندی شده که در جدول ۴ ارائه گردیده است. به‌منظور اطمینان از اعتبار مقوله‌ها، مقوله‌های استخراج شده به‌طور مجدد به تائید مصاحبه‌شوندگان رسیده است.

### مقوله اول: نقش کنشگران در توزیع نامتوازن خدمات گردشگری شهر مشهد

یکی از عوامل تشدیدکننده توزیع نامتوازن خدمات گردشگری، تغییر کاربری اراضی برای احداث مجتمع‌های تجاری و مگامال‌ها توسط مدیریت شهری مشهد بوده است (مقوله ۱-۱) که توسط ۳۵ درصد مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره شده است. یکی از مهم‌ترین دلایل این امر وابستگی مدیریت شهری مشهد به منابع مالی ناپایدار از قبیل صدور پروانه و جرائم ساختمانی است که زمینه را برای توسعه این کاربری‌ها برخلاف پیشنهادهای طرح توسعه شهری مشهد

فراهم ساخته است. به عبارتی جذابیت بالای منابع مالی سرمایه‌گذاران برای مدیریت شهری مشهد زمینه‌ساز بروز مسائل متعددی در هسته سنتی شهر مشهد و پیرامون حرم مطهر رضوی شده است.

#### جدول ۴. مقوله‌های اصلی و فرعی استخراج شده از مصاحبه‌ها

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی
۱- نقش کنشگران در توزیع نامتوازن خدمات گردشگری شهر مشهد	۱-۱- تغییر کاربری اراضی برای مجتمع‌های تجاری و مگامال‌ها (از قبیل مشهد مال و جهان مال) در کمسیون ماده ۵ توسط مدیریت شهری به دلیل وابستگی مدیریت شهری مشهد به منابع مالی ناپایدار از قبیل صدور پروانه و جرائم ساختمانی
	۲-۱- سلب اعتماد سرمایه‌گذاران بخش خصوصی به مشارکت با مدیریت شهری به دلیل بازده پایین سرمایه و سوابق نه‌چندان قابل قبول مدیریت شهری در پروژه‌های مشارکتی
	۳-۱- عدم تدوین برنامه‌ای بلندمدت برای توسعه فضایی گردشگری شهری مشهد
۲- اثرات بستر اقتصاد سیاسی گردشگری بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری	۱-۲- وابستگی نسبی مدیریت شهری به ساختار متمرکز سیاسی در کشور و عدم خودمختاری مدیریت شهری در هماهنگی با سایر نهادها
	۲-۲- تحمل بیشتر هزینه‌های توسعه خدمات عمومی از طرف مدیریت شهری مشهد
	۳-۲- وابستگی پایین نهادهای متولی گردشگری به بخش خصوصی به دلیل وجود اقتصاد متکی به نفت و به تبع آن شکل‌گیری ساختار سیاسی متمرکز در ایران
	۴-۲- عدم سرمایه‌گذاری بهینه خارجی در زیرساخت‌های گردشگری ایران به دلیل بازگشت دشوار سرمایه و تحمیل هزینه‌های مختلف به بخش خصوصی از طرف نهادهای متولی گردشگری شهری مشهد

## جدول ۴. مقوله‌های اصلی و فرعی استخراج شده از مصاحبه‌ها

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی
	۲-۵- عدم تعامل مستقیم نهادهای متولی گردشگری شهری مشهد با جامعه مدنی و سازمان‌های مردم‌نهاد در زمینه تعدیل مسائل شهری و تدوین و اجرای طرح‌های توسعه شهری مشهد به دلیل ساختار تمرکزگرای نظام برنامه‌ریزی و مدیریتی در کشور
	۲-۶- بخشی‌نگری و موازی کاری نهادهای متولی گردشگری شهری مشهد در پاسخ به مسائل شهری به دلیل عدم وجود چارچوبی فرآینادی و رسمی در هماهنگ‌سازی کنشگران کلیدی گردشگری شهری مشهد
	۲-۷- استفاده انحصاری رانتهای اقتصادی و سیاسی از پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری گردشگری شهری مشهد و ایجاد فضایی غیررقابتی برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی
۳- راهکارهای پیشنهادی مصاحبه‌شوندگان برای تعدیل توزیع نامتوازن خدمات گردشگری	۳-۱- تشکیل مدیریت یکپارچه گردشگری شهری از طرف نهادهای تأثیرگذار بر فرآیند توسعه شهری در تعامل با جامعه مدنی و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی
	۳-۲- تهیه و اجرای طرح جامع توسعه گردشگری شهری مشهد با هدف ارتقای فضای گردشگری شهری و تعدیل مسائل شهری مشهد
	۳-۳- ارتقای سطح مشارکت سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و جامعه مدنی در فرآیند تدوین و اجرای طرح‌های توسعه گردشگری شهری مشهد
	۳-۴- تمرکززدایی از نظام برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری در ایران

۲۹ درصد مصاحبه‌شوندگان به سلب اعتماد سرمایه‌گذاران بخش خصوصی از مدیریت شهری مشهد (مقوله ۱-۲) اشاره نموده‌اند. مصاحبه‌شونده شماره ۶ اظهار داشته است:

«...سخت‌گیری‌های صورت پذیرفته مدیریت شهری مشهد در گذشته باعث خروج سرمایه و ورشکستگی بسیاری از سرمایه‌گذاران در این شهر شده است...». همچنین مصاحبه‌شونده شماره

۲ اشاره می‌نماید «... بر خلاف توافقات صورت پذیرفته میان شهرداری و سرمایه‌گذار، به عناوین مختلف عوارض بیشتری از سرمایه‌گذار در طول پروژه طلب شده است...». مجموعه موارد فوق بدینی بخش خصوصی به مشارکت با مدیریت شهری مشهد را به همراه داشته است.

عدم وجود برنامه‌ای جامع برای مدیریت گردشگری شهری مشهد منجر به توسعه بی‌برنامه خدمات گردشگری شهر مشهد در ارتباط با جاذبه‌های گردشگری این شهر شده است (مقوله ۱-۳) که ۱۸ درصد مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره نموده‌اند. مصاحبه‌شونده شماره ۱۱ اشاره می‌نماید: «نبود برنامه‌ای جامع برای مدیریت گردشگری مذهبی شهر مشهد در سال‌های اخیر صدمات عدیده‌ای را به روند توسعه گردشگری شهری مشهد وارد نموده است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به جذب نه‌چندان قابل قبول سرمایه‌گذارهای بخش خصوصی در گردشگری شهر مشهد اشاره کرد». با توجه به این امر، تدوین برنامه‌ای جامع می‌تواند از گسترش بی‌برنامه خدمات گردشگری در سطح شهر مشهد پیشگیری نماید.

## مقوله دوم: اثرات بستر اقتصاد سیاسی گردشگری بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری

۴۷ درصد مصاحبه‌شوندگان به وابستگی نسبی مدیریت شهری به ساختار متمرکز سیاسی در کشور و عدم خودمختاری مدیریت شهری مشهد در هماهنگی با سایر نهادها (مقوله ۲-۱) اشاره نموده‌اند. به عقیده مصاحبه‌شوندگان نظام مدیریت شهری از اختیارات تام در مشارکت و هماهنگی با سایر کنشگران گردشگری مذهبی شهر مشهد در زمینه تعدیل مسائل شهری برخوردار نمی‌باشند. این امر تعامل مستقیم کنشگران گردشگری مذهبی شهر مشهد را دشوارتر نموده است.

۱۸ درصد مصاحبه‌شوندگان به تحمل بیشتر هزینه‌های توسعه خدمات عمومی از طرف مدیریت شهری مشهد (مقوله ۲-۲) اشاره نموده‌اند. به نظر مصاحبه‌شونده شماره ۲، بخش قابل توجهی از درآمدهای گردشگری مذهبی شهر مشهد نصیب آستان قدس رضوی می‌شود درحالی‌که بخش قابل توجهی از هزینه‌های ناشی از تأمین خدمات عمومی برای شهروندان و



گردشگران بر دوش مدیریت شهری است. مجموعه این موارد بیانگر ضرورت هماهنگی فرآینادی میان کنشگران در مدیریت هزینه‌ها و درآمدهای ناشی از گردشگری مذهبی شهر مشهد است.

۱۸ درصد مصاحبه‌شوندگان به وابستگی پایین نهادهای متولی گردشگری به بخش خصوصی به دلیل وجود اقتصاد متکی به نفت و به تبع آن شکل‌گیری ساختار سیاسی متمرکز در ایران (مقوله ۲-۳) اشاره نموده‌اند. مصاحبه‌شوندگان به سیطره اقتصاد نفتی بر منابع مدیریتی گردشگری شهری تأکید نموده‌اند. امری که زمینه‌ساز شکل‌گیری نظام سیاسی متمرکز و به تبع آن نظام مدیریت متمرکز گردشگری شهری در ایران شده است.

۳۵ درصد مصاحبه‌شوندگان دشواری بازگشت سرمایه و مدت‌زمان طولانی پروژه‌های گردشگری شهر مشهد به دلیل بوروکراسی‌های پیچیده اداری در ایران را از مهم‌ترین دلایل عدم استقبال سرمایه‌گذاران خارجی در توسعه زیرساخت‌های گردشگری مشهد (مقوله ۲-۴) برشمردند. توجه کنشگران گردشگری مذهبی شهر مشهد به تسهیل سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در بخش گردشگری می‌تواند منابع مالی گسترده‌ای را جذب این شهر گردشگری نماید.

۲۹ درصد مصاحبه‌شوندگان به عدم تعامل مستقیم نهادهای متولی گردشگری شهر مشهد با جامعه مدنی و سازمان‌های مردم‌نهاد (مقوله ۲-۵) اشاره نموده‌اند. به نظر مصاحبه‌شوندگان ساختار تمرکزگرای نظام برنامه‌ریزی و مدیریتی در کشور زمینه‌ساز شرایطی در بستر اقتصاد سیاسی شهر مشهد شده است که نهادهای متولی بجای تعامل مستقیم با جامعه مدنی، پاسخگویی به سطوح بالاتر مدیریتی در نهاد خود را در اولویت کاری قرار می‌دهند.

۳۵ درصد مصاحبه‌شوندگان به بخشی‌نگری و موازی‌کاری نهادهای متولی گردشگری شهری مشهد در پاسخ به مسائل شهری (مقوله ۲-۶) اشاره نموده‌اند. مصاحبه‌شوندگان مهم‌ترین دلیل این امر را عدم وجود چارچوبی فرآینادی و رسمی در هماهنگ‌سازی کنشگران کلیدی گردشگری مذهبی شهر مشهد می‌دانند که در صورت شکل‌گیری چارچوبی فرآینادی، تعدیل مسائل گردشگری شهر مشهد به شکلی مؤثرتر پیگیری خواهد شد.

به نظر ۱۲ درصد مصاحبه‌شوندگان وجود رانت‌های اقتصادی و سیاسی، زمینه‌ساز شکل‌گیری فضایی غیررقابتی برای ورود سرمایه‌گذاران بخش خصوصی به بخش گردشگری شهر مشهد (مقوله ۷-۲) شده است. به نظر این مصاحبه‌شوندگان شفاف‌سازی نظام مدیریت گردشگری شهر مشهد، کنترل رانت‌های اقتصادی و تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری برای بخش خصوصی از مهم‌ترین عواملی هستند که بستر گردشگری شهر مشهد را برای ورود سایر سرمایه‌گذاران خصوصی رقابتی‌تر می‌سازد.

### مقوله سوم: راهکارهای پیشنهادی مصاحبه‌شوندگان برای تعدیل توزیع

#### نامتوازن خدمات گردشگری

به نظر ۲۹ درصد مصاحبه‌شوندگان توزیع متوازن خدمات گردشگری صرفاً از طریق مشارکت متقابل تمامی کنشگران کلیدی و تشکیل مدیریت یکپارچه گردشگری شهری (مقوله ۱-۳) محقق خواهد شد. این امر استفاده بهینه از پتانسیل‌ها و توانایی‌های کنشگران گردشگری مذهبی شهر مشهد را در تعامل با بخش خصوصی و جامعه مدنی تسهیل می‌نماید.

۴۱ درصد مصاحبه‌شوندگان بر تهیه و اجرای طرح جامع توسعه گردشگری شهری مشهد (مقوله ۲-۳) تأکید کرده‌اند. مصاحبه‌شوندگان ارتقای فضای گردشگری شهری مشهد و تعدیل توزیع خدمات گردشگری را بدون تدوین برنامه‌ای جامع و بدون در تعامل با همه کنشگران کلیدی گردشگری مذهبی غیرممکن می‌دانند.

۱۲ درصد مصاحبه‌شوندگان مهم‌ترین عوامل ارتقادهنده سطح مشارکت سرمایه‌گذاران خصوصی و جامعه مدنی (مقوله ۳-۳) را شفاف‌سازی بخش گردشگری شهر مشهد و پاسخگویی نهادهای متولی گردشگری به بخش خصوصی و جامعه مدنی دانسته‌اند. به نظر مصاحبه‌شوندگان مجموعه این عوامل می‌تواند منابع مالی بخش خصوصی و سرمایه اجتماعی جامعه مدنی را با نهادهای متولی گردشگری شهر مشهد در زمینه توزیع متوازن خدمات گردشگری همراه سازد.

۱۸ درصد مصاحبه‌شوندگان بر ضرورت تمرکززدایی از نظام برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری در ایران (مقوله ۴-۳) تأکید نموده‌اند. مصاحبه‌شوندگان وجود کنشگران

متعدد گردشگری شهری به شکلی غیرمنسجم و وابسته به حکومت مرکزی در نظام برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری در ایران را سرمنشأ بروز مسائل متعددی در بخش گردشگری شهری مشهد می‌دانند. مجموعه اظهارات مصاحبه‌شوندگان، به تبیین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مشهد کمک می‌نماید.

### جمع‌بندی و ارائه پیشنهادها

هدف پژوهش حاضر تبیین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری شهر مشهد است. تبیین توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مبتنی بر داده‌های پایگاه اطلاعات شهری مشهد صورت پذیرفته است. داده‌های این پایگاه بیانگر تمرکز بالای هتل‌ها و مراکز اقامتی، رستوران‌ها و مراکز خرده‌فروشی پیرامون حرم مطهر رضوی است. تمرکز بیش از اندازه بر پتانسیل‌های گردشگری مذهبی در این شهر علاوه بر تشدید ازدحام فعالیتی منجر به تمرکز خدمات گردشگری شهر مشهد پیرامون حرم مطهر رضوی شده است. همچنین عدم توجه بهینه به پتانسیل‌های نهفته در سایر گونه‌های گردشگری شهر مشهد از قبیل گردشگری خرید و گردشگری فراغتی، توزیع نامتوازن خدمات گردشگری را تشدید نموده است. به‌منظور تبیین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با افراد آگاه به شرایط اقتصاد سیاسی شهر مشهد استفاده شده است. نتایج مصاحبه‌ها بیانگر اثرات متنوع اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری شهر مشهد است. بخشی از این اثرات ناشی از شیوه عمل کنشگران گردشگری مذهبی این شهر است. بخشی دیگر نیز متأثر از شرایط اقتصاد سیاسی حاکم بر گردشگری مذهبی مشهد است که در جدول ۵ به تفکیک به هر یک از آن‌ها اشاره شده است. موارد ارائه شده در جدول ۵، بیانگر تمرکز بیش از اندازه کنشگران گردشگری شهر مشهد بر پتانسیل‌های گردشگری مذهبی و عدم سرمایه‌گذاری بهینه بر روی سایر گونه‌های گردشگری شهر مشهد است. این امر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری را در این شهر تشدید نموده است. با توجه به یافته‌های پژوهشی می‌توان راهکارهای متنوعی را برای ارتقای شرایط اقتصاد سیاسی حاکم بر گردشگری مذهبی مشهد مدنظر قرار داد که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به این موارد اشاره نمود:

تشکیل مدیریت یکپارچه گردشگری شهری از طرف نهادهای تأثیرگذار بر فرآیند توسعه شهری در تعامل با جامعه مدنی و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی یکی از مهم‌ترین راهکارهای پیشنهادی پژوهش حاضر است. این راهکار توسط صادقی و رهنما (۱۳۹۲)، عزیزپور و فتحی زاده (۲۰۱۷)، سروری و ماجدی (۱۳۹۴)، قدمی (۱۳۹۰) و رهنما و همکاران (۱۳۸۹) نیز برای بهبود شرایط اقتصاد سیاسی گردشگری مشهد پیشنهاد شده است. تهیه و اجرای طرح جامع توسعه گردشگری شهری مشهد با هدف ارتقای فضای گردشگری شهری مشهد راهکار دیگری است که عزیزپور و فتحی زاده (۲۰۱۷) نیز به آن اشاره نموده‌اند. ارتقای سطح مشارکت سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و جامعه مدنی در فرآیند تدوین و اجرای طرح‌های توسعه گردشگری شهری مشهد از دیگر راهکارهای پیشنهادی پژوهش حاضر است که سروری و ماجدی (۱۳۹۴)، سرخیلی و همکاران (۱۳۹۵)، قدمی (۱۳۹۰) و رهنما و همکاران (۱۳۸۹) نیز به آن اشاره نموده‌اند. راهکار پیشنهادی دیگر پژوهش، تمرکززدایی از نظام برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری در ایران است که رهنما و همکاران (۱۳۸۹)، عزیزپور و فتحی زاده (۲۰۱۷) و لطفی و همکاران (۱۳۸۷) نیز به آن اشاره نموده‌اند.

#### جدول ۵. اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی مشهد بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری

کنشگران بستر اقتصاد سیاسی	نقش کنشگران در بروز مسئله	شرایط اقتصاد سیاسی حاکم بر گردشگری مذهبی مشهد
مدیریت شهری مشهد	- صدور مجوز ساخت کاربری‌های تجاری و اقامتی فراتر از ظرفیت تحمل هسته سنتی شهر مشهد - عدم تعامل با سرمایه‌گذاران بخش خصوصی به منظور توسعه متوازن خدمات گردشگری در شهر مشهد	- وابستگی نسبی مدیریت شهری به ساختار متمرکز سیاسی در کشور - عدم تعامل مستقیم نهادهای متولی گردشگری مذهبی مشهد با جامعه مدنی و بخش خصوصی در زمینه تعدیل مسائل شهری و تدوین و اجرای طرح‌های توسعه شهری مشهد
نهادهای دولتی	- عدم تدوین طرح جامع گردشگری شهری مشهد برای مدیریت اثرات فضایی	- استفاده انحصاری رانتهای اقتصادی و

جدول ۵. اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی مشهد بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری

کنشگران بستر اقتصاد سیاسی	نقش کنشگران در بروز مسئله	شرایط اقتصاد سیاسی حاکم بر گردشگری مذهبی مشهد
	گردشگری مذهبی - عدم توجه بهینه به توسعه متوازن انواع جاذبه‌های گردشگری شهری مشهد - تمرکز بر پتانسیل گردشگری مذهبی شهر مشهد	سیاسی از پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری گردشگری مذهبی مشهد و ایجاد فضایی غیررقابتی برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی - عدم سرمایه‌گذاری بهینه خارجی در زیرساخت‌های گردشگری ایران به دلیل بازگشت دشوار سرمایه - بخشی‌نگری و موازی کاری نهادهای
آستان قدس رضوی	- تمرکز آستان قدس بر توسعه و مدیریت گردشگری مذهبی با محوریت حرم مطهر رضوی	متولی گردشگری مذهبی مشهد در پاسخ به مسائل شهری به دلیل عدم وجود چارچوبی فرانهادی و رسمی در هماهنگ‌سازی کنشگران کلیدی گردشگری مذهبی
سرمایه‌گذاران بخش خصوصی	- تمرکز در بهره‌برداری از پتانسیل‌های فضایی گردشگری مذهبی مشهد پیرامون حرم مطهر رضوی از طریق سرمایه‌گذاری بیش از اندازه در پروژه‌های تجاری و اقامتی	
شهروندان و گردشگران	- رقابت برای استفاده و بهره‌برداری از فضاهای شهری مرتبط با گردشگری مذهبی در شهر مشهد	

تقویت سایر گونه‌های گردشگری شهری در کنار گردشگری مذهبی مشهد علاوه بر تقلیل هزینه‌های توسعه شهری، می‌تواند زمینه‌ساز توسعه متوازن خدمات گردشگری پیرامون سایر جاذبه‌های گردشگری شهر مشهد باشد. مجموعه این راهکارها می‌تواند پراکنش نامتوازن فضایی خدمات گردشگری در سطح شهر مشهد را تعدیل نماید.

## منابع

- ابراهیم نیاسماکوش، سعید؛ خاکساری، علی؛ لطیفی، غلامرضا و دامادی، محمد. (۱۳۹۲). ارزیابی نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی- محیطی شهر بابلسر. *اقتصاد و مدیریت شهری*، ۲(۱). ۱۷-۳۲.
- افراخته، حسن و حجتی پور، محمد. (۱۳۹۴). اقتصاد سیاسی فضا و تعادل منطقه‌ای ایران. *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۴(۱۴). ۸۷-۱۱۰.
- امین زاده، بهناز و آسوده، علی. (۱۳۹۴). تحلیل شکاف میان برنامه‌ریزی و مدیریت اجرای اسکان در برنامه‌های گردشگری شهری مورد مطالعه: طرح ایجاد و بهسازی اقامت زائران در شهر مشهد. *نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی*، ۲۰(۱). ۸۱-۹۰.
- ایمانی شاملو، جواد و رفیعان، مجتبی. (۱۳۹۵). قدرت و بازتعریف نظریه برنامه‌ریزی شهری با تأکید بر دیدگاه اقتصاد سیاسی فضا. *فصلنامه راهبرد*، ۲۵(۸۰). ۲۸۷-۳۱۹.
- ایمانی شاملو، جواد؛ رفیعان، مجتبی و داداشپور، هاشم. (۱۳۹۵). سوداگری شهری و واگرایی فضایی تحلیل تحولات فضایی کلان‌شهر تهران مبتنی بر اقتصاد نفت. *فصلنامه ژئوپلیتیک*، ۱۲(۱). ۱۰۴-۱۳۵.
- بدری، علی و طیبی، صدراله. (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر هزینه‌های گردشگری مذهبی مطالعه موردی: شهر مشهد مقدس. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۱). ۱۵۳-۱۷۷.
- تقوایی، مسعود و صفرآبادی، اعظم. (۱۳۹۰). مدیریت گردشگری شهری با تأکید بر برنامه‌ریزی فضاهای شهری جاذب گردشگر مطالعه موردی شهر کرمانشاه. *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*. ۱۸۳-۲۰۸.
- تیموری، راضیه. (۱۳۹۴). گردشگری شهری و تحول اقتصادی؛ صنعت گردشگری شهری و نقش آن در تحول اقتصاد شهری. *اقتصاد شهر*، ۰(۷). ۹۴-۹۸.
- حاتمی نژاد، حسین و عبدی، ناصح. (۱۳۸۴). اقتصاد سیاسی و فضای شهری. *نشریه سیاسی-اقتصادی*، شماره ۲۳۷-۲۳۸، صفحات ۱۹۶-۲۰۵.

حاتمی نژاد، حسین؛ اروچی، حسن؛ شکروی، نگین و مولائی قلیچی، محمد. (۱۳۹۳). بررسی و ارزیابی سایت‌های گردشگری شهری (مطالعه‌ی موردی: شهر ارومیه). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳(۳)، ۱۵۱-۱۶۸.

حاجی نژاد، علی؛ عنابستانی، علی اکبر و صفریان، محمد. (۱۳۹۵). تدوین برنامه استراتژیک گردشگری پزشکی با تأکید بر گردشگری مذهبی در شهر مشهد. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۳۱(۲)، ۱۰۲-۱۱۶.

حسینی دهاقانی، مهدی و بصیرت، میثم. (۱۳۹۵). رهیافت نظریه بازی در تحلیل بازی‌های قدرت شهری: تحلیلی بر فرایندهای ساخت‌وساز در کلان‌شهر تهران. نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی، ۲۱(۱)، ۹۱-۱۰۰.

دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل. (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: انتشارات اشراقی.

دلاور، علی. (۱۳۸۴). روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی، تهران: نشر ویرایش.

رضایی نیا، حسن و جعفری، فرهاد. (۱۳۹۴). اولویت‌بندی راهبردهای مدیریت مقاصد گردشگری با استفاده از مدل‌های کمی و کیفی (مطالعه موردی: شهر سلطانیه). نشریه گردشگری شهری، ۱(۱)، ۷۹-۹۶.

رهنما، محمدرحیم؛ مافی، عزت اله و اسدی، روح اله. (۱۳۸۹). تحلیل جایگاه حکمروایی خوب شهری در مشهد با الگوی SWOT. جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای. سال ۸، شماره ۱۵ (۲۰۱۱).

سرخیلی، الناز، پورجعفر، محمدرضا و رفیعیان، مجتبی. (۱۳۹۳). سنجش اثرات همگرایی نیروهای مذهب و اقتصاد در شکل و فرم منطقه ثامن شهر مشهد در دوره معاصر. فصلنامه مطالعات شهری؛ ۱۲، ۸۷-۱۰۱.

سرخیلی، الناز؛ رفیعیان، مجتبی و تقوایی، علی اکبر. (۱۳۹۵). بررسی الگوی مدیریت تعارض ذی‌نفعان و ذی‌نفوذان در ابر پروژه‌های شهر مشهد. جغرافیا و توسعه، ۴۵، ۱۴۱-۱۵۸.

سروری، هادی و ماجدی، حمید. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر جهانی‌شدن بر مدیریت فضای شهری مشهد، هویت شهر، ۲۳(۹)، ۱۷-۲۶.

سقای، مهدی، جوانبخت قهفرخی، زهره و مافی، عزت‌الله. (۱۳۹۱). تحلیل نقش مراکز خرید در رابطه با گردشگری و زیارت در کلان‌شهرها مطالعه موردی کلان‌شهر مشهد. *مطالعات جغرافیایی*، ۸، ۱۰۱-۷۷.

سلطانی، سحر و شاهنوشی، ناصر. (۱۳۹۱). اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری عمده شهرستان مشهد از منظر گردشگران داخلی. *مطالعات گردشگری*، ۱(۱)، ۵-۱۷.

صادقی، مجتبی و رهنما، محمد رحیم. (۱۳۹۲). تبیین ساختاری - کارکردی مدیریت مشارکتی شهری (مطالعه‌ی موردی: شهر مشهد). *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۴۵(۱)، ۱۶۹-۱۸۴.

صالحی‌فرد، محمد. (۱۳۸۶). مشهد، اقتصاد زیارت و گردشگری. *جستارهای شهرسازی*، ۱(۶)، ۶۶-۷۱.

ضرغام‌پروجنی، حمید و توحیدلو، معصومه. (۱۳۹۰). الگوی مدیریت اثربخش گردشگری - مورد مطالعه: مقصد مذهبی مشهد. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۷، ۲۵-۵۲.

عزیزپور، فرهاد و فتحی‌زاده، فرح. (۲۰۱۷). موانع و چالش‌های تحقق مدیریت یکپارچه گردشگری در کلان‌شهر مشهد. *نشریه گردشگری شهری*، ۴(۲)، ۴۷-۶۰.

فیروزجائیان، علی‌اصغر؛ یوسفی، ندا و میرمحمدتبار، سیداحمد. (۱۳۹۳). (فرا تحلیلی از تحقیقات موجود) تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۳(۸)، ۱۴۳-۱۶۵.

قدمی، مصطفی. (۱۳۹۰). ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری نمونه مورد مطالعه کلان‌شهر مشهد. *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، ۱(۳)، ۵۹-۸۲.

کاظمیان، غلامرضا. (۱۳۸۳). تبیین رابطه ساختار حاکمیت و قدرت شهری با سازمان‌یابی فضا، تلاش برای طراحی مدل نمونه منطقه کلان‌شهری تهران. تهران: گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری.

کاظمیان، غلامرضا و جلیلی، سید مصطفی. (۱۳۹۴). تحلیل قدرت ذینفعان کلیدی در فرآیند سیاست‌گذاری طرح جامع تهران. *فصلنامه معماری و شهرسازی*، ۱۵، ۱۳۹-۱۵۸.

کاظمیان، غلامرضا و میرعابدینی، سیده زهره. (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی مدیریت یکپارچه شهری در تهران از منظر سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری شهری. *هنرهای زیبا معماری و شهرسازی*، ۴۶، ۲۷-۳۸.



- کریمی، صدیقه و نصر، احمدرضا. (۱۳۹۲). روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌های مصاحبه. دو فصلنامه پژوهش، ۴(۱)، ۷۱-۹۴.
- کاظمیان، غلامرضا و میرعابدینی، سیده زهره. (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی مدیریت یکپارچه شهری از منظر سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری شهری، نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی، ۳(۴۶)، ۲۷-۳۸.
- لطفی، حیدر، سلطانی، ناصر و اقبالی، ناصر. (۱۳۸۷). گردشگری، دولت و اقتصاد سیاسی در ایران، فصلنامه چشم‌انداز جغرافیایی، ۷، ۸۷-۱۱۱.
- لطفی، حیدر، سلطانی، ناصر و اقبالی، ناصر. (۱۳۸۷). گردشگری دولت و اقتصاد سیاسی در ایران. فصلنامه چشم‌انداز جغرافیایی، ۳(۷)، ۸۷-۱۱۱.
- محملی ابیانه، حمیدرضا. (۱۳۹۰). مقایسه تطبیقی مکاتب مطالعات مورفولوژی شهری به منظور تکمیل آن بر اساس دستگاه تحلیلی مکتب اقتصاد سیاسی فضا. آرمان‌شهر، ۷، ۱۵۹-۱۷۱.
- ملازم الحسینی، محمدکاظم، رجوعی، مرتضی و مرادی، محسن. (۲۰۱۷). تأثیر توسعه اماکن گردشگری بر رضایت‌مندی گردشگران مذهبی (مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد). مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲(۳۹)، ۱۲۳-۱۴۲.
- مهدوی وفا، حبیب‌اله، رضویان، محمدتقی و مؤمنی، مصطفی. (۱۳۸۸). نقش اقتصاد سیاسی در ساختار فضایی تهران و پیرامون. مجله محیط‌شناسی، ۵۰(۱)، ۱-۱۴.
- مؤمنی، مصطفی، صرافی، مظفر و قاسمی‌خوزانی، محمد. (۱۳۸۷). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان‌شهر مشهد. جغرافیا و توسعه، ۱(۶)، ۱۳-۳۸.
- نوروزی، لیلیا. (۱۳۸۶). گردشگری و توسعه آن در مشهد (زمینه‌های موجود و چشم‌انداز مطلوب). جستارهای شهرسازی، ۱(۶)، ۵۸-۶۵.
- نوغانی، محسن و قهرمان، آرش. (۱۳۹۳). اقتصاد سیاسی گردشگری در شهر و دلالت‌های راهبردی آن در توسعه شهری مشهد. اولین همایش بین‌المللی توسعه گردشگری ایران، ۱، ۱۰۸۹-۱۱۰۲.

Ashworth, G. (2012). Do we Understand Urban Tourism? *Tourism & Hospitality*, 1(issue 4), 1-4.

Ashworth, G., & Page, Stephen. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.

Banerjee, Onil, Cicowicz, Martin, & Gachot, Sébastien. (2015). A quantitative framework for assessing public investment in tourism – An application to Haiti. *Tourism Management*, 51, 157-173. doi:

Caves, Roger W. (2005). *Encyclopedia of the City*. LONDON AND NEW YORK: Taylor & Francis

Edgell Sr, David L. Allen, Maria DelMastro, Smith, Ginger, & Swanson, Jason R. (2008). Chapter 2 - Tourism policy issues of yesterday *Tourism Policy and Planning* (pp. 37-62). Boston: Butterworth-Heinemann.

Edwards, Deborah, Griffin, Tony, & Hayllar, Bruce. (2008). Chapter 5 - Urban Tourism Precincts: An Overview of Key Themes and Issues. In Bruce Hayllar, Tony Griffin & Deborah Edwards (Eds.), *City Spaces - Tourist Places* (pp. 93-105). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Fainstein, Susan S., & DeFilippis, James (2016). *Readings in Planning Theory: Studies in urban and social change*.

Hayllar, Bruce, Griffin, Tony, & Edwards, Deborah. (2008). Chapter 1 - Urban Tourism Precincts: Engaging with the Field *City Spaces - Tourist Places* (pp. 1-18). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Heeley, John. (2011). Inside City Tourism. In Chris Cooper, C. Michael Hall & Dallen J. Timothy (Eds.), *Inside City Tourism: A European Perspective*. Bristol • Buffalo • Toronto: MPG Books Group.

Hoffman, Lily M., Fainstein, Susan S., & Judd, Dennis R. (2003). *CITIES AND VISITORS REGULATING PEOPLE, MARKETS, AND CITY SPACE*. London: Blackwell Publishing Ltd.

Hutchison, R. (2010). *Encyclopedia of urban studies*: SAGE Publications.

Kim, Kyoung Bae. (2013). *The perceived role of key stakeholders' involvement in sustainable tourism development*. (PhD thesis), University of Nottingham .

mair, Heather. (2012). political economy of tourism: a critical perspective. *annals of tourism research*, 39, 1276-1277 .

Mazanec, J., & Wöber, K. (2009). *Analysing International City Tourism*: Springer Vienna.

Mosedale, J. (2010). *Political Economy and Tourism: A Critical Perspective*: Taylor & Francis.

Parker, simon. (2004). *URBAN THEORY AND THE URBAN EXPERIENCE Encountering the city*: Simon Parker.

Raffay, Ágnes. (2007). *STAKEHOLDER INVOLVEMENT IN URBAN TOURISM DEVELOPMENT A TALE OF TWO CITIES*. (Doctoral thesis), UNIVERSITY OF DERBY .

Raj, R., & Griffin, K.A. (2015). *Religious Tourism and Pilgrimage Management, 2nd Edition: An International Perspective*: CABI.

Rifai, Taleb (2012). *Global Report on City Tourism Cities 2012 Project* Madrid, Spain.

Sellers, Jefferey M. (2002). *Governing from Below: urban regions and the global economy*. California: University of Southern California.

Stone, C.N. (2005). Looking back to look forward: reflections on urban regime analysis. *Urban Affairs Review*, 40(3), 309-341 .

Stylidis, Dimitrios, Biran, Avital, Sit, Jason, & Szivas ,Edith M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274.

Taylor, Nigel (1998). *Urban Planning Theory since 1945*. London: SAGE Publications.

Vogel, Ronald K. (1997). *Handbook of Research on Urban Politics and Policy in the United States*: GREENWOOD PRESS.

Yang, L. (2007). *Planning for Ethnic Tourism: Case Studies from Xishuangbanna, Yunnan, China*: University of Waterloo (Canada).

**Persian References:**

Ebrahimnia Samakoosh, S., Khaksari, A., Latifi, Gh., and Damadi, M. (2013). *Assessing the Role of Urban Tourism in Economic-Environmental Development of Babolsar*. *Urban Economics and Management*, 2 (1), 17-32.

Afrakhteh, H., and Hajipour, M. (2015). The Political Economy of Space and Regional Balance in Iran. *Journal of Space Econoy and Rural Development*, 4 (14), 87-110.

Aminzadeh, B., and Asude, A. (2015). *Analyzing the Gap Between Planning and Managing Resettlement Implementation in Urban Tourism Plans under Study: Designing and Improving the Accommodation of Pilgrims in Mashhad*, *Journal of Fine Arts - Architecture and Urban Development*, 20 (1), 81-90.

Imani Shamloo, J., and Rafiean, M. (2016). *The Power and Redefinition of Urban Planning Theory with an Emphasis on the Political Economy of Space*. *Scientific Research Journal of Rahbord*, 25 (80), 287-319.

Imani Shamloo, J., Rafieian, M., and Dadashpour, H. (2016). *Urban Utilization and Spatial Divergence, Analysis of Spatial Developments of Tehran Metropolis Based on Oil Economy*. *Geopolitics Quarterly*, 12 (1), 104-135.

Badri, A., and Tayyebi, S. (2012). *Investigating Factors Affecting Religious Tourism Costs Case Study: Holy City of Mashhad*. *Tourism Planning and Development*, 0 (1), 153-177.

Taghavi, M., and Safarabadi, A. (2011). *Urban Tourism Management with Emphasis on the Planning of Urban Spaces Attractive to Tourists, Case Study: Kermanshah*. *Social Development and Welfare Planning*, 0 (0), 183-208.

Teymouri, R., (2015). *Urban Tourism and Economic Transformation; Urban Tourism Industry and its Role in Urban Economy Transformation*. *Urban Economics*, 0 (7), 94-98.

Hatami Nejad, H., and Abdi, N. (2005). *Political Economy and Urban Space, Political-Economic Journal*, No. 237-238, pp. 205- 196.

Hataminejad, H., Orooji, H., Shokravi, N., and Molaei Ghelichi, M. (2014). *Investigation and Evaluation of Urban Tourism Sites (Case Study: Urmia City)*. *Tourism Planning and Development*, 3 (3), 151-168.

Hajinejad, A., Anabestani, A. A., and Safarian, M. (2016). Developing a strategic Plan for Medical Tourism with Emphasis on Religious Tourism in Mashhad. *Journal of Geographical Research*, 31 (2), 102-116.

Hosseini Dehaghani, M., and Basirat, M. (2016). Game Theory Approaches in Analyzing Urban Power Playings: An Analysis of Building Processes in Tehran Metropolis. *Journal of Fine Arts - Architecture and Urban Development*, 21 (1), 91-100.

Danaifard, H., Alvani, S. M., and Azar, A. (2004). *Quantitative Research Methodology in Management: A Comprehensive Approach*. Tehran: Eshraqi Publications.

Delavar, A. (2005). *Research Methods in Psychology and Educational Sciences in Tehran: Virayesh Publications*.

Rezaei Nia, H., and Jafari, F. (2015). *Prioritizing Tourism Management Strategies Using Quantitative and Qualitative Models (Case Study: Soltanieh City)*. *Urban Tourism Journal*, 1 (1), 79-96.

Rahnama, M. R., Mafi, E. and Asadi, R. (2010). *Analysis of the Position of Good Urban Governance in Mashhad with SWOT Model*. *Geography and Regional Development*; Year 8, No 15 (2011).

Sarkheily, E., Pour Jafar, M. R. and Rafieian, M. (2014). *Evaluation of the Convergence Effects of Religious and Economic Forces on the Shape and Form of Mashhad City in Contemporary Period*. *Urban Studies Quarterly* 12, 87-101.

Sarakheili, E., Rafiian, M., and Taghvi, A. A. (2016). *Investigation of Stakeholder and Influencers Conflict Management Model in Mashhad City Projects*. *Geography and Development*, 45, 141-158

Sarvari, H., and Majidi, H. (2015). *The Impact of Globalization on Mashhad Urban Space Management Identity*, 23 (9), 17-26.

Saghaei, M., Javanbakht Ghahfarokhi, Z., and Mafi, E. (2012). *Analysing the role of shopping malls in tourism and pilgrimage in metropolises Case study of Mashhad metropolis*. *Geographical Studies*, 8, 101-177.

Soltani, S., and Shahnoushi, N. (2012). Prioritizing the Major Tourist Attractions of Mashhad from the Perspective of Domestic Tourists. *Tourism Studies* 1 (1), 5-17.

Sadeghi, M., and Rahnama, M. R. (2013). Structural-Functional Explanation of Urban Participatory Management (Case Study: Mashhad City). *Human Geography Research*, 45 (1), 169-184.

Salehifard, M. (2007). Mashhad, Pilgrimage and Tourism Economy. *Urban Planning Studies*, 1 (6), 66-71.

Zargham Borojani, H., and Tohidloo, M. (2011). Model of Effective Tourism Management - Case Study: Religious Destination of Mashhad. *Tourism Management Studies*, 7, 25-52.

Azizpour, F., and Fathi Zadeh, F. (2017). Obstacles and Challenges of Implementing Integrated Tourism Management in Mashhad Metropolis. *Urban Tourism Journal*, 4 (2), 47-60.

Firouzjaeian, A. A., Yousefi, N., and Mirmohammad Tabar, S. A. (2014). Functional Analysis of Religious Tourism in Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 3 (8), 143-165.

Ghadami, M. (2011). Evaluation and formulation of destination strategy in the framework of Sustainable Tourism Sample of Mashhad. *Urban and Regional Studies and Research*, 1 (3), 59-82.

Kazemian, Gholamreza. (1383). Explaining the Relationship between Structure of Governance and Urban Power with Spatial Organization, Attempts to Design Model Model of Tehran Metropolitan Area. Tehran: Department of Geography and Urban Planning.

Kazemian, Gh. (2004). Explaining the Relationship between Structure of Governance and Urban Power with Spatial Organization, Attempts to Design Top Model of Tehran Metropolitan Area. Tehran: Department of Geography and Urban Planning.

Kazemian, Gh. and Jalili, S. M. (2015). Analyzing the Power of Key Stakeholders in the Policy Making Process of Tehran Master Plan. *Journal of Architecture and Urban Development*, 15, 139-158.

Kazemian, Gh., and Mir Abedini, S. Zohreh. (2011). The Pathology of Integrated Urban Management in Tehran from the Perspective of Urban Policy Making and Decision Making. *Fine Arts, Architecture and Urban Development* 46, 27-38.

Karimi, S., and Nasr, A. R. (2013). Interview Data Analysis Methods. *Two Quarterly of Research*, 4 (1), 71-94.

Kazemian, Gh., and Mir Abedini, S. Z. (2011). The Pathology of Urban Kiphole Management from an Urban Policy and Decision Making Perspective, *Journal of Fine Arts - Architecture and Urban Development* 3 (46), 27-38.

Lotfi, H., Soltani, N., and Eghbali, N. (2008). Tourism, Government and Political Economy in Iran, *Quarterly Journal of Geographical Perspective*, 7, 87-111.

Lotfi, H., Soltani, N., and Eghbali, N. (2008). Tourism, Government and Political Economy in Iran, *Quarterly Journal of Geographical Perspective*, 3(7), 87-111.

Mahmeli Abyaneh, H. R. (2011). *Comparative Comparison of Schools of Urban Morphology Studies to Complete it Based on the Analytical System of the School of Political Economy of Space*. *Utopia*, 7, 159-171.

Molazam Hosseini, M. K., Rojouei, M., and Moradi, M. (2017). *The Impact of Tourism Development on Satisfaction of Religious Tourists (Case Study: Mashhad Metropolis)*. *Tourism Management Studies*, 12 (39), 123-142.

Mahdavi Vafa, H., Razavian, M. T., and Momeni, M. (2009). *The Role of Political Economy in the Spatial Structure of Tehran and Surroundings*. *Journal of Environmental Studies* (50), 1-14.

Momeni, M., Sarrafi, M., and Ghasemi Khozani, M. (2008). *The Structure and Function of Cultural Religious Tourism and the Necessity of Integrated Management in Mashhad Metropolis*. *Geography and Development*, 1 (6), 13-38.

Nowruzi, L. (2007). *Tourism and Its Development in Mashhad (Existing Fields and Desirable Landscape)*. *Urban Planning Studies*, 1 (6), 58-65.

Noghani, M., and Ghahreman, A. (2014). *The Political Economy of Tourism in the City and Its Strategic Implications for Urban Development in Mashhad*. *First International Conference on Iranian Tourism Development*, 1, 1089-1102.