

بررسی گردشگری در کلان شهرهای مذهبی

(مطالعه موردی : کلان شهر مشهد)

دکتر عزت الله مافی

دانشیار گروه جغرافیا - دانشگاه فردوسی مشهد

مهدی سقایی

دانشجوی دکتری جغرافیا - دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده :

گردشگری بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری (WTO)، شمار گردشگران در جهان در سال ۲۰۰۵ به ۸۰۸ میلیون نفر رسیده است که نسبت به سال ۲۰۰۴ در حدود ۵/۵ درصد رشد داشته است. این در حالی است که رشد گردشگری در قاره آفریقا با ۱۰ درصد رشد، پیشتاز است. بعد از آن آسیا و اقیانوسیه با ۷/۴ درصد، خاورمیانه با ۶/۹ درصد، امریکا با حدود ۵/۸ درصد و اروپا با ۴/۳ قرار دارند. این امر ضرورت توجه به گردشگری را بخصوص در کلان شهرهای جهان اسلام همچون مکه، مشهد، اصفهان و نظیر اینها به عنوان مقاصد گردشگری، ضروری می سازد.

بر این مبنا در این مقاله با مطالعه موردی کلان شهر مشهد کارکرد فضایی گردشگری با توجه به ۱۵ میلیونی زائر و گردشگری که وارد این کلان شهر می شود و پیامدهای آن، مورد بررسی قرار گرفته است با محاسبه ضریب نفوذ گردشگری، تراکم گردشگری و شدت گردشگر به همراه نسبت گردشگری به جمعیت ساکن در کلان شهر مشهد ضرورت های تفکیک فضایی گردشگری بیان گردیده است و با تعریف شهر زائر و شهر مجاور در تفکیک فضایی گردشگری و پیامدهای حاصل از آن در روند گردشگر پذیری و گردشگری پایدار شهری در کلان شهر مشهد، این تفکیک فضایی با توجه به جذب ۳۰ میلیون زائر در افق ۱۴۰۰، پیشنهاد گردیده است.

واژه های کلیدی : گردشگری، کلان شهر، شهر زائر، شهر مجاور، تفکیک فضایی

مقدمه

گردشگری اما به عنوان یک پدیده جغرافیای در عصر پسامدرن گسترش فزاینده ای یافته است. سیطره نگرش مدرن در ساختار شکنی زمان های برگشت ناپذیر در عصر پسامدرن ، به شکل گیری جهانی موزائیک وارمنتهی گردید. در این جهان اقتصاد زیباشناختی با تکیه بر سرمایه داری سازمان نیافته ، پیرامون گردشگری ، رویه ای معکوس از جریان سرمایه از مرکز به پیرامون را سبب شده است . اقتصاد زیباشناختی با توجه به قابلیت تمدن های سنتی از یک سو و باز تابندگی نوستالژی ، شکل گیری سبک زندگی اکسپرسیونیستی و دور نمایی گردشگر از دیگر سو ، برکنش های جریان گردشگری را در تمدن های سنتی فراهم آورده است .

در پسامدرنیته اوقات فراغت و گردشگری به عنوان حق، نه پاداش محسوب گردیده و به پایه های زندگی و هستی بدل گشته است. از این رو گردشگری پسامدرن را می توان فرآیندی دانست از مجموعه عوامل اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی که در یک سبک زندگی اکسپرسیونیستی به هم پیوند می خورند و واکنش های بسیاری را برای لذت تجربه کردن، در بسیاری از سطوح معرفتی در چارچوب هستی شناختی و پایبندی به اکنون چه در جامعه و چه در خود سبب می شوند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۲، ۳۸).

این در حالی است که بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری (WTO)، شمار گردشگران در جهان در سال ۲۰۰۵ به ۸۰۸ میلیون نفر رسیده است که نسبت به سال ۲۰۰۴ در حدود ۵/۵ درصد رشد داشته است. این در حالی است که رشد گردشگری در قاره آفریقا با ۱۰ درصد رشد، پیشتاز است. بعد از آن آسیا و اقیانوسیه با ۷/۴ درصد، خاورمیانه با ۶/۹ درصد، امریکا با حدود ۵/۸ درصد و اروپا با ۴/۳ قرار دارند (WTO, ۲۰۰۶). ان امر نشان دهنده آن است که گردشگری همراه با نوآوری های تکنولوژیکی و همه گیر شدن سرمایه داری جهانی روندی از جهانی شدن را پیموده است. در واقع می توان گفت گردشگری تنها پدیده جغرافیایی است که کاملاً جهانی شده است. به تبع روند گردشگری بین المللی در برگیرنده مقاصد گوناگون و متفاوتی در جهان می باشد. یکی از مقاصد گردشگری در جهان کلان شهرهای مذهبی می باشند. کلان شهرهای همچون مکه و مشهد که پذیرایی شمار زیادی از گردشگران می باشند و هر یک جایگاه ویژه ای را در جهان اسلام دارا می باشند. در این میان اگر نقش کلان شهرهای فرهنگی را در زمینه گردشگری را مانند کلان شهر اصفهان به عنوان پایتخت فرهنگی جهان اسلام مورد توجه قرار دهیم به نقش فزاینده کلان شهرها در جهان اسلام و ایران در زمینه گردشگری پی خواهیم برد.

علاوه بر مباحث فوق، انتخاب کلان شهر مشهد به عنوان منطقه مورد مطالعه ناشی از ویژگی های خاصی می باشد که این منطقه واجد آن است. در وهله اول کلان شهر مشهد، تنها کلان شهر موجود در شرق کشور می باشد و همچنین اولین دومین کلان شهر مذهبی جهان است. علاوه بر این موارد باید افزود که کلان شهر مشهد تنها کلان شهر موجود در منطقه انتخاب شده برای گردشگری مذهبی در طرح جامع گردشگری کشور است. نقشه زیر نشان دهنده منطقه بندی کشور برای گردشگری در طرح جامع گردشگری کشور می باشد.

نقشه ۱ - منطقه بندی گردشگری در طرح جامع گردشگری ایران



نقشه ۱ - منطقه بندی گردشگری در طرح جامع گردشگری ایران

در این میان این مقاله برآن است که با مطالعه کارکرد گردشگری در این کلان شهر فضا مندی شکل گرفته در رابطه با گردشگری را در این کلان شهر مورد بررسی قرار دهد. این نکته قابل ذکر است که این مقاله بر آن است تا لزوم مطالعات و اسازانه را در رابطه با متن فضایی گردشگری با توجه به بررسی انجام گرفته تبیین نماید.

گردشگری شهری

گردشگری در چارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می کند. یکی از این الگوهای فضایی گردشگری شهری است. نواحی شهری به علت آنکه جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می گردند. شهرهای معمولاً جاذبه های متنوع و بزرگی شامل موزه ها، بناهای یادبود، تئاترها، استادیوم های ورزشی، پارک ها، شهر بازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور دارا بوده که این خود گردشگران بسیاری را جذب می کند (Timothy, ۱۹۹۵, ۶۳). علاوه بر این حتی در صورتی که جاذبه های گردشگری در مناطق غیر شهری واقع باشند از آنجا که شهرها در عینیت یافتگی مکانی، تبلور فضایی را در رابطه با پیرامون خود شکل می دهند. در این فضای شهری کارکرد تنگاتنگ شهر و پیرامون از اهمیت اساسی در برکنش های فضایی برخوردار می باشد. باز هم حجم زیادی از گردشگری در شهرها متمرکز می شوند. زیرا محل سکونت، سرویس غذا، ارتباطات، حمل و نقل سایر خدمات گردشگری در شهرها واقع اند که بازدید کنندگان از مناطق اطراف شهر و خود شهر از آنها استفاده می کنند.

به علاوه در این بین رشد فزاینده میل به تمایززدایی در پسامدرنیته، مرزهای بین کار و اوقات فراغت را درهم ریخته و کار به جزیی از زندگی معاصر بدل گشته است. با از بین رفتن تمایز میان کار و اوقات فراغت، این دو در کلیتی یکسان ذوب شده و به شکل گیری سبکی از زندگی، که سبک اکسپرسیونیستی نامیده می شود، منتهی گردیده است. در این سبک از زندگی، انسان سعی می کند چیزی را به وجود آورد که زندگی اش را مهیج و لذت بخش نماید. از مشخصه های این سبک زندگی، پویایی و انعطاف پذیری زیاد آن است (پاپلی یزدی، ۱۳۸۲، ۷۲). این سبک زندگی در همپوشی با شهرنشینی گستره وسیعی می یابد و میل به گذران اوقات فراغت را در پیرامون این گونه از سبک زندگی در شهرها افزایش می دهد. از این رو شهرنشینی نیز امر گردشگری را تسهیل نموده است به گونه ای که فشردگی فضا - زمان در بستر سازی پسامدرن، درصد بالایی از شهرنشینی را شکل داده و تبیین علیت انباشت سرمایه را در کلان شهرها سبب گردیده است و همراه با آن برآورد فضاهای گذران اوقات فراغت را در رابطه با مکان گذران اوقات فراغت در شعاع های متفاوت برای پاسخگویی به نیازهای این گونه از سبک زندگی و همچنین تدارک کسب سود را در روندی از سرمایه گذاری در مکان به دنبال دارد.

همگام با توسعه گردشگری در نواحی شهری، برای برآوردن نیازهای گردشگران، خدمات حمایتی بیشتری نظیر رستوران و محل اقامت ساخته می شود. اگر چه این نکته قابل ذکر است که بازدیدکنندگانی که از خارج شهر می آیند تنها کسانی نیستند که از این امکانات استفاده می کنند. توسعه زیر بناهای گردشگری سهم زیادی در تغییرات شکل و کارکرد نواحی شهر داشته و تصویر شهر تحت تاثیر انواع هتل ها و خدمات جنبی ارائه شده، قرار می گیرد.

چهار ویژگی قابل قبول و متداول شهرها که شامل تراکم زیاد فیزیکی ساختار، مردم و نقش ها و گوناگونی فرهنگی اجتماعی، چند نقش گرایی اقتصادی و مرکزیت عینی در شبکه داخل شهری و منطقه ای را در برمی گیرد؛ وقتی شهرها به عنوان شهری گردشگر پذیر عمل کرده و توسعه می یابند، این پیچیدگی ها با فشردگی بیشتری در ساختار و ماهیت گردشگری حل می شود (Pearce, 2001, 927) و تمایزی را در پردازش فضای شهری پیرامون گردشگری شکل می دهد و آثاری را بر جای می نهد که در کنشگری دوسویه گردشگر- میزبان نمود می یابد.

در این میان کنشگری گردشگران در فضاهای شهری پیرامون جاذبه ها، بافت شهر، خرید، اسکان و فعالیت های جنبی است که در رویکرد به موزه ها، تئاترها، نمایشگاه ها، مراکز تفریحی و نظیر اینها تبلور می یابد. این گونه از کنشگری گردشگری در فضای شهری در راستای انگیزه های متفاوتی شکل می گیرد که شامل موارد زیر می باشد (Hall, 1999, 167):

- دیدار دوستان و خویشاوندان
- مسافرت های تجاری
- حضور در نمایشگاه ها و کنفرانس ها
- بازدید از میراث فرهنگی
- سفرهای مذهبی (زیارت)
- به منظور حضور در حوادث

- خریدهای تفریحی
- سفرهای روزانه
- دلایل شخصی

بر مبنای این انگیزه ها کنشگری در فضای شهری چند بعدی می باشد که برآورد کننده یک رویکرد به درون در پاسخگویی به نیازهای اقتصادی و یک رویکرد به بیرون در کنش متقابل فرهنگی یا در بعضی موارد تضادهای ناشی از آن است. از این رودر راستای پردازش یک الگوی فضایی در شهر ، گردشگری شهری را می توان به صورت زیر تعریف کرد :

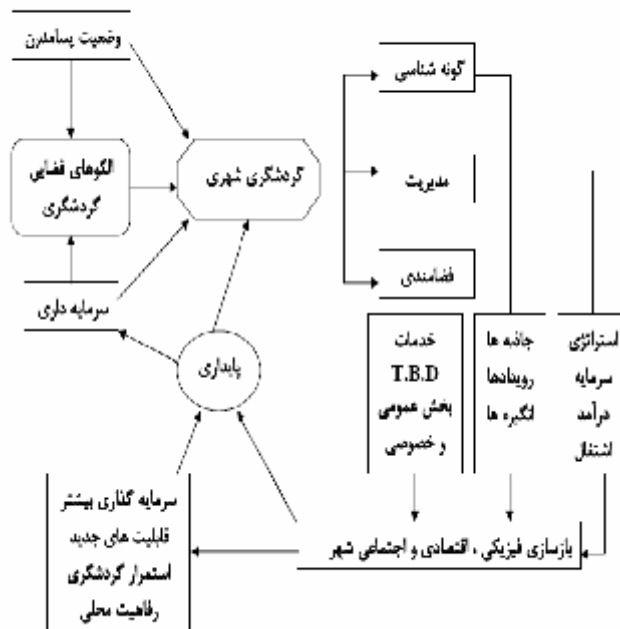
«گردشگری شهری، کنش متقابل گردشگران - میزبان و تولید فضای گردشگری پیرامون سفر به مناطق شهری با انگیزه های متفاوت و بازدید از جاذبه ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را در فضای شهری برجای می نهد».

این تعریف خود به خوبی پیوستگی بین پارامترهای مختلف جریان گردشگری شهری را بیان می کند که در فراگرد دیگر نقش های شهرها ، کارکردی چند بعدی دارد. از این رو ارائه مدلی مفهومی از گردشگری شهری به عنوان یک الگوی فضایی با در نظر گرفتن رویکردی واسازانه به آن می تواند در زمینه بررسی گردشگری شهری مفید واقع شود.

گردشگری شهری به عنوان یک الگوی فضایی در برگیرنده ، در برکنشی از وضعیت پسامدرن و رویکرد سرمایه داری در سیطره بر فضاهای جغرافیایی و در راستای ساختار شکنی گردشگری انبوه شکل می گیرد. جریان گردشگری شهری خود در سه جزء ساختاری پردازش می شود که در کنار هم شکل گیری گردشگری در شهرها را سبب می گردند. این اجزاء یعنی مدیریت ، فضا مندی و گونه شناسی بنیانی رافراهم می آورند که در چارچوب آن روندی از جریان گردشگری شکل گرفته و پیامدهای را رقم می زند.

فضای کنش در مدل ارائه شده در سیطره سرمایه داری به عنوان امر اقتصادی و تبیین کننده گردشگری در « جا» به عنوان امر محلی می باشد که در یک دیالکتیک با امر جهانی ، یعنی سرمایه داری سازمان نیافته در وضعیت پسامدرن قرار می گیرد. در این راستا پردازش هریک از اجزاء سه گانه شکل دهنده به گردشگری شهری ضروری است.

پردازش گردشگری شهری در فضای پسا مدرن



کلان شهر مشهد

همان گونه که بیان شد مشهد به عنوان دومین کلان شهر مذهبی جهان بعد از شهر مکه محسوب می شود و علاوه بر آن دومین کلان شهر کشور نیز به حساب می آید. این شهر اکنون به عنوان شهری مذهبی با بالاترین درصد زائران و گردشگران مطرح می باشد و به عنوان مرکز استان رضوی ۳۱/۲ درصد از کل جمعیت استانی و ۵۵/۱ درصد از کل جمعیت شهری خراسان سابق را در خود جای داده است. جمعیت شهر مشهد در طی این سالیان همانگونه که در جدول ۱ نشان داده می شود رشد چشمگیری داشته است.

جدول ۱ - تحولات جمعیتی شهر مشهد در طی سالهای ۱۳۷۵ - ۱۳۴۵

سال	۱۳۴۵	۱۳۵۵	۱۳۶۵	۱۳۷۰	۱۳۷۵
مشهد	۴۰۹۶۱۶	۶۶۷۷۷۰	۱۴۶۳۵۰۸	۱۷۵۹۲۸۷	۱۸۸۷۴۰۵

ماخذ: فرمانداری مشهد، ۱۳۸۱

در حالی که نرخ رشد جمعیت شهر مشهد به طور متوسط در جدول ۲ نمایش داده شده است که این خود نیز اذعان به رشد چشمگیر دارد.

جدول ۲ - نرخ رشد جمعیت شهر مشهد

مشهد	۱۳۳۵-۴۵	۱۳۴۵-۵۵	۱۳۵۵-۶۵	۱۳۶۵-۷۵
	۵/۴۱	۵/۸۳	۸/۷	۲

این در حالی که رشد فیزیکی شهر مشهد نیز در دهه های اخیر قابل توجه می باشد. چنانچه وسعت شهر مشهد در سال ۱۳۶۵ در محدوده قانونی شهر ۱۷۰ کیلو متر مربع و در محدوده خدماتی آن ۱۴۰ کیلو متر مربع بوده که در سال ۱۳۸۰ محدوده قانونی شهر به ۲۷۰ کیلو متر مربع و محدوده خدماتی آن به ۲۵۰ کیلو متر مربع رسیده است (دفتر واحد شهر سازی شهر داری مشهد، ۱۳۸۰).

سال	جمعیت به هزار نفر			مساحت ناخالص شهری - مساحت خاص شهری - مساحت خاص مسکونی -		
	۱۳۴۵	۱۳۶۵	نرخ رشد	هکتار	هکتار	هکتار
مشهد	۴۱۰	۱۶۸۰	۷/۲۱	۳۲۴۵	۲۲۷۲۴	۱۰۰۵۰
			رشد	رشد	رشد	رشد
				۱۳۴۵	۱۳۶۵	نرخ
				۱۳۴۵	۱۳۶۵	نرخ رشد
				۶-۹۸	۵-۲۰	۸/۱۷
				۱۳۶۵	۱۳۴۵	نرخ رشد
				۱۳۶۵	۱۳۴۵	نرخ رشد

جدول ۳ - تغییرات جمعیت و مساحت کلان شهر مشهد طی سال های ۱۳۶۵- ۱۳۴۵

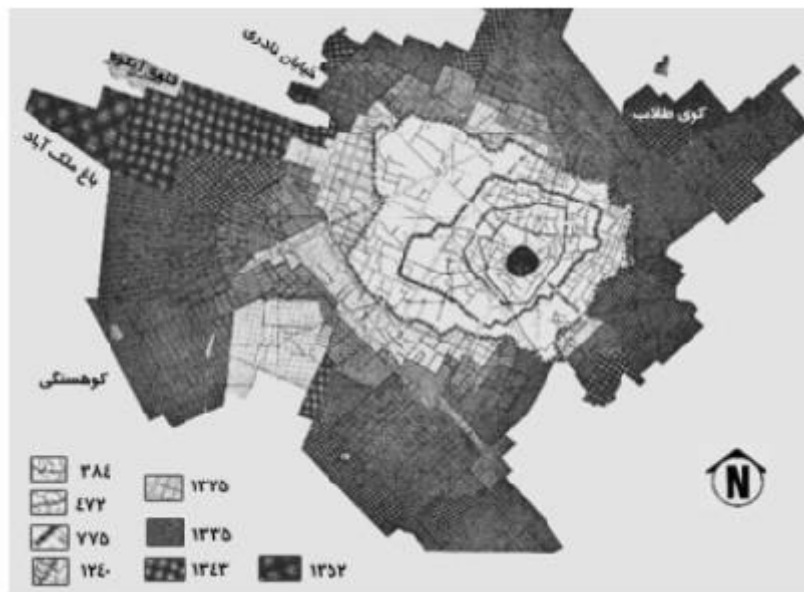
ماخذ : (سازمان عمران و بهسازی شهرها، ۱۳۸۱)

از این رو مشهد با جمعیتی معادل ۲/۲ میلیون نفر به عنوان دومین کلان شهر کشور بعد تهران محسوب می شود. با این وجود کلان شهر مشهد بر خلاف کلان شهر تهران، در شکل دهی به مجموعه شهری خود موفقیت زیادی نداشته است. خدماتی و زیارتی بودن شهر مشهد، الزامات ناشی از جابجایی صنایع از مرکز به حاشیه راه، که در مرحله ای از رشد کلان شهر نمود پیدا می کند، کم رنگ کرده است. بطوری که طی سال های ۱۳۵۵ تا ۱۳۷۵ سهم جمعیت شهر مشهد از مجموعه شهری خود از ۶۰/۹ درصد به ۷۵/۳ درصد افزایش یافته است. مساحت مشهد در همین سال ها تقریباً و از ۱۰ کیلومتر مربع به ۲۵۰ کیلومتر مربع رسیده است. بیشترین میزان مطلق گسترش شهر مشهد مربوط به دهه های ۵۰ و ۶۰ هجری شمسی است که ۱۶۶ کیلومتر مربع به وسعت شهر افزوده شد. در این میان متوسط نرخ رشد مساحت شهر مشهد ۷/۲ درصد می باشد (سازمان عمران و بهسازی شهرها، ۱۳۸۱، ۹۰).

بررسی کیفیت توسعه فیزیکی کلان شهر مشهد نشان دهنده آن است که هسته اولیه شهر مشهد در جوار مرقد مطهر امام رضا(ع) شکل گرفته است. در مرحله اولیه به صورت توده ای توسعه یافته بود. اما در مرحله بعدی در

امتداد کوهسنگی - طبرسی (جنوب غربی - شمال شرقی) و سپس در امتداد طرقله و شانديز در محور وکیل آباد (شرقی - غربی) به صورت خطی گسترش یافته است. طی سال های ۴۶ تا ۶۷ ، با وجود ثبات نسبی سرانه کاربری مسکونی، سهم آن در مجموعه مساحت شهر کاهش شدیدی پیدا کرد و از ۳۸/۹ درصد به ۲۲/۱ درصد رسید. که این امر ناشی از افزایش سهم کاربری غیر شهری بوده است.

نقشه ۲- روند تاریخی توسعه شهر مشهد



گردشگری در کلان شهر مشهد

با توجه به آنکه کلان شهر مشهد به علت وجود مرقد مطهر امام رضا همه ساله پذیرای تعداد کثیری از زائران این مرقد مطهر می باشد جلوه های ویژه ای از رفت و آمدهای مسافران در سطح این کلان شهر به خوبی قابل مشاهده است که از استمرار برخوردار بوده و با اینکه در تعطیلات به اوج خود می رسد ولی جریان آن در طول سال با فراز و نشیب های دائمی "جریان دارد. از این رو برخلاف گردشگری که جریانی فصلی است ، زیارت (که البته آن را در یک کلیت معنایی با گردشگری در سطوح کلی در این طرح یکسان می باشد ولی رویکرد به آن در روند توسعه متفاوت است) در این کلان شهر در طول سال جریان دارد و به علت آنکه تمامی سطوح طبقاتی جامعه را در برمی گیرد و پردازش درآمد آنان در بالا و پایین در آمد متوسط قرار دارد اقشار اجتماعی وسیعی را با انگیزه ها و نیازهای مختلف در برمی گیرد.

با این اوصاف وجود ساختارهای پذیرش زائر (کارا یا ناکارا) در حال حاضر در این کلانشهر و بخصوص در مقیاس حجیمی امری بسیار بدیهی است. بنا بر آخرین آمار ارائه شده تعداد زائران و گردشگران در کلان شهر مشهد در

حدود ۱۵ میلیون نفر می باشد. جدول ۴ نشان دهنده تعداد مسافران ورودی به کلانشهر مشهد از طریق پایانه های حمل و نقل در این کلانشهر است.

جدول ۴

ورود و خروج مسافرین از طریق پایانه های حمل و نقل (در سال ۱۳۸۴)

مبدأ ورودی	ورود مسافر	خروج مسافر
ترمینال	۱۰۳۴۲۲۰۹	۱۰۲۰۳۹۷۹
راه آهن	۳۰۷۶۱۶۵	۳۱۶۰۴۵۷
فرودگاه	۱۸۹۸۱۸۰	۱۹۲۷۳۹۰
جمع	۱۵۳۱۶۵۵۴	۱۵۲۹۱۸۲۶

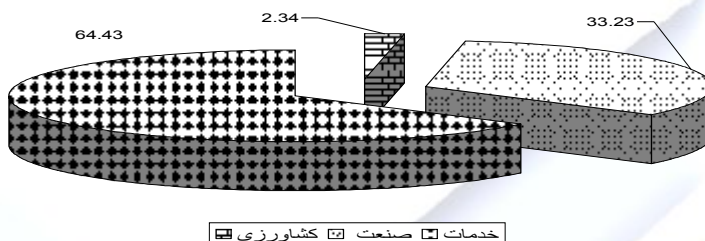
ماخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی (۱۳۸۵)

کلان شهر مشهد به عنوان بزرگترین کلانشهر گردشگری مذهبی کشور به جهات مختلف از جمله ۴۲٪ از مسافران حمل شده قطارهای کشور، حدود ۱۲٪ از مسافران حمل شده توسط پروازهای داخلی حدود ۵۵٪ از اقامتگاههای عمومی کشور ۱۶٪ از هتل های کشور جایگاه بالایی را در میان استانها و شهرهای کشور دارا می باشد. نمودار ۱ نشان دهنده گروه ای عمده فعالیت در کلانشهر مشهد می باشد که بر آن مبنا فعالیت خدماتی بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است که این خود در ارتباط با گردشگری و مشاغل مربوط به آن قرار می گیرد.

از آنجا که گردشگری نقش عمده ای را در زمینه اقتصاد شهری به خود اختصاص داده است به تبع خدمات مرتبط با گردشگری نیز، از نظر کمی و کیفی تنوع و تعداد بیشتری را در اقتصاد شهری به خود اختصاص داده است. نمودار ۲ نشان دهنده درصد خدمات اقامتی بر اساس نوع آن یعنی هتل، هتل آپارتمان و مهمانپذیر می باشد. همچنین نمودار ۳ نشان دهنده تعداد رستوران های کلانشهر مشهد براساس مجوز های لازم می باشد (سقای، ۱۳۸۴، ۱۰۶).

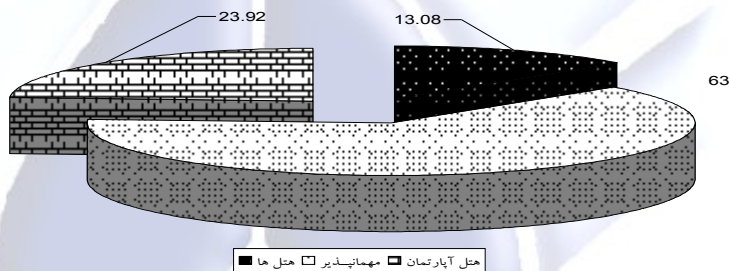
نمودار ۱ :

درصد فعالیت بخش های اقتصادی در کلان شهر مشهد



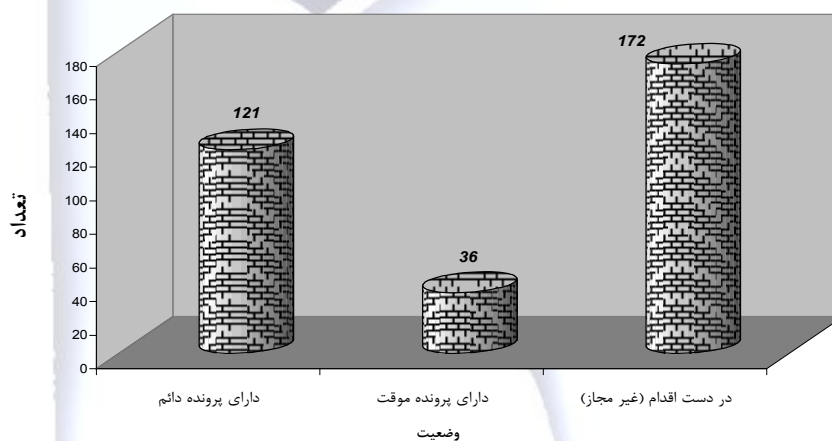
نمودار ۲ :

درصد خدمات اقامتی گردشگری به تفکیک نوع خدمات اقامتی



نمودار ۳ :

تعداد رستوران های کلان شهر مشهد



بطور کلی در پردازش گردشگری در کلان شهر مشهد جایگاه ویژه ای را پیرامون امر محلی دارا می باشد. این کلان شهر به علت وجود تعداد زیادی از جاذبه های گردشگری در پیرامون جذابیت اصلی آن در پرداخت انگیزه

مذهبی در تبلوری از ماهیتی دینی که در وجود حرم مطهر امام رضا (ع) تبلوری عینی می یابد هر ساله پذیرای تعداد بسیار زیادی از زائران و گردشگران در ابعاد داخلی و خارجی برای زیارت این حرم مطهر می باشد که خود این قابلیت را در یک کلیت استانی شکل داده که پردازش گردشگری در پیرامون امر محلی بتواند رویکرد به توسعه آن را در سطح استان مهیا نموده و در راستای پخشایش و ساماندهی زائران از یک سو و جذب و افزایش تعداد گردشگران از دیگر سو با پتانسیل سنجی امر گردشگری در کلان شهر مشهد، روند توسعه آن در قالب راهبردهای توسعه بازشناخته شود. این خود امر توسعه اقتصادی را در تخصیص منابع توسعه به طور افقی به نواحی مستعد و دارای پتانسیل شکل گیری جریان گردشگری در این کلان شهر امکان پذیر می نماید.

توسعه گردشگری در کلان شهر مشهد می تواند در فرآیند برنامه ریزی منطقه ای به عنوان ابزاری برای ترویج اشتغال محلی و بهبود کیفیت عمومی زندگی و بالا بردن سطح رفاه اقتصادی منطقه محسوب می گردند. (Fleisher, 2000, 1007) این امر می تواند به نحو مطلوب از طریق توجه به گردشگری عملی گردد. برنامه ریزی منطقه ای با راهبرد توسعه گردشگری کوششی برای رسیدن به بهترین الگوی فضایی در جهت توسعه منطقه ای می باشد که دست یابی به اهدافی را با توجه به یک سیستم کلی از توسعه ملی مد نظر دارد (Josun, 1996, 520) در این میان آنچه می تواند به عنوان الگوی عمل مورد تأمل قرار گیرد توجه به ماهیت رهیافت هایی است که باید در نظر گرفته شود. همچنین یک نگرش جامع را در تفکیک بین جریان های گردشگری در این کلان شهر و جریان شکل گرفته در پیرامون زیارت مرقد مطهر امام رضا (ع) در ابعاد داخلی می طلبد. آنچه این دو جریان را در یک کلیت معنا می بخشد در نظر گرفتن روح گردشگری به عنوان گذاران اوقات فراغت با انگیزه های مذهبی می باشد که در قالب گردشگری مذهبی با زایش مفاهیم خاص خود می تواند مورد بررسی قرار گیرد.

علاوه بر آن در زمینه تراکم بالای گردشگر و زائر در کلان شهر مشهد و در راستای مباحث مطرح شده در بالا، لازم می آید تا خطوط توسعه گردشگری و توسعه شهری از یکدیگر تفکیک شود تا از این طریق با تفکیک فضایی گردشگری در چارچوب مشخص کردن TBD ها که در این مقاله معادل آن شهر زائر مدنظر گرفته می شود، امر توسعه گردشگری و پایداری آن در این کلانشهر شکل گیرد.

شهر زائر - شهر مجاور

در این میان در یک نگرش کلی به کلان شهر مشهد در پردازش میزبان - گردشگر رویکرد به تفکیک زائر و گردشگر می تواند در خلق راهبردهای موثر پیرامون تعامل و تبادل همراه با ترمیم گسست ها میزبان - گردشگر بسیار راهگشا باشد. زیرا در یک سوی جامعه مهمان در کلان شهر مشهد زائرانی وجود دارند که در کنش پذیری با جامعه میزبان دارای ویژگی ها و نیازمندی های خاص خود می باشد که در روندی از تعامل و گسست با جامعه میزبان تبلور می یابد و این خود راهبردی ویژه را در ساماندهی این زائران می طلبد. این امر بدیهی است که زائران در چارچوب انگیزش های مذهبی خود در روندی از پذیرش مراسم و نیازهای مذهبی همواره جریان سفر

به این کلان شهر را شکل می دهند و در تبلور عینی آن می توان جریان پیوسته زیارت را در طول سال برشمرد. در این میان انبوه‌ای این زائران در مناسبت‌ها مذهبی و ایام تعطیلات تراکم زائران را بخصوص در شهر مشهد رقم می زند. از این رو رویکرد به شکل دادن به راهبردهای مدنظر برای زائران در نظر گرفتن ویژگی‌ها و نیازمندی های زائران در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در اولویت می باشد.

اما تعدادگردشگری در کلان شهر مشهدکه در مقایسه با تعداد زائران در حد بسیار پایینی قرار دارد پیرامون پذیرش گردشگر در رویکرد به جذب آنها تبلور می یابد. هرچند می توان انگیزه مذهبی را در روند گردشگر پذیری در این کلان شهر در غلظتی بالا مشاهده کرد ولی در این میان ویژگی‌های این گردشگران بسیار متفاوت از زائران می باشد. گردشگری در این کلان شهر می باید در روال جریان گردشگری سیر توسعه ای خود را طی نماید. کنش میزبان - گردشگر رویکرد به برآورد تعامل و ترمیم گسستی دارد که قالب فرهنگی - اجتماعی شکل می گیرد. علاوه بر آن تشخیص نیازهای اقتصادی نیز دارای اهمیتی دوچندان است به گونه‌ای که انتظارات تسهیلات در زمینه اقامتی از سوی گردشگران بسیار متفاوت از همین نیاز از سوی زائران است.

در یک حالت کلی کنش پذیری میزبان و گردشگر در کلان شهر مشهد در دوسویه جریان زیارت و گردشگری فضاهای متنی مختص خود را شکل می دهد که در آن رویکردهای متفاوتی در این کنش پذیری شکل می گیرد اگر از یک سو زائران با توجه به تعلق مذهبی به میزبان و در روندی از برآورد انگیزش مذهبی کمترین اصطحکاک فرهنگی را با میزبان داشته در حالی که از نظر توانمندی اقتصادی در مقایسه با گردشگران در سطوحی پایین تر قرار داشته و در روند برآورد نیازهای این کنش پذیری در سودمندی رفاهیت ساکنان محلی نقش کمی دارند زیرا جهت گیری این جریان بیشتر به سمت تجمیع در یک مکان است و چون یک بعدی مورد بررسی قرار می‌گیرند در برآورد رویکردهای این زائران به گذران اوقات آزاد آنها هیچ امری صورت نمی‌گیرد. جریان گردشگری نیز در این روندی معکوس شده از آنچه بیان گردید قرار دارد. از این رو در رویکرد به برنامه ریزی توسعه جریان گردشگری و زیارت در این کلان شهر شناخت وضعیت موجود موثر می باشد.

این کلان شهر سالانه پذیرای ۱۵ میلیون نفر زائر می باشد. با توجه به روند افزایش زائران پیش بینی می شود که برای سال ۱۳۹۵ هجری شمسی حدود ۱۹ میلیون نفر حداقل برای یک شب در شهر مشهد اقامت داشته باشند. با توجه به چنین حجمی از زائران که در حال حاضر وجود دارد و طی سال های آینده به دو برابر خواهد رسید، لازم است جاذبه ها و امکانات زیربنایی مورد نیاز هر چه بیشتر تقویت شده و توسعه یابند. با توجه به بررسی ها و برآوردهایی که در خصوص افزایش ۳۰ میلیونی تعداد زائران کلان شهر مشهد در سال ۱۴۰۰ انجام شده و می شود، امکانات، تسهیلات و وضعیت این شهر که یکی از کلان شهرهای مذهبی جهان و میزبان بیش از ۱۵ میلیون زائر و گردشگر در سال است به هیچ وجه هماهنگ و متناسب با حجم نیازها و خیل عظیم زائران و مسافران این شهر افزایش نیافته است و این مساله ضرورت توجه و تلاش بیش از پیش مسئولان و کارشناسان شهری را می طلبد.

طبق بررسی های انجام شده توسط سازمان مدیریت و برنامه ریزی خراسان، در سال ۱۳۶۵، یکی از مشکلات اصلی زائران و گردشگران مشهد، دشواری های محل اقامت است، بخش عمده ای از مسافران در خانه اقوام،

حسینیه ها و تکایا و حاشیه بلوارها اقامت می گزینند، کمبود تاسیسات اقامتی و پذیرایی مناسب یکی از علل این امر است. سرانه کاربری گردشگری و پذیرایی که شامل هتل، مسافرخانه و اردوگاه های اسکان زوار است در سال ۱۳۶۷ معادل ۱/۶۷ متر مربع به ازای جمعیت مصرف کننده یا زائران و گردشگران است و زیر بنای کاربری گردشگری به ازای زائرین ۲/۲۸ متر مربع بوده است و همچنین با توجه به تفکیک زائرین بر حسب محل اقامت، میزان سرانه زیربنای هتل ها برای زائرین ۱۷/۳۶ متر مربع و زیربنای مسافرخانه ها به ازای هر زائر ۳/۱۸ متر مربع است (سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان خراسان، ۷۷).

این در حالی است که نسبت زائران به جمعیت کلان شهر مشهد در طی سال های متمادی افزایش یافته است، به گونه ای که در سال ۱۳۸۰ به ۶/۷ درصد رسیده است. جدول ۵ نشان دهنده نسبت زائر به جمعیت کلان شهر مشهد در دوره های مختلف می باشد.

جدول ۵: نسبت زائر به جمعیت شهر مشهد (۱۳۰۰-۱۳۸۰)

سال	۱۳۰۰	۱۳۴۶	۱۳۶۵	۱۳۸۰
جمعیت شهر مشهد	۴۵۰۰۰	۴۰۹۶۱۶	۱۴۶۴۰۰۰	۲۰۵۶۳۴۳
تعداد زائران	۵۵۰۰۰	۱۵۰۰۰۰۰	۹۷۳۵۰۰۰	۱۳۷۷۰۰۰۰
نسبت	۱/۲	۳/۷	۶/۶	۶/۷

نسبت های فوق نشان دهنده این امر است که روند توسعه گردشگری و توسعه شهری هر چند در مقیاس کلان شهر مشهد همپوشی بالایی دارند، ولی از لحاظ کارکردی نیازمند، تفکیک فضایی می باشند. این امر از آنجا ناشی می شود که توسعه گردشگری در چارچوب گردشگری شهری، نیازمند زیر ساخت ها و امکانات خاصی است که در زمینه خدمات دهی به زائرین و گردشگران مورد نیاز می باشد. روند توسعه گردشگری در نظر گرفتن افزایش کیفیت تجربه گردشگری را به وسیله افزایش کیفیت خدمات گردشگری می طلبد. از این رو مبنای توسعه گردشگری اصلی بنیادین را در زمینه رضایتمندی گردشگران و زائرین در بر می گیرد. در حالی که توسعه شهری، امر مربوط به ساکنین شهر مشهد می باشد. بدین معنا که ساکنین شهر مشهد هر چند از لحاظ اقتصادی و اجتماعی از مسافرت تعداد زیادی گردشگر و زائر به این کلان شهر سود می برند، اما خود نیز برای بهبود کیفیت زندگی شهری یا محیط زیست شهری خود نیازمند، پارامترها یا عوامل مختلفی هستند و از آنجا که توسعه شهری یک امر چند بخشی است، التزام به آن رویکرد خاصی را در زمینه تفکیک فضایی در فضای شهری در بر می گشرد. بدین معنا که نیازمندی های توسعه شهری با نیازمندیهای توسعه گردشگری دارای تفاوت های

مختلفی هستند. به عنوان مثال افزایش امکانات اقامتی و یا افزایش کیفیت این گونه خدمات، امری مربوط به گردشگری می باشد؛ در حالی که بهبود وضعیت مسکن یا پایداری سکونتگاههای شهری، امری مربوط به توسعه شهری است.

ضرورت تفکیک فضایی گردشگری

می توان ضرورت های تفکیک شهر زائر- شهر مجاور را در کلان شهر مشهد در چارچوب موارد زیر بیان نمود :

۱ - لزوم توجه به تفکیک فضایی در رابطه با توسعه شهری و توسعه گردشگری - همانگونه که بیان شد هر چند توسعه شهری و توسعه گردشگری، همپوشی بالایی در کلان شهر مشهد را دارا می باشند ولی نیازمندی های هر یک از این دو مقوله برای پیشبرد توسعه متفاوت بوده و کنش توسعه ای مربوط به خود را دارا می باشند. توسعه شهری بستری از رفاه و آسایش برای شهروندان و ساکنان شهر مشهد فراهم می کند و توسعه گردشگری رفاه و آسایش برای گردشگران که مدت کوتاهی در این شهر اقامت می کنند. از این رو حوزه بندی یا تفکیک فضایی محدوده های گردشگری و شهروندان امری اجتناب ناپذیر می باشد. در این چارچوب و روند است که می توان انتظار داشت همراه با توسعه گردشگری و توسعه شهری در این کلان شهر همپوشی این دو مقوله پایداری فضای شهری را سبب گردد.

۲ - کلان شهر مشهد دارای کارکرد اصلی گردشگری می باشد و پویای اقتصاد شهری آن وابسته به گردشگری و ورود گردشگران و زائرین است. این امر ضروری می سازد که TBD کلان شهر مشهد یا همان « بخش تجارت گردشگری » مشخص گردد تا از یک سو مسائل و مشکلات گردشگران و زائرین در رابطه با این محدوده شناخته شده و از یک سو با اخذ راهکارهایی تسهیل امر گردشگری و افزایش کیفیت تجربه گردشگری در این محدوده عملی گردد.

۳ - بالا بودن نسبت میان ساکنان یا شهروندان کلان شهر مشهد و زائرین و گردشگران وارد شده به این شهر، نسبت بالایی معادل ۶/۷ درصد می باشد. از این رو سهم هر یک از طرفین یعنی شهروندان و گردشگران به نفع گردشگران می باشد و حجم زیادی از خدمات شهری مورد استفاده گردشگران و زائرین قرار می گیرد. تفکیک فضایی یا حوزه بندی این مکان را مهیا می کند تا بستری برای خدمات دهی بهتر به ساکنان شهر مشهد فراهم آمده و از دیگر سو خدمات مورد نیاز گردشگران در راستای امر گردشگری افزایش و بهبود یابد.

۴ - شاخص های آماری که در رابطه با گردشگری در کلان شهر مشهد به دست آمده خود نشان دهنده ضرورت تفکیک یا حوزه بندی مورد نظر می باشد.

- شاخص شدت گردشگری : این شاخص از رابطه (۱) به دست می آید و بالا بودن آن نشان از حجم زیاد گردشگر و لزوم توجه به پخشایش و کاستن از تراکم گردشگری در یک مکان دارد.

$$TIR = \frac{TA}{PA} * 100 \quad (1)$$

که در رابطه بالا

TIR = نرخ شدت گردشگری

TA = تعداد گردشگران در سال

PA = جمعیت منطقه در همان سال

بر مبنای رابطه (۱) نرخ شدت گردشگری با توجه به اینکه تعداد زائرین و گردشگران معادل دوازده میلیون نفر و جمعیت شهر مشهد معادل ۲/۲ میلیون نفر در نظر گرفته شود برابر خواهد بود با معادل ۵/۴۵ درصد است که نشان از نرخ شدت بالایی دارد. از این رو نیازمند آن است که برای کاهش اثرات نرخ شدت بالای گردشگری در این کلان شهر و پایداری آن، تفکیک یا حوزه بندی در زمینه گردشگری شکل گیرد.

- شاخص نفوذ گردشگری : این شاخص از رابطه (۲) به دست آمده و نشان دهنده فشار حاصل از گردشگری بر فضای شهری می باشد که طول در سال علاوه بر ساکنان شهر از خدمات شهری استفاده می کنند.

$$TPR = \frac{RT * TA}{365 * PA} \quad (2)$$

که در رابطه بالا

TPR = نرخ نفوذ گردشگری

RT = ضریب ماندگاری

TA = تعداد گردشگران

PA = جمعیت منطقه

بر مبنای رابطه (۲) و با توجه به آنکه ضریب ماندگاری گردشگران را در شهر مشهد ۷ روز در نظر گرفته شود و با توجه به ارقام رابطه یک در زمینه تعداد گردشگران و جمعیت شهر، شاخص نفوذ گردشگری در کلان شهر مشهد معادل ۱/۰۴ می باشد که نشان از آن دارد که تقریباً دو برابر جمعیت ساکن شهر مشهد در زمان مختلف از خدمات شهری به عنوان گردشگر استفاده می نمایند و ۱/۰۴ فضای شهری در طول سال اشغال می کنند. بر این مبنا تفکیک دو فضای گردشگری و فضای شهر می تواند با کاهش نرخ گردشگری بستری برای توسعه گردشگر همراه با کاهش پیامدهای منفی در زمینه اجتماعی فراهم آورد.

- ضریب تراکم گردشگری : این شاخص نشان دهنده تراکم گردشگران در یک مکان گردشگری بوده که از رابطه زیر (۳) به دست می آید.

$$TDR = \frac{RT * TA}{365 * RH}$$

که در این رابطه

TDR = ضریب تراکم گردشگری =

TA = تعداد گردشگران

RH = وسعت نواحی به کیلومتر مربع =

RT = ضریب ماندگاری =

بر مبنای رابطه (۳) و با توجه به آنکه وسعت کلان شهر مشهد معادل ۲۵۰ کیلومتر مربع می باشد و با در نظر گرفتن ارقام بالا در رابطه (۲) در زمینه تعداد گردشگر، ضریب ماندگاری، ضریب تراکم گردشگری در کلان شهر مشهد معادل ۹۲۰ در طول سال می باشد؛ این ضریب تراکم بالا وقتی اهمیت بیشتری می یابد که متوجه باشیم اکثریت گردشگران برای زیارت و دیدن یک مکان با فضای شهری کلان شهر مشهد وارد می شوند از این رو تفکیک فضایی می تواند زمینه فراهم آمدن راهکارهای عمل برای بخشایش گردشگری را سبب گردد.

۵ - دستیابی به گردشگری شهر پایداری نیازمند شناخت وضعیت گردشگری در یک مکان و پیامدهای مثبت و منفی آن در رابطه با تاسیسات و خدمات زیربنایی و رفاهی از یک سو و کیفیت تجربه گردشگری از دیگر سو می باشد. همچنین گردشگری شهری پایدار باید بستری برای پویایی اقتصاد شهری فراهم آورده و زمینه ساز رفاه و کسب درآمد و ایجاد اشتغال را برای میزبان یا شهروندان گردد. از این رو تفکیک فضایی گردشگری در رابطه با شناخت TBD و برنامه ریزی برای توسعه آن نه تنها می تواند پیامدهای منفی گردشگری شهری را کاهش دهد بلکه افق های آینده را در زمینه دستیابی به درآمد، اشتغال و بطور کلی رفاه شهروندان کلان شهر مشهد در رابطه با اقتصاد گردشگری سبب گردد. در یک حالت کلی می توان تفکیک فضایی یا حوزه بندی گردشگری را در کلان شهر مشهد در چارچوب شهر زائر و شهر مجاور بستری برای شکل گیری گردشگری شهری پایدار برشمرد.

نتیجه گیری

در نظام سلسله مراتب شهری ایران، مشهد در رتبه دوم و پس از تهران قرار دارد که به دلیل فرامنطقه ای، مرکزیت فرهنگی و مذهبی و عوامل فراوان دیگر همواره جمعیت آن در حال افزایش است و در طول سال پذیرای عده کثیری از زائرین می باشد. روند توسعه کالبدی این کلان شهر امر تفکیک فضایی یا حوزه بندی را در زمینه گردشگری که کارکرد یا نقش اصلی این شهر می باشد را تسهیل نموده است. به طور کلی در حال حاضر ساختار کالبدی کلان شهر مشهد به صورت قطاعی است. مراکز خدماتی و تجاری عمدتاً در اطراف حرم امام رضا (ع) و قطاع به طرف غرب تمرکز یافته و فعالیت های صنعتی عمدتاً در محور قوچان (غرب) و شمال و شمال شرقی قرار گرفته اند. واحدهای مسکونی در دو محور شرق و غرب قرار دارند.

بررسی کیفیت توسعه فیزیکی کلان شهر مشهد نشان دهنده آن است که هسته اولیه شهر مشهد در جدار مرقد مطهر امام رضا (ع) شکل گرفته است. در مرحله اولیه به صورت توده ای توسعه یافته بود. اما در مرحله بعدی در

متداد کوهسنگی - طبرسی (جنوب غربی - شمال شرقی) و سپس در امتداد طرقله و شانديز در محور وکیل آباد (شرقی - غربی) به صورت خطی گسترش یافته است.

در این میان تغییر بافت های پیرامون حرم و مسیرهای اصلی منتهی به حرم، که در طول سال های گذشته با تغییر کاربری از مسکونی به تجاری و اقامتی مواجه شده و روز به روز بر تعداد واحدهای اقامتی و مهمانسراها و زائرسراهای دولتی و خصوصی افزوده می شود. شاهد تغییرات بافت جمعیتی این مناطق هستیم. بدین ترتیب که بافت سنتی ساکن در این مناطق بتدریج به سایر نقاط شهر مشهد منتقل می شود. تنها بالغ بر ۵۰ هزار نفر از جمعیت شهر در محدوده مرکزی شهر ساکن می باشند، آمار واحدهای صنفی در این محدوده بیش از ۱۱ هزار و واحدهای مسکونی را نیز بالغ بر ۹ هزار واحد اعلام نموده اند (فرمانداری مشهد، ۱۳۸۳).

موارد بیان شده فوق به همراه الزام به تفکیک توسعه شهری و توسعه گردشگری در کلان شهر مشهد به همراه استفاده از تحلیل و چارچوب حوزه بندی در این کلان شهر، ضروری می سازد تا محدوده ای از فضای شهری کلان شهر مشهد که در آن تجمیع خدمات گردشگری بالا بوده به عنوان TBD گردشگری شهر مشهد شناخته شده و در رابطه با حوزه بندی در راستای کارکرد گردشگری، تفکیک شوند و از آنجا که اکثر بازدیدکنندگان از شهر مشهد با انگیزه مذهبی و به قصد زیارت به این شهر سفر می کنند؛ می توان این محدوده از فضای کلان شهر مشهد را که در زمینه خدمات دهی و برآوردن نیازمندی های زائرین و گردشگران عمل می کنند به عنوان « شهر زائر » بازشناخت و معرفی کرد. بدین ترتیب مابقی فضای شهری کلان شهر مشهد که در سمت توسعه های خود به رشد کالبدی - فیزیکی شهر فرصت می دهند به عنوان « شهر مجاور » معرفی می شود که بیشترین تراکم را از نظر واحدهای مسکونی و اقامت ساکنان شهر مشهد به عنوان « شهر زائر » تعیین و این مناطق برای تردد زائران مورد توجه قرار خواهد گرفت. شهر زائر محدوده های اطراف حرم، ترمینال، راه آهن، فرودگاه و محدوده میدان شهدا را که محل تردد زائران می باشد در بر می گیرد. وی همچنین بیان داشت: چشم انداز ۲۰ ساله آینده مشهد تهیه شده است که مرکز شهر به عنوان شهر زائر از بودجه خاص برخوردار خواهد شد. شهردار مشهد در عین حال خالی شدن مرکز شهر را از سکنه نیازمند برنامه ریزی دقیق دانست (روزنامه کیهان، ۱۳۸۴). بطور کلی و با توجه به مباحث مطرح شده می توان « شهر زائر » را به صورت زیر تعریف نمود:

« شهر زائر عبارت است از مسیرهای منتهی به حرم مطهر و بافت های شهری حاشیه آن به همراه فضای شهری مربوط به این مسیرها که خدمات مورد نیاز زائرین در آن دارای ضریب تراکم بالایی می باشد. این مناطق به واسطه تردد و اقامت زائران بارگاه ملکوتی امام رضا (ع) نسبت به سایر نقاط شهری از امتیازات ویژه ای برخوردار خواهد شد. توسعه مدنظر در این محدوده توسعه گردشگری بوده که در رابطه کارکرد گردشگری کلان شهر مشهد شکل گرفته و هدف پویایی و رشد بیشتر اقتصاد شهری این کلان شهر را دنبال می کند. »

در این میان شهر مجاور را می توان این گونه تعریف کرد:

« شهر مجاور، عبارت است از محدوده هایی از فضای شهری کلان شهر مشهد که در آن ساکنان یا شهروندی بومی سکونت داشته و تراکم مسکونی در این محدوده ضریب بالایی دارد. توسعه مدنظر در این محدوده ها توسعه شهری می باشد که هر چند در یک همپوشی با کارکرد گردشگری شهر قرار گرفته ولی دارای روندهای توسعه متمایزی از توسعه گردشگری می باشد. »

با توجه به این حوزه بندی در زمینه کارکرد گردشگری شهر مشهد می توان تفکیک شهر زائر را دارای ویژگی های زیر دانست :

- نظم و امنیت ویژه
- دسترسی سریع به انواع کالا و خدمات ضروری مورد نیاز
- دسترسی سریع به امکانات حمل و نقل شهری مطلوب
- ترافیک روان
- حداقل معضلات و ناهنجاریهای شهری
- زیبایی محیط شهری با در نظر گرفتن نمادها و سبیل معماری اصیل اسلامی و فرهنگی غنی شیعه
- فضای سبز با دسترسی مطلوب

در یک جمع بندی کلی در این زمینه می توان بیان داشت که حوزه بندی گردشگری در کلان شهر مشهد، در چارچوب شهر زائر و شهر مجاور به همراه آسایش و افزایش کیفیت تجربه گردشگران اقدام نمایند و با عدم تداخل این دوام توسعه گردشگری و توسعه شهری روندی از همپوشی متقابل را برای پایداری کلان شهر مشهد فراهم آورند.

منابع و ماخذ

- ۱- پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی: سنت و مدرنیته (بازخوانی یک مقاله)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۶۶-۶۵، ۱۳۸۱.
- ۲- پاپلی یزدی، محمد حسین و مهدی سقایی: گردشگری و تبارشناسی، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۶۸، ۱۳۸۲
- ۳- حسینیون، ابوالقاسم: پژوهش در مورد حوزه نفوذ نقشهای مختلف شهر مشهد، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۱۴، پاییز
- ۴- سازمان ایرانگردی و جهانگردی: برنامه ملی توسعه و مدیریت گردشگری، پاییز ۱۳۸۱
- ۵- سازمان عمران و بهسازی شهرها، بررسی تطبیقی پنج کلانشهر کشور، مجله مدیریت شهری،

۱۳۸۱

- ۶- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، آمار مسافران ورودی، ۱۳۸۵
- ۷- سقایی، مهدی: طرح پژوهشی «شهر زائر - شهر مجاور»، شهرداری مشهد، ۱۳۸۴
- ۸- شهرداری مشهد: سازمان آمار، اطلاعات و خدمات کامپیوتری، گزارش پیشرفت طرح تقسیمات درون شهری مشهد، ۱۳۸۱.
- ۹- طرح جامع مشهد: وزارت مسکن و شهرسازی، ۱۳۴۶.
- ۱۰- غمامی، مجید: طرح جامع مشهد، فصلنامه آبادی، سال سوم شماره ۹، تابستان ۱۳۷۲
- ۱۱- فرمانداری مشهد: سیمای شهر مشهد (اجتماعی، سیاسی و اقتصادی)، خرداد ۱۳۸۱
- ۱۲- فرهنگ آبادیهای استان خراسان: مرکز آمار ایران ۱۳۴۵.
- ۱۳- فرهنگ آبادیهای استان خراسان: پایگاه اطلاعات مرجع رایانه ای جهاد کشاورزی استان خراسان، ۱۳۸۱.
- ۱۴- مرکز آمار ایران: سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۷۵ - ۱۳۳۵)
- ۱۵- مرکز تحقیقات زیست محیطی خراسان: بررسی شناخت اثرات توسعه بر محیط زیست شهرستان مشهد، ۱۳۷۳
- 16- Hall, C.Mand S.J.Page: The Geography of Tourism and Recreation, Routledge, 1999
- 17- Jansen, Myriam and other: Analysing Heritage Resources for Urban Tourism in European Cities, in: Contemporary Issues in Tourism Development , Routledge, 2002
- 18- Pearce, Douglas G: An Integrative Framework for Urban Tourism Research, Annals of Tourism Research, Vol.28, 2001
- 19- Timothy, Dallen J and Geoffrey Wall: Tourist Accommodation in an Asian Historic City, the Journal of Tourism Studies, Vol.6, No.2, 1995
- 20- Fleischer . Aliza : Support For Rural Tourism ; Annals Of Tourism Research , Vol . 27 , No . 4
- 21 - WTO: Yearbook of Tourism Statistics , Vol .3 ,2006 .