

جغرافیا و توسعه - شماره ۱۱ - بهار و تابستان ۱۳۸۷
صص: ۳۸-۱۳
وصول مقاله: ۸۶/۶/۲۲
تأیید نهایی: ۱۳۸۶/۱۲/۵

ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد

دکتر مظفر صرافى
استاديار جغرافيا دانشگاه شهيد بهشتى

دکتر مصطفی مؤمنی
استاد جغرافیا دانشگاه شهید بهشتی

دکتر محمد قاسمی خوزانی
استاديار جغرافيا دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده

شهر مشهد، مدفن علی ابن موسی الرضا(ع)، امام هشتم شیعیان دوازده امامی با ۲۴۲۷۳۱۶ نفر جمعیت در آبان ماه ۱۳۸۵، بزرگترین کلان شهر کشور پس از تهران است. کارکردها و ساختارهای شئون زندگی معنوی (اجتماعی و فرهنگی) و مادی (اقتصادی و فضایی) شهر برخاسته از همین سرشت مذهبی - فرهنگی است. با عنایت به قداست این آستان، زائران مسلمان (عمدتاً شیعیان) از سراسر جهان طی سده های متمادی به این شهر سرازیر شده اند. این شهر پس از انقلاب اسلامی ایران با ایجاد تسهیلات و تأسیسات مورد نیاز و نیز به دلیل مصونیت نسبی از آسیب های جنگ تحمیلی و تقویت باورهای دینی - مذهبی، اهمیت و تعداد گردشگران مذهبی - فرهنگی آن رو به فزونی گذاشت. تا آنجا که تعداد گردشگران داخلی در سال ۱۳۸۵ به ۳۲۸۰۸۲۱۳ نفر و تعداد گردشگران خارجی به ۶۹۴۴۷۳ نفر افزایش یافته است. این شهر که قطب اقتصادی شرق کشور است، نه تنها مهمترین شهر گردشگری ایران است بلکه در جهان اسلام نیز از جنبه ی گردشگری مذهبی - فرهنگی مورد توجه است.

هدف اصلی این پژوهش آن است که چگونه می توان ضمن برخورداری از منافع حاصل از گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر از میزان اثرات سوء آن کاست و در راستای پایداری شهر و منطقه بهره مند شد. پژوهش حاضر از نظر روش شناختی بر پایه ی نظریه سیستمی و کارکردشناسی است. روش جمع آوری اطلاعات بر مبنای کتابخانه ای - اسنادی و نیز میدانی (پرسشنامه، مصاحبه و...) بوده و جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS و برای تحلیل مکانی از نرم افزار ARC GIS استفاده شده است.

در این راستا تحلیل ما بیانگر آن است که گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد دارای ویژگی های خاص است؛ به طوری که کارکردهای متنوع و عام المنفعه، مشارکت داوطلبانه و خیرخواهانه مردمی و جلب دسته های مختلف مذهبی در طول سال به ویژه در ایام خاص مذهبی، باستانی و اوقات فراغت، انبوه زائران و گردشگران

مذهبی - فرهنگی را از افشار متفاوت اقتصادی جامعه به خود جذب نموده است. با این وجود مشهد افزون بر بهره‌مندی از اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی / گردشگری مذهبی - فرهنگی، گرفتار ناپایداری‌های مختلف زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی از جمله اسکان غیررسمی است. عمده‌ی این ناپایداری‌ها از جمعیت فزاینده و گسستگی مدیریت شهری، یعنی عدم مدیریت یکپارچه‌ی آستان قدس رضوی با سایر دستگاه‌های دولتی و غیردولتی که بخشی از مدیریت گردشگری شهر و منطقه را عهده دارند، سرچشمه می‌گیرد. بنابراین شایسته است، نهادی فرادست متشکل از کنشگران فوق تشکیل شود تا برای برقراری ارتباط سازمند اجزاء و کارکردهای گردشگری مذهبی / فرهنگی به نفع تقویت و کارایی بیشتر در راستای توسعه‌ی پایدار شهر و منطقه که جدای از کارکرد گردشگری نیست، تلاش و فعالیت نماید.

کلیدواژه‌ها: گردشگری مذهبی - فرهنگی، ساختار، کارکرد، گردشگری پایدار، مدیریت یکپارچه گردشگری.

مقدمه

گردشگری مذهبی^۱ یکی از قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال حاضر در سراسر جهان است (Ajit, 2004:2) که قدمت آن به فرهنگ دینی می‌رسد. اگر نگاهی به تاریخ گذشته در زمینه‌ی سفرها و گردش‌های مذهبی داشته باشیم به گردش‌های مذهبی چون مراسم مقدس یونانیان باستان در معابد آپلون و...، سفرهای مصریان برای دیدار از فراعنه و... (دورانت، ۱۳۷۰: ۲۰۵)، ایرانیان باستان به معبد آناهیتا در کنگاور و... (کریستین سن، ۱۳۶۹: ۲۳۲) و نظایر آن بر می‌خوریم که هر یک به گونه‌ای، قدمت و رواج این شکل از گردشگری را در میان ملل مختلف نشان می‌دهند.

گردشگری و گذران اوقات فراغت به شیوه‌ای جدید، پدیده‌ای پیامدی و همزمان جزء جدایی‌ناپذیر جامعه‌ی صنعتی و حلقه‌ای مهم در باز تولید آن است (مؤمنی، ۱۳۸۶: ۱۵)؛ اما زیارت^۲ و گردشگری مذهبی که ریشه در باورها و اعتقادهای دینی - مذهبی دارد، به مفهوم تخصصی خود فراتر از وابستگی به زمان و اوقات فراغت، عامل مهم جغرافیای انسانی در شکل‌گیری مسافرت، ایجاد تمرکز و چشم‌انداز فرهنگی است. در میان گردشگران مذهبی با دو گروه مواجه هستیم: یکی زائران^۳، کسانی که انگیزه‌ی آنها از مسافرت، فقط انجام امور مذهبی است و زمان و مدت اقامت آنها، تابع اوقات فراغت نیست و دیگری، گردشگران مذهبی که ضمن انجام زیارت و شرکت در مراسم مذهبی از مکان‌های دیگر گردشگری (اعم از مذهبی و غیر زیارتی) نیز دیدن می‌کنند و یا به عبارتی دیگر، اهداف مسافرت آنها چندمنظوره^۴ با اولویت زیارت است. با این وجود امروزه گردشگری مذهبی با همه‌ی اجزاء و گونه‌های

1- Religious Tourism

2- Pilgrimages

3- Pilgrims

4- Multifunctional

مختلف آن، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص، توانسته خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد، به طوری که حوزه نفوذ آن سراسر جهان را فرا گرفته است: (Nolan, 1989: 11/Santos, 2004: 8) و بر اساس برآوردی ۲۶ درصد از کل جریان های گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است (ICEP, 1997: 30). به هر حال پیدایش، حیات، شکل‌گیری، رشد و توسعه‌ی شهرهای مذهبی (از جمله مشهد و...)، محصول ارتباط متقابل و پیامدهای فضایی جهان‌بینی با محیط است. به عبارت دیگر بررسی سیر تکوینی و سیمای چشم‌انداز فرهنگی شهر مشهد با توجه به تعامل و ارتباط متقابل بین شهر با مضمون مذهبی و محیط طبیعی آن شکل گرفته است. از این‌رو ترکیب نگرش تکوینی ساختاری - کارکردی در چارچوب نگرش سیستمی در شناخت بافت پویای شهر امکان شهرشناسی جغرافیایی عمیق‌شهر را فراهم می‌آورد (مؤمنی، ۱۳۷۷: ۲۳-۲۲). بدین ترتیب مشهد جزو شهرهای مقدس جهان (جغرافیای زائران) است که در پرتو جهان‌بینی پدید آمده و سرشت و شکل‌گیری فضایی و زندگی اجتماعی - اقتصادی خود را کاملاً تحت تأثیر عامل مذهبی - فرهنگی و گردشگری برخاسته از آن شکل داده است.

در واقع مشهد پس از شهادت حضرت رضا(ع)، امام هشتم شیعیان دوازده امامی در سال ۲۰۲ یا ۲۰۳ هجری قمری و به خاکسپاری آن حضرت در قریه‌ی سناباد ما بین شهرهای قدیمی نوقان و تابران از ولایت طوس (یعقوبی، ۱۳۴۳: ۸۳-۸۲)، بر اثر نقش و کارکرد زیارتی به مرور زمان بزرگ شده به طوری که در اوایل قرن چهارم (ه.ق) متصل به شهر نوقان گردید و سپس در اواخر قرن چهارم به یکی از شهرهای مهم (مشهدالرضا) معروف شده است (اصطخری، ۱۳۴۰: ۲۰۵).

این شهر در سده‌ی گذشته در پی تحولات ساختاری اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و اقدامات عمرانی دوران پهلوی تأسیسات، امکانات اقتصادی - رفاهی نسبتاً زیادی در آن تجمع یافت و زمینه‌های قطبی شدن آن فراهم گردید؛ تا اینکه پس از انقلاب اسلامی با توجه به پیوند و رابطه‌ی عاطفی که میان حاکمیت مذهبی کشور با آستان قدس و گردشگری مذهبی - فرهنگی ایجاد شد و نیز سایر عوامل درونزا (مرکز استان خراسان، برخورداری نسبی از توان‌های محیطی و...) و برونزا (جنگ تحمیلی، جنگ داخلی افغانستان، ناامنی در شهرهای زیارتی بین‌النهرین مانند کربلا، نجف و...)، شهر مشهد جایگاهی ممتاز در سطح بین‌المللی به دست آورده است؛ به طوری که تعداد جمعیت شهر مشهد از سال ۱۳۵۵ (قبل از انقلاب اسلامی) نسبت به سال ۱۳۸۵ به تعداد ۲۴۲۷۳۱۶ نفر (www.sci.org) با نرخ رشد ۴/۴ درصد و نیز تعداد گردشگران آن طی سال‌های مذکور از ۶۲۷۷۲۰۳ نفر به تعداد ۳۳۵۰۲۶۸۶ نفر (تعداد ۳۲۸۰۸۲۱۳ نفر گردشگر داخلی و ۶۹۴۴۷۳ نفر گردشگر خارجی) با نرخ ۵/۷۴ درصد افزایش یافته (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۵) و

از اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی گردشگری بهره‌مند شده است. البته از طرف دیگر شهر مشهد در دهه‌های اخیر دچار ناپایداری‌های مختلف زیست‌محیطی، اجتماعی، فرهنگی از جمله اسکان غیررسمی، مشکل آب شرب، آلودگی هوا، بزهکاری و... شده که در این راستا ضرورت ایجاد مدیریت یکپارچه از جمله راهکارهای موجود، جهت دستیابی به توسعه پایدار شهر و منطقه است.

جدول ۱: مقایسه‌ی تعداد جمعیت و گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد در سال ۱۳۵۵ و ۱۳۸۵

سال	تعداد جمعیت ثابت		تعداد زائران و گردشگران (داخلی و خارجی)	
	تعداد	رشد	تعداد	رشد
۱۳۵۵	۶۶۷۷۷۰ ^۱	۴/۴	۶۲۷۷۲۰۳ ^۳	۵/۷۴
۱۳۸۵	۲۴۲۷۳۱۶ ^۲		۳۳۵۰۲۶۸۶ ^۴	

مأخذ: ۱- مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهرستان مشهد ۱۳۵۵ - ۲ / www.sci.org

۳- سازمان ایرانگردی و جهانگردی خراسان، ج ۱، ۱۳۸۲: ۴۳۱ / ۴. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۶.

روش تحقیق

این تحقیق با بهره‌گیری از روش پیمایشی و نیز اسنادی- کتابخانه‌ای انجام گرفته است. در واقع برای انجام تحقیق، ابتدا مطالعات اکتشافی از اسناد تاریخی، منابع آماری، نقشه و... انجام گرفته و سپس با مطالعات میدانی (مشاهده، پرسشنامه و...) فرآیند تحقیق تکمیل شده است. تعیین حجم نمونه با بهره‌گیری از فرمول کوکران (فرمول زیر) با توجه به جامعه‌ی آماری (تعداد متوسط گردشگران طی دهه‌ی گذشته حدود ۱۴ میلیون برآورد شده) با احتمال ۹۵/۵ درصد صحت در گفتار به صورت تصادفی از میان گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد انتخاب شده است. برای تجزیه و تحلیل آمار و اطلاعات به دست آمده، از نرم‌افزارهای موجود رایانه‌ای (EXCEL, SPSS و...) و نیز برای تحلیل مکانی ساختار گردشگری شهر از نرم‌افزار (ARC GIS) استفاده شده است.

$$n = \frac{\frac{4 \times 0.05 \times 0.05}{0.0025}}{1 + \frac{1}{14000000} \left(\frac{4 \times 0.05 \times 0.05}{0.0025} - 1 \right)} \approx 400$$

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

الف - ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد

ساختار گردشگری^۱ مجموعه‌ای از امکانات، تسهیلات و قوانین، عناصر خدماتی (اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی، فروش و...)، حمل و نقل، شرکت‌ها و سازمان‌های گردشگری و... می‌باشند که به همراه جاذبه‌ها به عنوان عوامل عرضه، سیستم گردشگری یک مکان را تشکیل و نیازهای گردشگران را در مقصد برآورده می‌سازند (گی، ۱۳۸۲: ۲۶۸). البته ویژگی‌های ساختار گردشگری هر مکان به نوبه‌ی خود از یک طرف متأثر از اهمیت، اعتبار، ماهیت، تنوع، نقش و کارکرد (مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری و...) جاذبه‌های مکانی خود و از طرف دیگر متأثر از ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی (باورهای اعتقادی) و اقتصادی ساکنین محلی و گردشگران نیز است. همچنین کارکرد گردشگری^۲ یک شهر یا منطقه‌ی گردشگری، نسبت و سهمی است که در بخش عرضه (مقصد) در سیستم گردشگری در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و... دریافت می‌کند که باید هزینه-فایده آن برای دستیابی به توسعه‌ی پایدار مورد ارزیابی قرار گیرد (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۴۷، Law, 2002: 73-75).

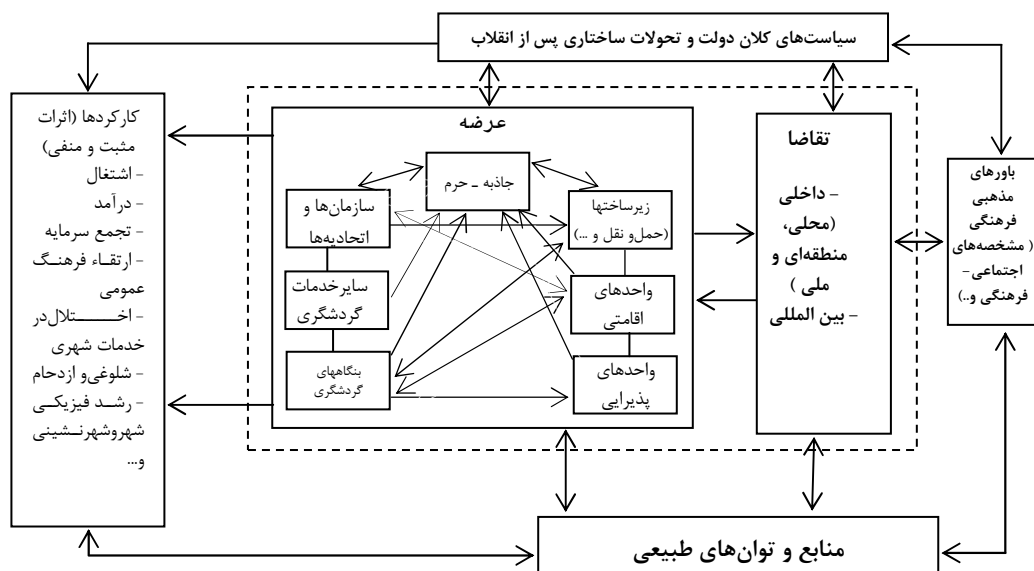
بر این اساس در پیرامون بارگاه منور حضرت رضا (ع)، بنیادی‌ترین جاذبه‌ی گردشگری شهر مشهد، مجموعه‌ای از عناصر خدماتی، واحدهای اقامتی، پذیرایی، آژانس‌ها، حمل و نقل، سازمان‌ها و... تجمع یافته که ساختار (عناصر ثانویه)^۳ گردشگری مذهبی - فرهنگی مشهد را تشکیل داده و چشم‌انداز فرهنگی خاصی را به وجود آورده است. این ساختار متأثر از باورهای مذهبی - فرهنگی و مشخصه‌های اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی و گردشگران و ساکنان محلی در ارتباط متقابل با عوامل محیطی - مکانی شکل گرفته است. ساختار گردشگری شهر مشهد در سده‌ی اخیر به خصوص پس از انقلاب اسلامی به دنبال تحولات ساختاری کشور (فکری - فرهنگی، اقتصادی و...) از شکل زیارتی به شکل مذهبی - فرهنگی گرایش شدید پیدا کرده است؛ به طوری که ساختار کنونی گردشگری شهر به طور اندام‌وار در انطباق نسبی با تقاضا (تغییر در گرایش‌های گردشگران)، ضمن تنوع بخشیدن به ساختارهای خود (عناصر عرضه) و برخورداری از ویژگی‌های اختصاصی، کارکردهای گردشگری آن نیز از شکل کارکرد زیارتی محض به کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی سوق یافته است. این تغییر در کارکرد گردشگری شهر اثرات و منافع اقتصادی (اشتغال، درآمد، سرمایه و...) و فرهنگی - اجتماعی (رشد فرهنگ عمومی و...) قابل توجهی را برای شهر و منطقه در برداشته است؛ اگرچه هنوز با توجه به تنوع جاذبه‌ها و ظرفیت‌های گردشگری که در شهر و منطقه (مانند جاذبه‌های طبیعی - تفریحی، تجاری و...) وجود دارد، نتوانسته بهره‌برداری مطلوب را در این زمینه داشته باشد. عناصر ساختار کنونی گردشگری مشهد غالباً با یکدیگر دارای ارتباط یک‌سویه بوده و به

1- Structure Tourism

2- Function Tourism

3- Secondary Elements

حرم مطهر به عنوان بنیادی ترین جاذبه‌ی شهر منتهی می‌گردند، هر بخش (عنصر) اعم از حرم مطهر، سازمان‌های مرتبط مستقیم با گردشگری، حمل و نقل، واحدهای اقامتی، پذیرایی، آژانس‌ها، خدمات و...، به صورت جداگانه به فعالیت گردشگری مشغول هستند. در این میان حرم مطهر، ضمن آنکه سایر بخش‌های گردشگری شهر را تحت تأثیر کارکرد خود قرار داده با هیچ یک از عناصر ساختار گردشگری شهر تعامل دو سویه ندارد. البته سایر بخش‌های ساختار گردشگری شهر نیز کم و بیش چنین وضعیتی را داشته و در کل هر یک از بخش‌ها و عناصر ساختار گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر نتوانسته چونان سیستمی پویا دارای ارتباط متقابل و دوسویه با همدیگر باشند.



شکل ۱: فرآیند کنونی سیستم گردشگری شهر مشهد

با این حال با توجه به اهمیت شناسایی صحیح اجزای عرضه در پویایی سیستم گردشگری یک مکان (کاظمی، ۱۳۸۵: ۵۴)؛ در زیر به تبیین عناصر ساختار و کارکرد گردشگری شهر مشهد می‌پردازیم:

۱- جاذبه‌های گردشگری مشهد

بارگاه مطهر حضرت رضا (ع) یکی از جذاب‌ترین مکان‌های زیارتی است که جامع‌ترین، ارزشمندترین و زیباترین مجموعه‌های معماری (ضریح، گنبد، مناره‌ها، مساجد، ایوان‌ها، کتابخانه‌ها، موزه‌ها و...) جهان اسلام به شمار می‌آید (www.aqrazavi.org/h132.htm). این جاذبه به جهت اهمیت و نقش مذهبی- زیارتی خود ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر و منطقه‌ی مشهد را تحت تأثیر کامل خود دارد.



شکل ۲: گنبد، مناره، صحن عتیق، ایوان و سقاخانه‌ی اسماعیل طلایی-۱۳۸۴

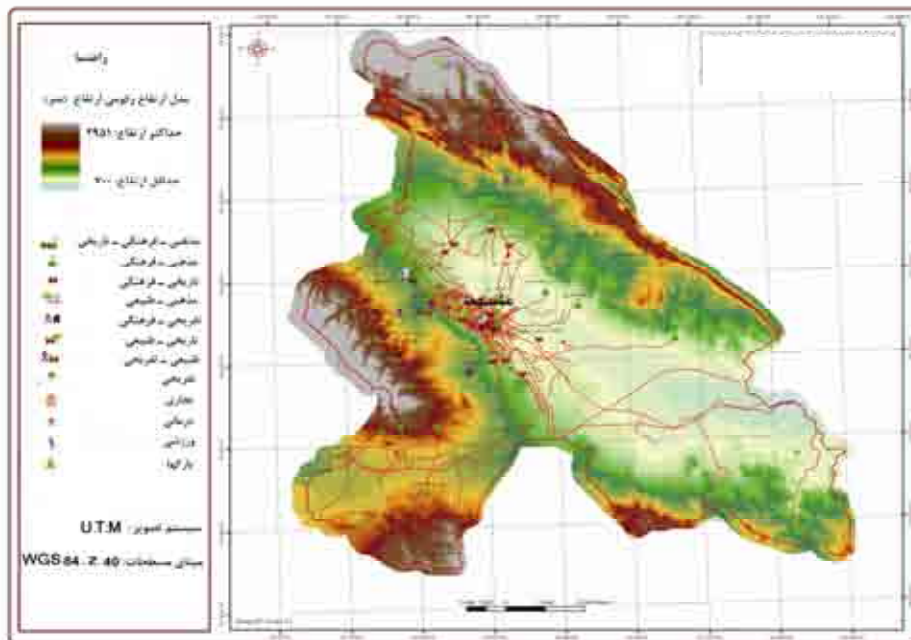
با این حال مشهد علاوه بر جاذبه‌ی بنیادین خود دارای جاذبه‌های گردشگری منحصر به فرد و متنوع با کارکردهای مختلفی است و چنانکه هر یک از آنها در فرآیند برنامه ریزی گردشگری قرار گیرند، می‌توانند اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و اکولوژیکی فراوانی را برای شهر، منطقه و کشور (مانند افزایش اشتغال، درآمد، پایداری اقتصادی، پخشایش گردشگران مذهبی- فرهنگی در سطح منطقه و افزایش ظرفیت پذیرش شهر و...) به همراه داشته باشد. بر اساس تحقیقات به‌عمل آمده و بهره‌گیری از الگوی گنتنر^۱ (استفاده از پنج معیار کیفیت، اصالت، منحصر به فرد بودن، گسترش فعالیت و قدرت جذب) جاذبه‌های گردشگری مشهد را می‌توان بر اساس کارکردهای مختلف به صورت زیر طبقه‌بندی نمود (Gartner, 1996: 357-361).

جدول ۲: تقسیم‌بندی انواع جاذبه‌های گردشگری مشهد بر اساس کارکرد

کارکرد	جاذبه‌ها
مذهبی- فرهنگی و تاریخی	بارگاه مطهر امام‌رضا(ع)، مقبره خواجه ربیع، گنبد خشتی، گنبد سبز، مقبره پیر پالاندوز و...
مذهبی- فرهنگی	امامزاده یحیی، خواجه‌مراد، خواجه اباصلت، امامزادگان یاسر و ناصر و...
فرهنگی- تاریخی	مسجدشاه (هفتادو دو تن) و حمام‌شاه، مصلاهی مشهد، آرامگاه و موزه نادری، مصلاهی طرق، شهر توس، آرامگاه فردوسی، هارونیه و...
تاریخی- تفریحی	بند گلستان، موزه و باغ ملک آباد و...
تاریخی- طبیعی	نمایشگاه حیات وحش، موزه تاریخ طبیعی و موزه علوم طبیعی و...
فرهنگی- تفریحی	کوهسنگی، پارک ملت، پارک جنگلی طرق، پارک جنگلی وکیل آباد و...
طبیعی- تفریحی	منطقه نمونه گردشگری بین‌المللی طرقله و شان‌دیز، محور ابرده - زشک، جاغرق، محور نقندر- کنگ، ازغد، سد کارده، سد چالی دره، سد طرق و...
تجاری	بازار رضا، نمایشگاه بین‌المللی، مجموعه سپاد و..
سایر(درمانی، ورزشی و...)	چشمه‌گراب، مجتمع ثامن و...

مأخذ: مطالعات میدانی

1- Gartner



شکل ۳: پراکندگی فضایی جاذبه‌های گردشگری شهر مشهد
 مأخذ: نقشه‌های پایه رقومی سازمان نقشه‌برداری کشور- استان خراسان رضوی

۲- مدیریت و سازمان‌های مرتبط با گردشگری مذهبی - فرهنگی مشهد - آستان قدس رضوی

از نظر تاریخی اداره‌ی این بارگاه در قرون اولیه اسلامی بر عهده کلیدداری بود که در ساعات خاصی از روز آن را می‌گشود؛ وی بزرگ ساداتی بود که سرپرستی شیعیان طوس را نیز بر عهده داشت. در دوره‌ی صفویه با رسمیت یافتن مذهب تشیع در ایران، توجه شیعیان به زیارت افزایش یافت و املاک زیادی وقف این مجموعه گردید، تا اینکه شاه‌عباس (ق. ۹۶۶ه.ق) اقدام به تأسیس تشکیلات اداری برای رسیدگی منظم به اموری مانند وقف، نذورات، امکانات رفاهی زائران، توسعه‌ی حرم و... در قالب کشیک‌ها نمود. او خود را تولیت آستان قدس نامید و با انتصاب جانشینی (نائب‌التولیه) سرپرستی این مجموعه را به آن سپرد و از آن زمان تا به حال، اداره‌ی آستان قدس بر عهده‌ی متولی (نائب‌التولیه) بود که از طرف شاه و یا اول شخص مملکت انتصاب می‌شده است. اگر چه تشکیلات اداری آستان قدس از آن زمان تاکنون تغییرات زیادی دیده و آخرین آن در سال ۱۳۸۳ بازنگری و مکمل آیین‌نامه مورخ ۱۳۷۷ بوده است؛ اما وجه مشترک همه‌ی آنها با اندکی تغییر، موروثی بودن مشاغل آن است (حسن‌آبادی، ۱۳۸۵: ۱۰۷-۱۰۱).

به هر حال قدرت اقتصادی- فرهنگی کنونی سازمان غیردولتی آستان قدس رضوی (مجموعه حرم، تشکیلات اداری، موقوفات، شرکت‌های اقتصادی، بخش‌های فرهنگی و...) از یک طرف ماحصل کارکرد (فرهنگی، اقتصادی و...) زیارت و گردشگری مذهبی- فرهنگی می‌باشد که ریشه در باورهای مذهبی- فرهنگی شیعه دوازده امامی (اعتقاد به امامت و...) دارد و از طرف دیگر حمایت سیاسی حاکمیت کشور (پیوند عاطفی) است. تولید این سازمان بر عهده‌ی رهبری نظام است؛ ایشان این سمت را بر عهده یکی از روحانیون شهر واگذار نموده است. وی در حال حاضر (سال ۱۳۸۶) علاوه بر تولید آستان قدس رضوی، نماینده ولی فقیه در استان، نماینده مجلس خبرگان، عضو شورای مصلحت نظام و... نیز می‌باشد. مسئولین آستان قدس رضوی در توجیه محبوبیت و رابطه‌ی عاطفی خود با حکومت استناد به بیانات امام خمینی (ره) در جمع کارکنان آن سازمان می‌کنند که فرموده‌اند «اصلاً مرکز ایران آستان قدس است» (اداره امور روابط عمومی آستان قدس رضوی، ۱۳۶۴: ۱۹) و همچنین با توجه به حکم انتصاب تولید آستان قدس (در تاریخ ۱۳۵۹/۱/۱۵) از طرف رهبر انقلاب اسلامی که صراحتاً در آن حکم آمده که هیچ یک از نهادهای جمهوری اسلامی، یا اشخاص عادی حق دخالت در موقوفات و سایر متعلقات آستان قدس را ندارند؛ بعلاوه آنها افتخار می‌نمایند از اینکه توانسته‌اند برای زوار حرم حضرت امام رضا (ع) امنیت، آرامش، آب، نور، فرش، عطر، کتابخانه و یک وعده نهار را برای عده‌ای از زائران (در سال به حدود ۲ میلیون نفر نهار می‌دهند) فراهم کنند و تأکید دارند در هیچ کجای دنیا چنین خدمتی به زوار و گردشگران مذهبی ارائه نمی‌شود (حجت‌زاده، مشاور حقوقی مقام تولیت، بهار ۱۳۸۵).

همچنین بر اساس مطالعات به عمل آمده توسط نگارنده با استفاده از معیار گتتر از مجموع منابع گردشگری شهر، ۳۳ جاذبه قابلیت توسعه‌ی گردشگری را داشته‌اند که از این تعداد آستان قدس رضوی بیشترین مدیریت (۲۴/۲۴ درصد) را بر عهده داشته است. به طور کلی آستان قدس حدوداً برای ۲۰۰۰۰ نفر اشتغال مستقیم و ۱۰۰۰۰۰ نفر اشتغال غیرمستقیم در فعالیتهای صنعتی، عمرانی و... (حدود ۷۰۰۰۰ نفر اشتغال در ۴۲ شرکت و مؤسسه فعال و نیز ۳۰۰۰۰ نفر در سایر فعالیت‌ها) ایجاد کرده و بودجه مصوب آن در سال ۱۳۸۴ حدود ۱۵۰ میلیارد تومان بوده است (اداره کل روابط عمومی آستان قدس رضوی، ۱۳۸۵: ۴۷-۴۴).

- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان

این سازمان در راستای وظایف اصلی خود که همانا مدیریت و توسعه‌ی گردشگری شهر و منطقه، حفظ و احیای آثار تاریخی و... است؛ مسؤلیت سیاست‌گذاری، بازاریابی، نظارت بر آموزش گردشگری، نظارت بر واحدهای اقامتی (هتل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مهمان‌پذیرها، دفاتر خدمات مسافرتی و...) که از جمله ساختارهای گردشگری شهر می‌باشند را عهده‌دار است. در

واقع هر چند مدیریت بنیادی‌ترین جاذبه شهر (بارگاه حضرت رضا علیه‌السلام) بر عهده آستان قدس رضوی است، اما نظارت بر عناصر ثانویه گردشگری شهر بر عهده این سازمان می‌باشد و آن را مرتبط مستقیم با گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر نموده است. همچنین این سازمان مدیریت مستقیم (۱۲/۱۲ درصد) (مصلاهی مشهد، باغ و موزه نادری، خانه ملک و مصلاهی طرق) از جاذبه‌های گردشگری شهر را عهده‌دار است.

- اداره کل اوقاف و امور خیریه خراسان رضوی

این اداره به جهت مدیریت مستقیم بر ۴ جاذبه شهر مشهد (گنبد خشتی، گنبد سبز، مدارس علمیه نواب و عباسقلی‌خان)، نظارت بر حسینیه‌ها (یکی از واحدهای اقامتی مورد استفاده‌ی زائران) و نیز انجام فعالیت‌های عمرانی همانند ساخت راه و زائرسرا، ایجاد بازار، اشتغال در پیرامون جاذبه‌های مذهبی- فرهنگی منطقه و نظایر آن به طور مستقیم با گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر و منطقه ارتباط داشته است. این سازمان توانسته در طول سال حدود ۷ میلیون گردشگر مذهبی- فرهنگی را در بقاء متبرکه که تولیت آن را عهده‌دار است، جذب نماید (اداره کل اوقاف و امور خیریه استان خراسان رضوی، ۱۳۸۵).

- شهرداری مشهد

این سازمان علاوه بر نظارت بر بافت قدیمی شهر که اهمیت حفاظتی دارد، در خصوص امور زائران و گردشگری شهر نیز اعمال مدیریت کرده و خدمات قابل توجهی را به گردشگران مذهبی- فرهنگی ارائه می‌دهد. شهرداری از مجموع ۳۳ جاذبه گردشگری شهر تنها مدیریت مستقیم ۵ جاذبه (کوهسنگی، فرهنگ‌سرای بهشت، وکیل‌آباد، پارک ملت و طرق) را عهده‌دار است؛ در عین حال ارایه‌ی خدمات به گردشگران مذهبی از طرف معاونت فرهنگی، اجتماعی اعمال می‌گردد. مدیر کل امور زائرین و گردشگری شهرداری زیر نظر این معاونت دارای ۴ اداره در زمینه‌های خدمات و امور زائرین، اداره‌ی مراکز اقامتی و رفاهی، اداره امور گردشگری و اداره‌ی امور میراث فرهنگی می‌باشد. البته باید توجه داشت شهر مشهد در ایام اوج گردشگری خود (مذهبی، باستانی و فصل تابستان) با انبوه عظیمی از گردشگران مذهبی- فرهنگی مواجه می‌شود؛ به طوری که جمعیت حدود ۲/۴ میلیونی شهر تا حدود ۶ میلیون نفر افزایش پیدا می‌کند (ر.ک: شکل شماره ۸)؛ و شهر با ناپایداری‌های متعدد زیست‌محیطی، کمبود مسکن، اختلال در ارایه‌ی خدمات به شهروندان، قطعی آب، ترافیک و محدودیت‌های ترددی، سد معبر خیابان‌ها، افزایش جرم و... مواجه می‌گردد که عملاً شهرداری کانون پاسخگویی به این ناپایداری‌ها است.

۳- حمل و نقل

- حمل و نقل شهری: در حال حاضر سیستم حمل و نقل درون شهری مشهد، مشابه اغلب شهرهای بزرگ ایران بر دو ناوگان اتوبوسرانی (۱۵۰۰ دستگاه) و تاکسیرانی (۷۱۳۹ دستگاه) استوار است؛ اگر چه طرح احداث قطار شهری مشهد مراحل نهایی راه‌اندازی خود را سپری می‌کند و پیش‌بینی می‌گردد که طی یکی دو سال آینده بتواند نقش مهمی را در بهبود کیفی حمل و نقل درون شهری بر عهده داشته باشد. نکته‌ی حایز اهمیت در خصوص حمل و نقل درون شهری شهر مشهد این که، در ایام خاص مذهبی، تعدادی از مردم با اهداف خیر خواهانه (نذر و...) با نصب دست نوشته «صلواتی» در جلو یا پشت وسایل شخصی و عمومی اقدام به حمل زائران در مسیرهای منتهی به حرم مطهر می‌نمایند. سازمان اتوبوسرانی مشهد از سال ۱۳۸۴ جهت رفاه حال زوار و گردشگران مذهبی- فرهنگی، تعداد ۱۲ خط شبانه که ابتدا و یا انتهای آنها منتهی به حرم می‌گردد را دایر نموده است. به‌علاوه از تعداد، حدود ۱۵۰۰ دستگاه اتوبوس که در ۱۳۴ خط اقدام به حمل مسافر می‌کنند، تعداد ۱۴۰۰ دستگاه آن منحصراً در ۱۰۰ خط به گردشگران و ساکنین محلی حرم رضوی خدمات (درون شهری) می‌دهند (سازمان اتوبوسرانی مشهد و حومه / سازمان تاکسیرانی مشهد، ۱۳۸۵).

- حمل و نقل برون شهری: اگر مجموع مسافران هوایی، ریلی و زمینی (اتوبوس‌های عمومی) ورودی شهر به مشهد را در یک نگاه کلی، بر اساس آمار ۱۳۸۵ مورد بررسی قرار دهیم، مشاهده خواهیم کرد که مسافران هوایی ۵/۳ درصد، ریلی ۹/۸۱ درصد و زمینی ۸۴/۸۹ (اتوبوس ۳۲/۶۵ و شخصی ۵۲/۲۴) درصد بوده است. که تقریباً نسبت مسافران و گردشگران زمینی بیش از پنج برابر گردشگران هوایی و ریلی بوده است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۶).

۴- واحدهای اقامتی و پذیرایی

تأسیسات و امکانات هتل‌داری و پذیرایی از جمله عناصر ثانویه^۱ سیستم گردشگری (عوامل عرضه) هستند که می‌توانند نقش مؤثری را در توسعه‌ی گردشگری برعهده داشته باشند (Law, 2002: 157). بر اساس مطالعات به عمل آمده، واحدهای اقامتی شهر مشهد دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشد؛ به‌طوری‌که ضمن برخورداری از تنوع (هتل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مهمان‌پذیرها، زائرسراها، حسینیه‌ها، خانه‌های اجاره‌ای، کمپ‌ها و...)، بیشترین تقاضاها را واحدهای اقامتی ارزان‌قیمت، دارای ظرفیت دسته‌جمعی با امکانات پخت و پز، نزدیکی به حرم مطهر، استقرار در مسیر راههای اصلی منتهی به پایانه‌ی مسافری و... دارا می‌باشند.

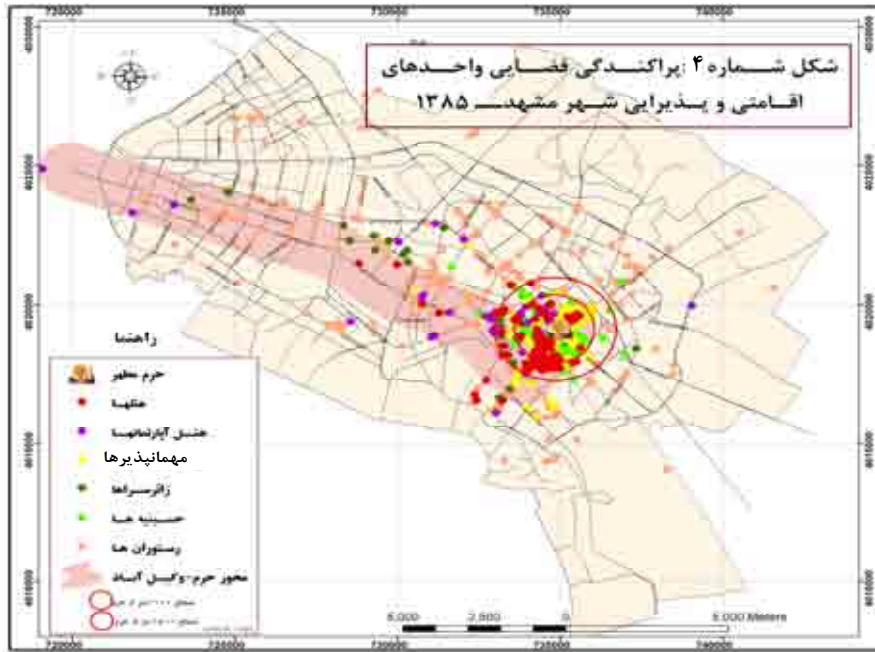
تحلیل مکانی انجام گرفته با استفاده از (Arcgis) بیانگر آن است که ۶۷/۴۴ درصد هتل‌ها، ۸۴/۶۶ درصد هتل آپارتمان‌ها، ۹۵ درصد مهمان‌پذیرها، ۹۸ درصد حسینیه‌ها، ۹۷/۹۸ درصد منازل اجاره‌ای و ۷۸/۲ درصد زائرسراها در شعاع ۱ کیلومتری حرم مطهر استقرار یافته‌اند.

جدول ۳: مشخصات کلی واحدهای اقامتی شهر مشهد سال ۱۳۸۴

واحدهای اقامتی	تعداد	تعداد اتاق و سوئیت	تعداد تخت
هتل‌ها	۸۶	۶۷۲۱	۱۶۱۱۳
هتل آپارتمان‌ها	۱۷۱	۳۰۳۸	۷۹۶۷
مهمان‌پذیرها	۴۵۹	۹۷۲۹	۲۴۸۸۲
زائرسراها	۸۶	۱۰۰۷	۵۳۴۷
حسینیه‌ها	۲۰۴	-	-
منازل شخصی (اجاره‌ای)	۱۰۹۹	۳۳۳۳	-

مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۵

بر اساس آمار و اطلاعات اخذ شده از اتحادیه‌ی رستوران‌داران شهر مشهد تا پایان سال ۱۳۸۴، تعداد ۳۲۸ واحد پذیرایی در سطح شهر مشهد فعالیت داشته است (اتحادیه‌ی رستوران‌داران، ۱۳۸۴). البته واحدهای پذیرایی مشهد نیز دارای ساختار خاص خود بوده چنانکه کارکرد این واحدها، عمدتاً (۹۷ درصد) نقش آشپزخانه‌ای داشته و در جهت کاهش قیمت با یکدیگر رقابت می‌کنند؛ قیمت غذاها در شهر مشهد علی‌رغم نقش گردشگری آن از تمام نقاط ایران کمتر است؛ پایین بودن هزینه‌ی پذیرایی و خوراک را می‌توان در مواردی همچون هیأتی‌بودن ساختار گردشگری شهر، بالابودن تقاضا، پایین بودن دستمزد نیروی انسانی کم تخصص، ورود کالاهای قاچاق مواد غذایی مانند: برنج، دام زنده، چای و... از کشورهای همجوار و... جستجو کرد. پراکندگی فضایی رستوران‌های شهر مشهد در انطباق با بخش‌های زواری و جاذبه‌های گردشگری شهر است؛ به طوری که اگر دایره‌ای به شعاع ۱۰۰۰ متر در پیرامون حرم مطهر ترسیم کنیم حدود ۳۰ درصد رستوران‌های شهر در این محدوده قرار گرفته‌اند؛ حال اگر محوری از حرم مطهر تا وکیل‌آباد (یکی از مناطق گردشگری شهر) به عرض ۵۰۰ متر ترسیم کنیم، حدود ۵۰ درصد از رستوران‌های شهر در این محدوده استقرار یافته‌اند. در واقع واحدهای پذیرایی (رستوران‌ها) علاوه بر واحدهای اقامتی (هتل‌ها و هتل آپارتمان‌های دارای رستوران) عمدتاً نیازهای پذیرایی زائران و گردشگران مذهبی - فرهنگی شهر مشهد را مرتفع می‌نمایند. همچنین عمده هیأت‌های مذهبی و کاروان‌های زیارتی که در حسینیه‌ها، منازل شخصی - اجاره‌ای و... اقامت می‌نمایند و برای پذیرایی زائران، آشپز و وسایل آشپزی به همراه دارند.



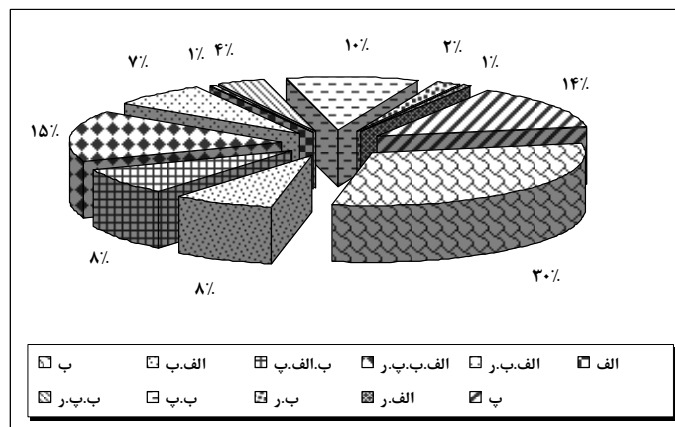
مأخذ: نقشه‌های پایه رقومی شهرداری مشهد



مأخذ: نقشه‌های پایه رقومی شهرداری مشهد

۵- دفاتر خدمات مسافرتی (سفرگذاری ها)

بر اساس آمار و اطلاعات اخذ شده از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، تعداد ۱۶۸ واحد دفتر خدمات مسافرتی در شهر مشهد تا پایان سال ۱۳۸۵ فعالیت داشته که از این تعداد بیشترین نسبت آنها (۳۰ درصد) یا ۵۲ واحد، فقط دارای مجوز تورگردانی (بند ب) زیر نظر سازمان میراث فرهنگی بوده و بقیه با نسبت کمتر دارای مجوزهای مختلف از سازمان‌های گوناگون بوده‌اند؛ به طوری که، بخشی زیر نظر سازمان هواپیمایی کشور، فروش بلیط هواپیما (بند الف)، بخشی دیگر نیز زیر نظر سازمان حج و امور خیریه (بند پ)، برگزارکنندگان سفرهای زیارتی (به مکه، کربلا، سوریه و...) و بخش دیگر زیر نظر شرکت رجاء (بندر) (فروش بلیط قطار) فعالیت داشته‌اند. بنابراین تعدد مراکز مدیریتی، ضمن انجام موازی کاری، سبب سرگردانی و به هدر رفتن سرمایه و نیروی انسانی و... در این زمینه شده است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی/ سازمان حج و زیارت، ۱۳۸۵).



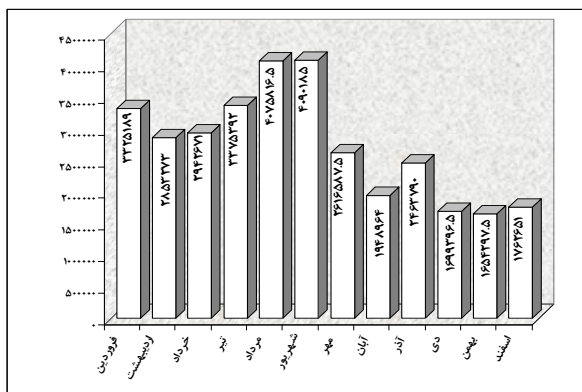
شکل ۶: نسبت مجوزهای گوناگون در دفاتر خدمات مسافرتی شهر مشهد- ۱۳۸۵
 مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۵

همچنین پراکنندگی فضایی آژانس‌های مسافرتی مشهد گرایش به طرف جاذبه‌ی بنیادین شهر مشهد (حرم مطهر)، محل‌های اقامت و تردد گردشگران دارد. بر اساس مطالعات به عمل آمده (تحلیل مکانی با استفاده از Arcgis) اگر دایره‌ای به شعاع ۱۰۰۰ متر در پیرامون حرم مطهر ترسیم کنیم، حدود ۴۱ درصد آنها در این شعاع تمرکز یافته‌اند؛ این نسبت در شعاع ۱۵۰۰ متری به حدود ۵۳ درصد افزایش می‌یابد، حال اگر در مسیر حرم مطهر تا وکیل‌آباد (مسیر گردشگری تفریحی شهر) محوری به عرض ۵۰۰ متر در طرفین این راه ایجاد کنیم حدود ۶۷/۵ درصد از آژانس‌های مسافرتی شهر در این محور ارتباطی- گردشگری استقرار یافته‌اند.

ب- ساختار اجتماعی- فرهنگی گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد

ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگران شهر مشهد از یک طرف در تعامل با عوامل محیط گردشگری شهر (اعم از محیط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... ملی و بین‌المللی زوار و گردشگران از سراسر حوزه‌ی شیعی جهان اسلام) و از طرف دیگر متأثر از ساختار و عوامل داخلی سیستم گردشگری شهر (اعم از ساختار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی ساکنین محلی «مجاوران مشهدی» و ساختار مکانی جاذبه) شکل گرفته است. شناخت وضعیت مستمر ساختار جمعیتی، اجتماعی و اقتصادی گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد به عنوان مشتری و متقاضیان بازار گردشگری شهر با توجه به تغییر مداوم ذائقه و گرایش‌های گردشگران (انطباق عرضه با تقاضا) جهت پویایی سیستم گردشگری شهر اجتناب‌ناپذیر است و می‌تواند اثرات ارزنده‌ای را جهت برنامه‌ریزی شهر و هدایت سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و دولتی در زمینه‌های مختلف ساخت و سازهای خاص گردشگری شهر (اعم از واحدهای اقامتی، پذیرایی و دیگر خدمات) در پی داشته باشد.

بر اساس تحقیقات به عمل آمده تعداد گردشگران مذهبی- فرهنگی وارد شده به شهر مشهد در سال ۱۳۸۵ برابر با ۳۳۵۰۲۶۸۶ نفر بوده که از این تعداد ۳۲۸۰۸۲۱۳ نفر (۹۷/۹۳ درصد) را گردشگران داخلی و تعداد ۶۹۴۴۷۳ نفر (۲/۰۷ درصد) را گردشگران خارجی مذهبی- فرهنگی تشکیل می‌دهند (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان، ۱۳۸۶).



شکل ۷: تعداد گردشگران داخلی ورودی به شهر مشهد برحسب ماههای سال - ۱۳۸۵
 مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۶

مقایسه‌ی این نسبت در سال‌های اخیر حکایت از رشد فزاینده گردشگران داخلی و خارجی دارد. افزایش تعداد گردشگران داخلی در سال ۱۳۸۵ نسبت به سال‌های گذشته بر اثر عدم شمارش تعداد گردشگران داخلی بوده که با وسیله‌ی نقلیه شخصی مسافرت کرده‌اند و طی سال‌های گذشته مورد محاسبه قرار نگرفته است.

جدول ۴: تعداد گردشگران مذهبی- فرهنگی داخلی و خارجی شهر مشهد ۱۳۸۵-۱۳۷۹

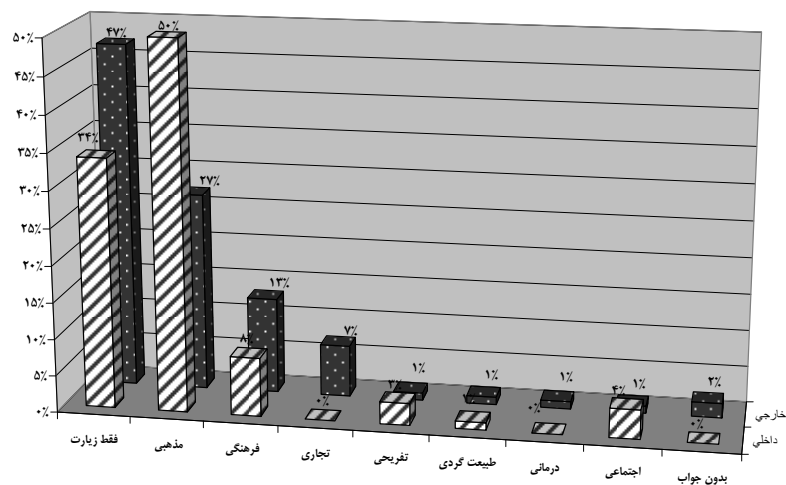
سال	تعداد گردشگران			درصد رشد سالانه
	جمع کل	داخلی	خارجی	
۱۳۸۵	۳۳۵۰۲۶۸۶	۳۲۸۰۸۲۱۳	۶۹۴۴۷۳	۱۱۴
۱۳۸۴	۱۵۸۳۳۴۵۱	۱۵۳۱۶۵۵۴	۵۱۶۸۹۷	۱۰
۱۳۸۳	۱۴۱۵۰۹۲۰	۱۳۸۷۳۸۱۸	۲۷۷۱۰۲	۹
۱۳۸۲	۱۳۰۴۵۱۹۰	۱۲۶۸۷۰۷۶	۳۵۸۱۱۴	۱
۱۳۸۱	۱۲۸۴۲۹۸۷	۱۲۵۴۴۵۵۸	۲۹۸۴۲۹	۱۴
۱۳۸۰	۱۱۱۶۸۳۵۵	۱۰۹۶۵۴۵۶	۲۰۲۸۹۹	-۱۴
۱۳۷۹	۱۲۹۸۵۸۱۳	۱۲۸۲۵۸۱۳	۱۶۰۰۰۰	-

مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۵

بر اساس نتایج بررسی‌های به عمل آمده (ر.ک: مبحث روش تحقیق)، ساختار اجتماعی- فرهنگی گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد، به‌طور خلاصه به شرح زیر بوده است. اهداف عمده گردشگران داخلی به ترتیب ۵۰ درصد مذهبی، ۳۴ درصد فقط زیارت و ۸ درصد فرهنگی بوده، از طرف دیگر عمده اهداف گردشگران خارجی ۴۷ درصد فقط زیارت، ۲۷ درصد گردشگری مذهبی و ۱۳ درصد فرهنگی بوده است؛ بنابراین ۹۲ درصد از گردشگران داخلی و ۸۷ درصد از گردشگران خارجی اهداف عمده‌ی مسافرت خود را مذهبی- فرهنگی عنوان نموده‌اند. شهر مشهد در فصل تابستان بیشترین حجم گردشگران (۳۱ درصد داخلی و ۴۶ درصد خارجی) را داشته که این روند طی فصل‌های مختلف سال تعدیل جزئی می‌یابد. عوامل مؤثر در انتخاب زمان برای گردشگران داخلی به ترتیب شامل، ۴۶ درصد استفاده از تعطیلات سالیانه، ۳۴ درصد اعیاد مذهبی، ۱۰ درصد تعطیلات آخر هفته و بقیه ذکر نشده؛ در صورتی که این نسبت به ترتیب برای گردشگران خارجی ۵۱ درصد، ۲۳ درصد، ۱۷ درصد و ۹ درصد بوده است. نحوه‌ی مسافرت ۶۲ درصد از گردشگران داخلی خانوادگی، ۲۲ درصد انفرادی، ۱۱ درصد هیأت‌های مذهبی و بقیه نامشخص بوده؛ این نسبت برای گردشگران خارجی ۵۲ درصد، ۲۴ درصد، ۱۰ درصد و بقیه ذکر نشده. محل اقامت گردشگران داخلی ۱۶ درصد هتل آپارتمان، ۱۶ درصد منزل اقوام و دوستان، ۱۵ درصد مهمان‌پذیر، ۱۹ درصد خانه‌ی اجاره‌ای، ۱۰ درصد زائرسرا، ۹ درصد هتل، ۸ درصد حسینیه و ۷ درصد دیگر هم کمپ زائر بوده؛ این نسبت برای گردشگران خارجی ۴۷ درصد هتل، ۳۴ درصد هتل آپارتمان، ۷ درصد مهمان‌پذیر و بقیه ذکر نشده. میانگین مدت اقامت گردشگران داخلی ۴/۵ شبانه‌روز و خارجی ۵ شبانه‌روز بوده است. نسبت جنسی در بین گردشگران داخلی ۵۳ درصد به نفع مردان و برای گردشگران خارجی ۵۹ درصد بوده است. وضعیت تأهل گردشگران داخلی ۵۴ درصد متأهل، ۴۱ درصد مجرد و بقیه

ذکر نشده در صورتی که این نسبت در بین گردشگران خارجی ۶۱ درصد متأهل، ۳۶ درصد مجرد و بقیه ذکر نشده. متوسط تعداد افراد تحت تکفل بین ۲-۳ از گردشگران داخلی ۵۳ درصد و خارجی ۴۲ درصد نفر بوده است. وضعیت سواد برای گردشگران داخلی ۱۸ درصد راهنمایی و کمتر، ۴۳ درصد متوسطه، ۳۳ درصد کارشناسی و ۶ درصد کارشناسی ارشد و بالاتر بوده است؛ این نسبت برای گردشگران خارجی به ترتیب ۴۰ درصد، ۳۵ درصد، ۲۰ درصد و ۵ درصد بوده است. مذهب ۹۷ درصد از گردشگران داخلی و ۸۲ درصد از گردشگران خارجی شیعه بوده است. وضعیت اشتغال گردشگران برای گردشگران داخلی: ۶۲ درصد خدمات، ۱۵ درصد صنعت، ۱۷ درصد کشاورزی و بقیه ذکر نشده بوده و این نسبت برای گردشگران خارجی به ترتیب ۸۱ درصد، ۱۴ درصد، ۱ درصد و بقیه ذکر نشده بوده است، میزان اشتغال برای گردشگران داخلی ۳۴ درصد و برای گردشگران خارجی ۶۵ درصد بوده است.

استان تهران، خراسان، اصفهان، کرمان، بیشترین حجم تقاضای گردشگری مذهبی را در میان استان‌های کشور داشته و عمده گردشگران خارجی (۶۱ درصد) از منطقه خاورمیانه (به ویژه عراق ۳۴ درصد، عربستان ۱۱ درصد و بحرین ۹ درصد) و بقیه از کشورهای آسیای جنوبی، اروپا، آسیای شرقی، آفریقا و آمریکا بوده‌اند (مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۸۵).



شکل ۸: نسبت اهداف گردشگران داخلی و خارجی مذهبی - فرهنگی شهر مشهد-۱۳۸۵
 مأخذ: مطالعات میدانی

ج- کارکردهای مؤثر گردشگری بر رشد و توسعه فضای فضایی شهر مشهد

رشد و توسعه فضای فضایی شهر مشهد تا قبل از سال ۱۳۰۰ (ش.ه) متأثر از کارکرد زیارتی آن، محدود به پیرامون حرم مطهر رضوی بوده است؛ اما در سده‌ی اخیر به دنبال تحولات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهانی که با تفاوت‌ها و اشتراکاتی بر شهرهای جهان و ایران حادث شده، شهر مشهد نیز از این تحولات به دور نبوده و تغییرات زیادی در ساختار و کارکرد

این شهر پدیدار شده است. این تغییرات پس از انقلاب اسلامی به دنبال تحولات ساختار سیاسی- فرهنگی کشور به شکل جدیدی، شدت چشمگیری پیدا کرده است. در واقع در این دوره پیوند حاکمیت با مذهب (وجود مرقد مبارک امام هشتم شیعیان در مشهد) موجب ارتباط عاطفی حکومت با شهر مشهد و گردشگری مذهبی- فرهنگی شده است. این پیوند عاطفی به قدری شدید بوده که موجب گرایش کارکرد شهر از پایه‌ی زیارتی (تک‌انگیزه‌ای) به طرف گردشگری مذهبی- فرهنگی (چندانگیزه‌ای با اولویت زیارت) شده است. به عبارت دیگر کارکرد گردشگری شهر در دهه‌های اخیر از شکل زیارتی به طرف گردشگری مذهبی- فرهنگی و سایر گردشگری‌ها (طبیعی- تفریحی، تجاری و...) سوق پیدا کرده است. رشد و توسعه فضایی شهر نیز به نوبه از همین گرایش پیروی کرده و از نقش‌پذیری انحصاری از جاذبه‌های مذهبی- فرهنگی شهر به طرف جاذبه‌های طبیعی- تفریحی و مناطق بیلاقی شهر گرایش شدید پیدا کرده است. به طوری که از سال ۱۳۳۵ تا سال ۱۳۸۵ جمعیت آن از ۲۴۱۹۸۹ نفر به ۲۴۲۷۳۱۶ نفر، تعداد زوار و گردشگران مذهبی- فرهنگی (داخلی و خارجی) از تعداد ۷۴۰۰۰۰ به ۳۳۵۰۲۶۸۶ نفر و نیز وسعت آن از مساحت تقریبی ۱۶ کیلومتر مربع به ۲۹۵ کیلومتر مربع افزایش پیدا کرده است و به عنوان اولین کلان‌شهر گردشگری مذهبی- فرهنگی جهان اسلام و دومین کلان شهر کشور مطرح شده است (ر.ک: جدول شماره ۶). اگر چه این رشد و توسعه به جهت اهمیت مذهبی- فرهنگی، جایگاه ملی و بین‌المللی مشهد را ارتقاء داده، اما رشد و توسعه‌ی کنونی شهر مشهد را می‌توان همانند مرحله‌ای از رشد کلان‌شهرها دانست که پس از آنکه قادر به رشد پیوسته نبوده، گرایش به انتشار جمعیت و فعالیت در پیرامون خود به صورت ناپیوسته داشته و با مسایلی مانند پراکنش بی‌رویه‌ی جمعیت، تخریب منابع طبیعی و تهدید کیفیت محیط زیست، افزایش فقر شهری و گسترش حاشیه‌نشینی، کمبود خدمات شهری و... مواجه کرده است (صرافی، ۱۳۸۳: ۸-۶).

جدول ۵: مقایسه‌ی شاخص رشد جمعیت، گردشگران مذهبی- فرهنگی و مساحت شهر مشهد طی سال‌های ۸۵-۱۳۳۵

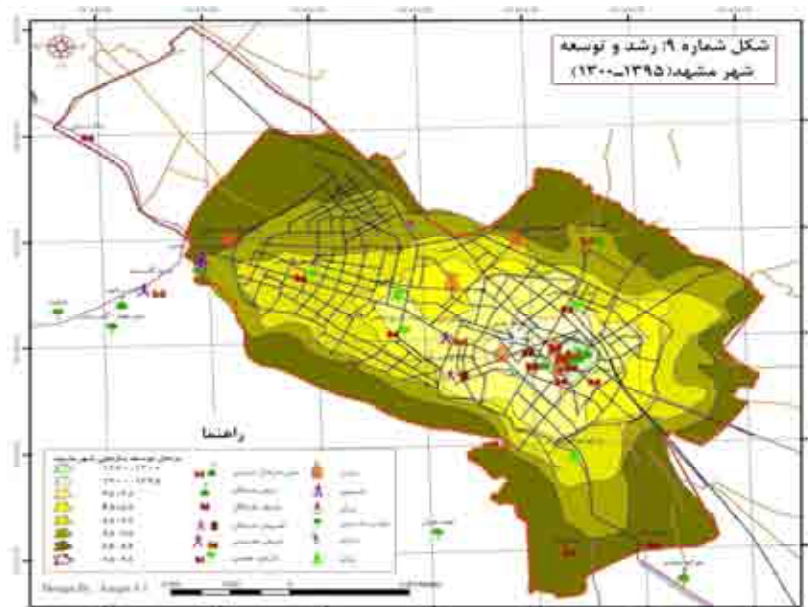
سال	تعداد جمعیت ثابت		تعداد زائران و گردشگران (داخلی و خارجی)		مساحت	
	تعداد ^۱	شاخص روند پایه = ۱۰۰	تعداد	شاخص روند پایه = ۱۰۰	کیلومتر مربع	شاخص روند پایه = ۱۰۰
۱۳۳۵	۲۴۱۹۸۹	۱۰۰	۷۴۰۰۰۰ ^۲	۱۰۰	۱۶ ^۴	۱۰۰
۱۳۴۵	۴۰۹۶۱۶	۱۶۹	۱۵۰۰۰۰۰ ^۲	۲۰۲	۳۳ ^۴	۲۰۶
۱۳۵۵	۶۶۷۷۷۰	۲۷۶	۶۲۷۷۲۰۳ ^۳	۸۴۸	۷۸ ^۴	۴۸۷
۱۳۶۵	۱۴۶۳۵۰۸	۶۰۵	۹۷۳۵۰۰۶ ^۲	۱۳۱۶	۱۴۰ ^۴	۸۷۵
۱۳۷۵	۱۸۸۷۴۱۴	۷۸۰	۹۳۳۷۶۳۵ ^۱	۱۲۶۲	۲۴۵ ^۵	۱۵۳۱
۱۳۸۵	۲۴۲۷۳۱۶	۱۰۰۳	۳۳۵۰۲۶۸۶ ^۳	۴۵۲۷	۲۹۵ ^۶	۱۸۴۴

مأخذ: ۱. مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهرستان مشهد ۸۵-۱۳۳۵ / ۲. سازمان ایرانگردی و جهانگردی خراسان، ج ۱، ۱۳۸۲: ۴۳۱/۳. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۶/۴. مهندسین مشاور اردام، گزارش پیشرفت کار طرح جامع، ۱۳۶۸/۵. مهندسین مشاور فرهنگ، طرح توسعه و عمران (جامع) ناحیه مشهد، ج ۷، ۱۳۸۴/۶. دفتر معاونت معماری و شهرسازی شهرداری مشهد، ۱۳۸۵.

جدول ۶: تعداد جمعیت و رتبه مهمترین شهرهای مذهبی جهان اسلام

رتبه	سال	جمعیت	شهر
۳	۲۰۰۴	۱۲۹۴۱۶۷	مکه
۲	۲۰۰۶	۱۳۰۰۰۰۰	مدینه
۵	۲۰۰۳	۵۷۲۳۰۰	کربلا
۴	۲۰۰۳	۵۸۵۶۰۰	نجف
۱	۲۰۰۷	۲۴۲۷۳۱۶	مشهد
۶	۲۰۰۳	۲۰۱۷۰۰	سامرا

مأخذ: www.en.wikipedia.org



مأخذ: نقشه‌های پایه رقومی شهرداری مشهد

د- اثرات و کارکردهای گردشگری بر شهر مشهد

الگوواره‌ی توسعه‌ی پایدار افزون بر بعد بوم‌شناسانه به ابعاد اجتماعی-اقتصادی نیز توجه دارد (صرافی، ۱۳۷۹: ۶). بر این اساس گردشگری مذهبی-فرهنگی شهر مشهد اثرات مثبت و منفی را در بخش‌ها و زیرسیستم‌های مختلف شهر از جمله اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و کالبدی ایجاد کرده؛ که بررسی این اثرات در هماهنگی با مفهوم توسعه‌ی پایدار شهر و گردشگری از اهمیت خاصی برخوردار است. برجسته‌ترین کارکردهای مثبت اقتصادی گردشگری مذهبی-فرهنگی در شهر مشهد در زمینه‌ی اشتغال، درآمد و تحصیل ارز بوده

است. به طوری که بر اساس سرشماری کارگاهی سال ۱۳۸۱ حدود ۴۰/۴ درصد از شاغلین کارگاهی شهر از مجموع ۴۱۲۷۲۷ نفر شاغل، تعداد ۱۶۶۷۵۶ نفر در فعالیت‌های گردشگری اشتغال داشته‌اند (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان خراسان، ۱۳۸۳).

البته تعداد مشاغل غیررسمی گردشگری شهر نیز با توجه به جمعیت حاشیه‌نشین شهر (۷۷۰۷۳۰ نفر) و تعمیم نسبت جمعیت ۱۰ سال و بیشتر (حدود ۷۶ درصد) و شاغل (۳۳ درصد) شهر، در سال ۱۳۷۵ بر حاشیه‌نشینان شهر مشهد، حداقل حدود ۷۷۳۲۰ نفر برآورد می‌گردد (سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهرستان مشهد ۱۳۷۵ / مدیریت حاشیه شهر ۱۳۸۴).

همچنین بر اساس مطالعات به عمل آمده در سال ۱۳۸۴، گردشگران داخلی، به میزان ۲۳۸۴۹۴۵۲۱۸۳۰۶۳ ریال درآمد و گردشگران خارجی ۲۵۸۵۵۷۹۶۲ دلار ارز وارد اقتصاد شهر نموده‌اند (مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۸۵). گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر، جدای از کارکردهای مثبت اقتصادی، زیست محیطی (عمران و زیباسازی بعضی از مناطق گردشگری شهر) و... که در شهر و منطقه ایجاد کرده، اثرات منفی و ناپایداری‌هایی نیز برای شهر در پی داشته است. برای بررسی ناپایداری‌های اکولوژیک و زیست محیطی، اجتماعی - فرهنگی منتج از گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد، میزان مصرف آب شرب، آلودگی هوا (تعداد روزهای وضعیت هشدار و اضطراری)، میزان حجم زباله، میزان جرایم مختلف شهر مشهد با تعداد و حجم گردشگران وارد شده به شهر، مورد سنجش (ضریب همبستگی) و بررسی قرار گرفته که نتایج به دست آمده مبین واقعیت‌های زیر است:

۱- نتیجه‌ی همبستگی بین تعداد گردشگران و میزان مصرف آب شهر (۰/۴۵۹)، بیانگر عدم رابطه‌ی معنی‌دار بین این دو بوده است. در واقع دلیل عدم ارتباط همبستگی این دو را باید در نوبت‌بندی قطع آب در مناطق شهر مشهد (به استثنای منطقه ثامن) از طرف شرکت آب و فاضلاب مشهد دانست که منجر به خنثی نمودن این ارتباط و پایین آمدن مصرف آب در زمان اوج گردشگری می‌گردد.

۲- بین تعداد روزهای وضعیت هشدار و اضطراری اعلام شده توسط اداره‌ی کل حفاظت محیط زیست استان خراسان رضوی با تعداد گردشگران وارد شده به شهر طی ماههای مختلف سال، آزمون به عمل آمده که نتیجه‌ی حاصله مبین ارتباط بی‌معنی (۰/۳۷۱-) بین این دو بوده است. همچنین نوع رابطه نیز معکوس بوده که حکایت از عوامل تأثیرگذار دیگری همچون وارونگی هوا در روزهای سرد سال، رطوبت، باد و... بر روی میزان آلودگی هوای شهر دارد. به عبارتی دیگر میزان آلودگی هوا در فصل سرد سال که تعداد گردشگران کمتر است، نسبت به میزان آلودگی هوا در فصل گرم سال که تعداد گردشگران افزایش می‌یابد، بیشتر است.

۳- تعداد گردشگران با میزان حجم زباله در سطح شهر و نیز منطقه‌ی ثامن در طول ماههای مختلف سال مورد سنجش قرار گرفته که، نتیجه‌ی آزمون بیانگر آن است که بین این دو

متغیر در سطح شهر مشهد ارتباط بی معنی بوده (۰/۶۵۷-)، اما بین این دو متغیر در منطقه‌ی ثامن ارتباط مستقیم (۰/۸۴۹) و معنی دار بوده است.

۴- برای بررسی ناپایداری‌های اجتماعی- فرهنگی برخاسته از گردشگری مذهبی- فرهنگی، زمینه‌های مختلف بزهکاری و جرم و جنایت مانند انواع سرقت، مواد مخدر، قتل و تصادفات مورد سنجش قرار گرفته، که به غیر از ارتباط مستقیم و معنی دار بین حجم گردشگران شهر با میزان سرقت، مابقی متغیرها معنی دار نبوده است.

جدول ۷: رابطه‌ی بین متغیر حجم گردشگران با متغیرهای مختلف ناهنجاری‌های اجتماعی شهر

تعداد گردشگران	تعداد گردشگران	تصادفات	مفاسد اجتماعی	قتل	سرقت	مواد مخدر
Pearson Correlation	1.000	.141	.038	.072	.634	-.061
Sig. (2-tailed)	.	.663	.908	.823	.027	.851

مأخذ: بر اساس آمار و اطلاعات فرماندهی انتظامی استان خراسان رضوی، ۱۳۸۵

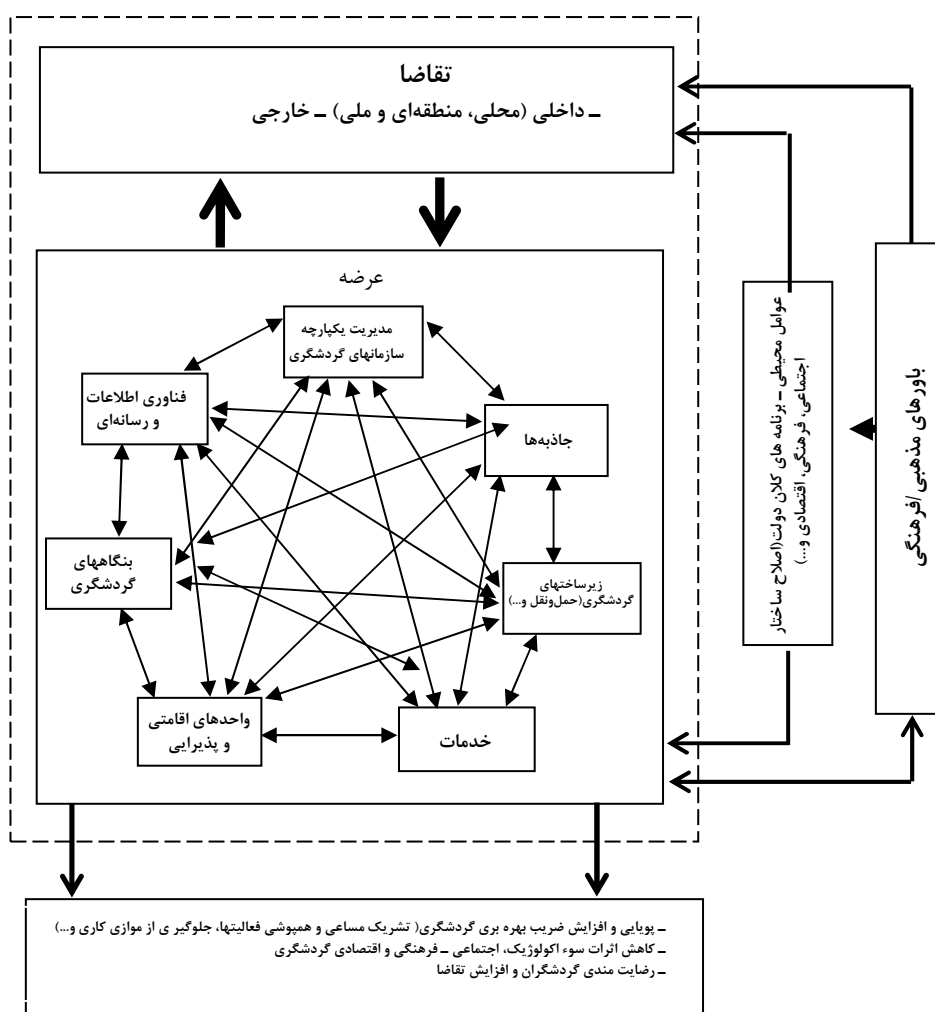
۵- حجم قابل توجه اسکان غیررسمی (بیش از ۷۷۰ هزار نفر در سال ۱۳۸۴) و اقتصاد غیررسمی که با همدیگر رابطه‌ی علت و معلولی دارند، بر اثر تحولات ساختاری و کارکردی شهر در سده اخیر ظاهر شده که پس از انقلاب اسلامی شدت بیشتری یافته است؛ منجر به تغییر کارکرد شهر از شکل زیارتی به سمت گردشگری مذهبی- فرهنگی شده و شهر با انبوهی از گردشگران و مهاجران روستایی مواجه شده است. البته ساختار اکولوژیکی، اجتماعی، فرهنگی منطقه و سیاست‌های دولت نیز مزید بر آن گردیده و شهر پولاریزه شده و حجم قابل توجهی از مهاجرین روستایی (جمعیت) را در حاشیه‌ی خود و در اقتصاد غیررسمی با توجه به قابلیت اشتغال‌زایی بالایی که در بخش گردشگری (۳/۳ نفر اشتغال) وجود دارد، جذب نموده است. به هر حال ناپایداری‌های زیست محیطی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی شهر از جمله معضلات کارکرد گردشگری هستند که باید با برنامه‌ریزی، مدیریت و بهره‌جویی از مشارکت‌های مردمی و... به رفع آن همت گمارد.

نتیجه‌گیری

ساختار گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر مشهد ریشه در اعتقادات و باورهای مذهبی- فرهنگی مردم دارد و کارکردهای آن به صورت عام‌المنفعه، مشارکت داوطلبانه و خیرخواهانه، مردم و دسته‌های مختلف مذهبی را به خود جلب کرده است. این نوع از گردشگری فراتر از وابستگی به اوقات فراغت (فصل تابستان و عید نوروز) به ایام خاص مذهبی (مانند شهادت امام رضا(ع)، شهادت حضرت رسول اکرم (ص) و...) نیز وابسته بوده و حوزه‌ی نفوذش سراسر جهان

شیعه را فرا گرفته است. نقش و کارکرد هر یک از ساختارهای گردشگری شهر مشهد به عنوان جزئی از سیستم گردشگری شهر، متأثر و در ارتباط با بنیادی‌ترین جاذبه (حرم مطهر) می‌باشد و کلیت گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر را پدیدار ساخته است. سیستم کنونی گردشگری شهر ضمن آن که منافع و کارکردهای مثبتی را در زمینه و بخش‌های مختلف اقتصادی (اشتغال، درآمد و...)، فرهنگی- اجتماعی و... ایجاد کرده ناپایداری‌هایی نیز در بخش‌های مختلف ایجاد کرده است. همان‌طور که در شکل شماره ۱ نشان داده شد، ساختار و کارکرد کنونی (وضع موجود) گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر مشهد، به گونه‌ای است که بین بخش‌ها و عناصر گردشگری ارتباط دو سویه برقرار نشده و هر یک از بخش‌های گردشگری شهر جداگانه مشغول فعالیت است. این عدم تعامل بین عناصر و بخش‌های گردشگری، عمدتاً مرتبط با چندپارچگی و فقدان مدیریت یکپارچه‌ی گردشگری بین سازمان‌هایی است که مدیریت بخش‌هایی از گردشگری شهر و منطقه را عهده دارند. حال جدای از مشکلات ساختاری موجود در نحوه‌ی مدیریت گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر که منجر به عدم مشارکت آستان قدس رضوی در رفع مسایل و مشکلات گردشگری شهر شده (آستان قدس رضوی با توجه به مفاد حکم انتصاب تولیت از طرف حضرت امام خمینی در تاریخ ۱۳۵۹/۱/۱۵ که در آن حق مداخله را از سایر سازمان‌ها و افراد کشوری سلب کرده (ر.ک: مبحث مدیریت و سازمان‌های گردشگری)، پیشنهاد می‌گردد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری و برنامه‌ریزی شهری- منطقه‌ای، سازمان‌هایی که از منافع گردشگری بهره‌مند می‌شوند در این زمینه مشارکت داشته و بخشی از درآمدهای حاصل از گردشگری مذهبی- فرهنگی خود را برای رفاه و آرایه خدمات به زائران و گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر که در خور شأن و منزلت آنان و جمهوری اسلامی باشد، اختصاص دهند و نقش مؤثری را توسعه‌ی شهر و منطقه که جدای از جاذبه‌ها و کارکرد گردشگری مذهبی- فرهنگی نیست، ایفا نمایند. این امر نیازمند مشارکت تمامی سازمان‌ها، ادارات و نهادهای دولتی و یا غیر دولتی (به ویژه آستان قدس رضوی) است که در امور گردشگری مذهبی- فرهنگی ذینفع و ذی‌مدخل و اثرگذار هستند. در این راستا شایسته است نهادی فراگیر و فرادست، متشکل از کنشگران مورد اشاره ایجاد و سهم هر یک از اعضاء مشخص شود و آن نهاد بتواند راجع به تمامی فعالیت‌های مورد نیاز رفاه زائران و گردشگران مذهبی- فرهنگی و توسعه‌ی شهر و منطقه تصمیم‌گیری نماید. بنابراین، برای جلوگیری از خلاءها و انجام فعالیت‌های موازی، آرایه‌ی خدمات به زائران، توسعه‌ی پایدار گردشگری شهر و منطقه و... نیازمند یکپارچگی مدیریت گردشگری مذهبی- فرهنگی در قالبی سازمان یافته، مشارکتی و مردمی است.

کوتاه سخن، امید است با چنین تدابیری، چندپارچگی و عدم ارتباط سازماندهی اجزاء و کارکردهای گردشگری مذهبی- فرهنگی به نفع تقویت و کارایی بیشتر راهگشا باشد و توسعه‌ی پایدار مشهد مقدس را به ارمغان آورد.



شکل ۱۰: الگوی پیشنهادی سیستم گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر مشهد

در پایان مراتب تقدیر و تشکر خود را از آستان قدس رضوی، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، سازمان حج و زیارت استان خراسان رضوی، شهرداری مشهد (معاونت معماری و شهرسازی، مدیریت حاشیه شهر مشهد)، اداره کل اوقاف و امور خیریه استان خراسان رضوی، سازمان نقشه برداری کشور- استان خراسان رضوی، اداره کل محیط زیست استان خراسان رضوی، راه آهن ناحیه‌ی خراسان و شرکت رجاء، فرودگاه مشهد، سازمان اتوبوسرانی مشهد و حومه، سازمان تاکسیرانی مشهد، شرکت آب و فاضلاب مشهد، شرکت آب منطقه‌ای استان خراسان رضوی، فرماندهی نیروی انتظامی استان خراسان رضوی، اتحادیه رستوران داران و آقای حجت‌زاده مشاور حقوقی قائم مقام تولیت آستان قدس رضوی که هر یک به نوبه‌ی خود در ارزیابی آمار و اطلاعات جهت تدوین این مقاله همکاری صمیمانه نموده‌اند، اعلام می‌دارد.

منابع و مأخذ

- ۱- آمارنامه استان خراسان ۱۳۶۵ (۱۳۶۶). انتشارات سازمان برنامه و بودجه استان خراسان، مشهد.
- ۲- آمارنامه استان خراسان ۱۳۷۵ (۱۳۷۶). انتشارات سازمان برنامه و بودجه استان خراسان، مشهد.
- ۳- آمارنامه شهر مشهد ۱۳۸۳ (۱۳۸۴). انتشارات سازمان آمار و اطلاعات و خدمات کامپیوتری شهرداری مشهد، مشهد.
- ۴- اداره امور روابط عمومی آستان قدس رضوی (۱۳۶۴). *انقلاب اسلامی و آستان قدس رضوی*، چاپ شرکت افست، آستان قدس، مشهد.
- ۵- اداره کل روابط عمومی آستان قدس رضوی (۱۳۸۵). *فعالیت‌های صنعتی و معدنی آستان قدس*، انتشارات آستان قدس رضوی، مشهد.
- ۶- اردام، مهندسین مشاور (۱۳۶۸). *طرح جامع شهر مشهد*، گزارش پیشرفت کار طرح جامع.
- ۷- اصطخری، ابواسحاق ابراهیم (۱۳۴۰). *مسالک و ممالک*، به اهتمام ایرج افشار، انتشارات بنگاه ترجمه کتاب، چاپ اول، تهران.
- ۸- حسن‌آبادی، ابوالفضل (۱۳۸۵). *نگاهی کوتاه به تاریخچه تشکیلات اداری اماکن متبرکه، مشکوة*. شماره ۹، نشریه علمی پژوهشی بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی، مشهد.
- ۹- دورانت، ویلیام جیمز (۱۳۷۰). *تاریخ تمدن*، ترجمه احمد آرام / ع پاشایی، انقلاب اسلامی، یازدهم جلد، جلد اول و دوم، چاپ سوم، تهران.
- ۱۰- سازمان ایرانگردی و جهانگردی خراسان (اسفند ۱۳۸۲). *بررسی واحدهای غیرمجاز و فاقد پروانه در شهر مقدس مشهد و نحوه ساماندهی آنها* (گزارش درون سازمانی)، دو جلد.

- ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی ... _____ ۳۷
- ۱۱- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹). *برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی*، ترجمه دکتر محمود عبدالله‌زاده، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول، تهران.
- ۱۲- سالنامه آماری ایران ۱۳۷۱ (۱۳۷۲). انتشارات مرکز آمار ایران، تهران.
- ۱۳- سالنامه آماری ایران ۱۳۸۲ (۱۳۸۳). انتشارات مرکز آمار ایران، تهران.
- ۱۴- سالنامه آماری استان خراسان رضوی ۱۳۸۳ (آذر ۱۳۸۴). سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان خراسان رضوی، مشهد.
- ۱۵- سالنامه آماری استان خراسان ۱۳۸۲ (رضوی، شمالی و جنوبی)، (آبان‌ماه ۱۳۸۳). سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان خراسان، مشهد.
- ۱۶- صرافی، مظفر (۱۳۷۹). *شهر پایدار چیست؟ فصلنامه مدیریت شهری*، شماره ۴، انتشارات سازمان شهرداری‌های کشور، تهران.
- ۱۷- صرافی، مظفر (۱۳۸۳). *مروری بر دیدگاه‌های نظری مدیریت کلان‌شهری با تأکید بر جنبه‌های نهادی*، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۱۷، انتشارات سازمان شهرداری‌های کشور، تهران.
- ۱۸- فرهاد، مهندسین مشاور (۱۳۸۴). *طرح توسعه و عمران (جامع) ناحیه مشهد*، اداره کل مسکن و شهرسازی استان خراسان رضوی، جلد هفتم.
- ۱۹- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). *مدیریت گردشگری*، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران.
- ۲۰- کریستین سن، آرتور (۱۳۶۹). *ایران در زمان ساسانیان*، ترجمه رشید یاسمی، نیای کتاب، چاپ ششم، تهران.
- ۲۱- گی، چاک وای (۱۳۸۲). *جهانگردی در چشم‌انداز جامع*، ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم، تهران.
- ۲۲- مؤمنی، مصطفی (۱۳۸۶). *بحثی در شهرنشینی و جغرافیای اوقات فراغت و گردشگری در کتاب، توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران (از مفهوم تا راهکار)*، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، چاپ اول، تهران.
- ۲۳- مؤمنی، مصطفی (۱۳۷۷). *پایگاه علم جغرافیا در ایران*، جلد اول، فرهنگستان علوم جمهوری اسلامی، چاپ اول، تهران.
- ۲۴- مرکز آمار ایران (۱۳۴۷). *نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهرستان مشهد*، ۱۳۴۵، مرکز آمار ایران، تهران.
- ۲۵- مرکز آمار ایران (۱۳۵۹). *نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهرستان مشهد*، ۱۳۵۵، مرکز آمار ایران، تهران.
- ۲۶- مرکز آمار ایران (۱۳۶۷). *نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهرستان مشهد*، ۱۳۶۵، مرکز آمار ایران، تهران.

۳۸ _____ مجله جغرافیا و توسعه، بهار و تابستان ۱۳۸۷

۲۷- مرکز آمار ایران (۱۳۷۶). نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهرستان مشهد، ۱۳۷۵، مرکز آمار ایران، تهران.

۲۸- نشریه آمار ایران (بی تا). *مشروح آمار به دست آمده از سرشماری عمومی کشور ایران در آبان ماه ۱۳۳۵*، حوزه سرشماری مشهد، وزارت کشور، آمار عمومی، تهران.

۲۹- یعقوبی، احمدبن ابی یعقوب (۱۳۴۳). *البلدان، ترجمه محمدابراهیم آیتی، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، چاپ اول، تهران.*

۳۰- وزارت کشور (آبان ماه ۱۳۳۷). آمار عمومی، گزارش مشروح حوزه سرشماری مشهد ۱۳۳۵.

31-Ajit, kiran, shinde(2004). Quest for good governance, contribution and potential of religious institutions as stakeholders.

<http://www.buseco.monash.edu.au/untits/governanc/kshinde-wshop.pdf>

32- ICEP(1997). Turismo Religioso, Turismo-Mercados Emissores, n.º 12.

33- Gartner, William (1996). *Tourism Developmet, Principles, Processes and Politics*, von Nostrand Reinhold.

34- Law, Christopher M (2002). *Urban tourism*, Continuum.

35- Nolan, M.L/Nolan,s (1989). *Christian Pilgaje in Modern Western Europe* Chapel Hill, the university of North Carolina press.

36- Santos, Maria da Graca Mouga pocas(2004). *Fatina: Religious Tourism in a Sanctuary–City*. [http://www.bibemp2.us.es/turismo/turisonet1/economia%20del%](http://www.bibemp2.us.es/turismo/turisonet1/economia%20del%20)

37- www.aqrazavi.org/h132.htm

38- www.en.wikipedia.org/

39- www.sci.org.