

ساختار گردشگری مذهبی - فرهنگی کلان شهر مشهد

چکیده

این مقاله ابتدا به مفهوم گردشگری مذهبی (*religious tourism*) و زیارت (*pilgrimages*) که هر دو با اختلافاتی اندکی، عامل مهم جغرافیای انسانی در تعیین تمرکز گردشگری هستند پرداخته؛ سپس با توجه به ساختار و کارکرد خاص گردشگری مذهبی که ریشه در اعتقادات دینی - مذهبی دارند به تشریح ساختار گردشگری شهر مشهد با توجه به رویکرد سیستمی (عوامل عرضه) شده است. باید توجه داشت که امروزه گردشگری مذهبی در اجرای متعدد و گونه های مختلفش، به دلیل ابعاد، ساختار و کارکردش، توانسته خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد؛ گرچه گاهی توسط بعضی از صاحب نظران این نوع در مقایسه با سایر اهداف و انگیزه های گردشگری، غیر گردشگری محسوب می شوند.

---

۱. عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد

## ۱. مقدمه

مردم به دلایل و انگیزه های مختلف، به گردش و مسافرت می روند؛ در این میان، انگیزه های مذهبی یکی از قدیمیترین و پر رونقترین گردشها در سراسر جهان است. در واقع گردشهای مذهبی به قدمت فرهنگ انسانی است؛ که در فرهنگهای باستانی و جدید موجود است ( Jill , ۲۰۰۰ , p۱ ). با مراجعه به تاریخ گذشته به سفرها و گردشهای مذهبی همانند مراسم مقدس یونانیان باستان به معابد آپلون، زئوس و... ( ویل دورانت؛ ۱۳۷۰، جلد ۲: ۲۰۵ و ۲۱۵ ) سفرهای ایرانیان باستان به معبد آناهیتا در کنکاور و... ( کریستین سن، ۱۳۶۹: ۲۳۲ ) سفرهای مصریان برای دیدار از فراعنه و... ( ویل دورانت، ۱۳۷۰ جلد ۱: ۲۴۰ ) سفرهای اعراب قبل از اسلام به مکه و... ( رضایی، جلد ۱، ص ۲۳۹ ) سفرهای یهودیان به بیت الحم، معبد سلیمان، اورشلیم و... ( ماله / ایزاک، ۱۳۶۶: ۱۰۹ ) برخورد خواهیم کرد.

اگرچه امکان اندازه گیری جریانهای گردشگری مذهبی به دلیل کمبود داده های اطلاعاتی و آماری در سطح ملی و جهانی وجود ندارد و تنها ارقام، آنهایی هستند که توسط مراکز مذهبی جمع آوری شده است؛ بر این اساس، گردشگری مذهبی ۲۶٪ از کل جریان های گردشگری جهان را تشکیل می دهند، که نشان دهنده اهمیت زیاد و تعمق بیشتر در این زمینه است ( ۳۰ و ۱۹۹۷ و ICEP ).

البته باید متذکر گردید که گردشگری مذهبی به مفهوم تخصصی خود فراتر از وابستگی آن به زمان و اوقات فراغت است و ریشه در اعتقادات و باورهای مذهبی و ایمان به خدا دارد. حوزه نفوذ این نوع گردشگری سراسر جهان را فرا گرفته و با همه اجزاء و گونه های مختلفش در متن گردشگری جهانی جای دارد ( Nolan , ۱۹۸۹ , ) . ( ۱۱ )

در این راستا جایگاه ملی و بین المللی شهر مشهد به عنوان دومین کلان شهر کشور و اولین کلان شهر زیارتی جهان اسلام، سرشت و شکل گیری فضایی و حیات اجتماعی اقتصادی خود را در پرتو جهان بینی و باور داشت شیعه دوازده امامی به اصل امامت و اعتقاد به شهادت علی ابن موسی الرضا (ع) امام هشتم شیعیان در سال ۲۰۲ یا ۲۰۳ هجری قمری به بعد یافته است ( مولوی، عبدالحمید : ۹۴-۸۹ ) موجب شده تا این شهر در طول سال به ویژه در ایام خاص مذهبی ( شهادت حضرت رضا (ع)، تاسوعا، عاشورا، اعیاد ملی « عید نوروز » و... ) و فصل تابستان ( اوقات فراغت) با خیل انبوه زائران و گردشگران با نگرشهای مذهبی از اقشار متفاوت اقتصادی جامعه ( فقیر و غنی)

از سراسر مناطق کشور و مسلمانان کشورهای جهان ( به خصوص کشورهای همسایه - حوزه خلیج فارس، پاکستان، آسیای مرکزی و... ) رو به رو شود؛ به طوری که طی دهه گذشته تعداد آنها بین ۱۲ تا ۱۶ میلیون نفر در سال بوده است (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری خراسان رضوی، ۱۳۸۴).

این در حالی است که جمعیت شهر مشهد در حال حاضر (سال ۱۳۸۵) بیش از دو میلیون نفر است ( بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۷۵ جمعیت شهر مشهد تعداد ۱۸۸۷۴۰۵ نفر بوده است) و پس از تهران، دومین کلان شهر کشور است .

بی شک جهت جوابگویی به نیازهای مختلف این حجم قابل توجه زائران و گردشگران مذهبی اعم از نیازهای مادی ( اقامتی، پذیرایی، خدمات شهری و... ) و معنوی ( فکری - فرهنگی)، مستلزم بازنگری و طرح نو در زیر ساختها، ساختار امکانات، خدمات و مدیریت گردشگری شهر است تا در سایه آن بتوان از قوتها و فرصتها نهایت استفاده و بهره برداری را نموده و کارکردهای گردشگری شهر را تقویت و ارتقاء بخشید.

در این پژوهش، ساختار گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر مشهد با تکیه بر نگرش سیستمی مورد بررسی قرار گرفته است.

## ۲. بیان مسئله :

شکل گیری سازمان فضایی آستان قدس رضوی ( حرم مطهر رضوی و مجموعه بیوتات وابسته به آن، موقوفات و تشکیلات اداری تابعه واقع در شهر مشهد) بر آیند باورهای مذهبی و فرهنگ معنوی شیعی، و نیز ساختمانها، معماری، تزئینات و... جلوه فرهنگ مادی آن است که ریشه در تاریخ و دوره های گوناگون گذشته، فرنگ مادی ایرانی، تاثیرات فرهنگی سرزمینهای هندی - تبتی و... دارد. از طرف دیگر درآمدها و فعالیتهای حاصله از جریان عظیم وقف اموال و املاک آستان قدس رضوی در سطوح مختلف مکانی ( محلی، منطقه ای و ملی)، نذورات زائران برای اعانت به زائران قدس رضوی و دستگیری از مستمندان، در راه ماندگان و دیگر فعالیتهای گردشگری مذهبی - فرهنگی باعث شده تا این درآمدها و فعالیتهای پایه اقتصادی آستان قدس و شهر مشهد را تشکیل دهد و به طور مستقیم و غیر مستقیم، تاثیرات اجتماعی - اقتصادی، فرهنگی و فضایی را روی ابنیه و موسسات فرهنگی، مالکیت زمین و موقوفات، معماری، درآمد،

اشتغال و همچنین تولید، تشکیلات اداری و نیز حجم عظیم گردشگران و زائران شهر مشهد و حتی قسمتهای بزرگی از استان خراسان رضوی، ایجاد نماید.

از این رو مشهد جزو شهرهای مقدس جهان است، که در پرتو جهان بینی مذهبی پدید آمده، و سرشت و شکل گیری فضایی و زندگی اجتماعی - اقتصادی آن شهر، کاملاً تحت تاثیر عامل مذهبی - فرهنگی و گردشگری برخاسته از آن است. شهرهای مقدس دین اسلام مانند مکه و مدینه و شهرهای مقدس کربلا، نجف، کاظمین، قم و... جنبه مذهبی دارند و یا از شهرهای مقدس مدرس و وارناسی در هند، لهاسا در تبت، واتیکان در ایتالیا، آتوس در یونان، فاطمیه در پرتقال، سالت لیک سیتی در ایالت یوتای ایالت متحده آمریکا و بسیاری مکانها و شهرهای دیگر در سراسر جهان هستند که ریشه در گردشگری مذهبی - فرهنگی دارند. بر این اساس در جغرافیای مذاهب به بررسی چگونگی، سیما، سازمان یابی و کارکرد سکونتگاهها، هیاتهای مذهبی، ترابری، گردشگری و... که بر اساس اعتقادات و باورهای مذهبی شکل گرفته، پرداخته می شود. در واقع مذهب به عنوان اصلی ترین عنصر فرهنگ در ادوار مختلف در نقشبندی مکانهای مذهبی تاثیر و نقش و اثر خود را بر سیمای ساختار و کارکرد شهر (معماری، تاسیسات، امکانات، اقتصاد و...) ظاهر و جلوه گر کرده است (شکویی، ۱۳۷۲: ۵-۲۵). وجود ساختار، امکانات و خدمات گردشگری و نیز تعداد گردشگران خارجی و فعالیتهای ترابری شهر مشهد، اهمیت گردشگری این شهر را به عنوان شهر تراز اول مذهبی - فرهنگی کشور آشکار می کند:

- ۱۶ درصد از تعداد هتلهای کشور در سال ۱۳۸۳ در مشهد استقرار داشته اند (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری خراسان رضوی، ۱۳۸۳).

- ۵۴/۸۷ درصد از اقامتگاههای عمومی کشور در سال ۱۳۸۳ در مشهد قرار دارد (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری خراسان رضوی، ۱۳۸۳).

- ۱۸/۸ درصد از گردشگران خارجی کشور در سال ۱۳۸۳ از مشهد دیدن کردند (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری خراسان رضوی، ۱۳۸۳).

- ۴۲ درصد از مسافران حمل شده توسط قطارهای سراسری کشور در سال ۱۳۸۴ به مشهد بوده است. (راه آهن جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۴).

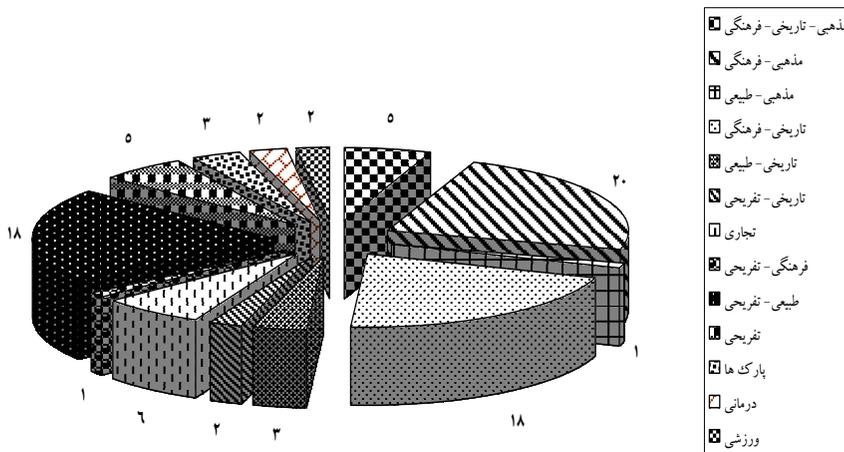
- ۹/۳۶ درصد از پروازهای هواپیمایی داخلی کشور در سال ۱۳۸۲ به مقصد مشهد بوده است. (هواپیمایی کشور، ۱۳۸۲).

- ۱۱/۰۶ درصد از مسافران جابجا شده توسط پروازهای داخلی کشور در سال ۱۳۸۲ به مشهد بوده است. (هواپیمایی کشور، ۱۳۸۲).

۳. ساختار جاذبه ها

بر اساس مطالعات میدانی به عمل آمده در شهرستان مشهد، تعداد ۸۶ انواع جاذبه (اعم از مذهبی، فرهنگی، تاریخی، تفریحی، طبیعی، تجاری، ورزشی، پارکها و درمانی) وجود داشته که قابلیت توسعه گردشگری را بر اساس پنج معیار کیفیت، اصالت، منحصر

نمودار ۶-۱- نسبت انواع جاذبه های گردشگری مشهد (تابستان ۸۵)



به فرد بودن، گسترش فعالیت و قدرت جذب داشته است (جدول شماره ۵-۱) این جاذبه ها به سه شکل مجموعه ای (فشرده) و تعدد جاذبه ها در یک واحد سطح به هم پیوسته)، محوری (فشرده) جاذبه ها به صورت خطی به هم پیوسته) و مستقل (نقطه هایی به صورت منفرد) طبقه بندی شده است. از مجموعه ۸۶ جاذبه شهرستان، تعداد ۳۳ جاذبه ۳۸/۳۷ درصد داخل شهر و بقیه در سطح شهرستان پراکنده بودند؛ همچنین از مجموع ۸۶ جاذبه شهرستان، تعداد ۴۴ جاذبه (۵۱/۱۶) آن مذهبی- فرهنگی (اعم از جاذبه های مذهبی، فرهنگی و تاریخی و یا تلفیقی از آنها) و بقیه سایر انواع جاذبه ها بوده است. بعلاوه از تعداد ۴۴ جاذبه مذهبی- فرهنگی شهرستان مشهد تعداد ۱۵ جاذبه (۳۴/۰۹ درصد) داخل محدوده شهر مشهد و بقیه در سطح شهرستان مشهد پراکنده بوده اند (مطالعات میدانی، ۱۳۸۵).

البته باید توجه داشت که اهمیت گردشگری مذهبی- فرهنگی مشهد (محلی و منطقه ای) به جهت وجود مرقد مبارک حضرت رضا(ع) است و هیچ یک از جاذبه های شهر و

منطقه قابل مقایسه با آن نبوده، بلکه آنها نقش و کارکرد شان را نیز در ارتباط و تاثی از آن اخذ می نمایند؛ اگرچه هر یک از این جاذبه ها به نوبه خود بر زیبایی، اهمیت و افزایش کارکرد گردشگری شهر افزوده اند. به هر حال با توجه به اهمیت منحصر به فرد حرم مبارک رضوی به معرفی کوتاه آن بسنده می کنیم:

### مجموعه آستان قدس رضوی

آستان قدس رضوی مجموعه ای است منتسب به ثامن الحجج علی بن موسی الرضا (ع) امام هشتم شیعیان دوازده امامی که با دفن پیکر مطهر آن امام همام در آخر صفر سال ۲۰۲ یا ۲۰۳ قمری در بالای سر هارون الرشید، باغ حمید بن قحطبه، این مکان جنبه مذهبی- زیارتی به خود گرفته و از آن پس تاکنون ضمن پذیرایی هزاران نفر زائران و گردشگران مذهبی \_ فرهنگی، چشم انداز فرهنگی خاصی را پدیدار ساخته است. همان طور که در پیشینه تاریخی شهر مشهد گفته شد، مشهد به معنای محل شهادت حضرت رضا علیه السلام (مشهد الرضا) است؛ که علل وجودی خود را در سایه جهان بینی دینی \_ مذهبی (حضرت رضا «ع») به عنوان هشتمین امام شیعیان به دست آورده است (قصابیان، ۱۳۸۴: ۱۹).

این مجموعه در حال حاضر، به عنوان یکی از جذابترین مکانهای زیارتی، از جامعترین، ارزشمندترین و زیباترین مجموعه های معماری جهان اسلام به شمار می رود و در آن از تمام هنرها (مانند کاشی کاری، مقرنس کاری، منبت کاری، طلا کاری، حجاری، قلمه زنی، آینه کاری، گچ بری، نازک کاری و...) و معماریهای نفیس (ایرانی- اسلامی، بومی و سنتی، رضوی و...) بهره گرفته شده است. معماری مجموعه حرم، دارای ساختار، اجزاء و عناصر کارکردی مختلف است که ریشه در آموزه های دینی و مذهبی، تاریخ گذشته، معماری و هنر ایرانی دارد. بر این اساس در ذیل به معرفی عناصر و اجزای مجموعه حرم می پردازیم:

- ضریح (حرم مطهر تا به حال پنج ضریح عوض کرده است)، گنبد مطهر و مناره ها، سرداب و سنگ تاریخی مرقد منور امام (ع)، رواقها (حرم مطهر در حال حاضر ۲۳ رواق دارد)، صحنها (حرم مطهر در حال حاضر ۶ صحن دارد)، ایوانها (حرم مطهر در حال حاضر ۴ ایوان دارد)، -بستها (حرم مطهر در حال حاضر ۴ بست دارد) مسجد گوهرشاد، مدارس (مدرسه پریزاد، مدرسه دو در، مدرسه خیرات خان، مدرسه میرزا هاشم)، کتابخانه ها، موزه ها، مقبره مشاهیر و...

([www.aqrazavi.org/h132.htm](http://www.aqrazavi.org/h132.htm))

#### ۴. ساختار حمل و نقل

باید توجه داشت که حمل و نقل از جمله زیرساختها، عناصر و تأسیسات زیربنایی گردشگری است که نقش حائز اهمیتی در توسعه گردشگری شهرها و مناطق بر عهده دارد (Law, ۲۰۰۲, pp1۹۳-۱۹۴).

#### الف) حمل و نقل هوایی

فرودگاه مشهد (شهید هاشمی نژاد) یکی از مهمترین فرودگاههای بین المللی کشور است، که به طور متوسط سالانه حدود ۱۱ درصد از مسافران جابجا شده توسط پروازهای داخلی کشور از این فرودگاه انجام می شود؛ برای مثال در سال ۱۳۸۳ میزان ۶،۱۱ درصد از مسافران ورودی و ۲،۱۱ درصد از مسافران خروجی و ۹،۳۴ درصد از تعداد پروازهای داخلی کشور از این فرودگاه بوده است. همچنین این فرودگاه به طور متوسط سالانه، بیش از ۵ درصد از مسافران بین المللی (پروازهای خارجی) کشور را جابجا می کند؛ به طوری که در سال ۱۳۸۳ میزان ۵،۳۷ درصد از مسافران ورودی و ۵،۴۵ از مسافران خروجی و ۴،۶۶ درصد از تعداد پروازهای بین المللی از این فرودگاه بوده است (روابط عمومی هواپیمایی کشور، ۱۳۸۴).

بر اساس آمار و اطلاعات اخذ شده از فرودگاه مشهد در سال ۱۳۸۳ تعداد ۲۴۱۰۷۷۸ نفر مسافر (۲۰۶۶۷۶۷ نفر یا ۸۵،۷۳ درصد داخلی و ۳۴۴۰۱۱ نفر یا ۱۴،۲۷ درصد مسافران خارجی) و تعداد ۳۵۷۵۹ پرواز (۱۵۵۷۹ یا ۴۳،۵۷ درصد پرواز داخلی و ۲۲۵۳ یا ۶،۳۰ درصد پرواز خارجی) و تعداد ۱۷۹۲۷ یا ۵۰،۱۳ درصد پرواز سایر (پروازهای اضطراری، نظامی و...) بوده است؛ همچنین بیشترین مسافر داخلی به شهر مشهد در سه ماه مرداد، شهریور و مهر (۳۸،۳۷ درصد) بوده؛ از طرف دیگر کمترین تعداد مسافر (داخلی و خارجی) و پرواز (داخلی و خارجی) در اسفند ماه بوده است (اداره کل فرودگاههای استان خراسان در آمارنامه ۱۳۸۳ شهر مشهد، ۳۸۴). بنابراین می توان نتیجه گرفت که گردشگری خارجی شهر مشهد متأثر از اوقات فراغت می باشد، ولی مسافران و گردشگران مذهبی - فرهنگی داخلی تابع ایام مذهبی و اوقات فراغت است.

#### ب) حمل و نقل ریلی

بر اساس آمار و اطلاعات اخذ شده از شرکت رجاء خراسان تعداد ۲۵۶۰۸۹۲ مسافر در سال ۱۳۸۳ به شهر مشهد وارد شده اند (مسافران ورودی)، در این میان فصل تابستان بیشترین مسافر (بیش از ۳۲,۷ درصد) ریلی را در طول سال داشته است. پس از فصل تابستان فروردین ماه با تعداد ۲۴۷۷۳۱ نفر (۹,۶۷ درصد) بیشترین مسافر را دارد؛ در مقابل کمترین مسافر ریلی (۱۱,۰۱ درصد) در فصل پاییز (آبان و آذر) بوده است (شرکت رجاء خراسان در آمارنامه ۱۳۸۳ شهر مشهد، ۱۳۸۴: ۶۴). بنابراین مسافران ریلی شهر مشهد که عمدتاً گردشگران مذهبی- فرهنگی اند، زمان مسافرت آنها تابع اوقات فراغت (فصل تابستان و نوروز) است.

### ج) حمل و نقل زمینی

بر اساس آمار و اطلاعات اخذ شده از پایانه مسافربری شهر مشهد، تعداد مسافران ورودی به شهر مشهد در سال ۱۳۸۳ برابر ۱۰۲۲۳۸۴ نفر بوده است. بیشترین تعداد مسافر زمینی (اتوبوس و مینی بوس) در فصل تابستان (شهریور و مرداد) ۲۱,۸۸ درصد کل مسافران و پس از آن فروردین ماه با ۹۱۸۲۸۴ نفر ۸,۹۸ درصد از کل بیشترین تعداد مسافر را داشته است؛ اما آبانماه با ۶۲۰۴۳۸ نفر یا ۶,۰۷ درصد و اردیبهشت با ۷۰۴۵۶۹ نفر یا ۶,۸۹ درصد کمترین تعداد مسافران زمینی را داشته است. بنابراین مسافران زمینی شهر مشهد که عمدتاً گردشگران مذهبی- فرهنگی اند، علاوه بر ایام مذهبی، تعطیلات تابستانی و نوروزی نیز بر شدت مسافرت و گردشگری مشهد می افزاید؛ البته روند مسافرت زمینی با نوساناتی اندک در طول سال ادامه داشته است (سازمان پایانه های مسافربری در آمارنامه ۱۳۸۳ شهر مشهد، ۱۳۸۴: ۶۲).

اگر مجموع مسافران هوایی، ریلی و زمینی ورودی شهر مشهد را در یک نگاه کلی مورد تجزیه و تحلیل قرار دهیم، مشاهده خواهیم کرد که بیشترین (۶۷,۲۸ درصد) مسافران و گردشگران شهر مشهد از طریق زمینی مسافرت می نمایند و تقریباً نسبت مسافران و گردشگران زمینی بیش از چهار برابر گردشگران هوایی و ریلی بوده است. به عبارتی، مسافران هوایی ۱۵,۸۷ درصد، ریلی ۱۶,۸۵ درصد و زمینی ۶۷,۲۸ درصد بوده است.

### ۵. ساختار خدماتی (هتلداری و پذیرایی)

تأسیسات و امکانات هتلداری و پذیرایی از جمله عناصر ثانویه (Secondary elements) سیستم گردشگری (عوامل عرضه) است که می تواند نقش مؤثری را در توسعه گردشگری شهر و مناطق بر عهده داشته باشد (Law, 2002, p157).

بر اساس مطالعات به عمل آمده، واحدهای اقامتی که مورد استفاده زائرین و گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد قرار می گیرند دارای ساختار و ویژگیهای خاص خود بوده و از تنوع افزونتری برخوردار هستند؛ چنانکه این واحدها شامل هتلها، هتل آپارتمانها، مهمانپذیرها، زائرسراها، حسینیه ها، خانه های اجاره ای، کمپها و... هستند که متأسفانه به دلایل مختلف از جمله عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در شهر، آمار و اطلاعات دقیقی از آنها وجود ندارد و نیازمند تحقیقی در این زمینه است؛ با این حال مشخصات کلی این واحدها در جدول شماره (۱) آمده است.

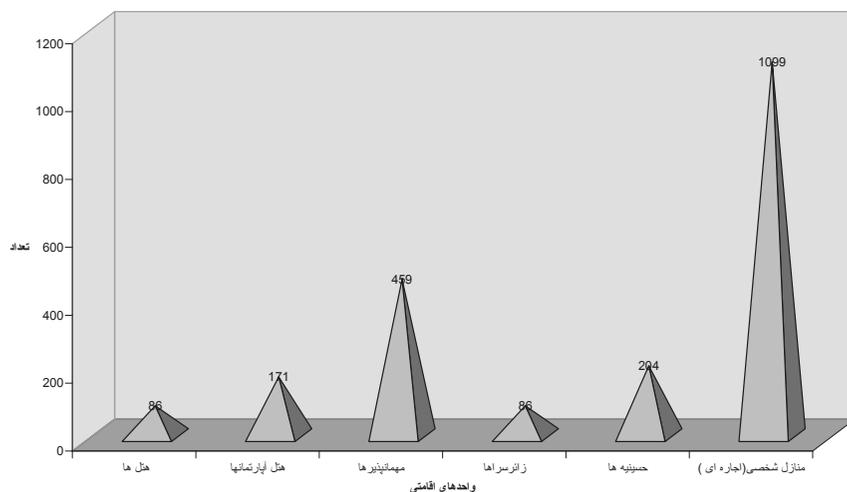
جدول شماره (۱) مشخصات کلی واحدهای اقامتی شهر مشهد ۱۳۸۴

تخت		تعداد تخت	تعداد اتاق و سوئیت	تعداد	واحدهای اقامتی
اتاق	تخت				

۴۴,۱	۴۱,۶	۱۶۱۱۳	۶۷۲۱	۸۶	هتل ها
-	-	۷۹۶۷	۳۰۳۸	۱۷۱	هتل آپارتمانها
-	-	۲۴۸۸۲	۹۷۲۹	۴۵۹	مهمانپذیرها
-	-	۵۳۴۷	۱۰۰۷	۸۶	زائرسراها
-	-	-	-	۲۰۴	حسینیه ها
-	-	-	۳۳۳۳	۱۰۹۹	منازل شخصی (اجاره ای)

مأخذ: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان خراسان رضوی، شهرداری مشهد

نمودار تعداد واحدهای اقامتی مورد استفاده گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد (1384)



مأخذ: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان خراسان رضوی، شهرداری مشهد

بنابراین مشاهده می کنیم که با توجه به ساختار اقتصادی- اجتماعی زائرین و گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد بیشترین (۲۹۸۸۲ واحد) واحد اقامتی مورد استفاده، منازل مسکونی- شخصی هستند. همچنین بیشترین تعداد اتاق (تعداد ۹۷۲۹ اتاق) و تخت (۲۴۸۸۲ تخت) متعلق به واحد اقامتی مهمانپذیر بوده است که مبین سطح درآمدی متوسط و پایین زائرین و گردشگران شهر مشهد است. با این حال در ذیل مروری بر ساختار مراکز اقامتی مورد استفاده زائرین و گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد به این شرح خواهیم داشت:

### پذیرایی

بر اساس آمار و اطلاعات اخذ شده از اتحادیه رستوران داران (چلوکباب، رستوران و آشپزخانه) شهر مشهد تا پایان سال ۱۳۸۴، تعداد ۳۲۸ واحد پذیرایی در سطح شهر مشهد فعالیت داشته که از این تعداد ۱۱۸ واحد دارای پروانه دائم، ۳۸ واحد موقت سه ساله و ۱۷۲ واحد در دست اقدام (غیر مجاز) بودند (اتحادیه رستوران داران، ۱۳۸۴)؛ با این حال؛ بر اساس مطالعات به عمل آمده (نتیجه مصاحبه و مشاهده از این واحدهای صنفی) به طور متوسط ۷ نفر در هر واحد صنفی فعالیت دارند؛ بر این اساس تعداد شاغلین این بخش بیش از ۲۰۰۰ نفر (۲۲۹۶ نفر) خواهد بود (اتحادیه رستوران داران، ۱۳۸۴).. البته اصناف و اتحادیه های دیگری مانند اغذیه فروشان (۵۹۰ واحد)، چای خانه داران، جگر و کله پاچه (۲۱۰ واحد)، کباب و حلیم پزان (۱۵۴ واحد)، مهمانپذیران (۲۸۸ واحد)، نیز به نوبه خود در پذیرایی گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد فعالیت داشته اند. بنابراین اگر متوسط اشتغال در این اصناف را ۵ نفر در نظر بگیریم، تعداد ۶۲۱۰ نفر به همراه ۲۲۹۶ نفر اشتغال به کار اتحادیه رستوران داران در مجموع بیش از ۸۰۰۰ نفر شاغلین این بخش در شهر مشهد بوده اند (مجمع امور صنفی مشهد، ۱۳۸۴)

### ۶. مبداء (تقاضا) گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد

تقاضا و مبداء گردشگران مذهبی- فرهنگی شهر مشهد را می توان همان گونه که WTO تقسیم نموده به سه سطح (محلی، داخلی و بین المللی) تقسیم بندی کرد؛ که هریک به نوبه خود ضمن شباهتهای کلی، دارای ساختار اجتماعی- فرهنگی خاص خود است. با این حال، همان گونه که درمباحث نظری این تحقیق اشاره شد، گردشگری

مذهبی تابع باورها و اعتقادات دینی - مذهبی است و حوزه نفوذ جغرافیایی آن کل پیروان و معتقدان آن مذهب و دین را در سراسر گیتی به خود جذب می کند. شایان ذکر است شناخت و آگاهی از بازارهای (تقاضا) گردشگری ملی و بین المللی نقش بسیار مهمی را در بازاریابی برای صاحبان آژانسها و دفاتر خدمات مسافرتی دارد.

#### ۶-۱. ساکنین محلی

منظور از ساکنین محلی، مجاورین حرم رضا (ع) می باشند که در شهر یا شهرستان مشهد ساکن هستند این ساکنین علاوه بر اینکه خود به حرم رضا (ع) مشرف می شوند (سالانه حدود ۲۰۰ میلیون نفر به زیارت حضرت رضا اعم از ساکنین ملی و بین المللی) (مشاور قائم مقام تولیت آستان قدس رضوی، ۱۳۸۵) از امکانات، تأسیسات و ... گردشگری شهر نیز استفاده کرده و از کارکردهای اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و ... بهره مند می شود؛ با این حال شرح کامل ساختار اقتصادی - اجتماعی ساکنین محلی (شهر و شهرستان مشهد) در فصل سوم تحقیق آمده است.

#### ۶-۲. تقاضاهای داخلی

مبداء و تقاضای داخلی گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد در نمودار شماره (۲) آمده است. براساس مطالعات میدانی (پرسشنامه) بیشترین نسبت گردشگران مذهبی - فرهنگی شهر مشهد از استان های تهران، خراسان، اصفهان، کرمان، سمنان می باشد که به ترتیب ۲۵٪، ۱۷٪، ۱۰٪، ۵٪، ۵٪ از کل حجم گردشگران را شامل می شوند. از طرف دیگر کمترین حجم گردشگران داخلی، مربوط به استانهای چهارمحال بختیاری، بوشهر، هرمزگان، لرستان و ... بوده است.

بالا بودن نسبت تقاضای گردشگران مذهبی- فرهنگی در استانهای مذکور متأثر از عواملی همچون ساختار نسبی مذهبی- فرهنگی، ارتقاء فرهنگی، رفاه مادی، برخورداری نسبی از اوقات فراغت بیشتر، فاصله و دسترسی آسان به وسایل حمل و نقل، وجود مراکز جمعیتی بزرگ در این استان ها و ... بوده است. البته استان (شهرستانهای) خراسان رضوی به دلیل قربانتهای ساختار اجتماعی- فرهنگی، روابط خویشاوندی، پولاریزه بودن شهر مشهد و نقش برتر اداری آن (مرکز استان) و غیره از جمله عوامل افزایش تقاضا در این استان بوده است.



## ۶-۳. تقاضا های منطقه ای

سازمان جهانی گردشگری (WTO) بازارهای گردشگری بین المللی را به شش منطقه تقسیم نموده است (والا/بیچریل، ۱۳۸۴: ۶۲). در این تحقیق نیز با مبنای قرار دادن این تقسیم بندی به بررسی تقاضاهای گردشگران مذهبی - فرهنگی شهر مشهد می پردازیم.

## - منطقه خاورمیانه

منطقه خاور میانه ۶۱ درصد از کل بازار تقاضا گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد را به خود اختصاص داده است؛ در میان کشورهای خاورمیانه عراق با ۳۴ درصد، عربستان ۱۱ درصد، بحرین ۹ درصد، لبنان و کویت هر کدام با ۳ درصد از کل تقاضاهای بین المللی از جمله بازارهای عمده تقاضای گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد هستند؛ افزایش تقاضا از طرف این کشورها را باید مرتبط با اشتراکات مذهبی- فرهنگی، تبادلات فرهنگی و گردشگری، همسایگی و... دانست. در این میان، افزایش تقاضا از طرف کشور عراق که حدود  $\frac{1}{3}$  از کل تقاضاهای بین المللی را به خود اختصاص داده، به دلیل مشترکات مذهبی (شیعه)، فرهنگی، عدم روابط فرهنگی و گردشگری در دهه های اخیر، جنگ، ناامنی، ضعف شدید امکانات و خدمات در کشور عراق و ... بوده است.

البته کشورهای دیگر خاورمیانه مانند قطر (بیش از ۱ درصد) سوریه، یمن، امارات متحده عربی، اردن و... نیز از جمله کشورهای مبدا گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد بوده اند که به دلیل نسبت کم آنها (کمتر از ۱ درصد) از ذکر آنها خودداری شده است (معاونت تبلیغات و ارتباطات اسلامی آستان قدس رضوی، ۱۳۸۵).

## - منطقه آسیای جنوبی

پس از خاورمیانه، منطقه آسیای جنوبی با ۳۱ درصد از کل تقاضای گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر مشهد، بیشترین نسبت را در میان سایر مناطق داشته که در این میان کشورهای پاکستان (۱۶ درصد)، افغانستان (۱۲ درصد) و هندوستان (۲ درصد) بیشترین نسبت از کل تقاضای بازار گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد را به خود

اختصاص داده اند. علاوه بر قرابتهای مذهبی - فرهنگی، همجواری استان خراسان با کشور افغانستان و نزدیکی آن با کشور پاکستان از جمله عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در این کشورها بوده است. البته کشورهای بنگلادش، بوتان و سریلانکا نیز از جمله بازارهای (تقاضا) گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد بوده که نسبت هر یک از آنها کمتر از ۱ درصد بوده است.

#### - منطقه اروپا

منطقه اروپا مقام سوم را در بازار تقاضا گردشگری مذهبی - فرهنگی برای شهر مشهد داشته است؛ باید توجه داشت که سازمان جهانی گردشگری کشورهای شوروی سابق را جزء منطقه بازارگردشگری اروپا محسوب می نماید. بر این اساس، در میان منطقه اروپا کشورهای آلمان، آذربایجان و ازبکستان هر کدام با ۱ درصد از کل تقاضاهای گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد بیشترین سهم را داشتند. البته در میان گردشگران مذهبی - فرهنگی شهر مشهد، گردشگرانی از کشورهای انگلستان، اتریش، استونی، اسلواکی، اسلوانیا، اکراین، ایتالیا، اسپانیا، ایسلند، ترکیه، بلژیک، بلغارستان، بلاروس، فرانسه، فنلاند، قرقیزستان، قزاقستان، گرجستان، لهستان، مجارستان، نروژ، هلند، ایرلند، روسیه، یونان، سوئد، سوئیس، دانمارک، چک و صربستان دیده می شوند که سهم هر یک از آنها کمتر از ۱ درصد از کل تقاضاهای گردشگری به این شهر است (همان).

#### - منطقه آسیای شرقی و اقیانوس آرام

اندونزی، ژاپن، چین، برمه، فیلیپین، تایلند، سنگاپور، کره جنوبی، مالزی، زناندنو و استرالیا از جمله کشورهایی بوده که مبداء گردشگران مذهبی - فرهنگی شهر مشهد بوده اند؛ هر چند که سهم آنها از کل تقاضاهای گردشگری شهر اندک (کمتر از ۱ درصد) بوده است (همان).

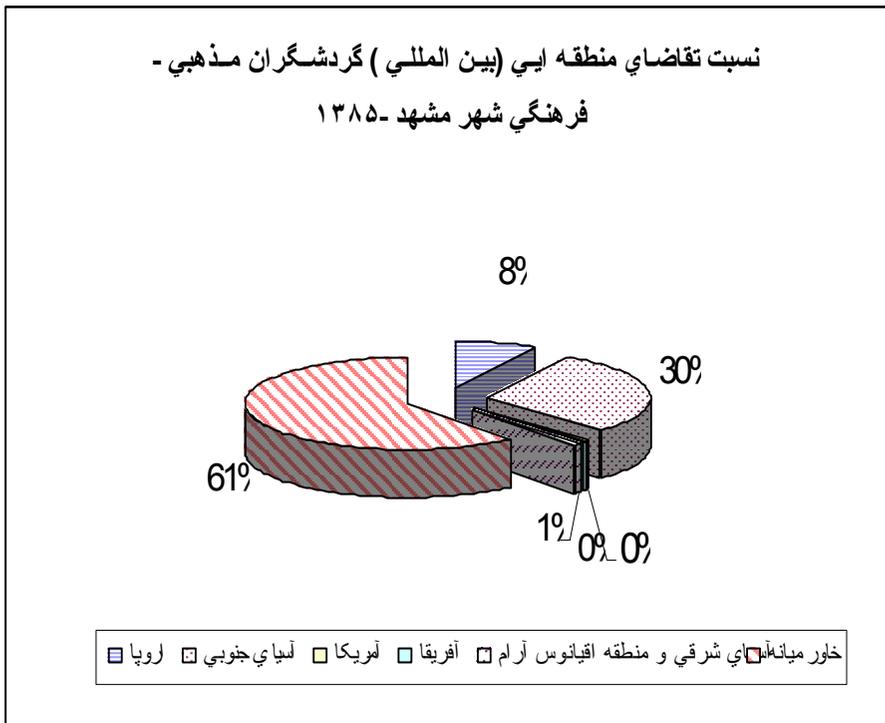
#### - منطقه آمریکا

در میان گردشگران مذهبی - فرهنگی شهر مشهد، تقاضاهایی از کشورهای ایالات متحده آمریکا، برزیل، پاناما، جامائیکا دیده می شوند که سهم هر یک از آنها کمتر از ۱ درصد از کل تقاضاهای گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد است (همان).

- منطقه آفریقا

تانزانیا، اوگاندا، سنگال، غنا، ماداگاسکار، کنیا و نیجریه (هر کدام کمتر از ۱ درصد از کل تقاضاها) از جمله کشورهای مبدا گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد در سال ۱۳۸۴ بوده است (همان).

به هر حال گردشگری مذهبی تحت تاثیر اعتقادات و باورهای مردم و کنشگران مذهبی- فرهنگی سراسر جهان، ساختار و کارکرد خاص خود (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی،



فیزیکی و...) را پدیدار می سازد.

مآخذ: آستان قدس رضوی ۱۳۸۵

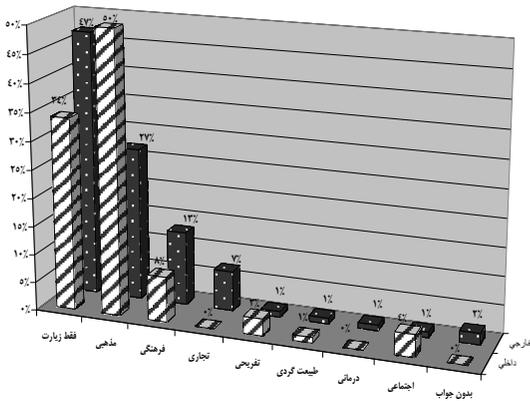
۷. اهداف و انگیزه های گردشگران شهر مشهد

براساس مطالعات میدانی به عمل آمده (پرسشنامه) از گردشگران داخلی شهر مشهد در سال ۱۳۸۴ نیمی (۵۰ درصد) از گردشگران داخلی هدف وانگیزه اصلی خود را از مسافرت و گردش به شهر مشهد گردشگری مذهبی ذکر کرده اند؛ این نسبت در مورد گردشگران خارجی (بین المللی) ۲۷ درصد بوده است. پس از گردشگری مذهبی، بیشترین نسبت (۳۴ درصد) هدف گردشگران داخلی، فقط زیارت (زائر) حضرت رضا (ع) قرار داشته؛ که این نسبت برای گردشگران خارجی در ردیف اول با ۴۷ درصد بوده است. بنابراین هدف از مسافرت ۸۴ درصد از گردشگران داخلی و ۷۴ درصد از گردشگران خارجی به شهر مشهد زیارت و گردشگری مذهبی بوده است.

انگیزه گردشگری فرهنگی در بین گردشگران داخلی ۸ درصد و در بین گردشگران خارجی ۱۳ درصد بوده است لذا اگر نسبت گردشگری مذهبی - فرهنگی را در میان گردشگران (داخلی - خارجی) شهر مشهد مورد سنجش قرار دهیم به ترتیب نسبت آنها ۹۲ درصد و ۸۷ درصد خواهد شد؛ که به نوبه خود بیان کننده غلبه کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی شهر مشهد است. سپس بیشترین نسبت انگیزه گردشگران داخلی شهر مشهد اختصاص به گردشگران اجتماعی (۴ درصد) و برای گردشگران خارجی اختصاص به گردشگر تجاری (۷ درصد) داشته و سایر انگیزه ها در ردیفهای بعدی (هر کدام ۱ درصد یا کمتر) قرار داشته است.

اگر مقایسه ای بین انگیزه های گردشگران داخلی و خارجی داشته باشیم؛ درخواهیم یافت که روند کلی هر دو یکسان بوده است با این تفاوت که زیارت وانگیزه های فرهنگی و تجاری در میان گردشگران خارجی نسبت به انگیزه گردشگری مذهبی و اجتماعی افزونتر بوده که متاثر از بعد مکانی است.

نسبت اهداف گردشگران داخلی و خارجی مذهبی - فرهنگی شهر مشهد - ۱۳۸۴



. مأخذ: مطالعات میدانی ۱۳۸۴

### نتیجه گیری

با توجه به آنچه گذشت ، باید اذعان داشت که گردشگری مذهبی یکی از انواع رایج و شناخته شده متن گردشگری در جهان و از جمله کشورمان است که همه ساله هزاران نفر را با انگیزه مذهبی- دینی جهت زیارت ( ثواب، شفاعت، حاجت، قربت به خدا و.. ) به شهر مشهد ، می کشاند.

به هر حال رئوس ساختار خاص گردشگری مذهبی- فرهنگی مشهد را می توان به گونه ذیل تقسیم کرد:

۱. این نوع گردشگری علاوه بر اوقات فراغت تابع ایام خاص مذهبی (مانند -روز شهادت حضرت رضا، تاسوعا، عاشورا، ۲۸ صفر و...) نیز می باشد؛ به طوری که بر اساس آمار اطلاعات اخذ شده از تعداد گردشگران ورودی به شهر مشهد در سال ۱۳۸۴، نسبت ۳۰ درصد در فصل تابستان ایام اوقات فراغت سالانه و نیز ۹/۸۷ درصد فروردین و ۷/۸ درصد در اسفند ماه، مصادف با ایام مراسم سوگواری (ماه محرم و ایام سوگواری

حضرت رسول اکرم (ص) و حضرت رضا (ع) و حضرت امام حسن مجتبی (ع)) بوده است.

۲. علت وجود اولیه این مکان به عنوان مکانی مقدس بر خواسته از باورهای دینی - مذهبی به اصل امامت (امام هشتم شیعیان) بوده است.

۳. دولت نقش مؤثری را در میزان حجم توسعه و عمران این مکان بر عهده دارد (دولتهای سیاسی معمولاً با استفاده از موقعیت این مکانها سعی می نمایند برای خود نیز محبوبیت و قدرت کسب نمایند).

۴. هیئت های مذهبی نقش مؤثری را در سازماندهی و توسعه گردشگری در این شهر بر عهده دارند.

۵. ساختار جاذبه های شهر حول جاذبه اصلی (مجموعه حرم مطهر) شکل گرفته است البته وجود سایر جاذبه ها گردشگری نقش و کارکرد خود را مدیون جاذبه اصلی شهر می باشد، ضمن اینکه تنوع این جاذبه ها بر مطلوبیت و نسبت جذابیت این شهر افزوده است.

۶. ساختار حمل و نقل شهر مشهد با توجه به ساختار اقتصادی - اجتماعی گردشگران شکل گرفته به طوری که ۶۶/۷۳ درصد مسافریین زمینی ۲۰/۶۷ درصد راه آهن و بقیه (۱۲/۶ درصد) از راه فرودگاه بوده است.

۷. ساختار خدمات شهر به تبعیت از نوع گردشگری عمدتاً تقاضا برای واحدهای اقامتی ارزان قیمت (همانند حسینیه ها، خانه های اجاره ای و زائرسراها) و تقاضا برای واحدهای گران قیمت مانند هتل و هتل آپارتمان محدود بوده است. بعلاوه باتوجه به ساختار جمعیتی گردشگران واحدهای پذیرایی عمدتاً نقش آشپزخانه ای داشته و با ارائه غذاهای آماده و ارزان قیمت فعالیت می نماید.

درنهایت باید اذعان داشت با توجه به روند تاریخی گردشگری شهر پیش بینی می شود که ساختار گردشگری شهر از شکل زیارتی باتوجه به تغییر در نگرشهای عمومی جامعه و جهانی به سمت گردشگری مذهبی - فرهنگی (گردشگری چند منظوره) با اولویت زیارت افزایش پیدا خواهد کرد؛ لذا جهت بهره مند شدن بیشتر از کارکردهای اقتصاد فرهنگی در استان و همچنین بهره گیری از کارکردهای این شکل از گردشگری برای تعاملات دینی - فرهنگی به هم بستگی با جهان اسلام شایسته است در این زمینه برنامه ریزان و پژوهشگران در برنامه های آتی خود بازنگری داشته باشند.

فهرست منابع و مآخذ :

۱. اتحادیه رستوران داران، ۱۳۸۴
۲. اداره کل روابط عمومی آستان قدس رضوی، ۱۳۸۴.
۳. امور فرهنگی آستان قدس: *آستان قدس دیروز، امروز، انتشارات آستان قدس رضوی، مشهد، ۱۳۵۶ ش.*
۴. راه آهن جمهوری اسلامی ایران، راه آهن مشهد، ۱۳۸۳.
۵. رضایی، عبدالعظیم: *تاریخ ادیان جهان رضایی، تهران، بی تا، ۳ جلد، جلد سوم.*
۶. سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان خراسان رضوی: *سالنامه آماری استان خراسان رضوی ۱۳۸۳، چاپخانه بهرنگ، آذرماه سال ۱۳۸۴.*
۷. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری خراسان رضوی، واحد آمار و اطلاعات ۱۳۸۴.
۸. شکویی، حسین: «جغرافیا و مذاهب»: *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، انتشارات آستان قدس رضوی، شماره مسلسل ۳۰، پائیز ۱۳۷۲.*
۹. قصابیان، محمد رضا: *تاریخ مشهد از پیدایش تا آغاز دوره افشاریه، انتشارات انحصار، مشهد، ۱۳۷۷.*
۱۰. کریستین سن، آرتور: *ایران در زمان ساسانیان، ترجمه رشید یاسمی، تهران، دنیای کتاب، چاپ ششم، ۱۳۶۹.*

۱۱. مرکز آمار ایران : سرشماری عمومی نفوس و مسکن - ۱۳۷۵ : نتایج تفصیلی شهرستان مشهد / مرکز آمار ایران. \_ تهران : مرکز آمار ایران، ۱۳۷۶.
۱۲. شهرداری مشهد، معاونت فنی شهر سازی، ۱۳۸۳.
۱۳. ماله، آلبر ایزاک، ژول، تاریخ ملل شرق و یونان، ترجمه عبدالحسین هژیر، دنیای کتاب، جلد اول، چاپ دوم، ۱۳۶۶.
۱۴. مجمع امور صنفی مشهد، ۱۳۸۴.
۱۵. مولوی، عبدالحمید : «آستان قدس رضوی»، در دانشنامه ایران و اسلام، دفتر ۱، ۱۳۵۴.
۱۶. هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران، واحد مشهد، روابط عمومی، ۱۳۸۳.
۱۷. ویل دورانت، تاریخ تمدن، ترجمه احمد آرام / ع. پاشایی، تهران، انقلاب اسلامی یازده جلد، جلد اول و دوم ، چاپ سوم ۱۳۷۰.
۱۸. ICEP. (۱۹۹۷) "Turismo Religioso", Turismo-Mercados Emissores , n. °۱۲.
۱۹. Jill, Kamill (۲۰۰۰) religions tourism a bag business , Al - Ahram , file : //A:\Al - Ahram %۲۰ Weekly %۲۰%۲۰ Travel %۲۰%۲۰ Religious %۲۰ tourism %۲۰ as ...<http://WWW.weekly.ahram.org.eg/۲۰۰۰/۴۶۹/Tr۲.htm>.
۲۰. Low, Christopherm (۲۰۰۲)Urban tourism, continuum.
۲۱. Nolan,M.L/Nolan,s ( ۱۹۸۹ ) Christian Pilgage in Modern Western Europe Chapel Hill , the university of North Carolina press.
۲۲. ([www.aqrazavi.org/h۱۳۲.htm](http://www.aqrazavi.org/h۱۳۲.htm))