

دلالت‌های سیاست‌گذارانه در توسعه گردشگری فرهنگی حوزه توس مشهد

آرش قهرمان (دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، عضو تمام‌وقت پژوهشکده گردشگری سازمان

جهاد دانشگاهی خراسان رضوی، مشهد، ایران، نویسنده مسئول)

ghahreman@acecr.ac.ir

فرزانه خوشه‌بست (دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ و مسئول فرهنگی گردشگری

توس شهرداری مشهد، ایران)

khooshebast_fa@yahoo.com

علیرضا فارسی (دانشجوی کارشناسی ارشد گردشگری مذهبی و کارشناس فرهنگی، اجتماعی و گردشگری منطقه

۱۲، شهرداری مشهد، ایران)

farsi-ar@mashhad.ir

چکیده

در این تحقیق سعی بر آن است این سؤال اساسی بررسی شود که از منظر اقتصاد سیاسی، شهری که دارای ظرفیت‌های چندگانه گردشگری است، براساس چه ملاحظات مدلی راهبردی توسعه شهری خود در حوزه گردشگری فرهنگی را تدوین کند. اقتصاد سیاسی گردشگری نقطه‌ای نوعی مفهوم‌سازی نویسنده است که سطح تحلیل آن از مقصد گردشگری به نقطه یا سایت گردشگری تغییر می‌کند. این پژوهش به لحاظ روش‌شناختی جزو روش‌های ترکیبی و به لحاظ نوع پژوهش جز مطالعات موردی است؛ به طوری که در گام اول مبتنی بر مطالعه مروری سیستماتیک و در گام دوم نظریات مستخرج بریک مورد مطالعه میدانی تطبیق داده شده است؛ بر همین اساس با استفاده از تکنیک ویکور، برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در شهر مشهد با استفاده از ملاحظات اجرای برنامه‌ها و گروه‌های درگیر رتبه‌بندی شد. نتایج نشان داد که براساس هر دو شاخص، توسعه

گردشگری توس در شهر مشهد براساس گروه‌های درگیر یا مرتبط با برنامه و براساس شاخص ویکور ۰/۶۴ دارای رتبه ۳ و براساس ملاحظات اجرای برنامه‌ها براساس شاخص ویکور ۱ دارای رتبه ۵ است؛ بنابراین خارج از اولویت‌های اصلی خبرگان است و شرط تحقق آن ارتقای جایگاه بخش مردمی و خصوصی در تصمیم‌سازی و حتی تصمیم‌گیری در فرایند مدیریت و برنامه‌ریزی نقطه‌ای گردشگری توس است که به فعالیت هم‌پیوند و همسوی مردم و دولت در منطقه منجر شود.

کلیدواژه‌ها: گردشگری نقطه‌ای محور، سیاست‌گذاری گردشگری، دولت محلی،

مدیریت شهری، تکنیک ویکور، گردشگری فرهنگی.

۱. مقدمه

اقتصاد سیاسی می‌کوشد دولتمردان را در زمینه نحوه بهتر اداره کردن امور اقتصادی دولت راهنمایی کند تا نیازهای شهروندان تأمین شود (کاپوراسو و لوین، ۱۳۸۷، ص. ۹)؛ به‌عنوان مثال، در حوزه گردشگری، اقتصاد سیاسی گردشگری یعنی تأثیر پدیده‌های سیاسی بر ابعاد اقتصادی گردشگری. در مبحث بررسی مفهوم سیاست چند رویکرد قابل طرح است؛ در یکی از رویکردهای ذکر شده سیاست به مثابه حکومت است. در این رویکرد سیاست شامل فعالیت‌ها، فرایندها و ساختارهای حکومت می‌شود. رویکرد سیاست به مثابه حکومت تعریفی از سیاست برحسب سازمان، قوانین و عوامل، عرضه می‌کند (کاپوراسو و لوین، ۱۳۸۷، صص. ۲۱-۲۲). این امر در سطح ملی شامل مواردی چون تأثیر سیاست‌گذاری‌های کلان حکومتی درباره تنظیم مناسبات بین‌المللی له یا علیه برخی کشورها و تسهیلاتی می‌شود که می‌توان برای حضور در برخی مقاصد گردشگری در نظر گرفت و در سطح محلی مواردی از قبیل اهمیت دادن به سفرهای مذهبی در داخل کشور و ترغیب سازمان‌ها برای در نظر گرفتن

برخی تمهیدات مانند پرداخت وام سفر یا برنامه‌ریزی سفرهای گروهی برای سازمان‌های دولتی در مقاصد گردشگری داخلی درخور توجه است.

توسعه گردشگری از جمله گردشگری فرهنگی برای دستیابی به پایداری نیازمند توجه به تمامی ابعاد اقتصادی، فرهنگی اجتماعی، سیاسی و همچنین زیست‌محیطی است؛ براین اساس در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی اقدامات توسعه‌ای در مناطق هدف گردشگری توجه هم‌زمان به ابعاد چندگانه آن انتظار می‌رود. رویکردهای مختلف اقتصادی و سیاسی به گردشگری در هنگام طرح مدل‌های توسعه‌ای در برخی مناطق گردشگری پذیر با توجه به تنوع ذی‌نفعان مورد توجه است. اقتصادی تعریف کردن یک پدیده مانند گردشگری یعنی تلاش برای رسیدن به درآمدزایی روشن و در دسترس براساس شرایط موجود که مشتمل بر امکانات و تنگناهای بیرونی است؛ هنگامی که مدیریت شهری در تدبیر توسعه منطقه براساس ظرفیت‌های گردشگری آن منطقه است. یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مدیریت جامع شهری در طراحی راهبردهای توسعه شهری براساس نگاه توسعه پایدار، شناسایی الزامات آن است. براساس آنچه ذکر شد، سؤال اصلی این پژوهش این است که از منظر اقتصاد سیاسی، شهری همچون مشهد که دارای ظرفیت‌های چندگانه گردشگری است، براساس چه ملاحظاتی مدل راهبردی توسعه شهری خود در حوزه گردشگری توس را تدوی کند؟ به عبارتی دلالت‌های سیاست‌گذارانه در توسعه فرهنگی گردشگری حوزه توس براساس چه ملاحظاتی شکل بگیرد؟

۲. مبانی نظری تحقیق

۲.۱. توسعه پایدار گردشگری

توسعه گردشگری، گسترش گردشگری و جذب گردشگران به یک منطقه با استفاده از منابع موجود به گونه‌ای است که ضمن پاسخ‌گویی به نیازهای اقتصادی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و انتظارات گردشگران، بتوان وحدت و هویت فرهنگی، سلامت محیط‌زیست، تعادل اقتصادی مقصد و میهمانان آن‌ها را به طور متوازن و پیوسته در حد بهینه تأمین کرد

(صدافتی و غفوریان، ۱۳۹۰). توسعه فرایند تغییر در استفاده از منابع، هدایت سرمایه گذاری-ها، سمت گیری توسعه تکنولوژی و تغییر ساختاری و نهادی است که با نیازهای حال و آینده سازگار باشد. مفهوم جدید توسعه کلی نگر است و همه ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، زیست محیطی و دیگر نیازهای بشری را در بر می گیرد؛ به عبارتی، مهم ترین جاذبه در توسعه نوین جامع نگر است. پایداری در گردشگری مستلزم توجه نظام مند به ابعاد فنی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تاریخی و زیست محیطی در حرکت به سوی استفاده از جاذبه های گردشگری مطابق با نیاز امروز و حفظ و ماندگاری این منابع برای آینده است (معاونت تحقیقات، آموزش و برنامه ریزی گردشگری، ۱۳۸۲). پایداری فرهنگی و اجتماعی تضمین کننده این است که توسعه با فرهنگ و ارزش های مردمی که متأثر از آن هستند، سازگار است و هویت جامعه را حفظ می کند. پایداری اقتصادی نیز تضمین می کند که توسعه واجد کارایی اقتصادی است و منابع باید به ترتیبی اداره شوند که بتوانند پشتیبان نسل های آینده باشند؛ چون انسان به عنوان مرکز توجهات توسعه پایدار معرفی شده است (لواسانی، ۱۳۷۴، ص. ۱۱۴).

از مهم ترین اعلامیه های اجلاس های برگزار شده درباره توسعه، اعلامیه ریو است. مهم ترین نکات این اعلامیه عبارت است از:

- توسعه حقی است که باید به صورت مساوی، نسل های کنونی و آینده را زیر پوشش قرار دارد؛

- در دستیابی به توسعه پایدار، انسان مرکز توجه است و انسان ها هماهنگ با طبیعت سزاوار حیاتی توأم با سلامتی و سازندگی هستند؛

- تا زمانی که دگرسازی سیستماتیک برای تغییر میراث و مقاصد فرهنگی به چیزی که بتواند احتیاجات و خواسته های گردشگران را مرتفع کند صورت نگیرد، به عنوان محصول

گردشگری محسوب نمی‌شود (یانسن وربک و لیووا^۱، ۱۹۹۹) و به‌عنوان نقطه گردشگری قادر به جذب گردشگر و شکل‌گیری جریان گردشگری نخواهد بود. سیلبربرگ^۲ (۱۹۹۵) محصولات گردشگری فرهنگی را در زنجیره‌ای با عنوان متمایل، آماده و قادر طبقه‌بندی می‌کند. در یک سمت گردشگری مقاصد و محصولاتی هستند که در حال حاضر مخاطبی به خود جذب نمی‌کنند، اما این امر را به‌عنوان یک هدف برای خود در نظر دارند. در وسط زنجیره آن‌هایی هستند که نه تنها به جذب گردشگر تمایل دارند، بلکه برای مصرف گردشگران نیز آماده‌اند. در سر دیگر زنجیره به مواردی اشاره می‌شود که برای جذب گردشگر توانا هستند و برای پذیرش گردشگر تمهیداتی نیز آماده کرده‌اند. دستیابی به توسعه پایدار در گردشگری فرهنگی مستلزم قرارگیری مقصد در دسته سوم و توجه هم‌زمان و هماهنگ به ابعاد اجتماعی فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی است. مقاصدی که در دسته سوم جای نمی‌گیرند، برای دستیابی به توسعه تلاش و دقت نظر بیشتری را می‌طلبند. مقصد توس نیز از این حیث دارای اهمیتی دوچندان است.

۲.۲. گردشگری فرهنگی

نشانه‌شناسی گردشگری به‌عنوان یک واقعیت فضایی با پیامدهای مختلف، مقیاس جهانی یافته است و به‌عنوان بارزترین نشانه جهانی سازی به شکل‌گیری «دهکده جهانی گردشگری»^۳ فرصت حضور داده است. این پدیده هم‌زاد با مدرنیته که در پیوند با سرمایه‌داری، جریانی جهانی را بین مبادی و مقاصد مختلف با الگوهای فضایی و گونه‌شناسی چندگانه شکل داده است، سمت و سوی آن بیش از هر چیز به سیاست‌گذاری‌های فضاها و سرزمینی در بهبود جایگاه‌شان در عرصه «ژئوپلیتیک گردشگری» (سقایی، ۱۳۸۸) وابسته است. انتفاع و بهره‌مندی از جریان جهانی گردشگری که ۷ درصد از

1. Jansen-Verbeke & Lievois

2. Silberberg

3. global village tourism

صادرات جهانی کالا و خدمات را به خود اختصاص می‌دهد و میزان درآمد حاصل از آن به ۲۱۷ میلیارد دلار می‌رسد (سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۱۵)، در وهله اول نیازمند شناخت ماهیت و هستی‌شناسی گردشگری عصر حاضر و همچنین شناخت الگوهای فضایی و گونه‌های جریان گردشگری جهانی است. در واقع گردشگری در عصر حاضر بر بستر تحولات سرمایه‌داری سازمان‌نیافته و برآمدن شیوه تولید پسافوردیسم شکل گرفته، جریانی از گردشگری را در مقیاس جهانی به دنبال داشت که از آن به تاسی از شیوه تولید پسافوردیسم با اصطلاح «گردشگری پسافوردی»^۲ یاد می‌کنیم (سقای، جوانبخت و عیدی، ۱۳۹۵).

گردشگری پسافوردی به عنوان یک فرایند پویا از تجارت آزاد مبتنی بر عرضه و تقاضا، به باز تولید گونه‌های مختلفی از تولید محصول در مقاصد مختلف منتهی شده است و گستره وسیعی از فعالیت‌ها را از انگیزش سفر تا امتداد تجربه گردشگری در مبادی سفر در بر گرفته است.

با گسترش و توسعه گردشگری پسافوردی، بازتولید محصول گردشگری در دو سطح و اساسی ساختاری و عملکردی صورت گرفت. از یک سو بسترهای شکل‌گیری گونه‌های مختلف گردشگری مهیا شد و از سوی دیگر خدمات مهمان‌نوازی به صورت فزاینده به ارائه خدمات با کیفیت گرایش یافت. اشکال متنوع بازار تقاضای گردشگری بازتابی از خواسته‌های مسافران و گردشگران است. اشکالی متفاوت که از گذار ساختار شکنانه گردشگری انبوه سر برآوردند و در کنش با رفتاری متقابل به تولید متن فضایی خاص خود (سقای، خواجه‌شاهکوهی و جوانبخت، ۱۳۹۱) مبادرت ورزیدند. از جمله این اشکال، گردشگری فرهنگی است که به عنوان یک انگیزاننده، با اهمیت بسیار در جذب گردشگر از مناطق مختلف جهان عمل می‌کند.

1. UNWTO

2. post-fordism tourism

گردش‌های فرهنگی بحث درباره آن بخش از صنعت است که به جذابیت‌های فرهنگی توجه می‌کند (چاک^۱، ۱۳۸۷، ص. ۱۷۷). آن دسته از گردشگرانی که با هدف شناخت فرهنگ، هنر، تئاتر، موسیقی، آداب و رسوم، صنایع دستی، معماری و آثار تاریخی هر منطقه به آن منطقه سفر می‌کنند، گردشگر فرهنگی نامیده می‌شوند (کاظمی‌زاد تارمیان و ابراهیم‌زاده، ۲۰۱۰). گردشگری فرهنگی در بعد مفهومی، حرکت انسان و جدانشدن او از مکان معمولی سکونت با هدف دیدار از جاذبه‌های فرهنگی، به دست آوردن اطلاعات و تجربه جدید برای ارضای نیازهای فرهنگی تعریف شده است (پاپلی یزدی، سقایی، ۱۳۸۵، ص. ۵۶). جاذبه‌های فرهنگی شامل تمام تجلی‌ها و تبلورهای بیرونی و فرهنگ هر کشور چون نگرش‌ها، شیوه زندگی، آثار میراثی، یادمان‌ها، فرصت‌ها و رخدادهاست که می‌توان آن‌ها را دید، نمایش داد و به نوعی عرضه کرد (کاظمی، ۱۳۸۵؛ سیلبربرگ^۲، ۱۹۹۵، ص. ۲). چشم‌انداز فرهنگی که بیانگر دانش بومی در تطبیق با محیط است، شامل همان آموخته‌هایی است که در تصور بین‌نسلی آشکار می‌شود و درباره شیوه‌های چگونه فکرکردن و چگونه درک کردن جهان است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵، ص. ۵۶). سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۳ برآورد کرده است که گردشگری فرهنگی در سال ۲۰۰۶ حدود ۳۰ درصد از صادرات خدمات دنیا را به خود اختصاص داده است (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۰۸).

۲.۳. طبقه‌بندی مفهومی حوزه اقتصاد سیاسی گردشگری از منظر توسعه شهری

در حوزه اقتصاد سیاسی گردشگری می‌توان گفت گردشگری خصلت خودنابودکنندگی دارد؛ یعنی توسعه نامحدود و بی‌ملاحظه آن باعث نابودی خودش می‌شود. توسعه گردشگری در هر مقصد گردشگری باید در چهارچوب ظرفیت تحمل آن منطقه باشد. ظرفیت تحمل خود ابعاد چندگانه فیزیکی، زیست‌محیطی و اجتماعی دارد؛ برای مثال، توسعه بی‌ضابطه گردشگری می‌تواند به شرایط زیست‌محیطی یک مقصد گردشگری لطمه وارد کند و شرایط طبیعی یک منطقه را که خود جزو جاذبه‌های گردشگری منطقه است، تضعیف کند.

1. Chuck
2. Silberg
3. OECD

همچنین ممکن است توسعه گردشگری در یک منطقه سبب حضور بی مقدمه گردشگرانی شود که واجد سبک‌های زندگی ویژه‌ای هستند و موجب اختلالاتی در مناسبات گردشگر-میزبان پدید آورد (آن چیزی که در برخی روستاها نظیر ایبانه در نزدیکی کاشان یا کنگ در اطراف مشهد پدید آورد). رویکرد اقتصادی به سیاست به‌دنبال عقلانی‌کردن عرصه سیاست‌گذاری است.

توجه اقتصاد دولت‌مدار به نظارت بر حوزه اقتصاد است. این نظارت به دلیل بی‌کفایتی بازار نیست؛ بلکه به خاطر ارزش‌ها و اهداف فرااقتصادی است که بازار انگیزه‌ای برای دنبال کردن آن ندارد؛ زیرا این اهداف در زمره اهداف پربازده محسوب نمی‌شوند. دست‌کم بازده آن چون متوجه عموم مردم است، برای بخش خصوصی زودبازده محسوب نمی‌شود و بنابراین دولت وارد سرمایه‌گذاری در این حوزه می‌شود تا هدف اصلی تأمین عدالت اجتماعی بهتر محقق شود. با الهام از رویکرد اقتصادی قدرت‌مدار و دولت‌مدار در حوزه اقتصاد سیاسی گردشگری می‌توان گفت در کشورهای توسعه‌یافته مردم عمدتاً از دولت و حکومت انتظار ایجاد امنیت و نظارت بر قانون را دارند. حکومت و دولت محمل ثروت و ثروت‌یابی نیست. در نظام‌های سیاسی تمرکزگرا حتی اگر بتوان دقیق‌ترین نظام قانونی را طراحی کرد، وقتی بیشتر منابع ثروت یک کشور نزد حکومت و دولت است، دست‌کم از لحاظ نظری نمی‌توان انتظار توزیع ثروت و عدالت اجتماعی و سلامت نظام اداری را داشت. از یک منظر می‌توان گفت توسعه‌یافتگی نتیجه تفکیک قدرت اقتصادی از قدرت سیاسی یک کشور است. در عرصه گردشگری گاه شاهد این هستیم که در یک مقصد گردشگری با آنکه متوسط میزان اشغال تخت در هتل‌های موجود کمتر از حد متعارف است، با وجود این هتل‌های جدیدتری ایجاد می‌شود؛ زیرا دریافت امتیاز مجوزها برای اشخاص حقیقی - با توجه به موقعیت حقوقی - تسهیل شده است.

جدول ۱- دیدگاه‌های نظری درباره اقتصاد سیاسی گردشگری و ماهیت سیاسی تصمیمات غیرسیاسی شهر

نظریه پرداز	گزاره‌های پایه توصیفی و تحلیلی	پیامدهای عمومی و در حوزه شهری
مایر ^۱ (۲۰۱۲)	اقتصاد سیاسی گردشگری در صدد آن است که سؤالاتی را درباره ماهیت، نقش و تأثیر تولید و مصرف گردشگری طرح کند و به روابط قدرت بپردازد (مایر، ۲۰۱۲، ص. ۱۲۷۶).	غالب مقاصد گردشگری دارای ظرفیت‌هایی چندگانه برای توسعه گردشگری هستند، اما در بین این اشکال چندگانه یک مسیر ویژه مورد توجه قرار می‌گیرد و توسعه گردشگری در آن مسیر اتفاق می‌افتد؛ برای مثال، شهر مشهد هم ظرفیت گردشگری تاریخی-فرهنگی و هم ظرفیت توسعه گردشگری مذهبی و زیارت دارد، اما صرفاً به گردشگری مذهبی و زیارت توجه می‌شود. ساختار مذهبی گروه‌های ذی‌نفع شهری و وجود حوزه‌های علمیه مبین این جهت‌گیری است.
وان ^۲ (۲۰۱۳)	اقتصاد گردشگری به بررسی تأثیر سیاست به انتخاب‌های یک جامعه می‌پردازد؛ به بیان دیگر و از زبان جزاپ می‌توان گفت که اقتصاد گردشگری مفهوم مفیدی است که به ما کمک می‌کند متوجه تأثیرات شرایط اقتصادی و سیاسی یک جامعه بر شکل‌دهی روابط قدرت در بین کنشگران کلیدی یک جامعه باشیم.	محیط اقتصادی-سیاسی یک شهر از طریق ایجاد پارامتر و مشروعیت تعاملات سیاسی محلی و تصمیم‌گیری و به‌ویژه نقش دولت در فرایند تصمیم‌گیری (دیگیتانو و کلمانسکی، ۱۹۹۹) سبب می‌شود که فرصت‌هایی برای ترازبندی‌های دولتی (ساختارهای قدرت و اتحاد) پدید آید که سبب ایجاد محدودیت‌هایی برای دیگران می‌شود. آنچه روابط قدرت در شهر را شکل می‌دهد، دراصل اقتصاد سیاسی شهر است. این روابط قدرت در مدیریت تنظیمات اداری گردشگری منعکس می‌شود.

1. Mair

2. Wan

3. Digitano & Clemoneski

<p>در این چهارچوب اختلافات فرهنگی-ایدئولوژیک میان ذی‌نفعان روبنا و منافع اقتصادی-مالی زیر بنا فرض می‌شود. فهم گردشگری در کلانشهر مذهبی مشهد که دارای ذی‌نفعان چندگانه محلی و ملی است، در این چهارچوب وضوح بیشتری می‌یابد.</p>	<p>اقتصاد سیاسی گردشگری بر این نکته تأکید دارد که چگونه توزیع و رقابت بر سر قدرت و منابع می‌تواند پایه‌های منافع اساسی و مشوق‌ها را وضوح بخشد که آن در نوع خود به تقویت یا تضعیف تغییرات می‌انجامد.</p>	<p>کول^۱ (۲۰۱۲)</p>
<p>رویکرد اقتصاد سیاسی در حوزه گردشگری به دنبال فراهم آوردن بنیانی برای فهم بهتر سهم دولت و نیز اهمیت اعتماد شهروندان به نهادهای دولتی است. پورسل و نوین^۶ به این نکته اشاره داشتند که روابط پایدار سیاسی میان دولت و شهروندان عناصری مهم در مشروعیت سیاسی و کارآمدی اقتدار محسوب می‌شوند (پورسل و نوین، ۲۰۰۵). و ضمانت بخش اعمال اراده عمومی است. به عقیده برامول، فقدان مشروعیت سبب ایجاد ناپایداری‌های اجتماعی و سیاسی می‌شود که آن‌ها در نوع خود پایداری فعالیت‌های اقتصادی را با مخاطره مواجه می‌کنند (برامول، ۲۰۱۱).</p>	<p>اقتصاد سیاسی افزون بر آنکه برای فهم مداخلات دولت در توسعه گردشگری مفید است، تأکیدی نیز بر اهمیت روابط دولت با جامعه دارد. به عقیده جزاپ^۳ اقتصاد سیاسی نقطه آغازین پذیرش این نکته است که دولت را باید به‌مثابه یک رابطه اجتماعی پذیرفت. از منظر او دولت دارای خمیرمایه‌ای اجتماعی است جزاپ و پاور (۲۰۰۸)، ص. ۱۵). به عقیده بسلی و بورگس^۴، پاسخگویی دولت به شهروندان یک موضوع اساسی در اقتصاد سیاسی است (بسلی و بورگس، ۲۰۰۲). به عقیده برامول^۵ نقش اساسی دولت پاسخگویی به شهروندان درباره سیاست‌های اتخاذ شده است (برامول، ۲۰۱۱).</p>	<p>نانونکو، رامیکسون و گورسی^۲ (۲۰۱۲) (در سطح تحلیل کشور)</p>

1. Cole
2. Nunkoo, Ramkissoon, & Gursoy
3. Jessop
4. Besley & Burgess
5. Bramall
6. Purcell & Nevin

<p>بر این اساس مدیران شهری در مناطق گردشگری پذیر باید به دنبال افزایش پذیرش جمعی شهروندان باشند و حمایت اجتماعی را از مجموعه سرمایه-گذاری‌های توسعه‌ای بخش گردشگری افزایش دهند. این تدبیر در چهارچوب توسعه پایدار گردشگری و سیاست‌های آمایش منطقه نیز توضیح‌دانی است.</p>	<p>اقتصاد سیاسی مفهوم مفیدی است که از آن برای فهم بهتر فعالیت‌های دولتی و سهم آن‌ها در گردشگری استفاده می‌شود (درج و جنکیز^۱، ۲۰۰۷؛ برامول، ۲۰۱۱). اقتصاد سیاسی موضوع خود را با ماهیت سیاسی تصمیم‌گیری و اینکه چگونه امور سیاسی در تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌ها تأثیر می‌گذارد، آغاز می‌کند (نانوکو و همکاران، ۲۰۱۲، ص. ۱۵۴۰).</p>	<p>نانکو و همکاران (۲۰۱۲) (در سطح تحلیل شهر)</p>
---	---	--

جدول ۲- دیدگاه‌های نظری درباره نقش دولت‌های محلی در توسعه شهری از منظر اقتصاد سیاسی گردشگری

آثار پیامدی در حوزه شهری	آثار پیامدی عمومی	مفهوم پایه	نظریه پرداز
<p>گاه برای انجام دادن یک مجموعه سرمایه‌گذاری به مستمسک‌ها و پوشش‌های قانونی نیاز است. اگر منافع گروه‌های ذی‌نفع شهری اقتضا کند مثلاً یک بخش از شهر توسعه ویژه یابد، قرارداد آن بخش در قالب مناطق نمونه گردشگری می‌تواند زمینه جذب سرمایه‌های کلان بانک‌ها و امتیازات نهادهای حکومتی را فراهم کند.</p>		<p>سیاست‌گذاریهای گردشگری و منافع پنهان سازمان‌های مرتبط</p>	<p>بیری^۲ (۲۰۱۲)</p>

1. Dredge & Jenkins

2. Beery

<p>دلیل دیگر مداخله دولت حمایت او از میراث فرهنگی و تاریخی منطقه است. نگاه صرفاً اقتصادی به گردشگری گاهی سبب واردشدن لطمه‌هایی به میراث تاریخی-فرهنگی منطقه می‌شود؛ براین اساس انتظاری که از حکمرانی می‌شود این است که از این گونه لطمات جلوگیری کند؛ اقدامی که به افزایش مشروعیت فرهنگی و سیاسی حاکمیت منجر می‌شود.</p> <p>به نظر هاریسون حکمرانی گردشگری میراث مشتمل بر فرایندی است که در آن گروه‌ها و نهادهای متعدد برای کسب قدرت و نفوذ بیشتر یکدیگر را فریب می‌دهند (هاریسون^۳، ۲۰۰۴، ص. ۲۸۵). استفاده از این ملاحظات در چهارچوب مسائل شهری مشهد مبین این نکته است که توسعه گردشگری در مشهد و فهم مسیر آن مستلزم دانستن گروه‌های ذی‌نفع شهری در این شهر است. این گروه‌ها مجموعه وسیعی هستند که هرکدام از یک منظر منافعشان با چگونگی توسعه گردشگری در مشهد پیوند خورده است.</p>	<p>از منظر اقتصاد سیاسی مداخله حمایتی حاکمیت از گردشگری مبتنی بر دو دلیل است: نخستین نگرانی مربوط به احتمال کاهش سرمایه در بخش گردشگری در زمان حال یا آینده است (جونز، گیبز و وایل، ۲۰۱۰) این نکته به این دلیل درخور تأمل است که فشار بازار گاهی مدیران را به سمت اتخاذ سیاست‌هایی سوق می‌دهد که متضمن منافع کوتاه‌مدت است و در این میان حفظ توسعه پایدار در قلمرو گردشگری مستلزم مداخله حاکمیت در این امر است.</p>	<p>نقش دولت در تعیین اولویت‌ها و نحوه ارتقای هژمونی گروه‌های ذی‌نفع در اقتصاد سیاسی نظام اجتماعی به‌مثابه یک کل در نظر گرفته می‌شود؛ بنابراین بخش‌های متنوع جامعه اجزای آن کل هستند. نیروهای پیش‌ران تغییرات در یک نظام اجتماعی با مخالفت‌ها و تضادهای درون و میان این عناصر کل مرتبط هستند.</p>	<p>وانگ و برانول (۲۰۱۲)</p>
---	---	--	-----------------------------

1. Wong & Branwell
2. Jonas, Gibbs & While
3. Harrison

جدول ۳- دیدگاه‌های نظری درباره نقش گروه‌های ذی‌نفع در توسعه شهری از منظر اقتصاد سیاسی گردشگری

آثار پیامدی در حوزه شهری	مفهوم پایه	نظریه پرداز
محیط‌های شهری به‌ویژه مراکزی که در آن اقتصاد شهری مبتنی بر گردشگری و توسعه آن است، باید به رصد درک جامعه میزبان از گردشگری و موازنه ذهنی کنشگران آن نسبت به برآیند منافع و هزینه‌های گردشگری پردازند. پایش نظرات افکار عمومی و اقناع ایشان درباره دستاوردهای گردشگری سبب افزایش اعتماد اجتماعی مقصد گردشگری در زمینه پدیده گردشگری خواهد شد.	حمایت از گردشگری در جامعه میزبان	نانونکو و اسمیت ^۱ (۲۰۱۳)
منافع سرمایه‌گذاران خارجی به ضرر بیشتر ساکنان بومی و توسعه پایدار آن منطقه می‌انجامد. در شرایطی این امر ممکن است به لحاظ توسعه‌ای به عاملی اختلال‌آور منجر شود و به ناآرامی‌های اجتماعی و ناپایداری‌های سیاسی بینجامد. رشد گردشگری در جامعه میزبان نظام‌های ترجیحات متفاوتی را در گروه‌های ذی‌نفع شهری ایجاد می‌کند. در مجموع می‌توان گفت ذی‌نفعان گردشگری در مقایسه با عموم شهروندان تمایلی مبتنی بر بازبودگی ^۳ بیشتر جامعه میزبان دارند.	مواضع متفاوت گروه‌های ذی‌نفع در مقصد گردشگری	شنگ ^۲ (۲۰۱۱)

در مجموع می‌توان گفت آنچه در اقتصاد سیاسی گردشگری درباره آن بحث می‌شود، برهم‌کنش یا اثر برآیندی سه محور کنشگران سیاسی، گروه‌های ذی‌نفع و ساختارهای سیاسی است، اما باید به این نکته دقت داشت که هر مقصد گردشگری دارای ظرفیت‌های چندگانه است و میزان حساسیت کنشگران، تضارب منافع گروه‌های ذی‌نفع و ظرفیت ساختار سیاسی در مواجهه با آن مراکز، متفاوت است؛ به بیانی دیگر در توصیف و پیش‌بینی برنامه‌های توسعه‌ای مراکز گردشگری با تقلیل سطح تحلیل از مقصد گردشگری به سایت یا نقطه گردشگری می‌توان پیش‌بینی‌های دقیق‌تری به تفکیک مرکز گردشگری داشت؛ براین اساس در یک مقصد گردشگری ویژه برحسب معیار پیچیدگی ساحات چندگانه زنجیره خدمات

1. Nunkoo & Smith

2. Sheng

3. openness

گردشگری، می‌توان نقاط گردشگرپذیر را از لحاظ پیچیدگی مفهومی اقتصاد سیاسی خاص آن نقطه درجه‌بندی کرد؛ به‌این ترتیب می‌توان به مناطق تک‌ساحتی، کم‌ساحتی و مناطق پرساحتی تقسیم کرد.

جدول ۴- دیدگاه‌های نظری درباره نقش گردشگری خارجی در وابستگی از منظر اقتصاد سیاسی گردشگری

نظریه پرداز	مفهوم پایه	سطح تحلیل	پیامدهای عمومی و در حوزه شهری
بریتون ^۱ (۱۹۸۲)	وابستگی ناشی از توسعه گردشگری خارجی	کشور	بخشی از کشورهای جهان سوم که توسعه خود را بر مبنای گردشگری قرار داده‌اند، در دام نظام جهانی قرار می‌گیرند. چنانچه مدیریت گردشگری خارج از مدیریت جامع شهری تعریف شود، نمی‌تواند متضمن منافع جامع محلی و توسعه پایدار شود و بنابراین زمینه‌ساز تنش‌های بین دسته‌های اجتماعی را پدیدار می‌کند.
کیو، ناوارت و بوزینده ^۲ (۲۰۱۴)	نقش گردشگری در توسعه پرتلاریزاسیون جهانی و ازخودبیگانگی در قلمرو تولید	کشور	خصلت ازخودبیگانگی بیشتر در قالب ترویج توریسم انبوه پدید می‌آید. زمانی که خیل عظیمی از گردشگران خارجی از منطقه‌ای بازدید می‌کنند، جامعه مقصد در چهارچوب تأمین سوغات به بدل‌سازی گرایش می‌کند و به سبب تولید انبوه کالاهای فرهنگی به این وسیله فرهنگ به صنعت فرهنگی بدل می‌شود.

مراکز تک‌ساحتی مراکزی هستند که از زنجیره شش‌گانه خدمات گردشگری مشتمل بر اطلاع‌رسانی، حمل‌ونقل، اسکان، تغذیه، امنیت، اوقات فراغت و سوغات، در عرصه برنامه‌ریزی عمدتاً یک قلمرو موضوع تضارب گروه‌های ذی‌نفع، کنشگران و ساختار سیاسی باشد. تک‌ساحتی بودن یک نقطه گردشگری ممکن است به دلیل ساختاری آن نقطه یا

1. Britton

2. Xue, Navarrete & Buzinde

به دلیل ساختار سیاسی تمرکزگرای آن باشد. مراکز تک‌ساحتی دارای نازل‌ترین سطح از پیچیدگی به لحاظ اقتصاد سیاسی گردشگری‌اند. این نقاط کمتر کانون اختلافات در سیاست‌گذاری می‌شوند و به تعبیر دیگر سیاست‌گذاری‌های گردشگری در نقاط ذکرشده مستلزم در نظر گرفتن معیارهای چندگانه نیست. نقاط کم‌ساحتی نقاطی هستند که تعداد ساحات یا تعداد حلقه‌های زنجیره خدمات گردشگری در آن‌ها هم به لحاظ کمی و هم به لحاظ کیفی محدود است. سیاست‌گذاری در این نقاط در مقایسه با نقاط پرساحت، معمولاً روان‌تر، پایدارتر و کم‌چالش‌تر است. نقاط پرساحت نقاطی هستند که برنامه‌ریزی‌های گردشگری برای نقاط ذکرشده مستلزم همه‌جانبه‌نگری است. گردشگرانی که از مناطق ذکرشده بازدید می‌کنند، نیازمند خدمات متنوع، اطلاع‌رسانی، حمل‌ونقل برون‌منطقه‌ای و درون‌منطقه‌ای، در نظر گرفتن تمهیدات اسکان، پیش‌بینی مراکز غذاخوری و رستوران، در نظر گرفتن تمهیدات امنیتی و مراکز جانبی اوقات فراغت و حتی تهیه سوغات‌اند.

۲.۴. معرفی منطقه توس (مورد مطالعه)

منطقه توس دشت کم‌پهنایی است که دو رشته‌کوه در شمال و جنوب اراضی آن را در بر گرفته است. کوه شمالی هزارمسجد است و کوه جنوبی به بینالود مشهور است. درازای این دشت غربی و شرقی است و قوچان در مغرب، کلات نادری در شمال، نیشابور در جنوب و سرخس و صالح آباد و جام در شمال شرقی و مشرق دشت توس قرار دارند. نکته حائز اهمیت این است که توس نام شهر نیست؛ بلکه نام ناحیه‌ای است و تمام آبادی‌های کوچک و بزرگ محدود به حدود ذکرشده را توس می‌گفتند. این دشت موجب شده است که رودخانه کشف‌رود از رادکان تا سرخس به وجود آید. همچنین شیبی از کوه هزارمسجد و شیب دیگری از کوه نیشابور به میانه دشت توس می‌رسد و به بستر کشف‌رود منتهی می‌شود و گودترین جای این دشت بستر کشف‌رود است (سند راهبردی بازسازی توس، ۱۳۹۶). در سال ۱۳۸۳ منطقه ۱۲ در راستای توسعه شهر مقدس مشهد به سمت غرب با محدوده‌ای به وسعت ۲۱۵۴ هکتار و حریم به مساحت ۵۰۰۰ هکتار تعریف شد. در

اردیبهشت سال ۱۳۹۲ محدوده منفصل توس (که تا بهمن ماه سال ۱۳۹۱ به عنوان یکی از هفده روستایی که با تأیید قبلی شورای عالی معماری و شهرسازی کشور در تاریخ ۹۱/۱۱/۲۶ به صورت رسمی به عنوان یک محدوده منفصل شهری واقع در شمال غربی و به مساحت ۳۴۴۸ هکتار تعریف شده بود) به شهرداری مشهد و منطقه ۱۲ ملحق می شد. در حال حاضر این منطقه با احتساب سه ناحیه در مجموع با وسعتی بالغ بر ۵۶۰۰ هکتار از لحاظ وسعت، مقام اول را در بین مناطق داراست و حدود ۱۷ درصد از کل شهر مشهد را به خود اختصاص داده است. این منطقه در راستای اجرای ناحیه محوری و تکریم ارباب رجوع و شهروندان محترم به ۳ ناحیه تقسیم شده است. جمعیت ساکن در محدوده این منطقه حدود ۸۹۷۸۷ نفر است که حدود ۳ درصد از جمعیت مشهد است و تراکم جمعیتی آن حدود ۱۶ نفر در هکتار است (سند راهبردی باززنده سازی توس، ۱۳۹۶).

محدوده منفصل توس که هم اکنون به عنوان اداره ناحیه ۳ این منطقه در حال فعالیت است، شامل ۱۷ هسته جمعیتی است و حدود ۳۱،۵۰۰ نفر در محدوده ذکر شده ساکن هستند (سند راهبردی باززنده سازی توس، ۱۳۹۶).

. از مزایای رقابتی منحصربه فرد منطقه ۱۲ بهره مندی اقتصادی و فرهنگی از ظرفیت های محیطی همچون آرامگاه فردوسی و بقعه هارونیه به عنوان محرک های اولیه است که موجب رونق ساخت و ساز در این ناحیه و رونق گردشگری داخلی و خارجی می شود. و به تبع آن، این امر موجب ساخت هتل، هتل آپارتمان و اقامتگاه های بوم گردی می شود که به افزایش اشتغال منجر می شود (سند برش منطقه ای برنامه میان مدت شهرداری مشهد، منطقه ۱۲).

منطقه گردشگری توس با داشتن مجموعه ای از آثار ارزشمند و بناهای کهن از جمله آرامگاه فردوسی، بنای پررمزوراز هارونیه، بقایای کهن دژ تابران و مسجد جامع شهر، دیوارهای قدیمی شهر تابران و برج اخنگان، یخدان قدیمی چهاربرج، عمارت شاده در روستای چهاربرج و ... از بهترین ظرفیت های تاریخی برای توسعه برخوردار است و از بعد فرهنگی و اجتماعی نیز با وجود موزه تاریخی توس و شاهنامه، موزه پهلوانی، آرامگاه

شاعران پارسی، فرهنگ اصیل پهلوانی و ورزش‌های باستانی جاری در منطقه نظیر کشتی و ...، موقعیت بسیار ممتاز و مناسبی دارد (سند راهبردی باززنده‌سازی توس، ۱۳۹۶).



شکل ۱- حوزه جغرافیای تاریخی-فرهنگی توس (خطه توس-حوزه آبریز کشف‌رود)

به‌علاوه با توجه به اقلیم خاص منطقه و وسعت آن، وجود روستاهای تاریخی و زندگی زیبای عشایری در فاصله‌ای نه چندان دور از آن، یکی از بهترین موقعیت‌های کشوری را در بخش‌های متنوع گردشگری، به‌خصوص بوم‌گردی و جذب توریست‌های فرهنگی و هویتی دارد.

امروزه مجموعه‌های موفق گردشگری در سطح جهانی در چندین حوزه گردشگری سرمایه‌گذاری کرده‌اند و خدمات متنوعی را ارائه می‌دهند. امتیازی که سبب مطرح شدن یک

جاذبه گردشگری در سطح جهانی می شود، برندشدن با عنوانی خاص و ارائه خدماتی منحصر به فرد در سطح جهانی است.

با سرمایه گذاری و سیاست گذاری های مناسب می توان این ناحیه را رونق بخشید و سبب پویایی اقتصادی و فرهنگی آن شد. این امر علاوه بر مزایای اقتصادی که به ارمغان می آورد، می تواند به ایجاد و آفرینش جذابیت های نوین شهری در مقصد مشهد، بازشناسی فرهنگ و هویت غنی این منطقه، حفظ و ترویج ادبیات و زبان فارسی، افزایش کمیت و کیفیت سفرها، طولانی شدن زمان ماندگاری زائران و گردشگران، اطلاع رسانی شایسته، معطوف کردن توجه بین المللی به این منطقه و توسعه بازار مخاطب منجر شود.

۲.۵. توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه توس

توس محوطه ای باستانی در شمال مشهد است که امروز بیشتر بقایای باستان شناسی است. این محوطه دوره ها و حوادث زیادی را پشت سر گذاشته است. تاریخ توس، بزرگان فرهنگی آن و ارزش های باستانی آن منظره گردشگری دارد. از آنجاکه محصول اصلی گردشگری منحصر به فرد بودن، اهمیت و جذابیت آن است، می توان گفت که آگاهی تاریخی و شناساندن تاریخ و هویت گمشده توس می تواند در جذب گردشگر و توسعه گردشگری مؤثر باشد و آن را تقویت کند؛ از این رو با توجه به موقعیت منحصر به فرد شهر مقدس مشهد از یک طرف و منطقه تاریخی توس از طرف دیگر، لازم است به ابعاد مختلف گردشگری از جمله گردشگری فرهنگی منطقه توس توجه شود.

فرهنگ و تمدن ایرانی از کهن ترین و ریشه دارترین فرهنگ ها و تمدن ها در جهان است. توس از جمله بسترهای فرهنگی است که وارث فرهنگ و تمدنی فراگیر است و با تاریخ کهن و گذشته پر رمز و راز خود و پشت سر گذاشتن فراز و نشیبی تحول یافته دستاوردهای عظیم معنوی را به ارمغان آورده است (آب خضر و متفکر، ۱۳۹۳). تاریخ باشکوه و پر فراز و نشیب شهر توس، آثار و بناهای به جامانده از ادوار کهن در شهر توس اعم از باروی شهر، مقبره فردوسی، بقعه هارونیه و ... پیش چشم مردم ایران، خراسان و مشهد است و تذکاری

برای شکوه و عظمت این شهر در سالیان دور است که اکنون آن شکوه را از دست داده‌اند و نیازمند معرفی و شناساندن برای بازگشت عزت به شهر هستند.

تمرکز بر توسعه گردشگری با تأکید بر ابعاد فرهنگی این بستر عظیم راهی برای بازگرداندن شکوه منطقه و انتفاع آن از مواهب اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری خواهد بود که نیازمند تدابیر مدیریتی مناسب در تمامی حوزه‌های اجتماعی فرهنگی، اقتصادی سیاسی و زیست‌محیطی در راستای دستیابی به توسعه است.



شکل ۲- جایگاه شهر مشهد و توس در اسناد فرادست و نگاه جهانی (سند راهبردی باززنده‌سازی توس،

غزنوی، ص. ۱۳۹۶)

در حوزه توس، عنصر گردشگری، آرامگاه فردوسی و شهر تاریخی توس است که گردشگران به طور عمده برای بازدید از آرامگاه فردوسی به این نقطه جذب می‌شوند. علاوه بر آن، حوزه تاریخی توس دارای چندین اثر تاریخی دیگر از جمله بقعه هارونیه، مسجد

تاریخی، تپه نادری، ارگ توس، حصار توس، آرامگاه امام محمد غزالی، میل اخنگان و چشمه گیلان است که بیشتر جنبه باستان‌شناسانه دارند و جذب‌کننده گردشگران معدودی یعنی باستان‌شناسان و محققان اند (طرح ویژه آمایش منطقه تاریخی-فرهنگی توس، ۱۳۸۲). در این خصوص توجه به ایجاد زیرساخت‌های فرهنگی در داخل و خارج از منطقه، آشنا کردن اذهان و همراه‌سازی جوامع میزبان و میهمان و ... از موارد درخور اهمیت است.

حوزه اقتصادی گردشگری نیز در پهنه توس متأثر از ویژگی‌های اقتصادی-اجتماعی زائران و گردشگران و نوع خدمات گوناگون عرضه‌شده به آنان شکل می‌گیرد. این حوزه کارایی لازم را ندارد؛ چراکه سطح عمومی خدمات عرضه‌شده در این مقصد پایین‌تر از دیگر مناطق گردشگری است. ناروشنی عناصر و جاذبه‌های گردشگری، نبود یا کمبود زیرساخت‌ها و تسهیلات مناسب، تکمیل نبودن عناصر و جاذبه‌های گردشگری از دیگر موارد اشاره‌شدنی در ناکارآمدی حوزه اقتصادی این بستر است (پایگاه میراث فرهنگی توس، طرح ویژه آمایش منطقه تاریخی-فرهنگی توس، مهندسین مشاور معماری شهرسازی آمود، ۱۳۸۲). اقتصاد گردشگری ترکیبی پیچیده از فعالیت‌های گوناگون اقتصادی است که سرمایه‌گذاری در آن‌ها مشروط به قدرت تأثیر و تحریک و تقاضا در منابع گردشگری، شرایط بازارهای رقیب و موازی، طیف گردشگران و سطح درآمدی و انتظارات آن‌ها و عواملی از این دست است (طرح ویژه آمایش منطقه تاریخی-فرهنگی توس، ۱۳۸۲). همچنین پایداری و ثبات اقتصادی یکی از مهم‌ترین نیازمندی‌های سرمایه‌گذاری است. در شرایط با ثبات اقتصادی، سرمایه‌گذاران اطمینان می‌یابند که با تقاضای معینی روبه‌رو هستند و با توجه به پایداری اقتصادی، خطر سرمایه‌گذاری به حداقل می‌رسد و دستیابی به سود متعارف ضمانت می‌یابد. برای برطرف کردن نوسان‌های اقتصاد در گردشگری، راهبردها و راهکارهای متعددی می‌توان در نظر گرفت که از جمله در منطقه توس پیوند با گردشگری مذهبی است که دارای ثبات بیشتری است. از طرفی برای تثبیت اقتصاد گردشگری و ایجاد محرک‌های منظم و مداوم در تقاضای گردشگری نیازمند راه‌حل اساسی ایجاد تنوع در کیفیت و کمیت جذابیت‌های منطقه

توس از طریق سرمایه‌گذاری در این حیطه هستیم که قادر باشد تقاضاهای گردشگری تاریخی و فرهنگی را تحریک کند و به رونق و توسعه گردشگری درخور منطقه منجر شود (طرح ویژه آمایش منطقه تاریخی- فرهنگی توس، ۱۳۸۲). توسعه گردشگری نقطه‌ای محور موقعیتی را فراهم خواهد آورد که ورای موانع و مشکلات سرمایه‌گذاری و توسعه موجود در بستر فرهنگی-تاریخی توس ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش دهد و فرصت توسعه را فراهم آورد.

۳. روش تحقیق

در این قسمت روش مطالعه، واحد مشاهده، واحد تحلیل، اعتبار و روایی یافته‌ها و نمونه بررسی می‌شود. این پژوهش به لحاظ روش‌شناسی جزو روش‌های ترکیبی^۱ است؛ با این توضیح که در گام اول، بنیه اصلی آن مبتنی بر مطالعه مروری سیستماتیک است. در گام دوم نظریه‌های مستخرج بر یک مورد مطالعه میدانی تطبیق داده شده است؛ یعنی شواهد و دلالت‌هایی از وضعیت گردشگری شهر مشهد -در سطوح سه‌گانه ملی، منطقه‌ای و محلی- بر نظریه تطبیق داده شده است.

روش مطالعه و بررسی در مقاله مروری به شیوه مطالعه مروری سیستماتیک است. در یک تقسیم‌بندی می‌توان دو نوع برش به واقعیت اجتماعی وارد کرد: نخستین برش زمانی است که براساس آن واقعیت یا ناظر بر گذشته است یا بر حال یا بر آینده و برش دوم به لحاظ میزان تعین است که می‌توان آن را ذهنی یا عینی تلقی کرد؛ بر این مبنا مطالعات متعارف اجتماعی در زمره مطالعات حال-عینی محسوب می‌شود. مطالعات پیمایشی که در ذیل پارادایم اثبات‌گرایانه قرار دارند، در این دسته قرار می‌گیرند. این گونه مطالعات که شکل تجربی نیز به خود گرفته‌اند، یافته‌های پژوهشی آنان قابلیت تأییدپذیری و مدل‌منتج از آن برآزش‌پذیر است، ولی در مطالعات از جنس مطالعات مروری واحد مشاهده یافته پژوهشی و

1. mixed method

واحد تحلیل نظریه است. اعتبار و پایایی یافته پژوهشی براساس میزان باورپذیری یافته‌ها و فرایند حصول آن‌ها تعیین می‌شود. در مطالعات سیستماتیک نوع تحلیل‌ها از نوع تحلیل‌های تفهم‌گرایانه است و بنابراین رسیدن به مرز باورپذیری برای یافته پژوهشی اعتبارآفرینی می‌کند و آزمون تجربی مدل ضرورتی ندارد.

جدول ۱- تقاطع برش‌های زمانی و عینیت در واقعیت اجتماعی

ذهنی	عینی	
قابل احتمال (گمانه‌زنی‌های تاریخی)	باورپذیر (تحلیل‌های تاریخی)	گذشته
باورپذیر (تحلیل‌های تفهم‌گرایانه)	تأییدپذیر (تحلیل‌های اثبات‌گرایانه)	حال
قابل احتمال (تحلیل‌های آینده‌پژوهی ذهنیت‌گرا)	باورپذیر (تحلیل‌های آینده‌پژوهی عینیت‌گرا)	آینده

برخی مطالعه مروری^۱ را به دو شکل مطالعه مروری سیستماتیک^۲ و مطالعه مروری انتقادی^۳ تفکیک می‌کنند و بیان می‌کنند که در شکل سیستماتیک قصد اصلی محقق آن است که با مرور سابقه مفهومی یا نظری یک حوزه ویژه به طبقه‌بندی جدیدی از آن دست یابد، در شکل دوم افزون بر طبقه‌بندی، به بررسی همگرایی و واگرایی مفهومی یا نظری در پژوهش‌های ذکر شده پرداخته می‌شود و در مقام داوری قرار می‌گیرد، ولی به نظر می‌رسد رویه رایج در مطالعات مروری سیستماتیک در نظر گرفتن وجوه انتقادی نیز است (فلپس، هیدل و وادهوا^۴، ۲۰۱۲، ص. ۱۱۱۵).

به لحاظ نمونه‌گیری در این پژوهش تقریباً تمامی مقالات مجلات معتبر منتشر شده بعد از سال ۲۰۰۵ با کلیدواژه‌های «اقتصاد سیاسی گردشگری»، در چند دوره زمانی بررسی شد. احصای اولیه بالغ بر ۱۵۰ عنوان مقاله بود که در عنوان، چکیده یا کلیدواژه‌های مقالات

1. review study

2. systematic review study

3. review study critical

4. Phelps, Heidl & Wadhwa

منتشر شده عبارت ذکر شده وجود داشت. پس از آن به گزینش براساس عنوان مقالات و سرفصل‌های اصلی و درجه ضریب تأثیر^۱ مجلات پرداخته شد و در مرحله دوم ۲۵ مقاله و در گام نهایی ۱۰ مقاله به‌عنوان مقالات پایه انتخاب نهایی شدند که ۹ مقاله به سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ مربوط بودند. یافته‌های مستخرج از مقالات برگزیده بر وضعیت گردشگری شهر مشهد (در سطوح سه‌گانه ملی، منطقه‌ای و محلی) تطبیق داده شدند.

در این پژوهش، توصیف وضعیت موجود برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در شهر مشهد با استفاده از ملاحظات اجرای برنامه‌ها و گروه‌های درگیر یا ذی‌ربط، با به‌کارگیری تکنیک ویکور رتبه‌بندیش شد. ویکور^۲ یک تکنیک تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه^۳ توافقی است که بر مبنای روش ال پی متریک، توسعه یافته است که به‌عنوان یک تابع کل در برنامه‌نویسی توافقی استفاده می‌شود (هونگ، گیو هوشیونگ و یی هوسان^۴، ۲۰۰۹) و یکی از مدل‌های پرکاربرد در تصمیم‌گیری و انتخاب گزینه برتر است. مزیت این تکنیک بر سایر تکنیک‌هایی که به اولویت‌بندی یا رتبه‌بندی می‌پردازند، این است که اول اینکه فرایندهای محاسبات ساده است و دوم اینکه بهترین راه‌حل توافقی را ارائه می‌کند و همچنین این روش به‌طور هم‌زمان نزدیکی به حداکثر سود و حداکثر فاصله از هزینه را در محاسبات به فرم ساده ریاضی ارائه می‌کند (پیش‌بهار، فردوسی و حیاتی، ۱۳۹۷).

برای نخستین بار اپریکویچ و تنگ^۵ (۲۰۰۴) این تکنیک را معرفی کرد و برای حل مسائل تصمیم‌گیری چندمعیاره استفاده می‌شود. این روش بر رتبه‌بندی و انتخاب از یک دسته آترناتیوها و تعیین راه‌حل‌های سازگار برای مسئله با معیارهای متعارض متمرکز شده است که می‌تواند به تصمیم‌گیرندگان برای رسیدن به تصمیم نهایی کمک کند. راه‌حل

1. I.F

2. Vikor

3. Multiple Attribute Decision Making

4. Hung, Gwo-Hshung & Yi-Hsuan

5. Opricovic & Tzeng

سازگار یک راه حل شدنی است که نزدیکترین راه حل به ایده آل است و منظور از سازگاری جوابی است که براساس توافق متقابل حاصل می شود. ملاک رتبه بندی گزینه ها براساس میزان نزدیکی به راه حل ایده آل است (پیش بهار و همکاران، ۱۳۹۷).

ساختار این مدل به صورت زیر است (محمدی و باقری کشکولی، ۱۳۹۳؛ ابراهیم آبادی، چاجی و داوودآبادی، ۱۳۹۷):

۱- تشکیل ماتریس داده ها براساس آلترناتیو شاخص

۲- محاسبه وزن شاخص ها

در این مرحله با توجه به ضریب اهمیت معیارهای مختلف در تصمیم گیری، بردار وزن به صورت زیر تعریف می شود:

$$W=[W_1, W_2, W_3, \dots, W_n] \quad (1)$$

۳- تعیین بیشترین ارزش f_i^+ و کمترین ارزش f_i^- توابع معیار در صورتی که $i=1,2,\dots,n$ باشد.

در این مرحله نرمال سازی ماتریس تصمیم گیری از طریق رابطه زیر صورت می گیرد:

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}} \quad (2)$$

X_{ij} مقادیر هر معیار برای هر گزینه است. سپس برای وزن دار کردن، مقادیر ماتریس نرمال هر یک از گزینه ها بر وزن معیارها ضرب می شود.

۴- محاسبه ارزش S_j و R_j برای $j=1,2,\dots,n$ که به صورت زیر تعریف می شوند:

$$F_i^+ = \max_j f_{ij}; \quad f_i^- = \min_j f_{ij} \quad (3)$$

۵- مقدار Q_j (ایده آل) برای $j=1,2,\dots,J$ به طریق زیر محاسبه می شود:

$$S_j = \sum_{i=1}^n w_i \cdot \frac{f_i^+ - f_{ij}}{f_i^+ - f_i^-}; \quad R_j = \max \left[w_i \cdot \frac{f_i^+ - f_{ij}}{f_i^+ - f_i^-} \right] \quad (4)$$

۶- محاسبه شاخص ویکور: شاخص ویکور هر گزینه مطابق رابطه زیر تعریف می شود:

$$Q_i = v \left[\frac{S_i - S^+}{S^- - S^+} \right] + (1 - v) \left[\frac{R_i - R^+}{R^- - R^+} \right] \quad (5)$$

پارامترهای رابطه (۵) مطابق رابطه‌های (۶) و (۷) محاسبه می‌شوند:

$$S^- = \text{Max}S_i, \quad S^+ = \text{Min}S_i \quad (6)$$

$$R^- = \text{Max}R_i, \quad R^+ = \text{Min}R_i \quad (7)$$

۶- مرتب کردن گزینه‌ها بر پایه مقادیر Q (شاخص ویکور)، R۱ (مقدار تأسف)، S۲

(مقدار سودمندی): گزینه‌ها براساس مقادیر Si, Ri, Qi به صورت نزولی مرتب می‌شوند.

برای دریافت نظرات کارشناسان پرسشنامه‌ای ساختاریافته تدوین شد. این پرسشنامه مبتنی بر سؤال‌های باز و سؤال‌های بسته بود که با مشارکت ۱۲ نفر از کارشناسان گردشگری دستگاه‌های اجرایی و عمومی شهر مشهد و محققان این حوزه تکمیل شد.

۴. یافته‌های تحقیق

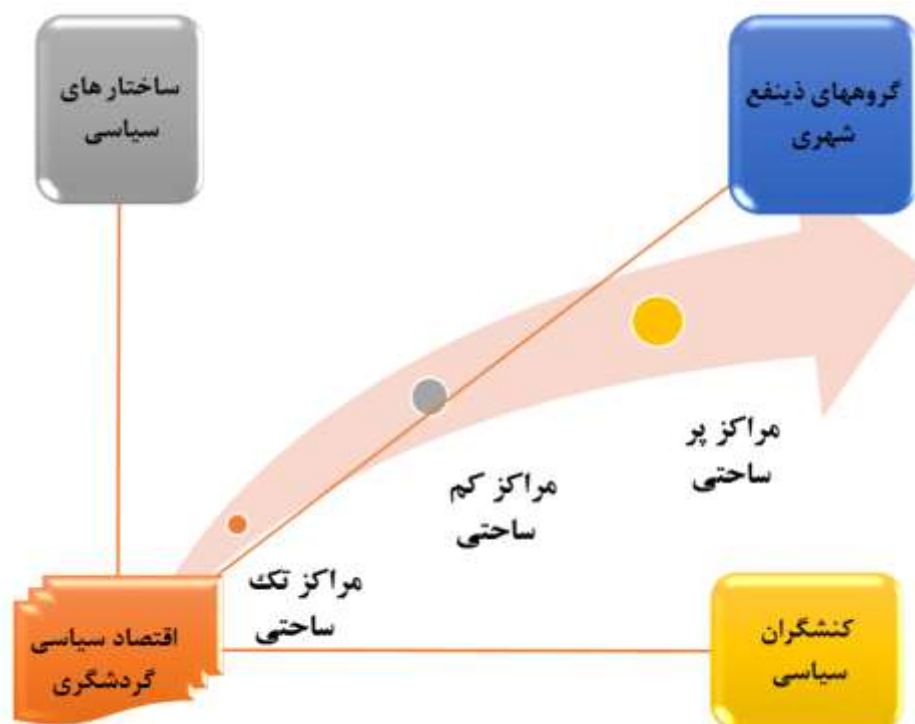
در نظر گرفتن ملاحظات ذکر شده بستر تضارب‌های منفعتی گروه‌های ذی‌نفع در جامعه میزبان و گاهی گردشگران است. تصویر زیر تغییرات پیچیدگی اقتصاد سیاسی نقاط گردشگری یک مقصد گردشگری را بر حسب تغییرات کمی و کیفی در کنشگران سیاسی، گروه‌های ذی‌نفع و ساختارهای سیاسی به نمایش می‌گذارد.

در این پژوهش، توصیف وضعیت موجود برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در شهر مشهد با استفاده از ملاحظات اجرای برنامه‌ها و گروه‌های درگیر یا ذی‌ربط، با به‌کارگیری تکنیک ویکور رتبه‌بندی شد. برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در شهر مشهد شامل توسعه گردشگری فرهنگی-ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس، برگزاری جشنواره‌های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن، توسعه و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن، توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر

1. Regret

2. Salutory

مشهد، توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن است. ملاحظات اجرای برنامه‌ها شامل تدمین منافع شهروندان مشهد، کسب درآمد پایدار برای شهر مشهد، حفظ محیط زیست و منابع طبیعی، تطابق با موازین شرعی، عرفی و اخلاقی و وجود زیرساخت‌های مورد نیاز است. گروه‌های درگیر یا ذی‌ربط با برنامه نیز شامل بخش خصوصی (آژانس‌های مسافرتی و کسبه)، استانداری، نیروی انتظامی، اداره میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری و مدیریت شهری، آستان قدس رضوی، امام جمعه و نماینده ولی فقیه، شرکت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه هتلداری و مجتمع‌های تفریحی و نیز اوقاف هستند.



شکل ۳- توزیع چندساحتی نقاط گردشگری براساس اقتصاد سیاسی گردشگری نقطه‌ای محور

نخست، با استفاده از تکنیک ویکور، برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در شهر مشهد با استفاده از ملاحظات اجرای برنامه‌ها رتبه‌بندی شد. برای این منظور از کارشناسان خبره در حوزه‌های مرتبط با گردشگری، اهمیت هر یک از این برنامه‌ها با توجه به ملاحظات اجرای برنامه‌ها پرسش شد و وزن‌های مرتبط استخراج شدند (جداول ۵ و ۶).

جدول ۵- وزن ملاحظات اجرای برنامه‌ها

تطابق با موازین شرعی، عرفی و اخلاقی	حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی	وجود زیرساخت‌های مورد نیاز	تأمین منافع شهروندان مشهد	کسب درآمد پایدار برای شهر مشهد	وزن
۳/۶۸	۳/۸۳	۴/۰۸	۴/۳۷	۴/۴۸	

جدول ۶- وزن گروه‌های درگیر یا ذی‌ربط با برنامه

آستان قدس رضوی	نماینده ولی فقیه (امام جمعه)	نیروی انتظامی	اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری	شرکت‌های سرمایه‌گذار	بخش خصوصی	استاندار	شهرداری و مدیریت شهری	وزن
۱/۷۵	۲/۵۳	۲/۶۰	۳/۲۰	۳/۲۲	۳/۲۲	۳/۲۸	۳/۵۷	

با استفاده از این وزن‌ها که در اصل میانگین نظرکارشناسان درباره هر کدام از شاخص‌هاست و طی کردن سایر مراحل تکنیک ویکور، برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در مشهد رتبه‌بندی شد که نتایج آن در جدول ۷ نشان داده شده است. همان‌طور که نتایج جدول نشان می‌دهد، توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن رتبه نخست برنامه‌های موجود را به خود اختصاص داده است. بعد از این برنامه، توسعه و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن قرار دارد. رتبه سوم برنامه-

های توسعه چندجانبه گردشگری در مشهد به توسعه بوم گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر مشهد اختصاص پیدا کرده است. دو رتبه انتهایی نیز به ترتیب به برگزاری جشنواره های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن و همچنین توسعه گردشگری فرهنگی-ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس مربوط است.

جدول ۷- رتبه بندی برنامه های توسعه چندجانبه گردشگری در مشهد براساس ملاحظات اجرای برنامه ها

رتبه- بندی	شاخص ویکور	مقدار سودمندی	مقدار تأسف	برنامه ها
۱	۰	۲/۴۷	۱/۹۲	توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن
۲	۰/۴	۷/۷۶	۳/۳۵	توسعه و گسترش پروژه های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن
۳	۰/۸	۱۵/۳۳	۴/۱۶	توسعه بوم گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر مشهد
۴	۰/۹	۱۵/۸۷	۴/۱۶	برگزاری جشنواره های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن
۵	۱	۱۸/۲۳	۴/۴۸	توسعه گردشگری فرهنگی-ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس

در مرحله بعد، این برنامه ها با توجه به گروه های درگیر یا ذی ربط با برنامه سنجش شدند. همان طور که نتایج جدول ۸ نشان می دهد، توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن رتبه نخست برنامه ها را با توجه به ملاحظات اجرای برنامه ها به خود اختصاص داده است. توسعه و گسترش پروژه های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن، توسعه گردشگری فرهنگی-ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس، برگزاری

جشنواره‌های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن و همچنین توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر مشهد، به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

جدول ۸- رتبه‌بندی برنامه‌های توسعه چندجانبه گردشگری در مشهد براساس گروه‌های درگیر یا ذی‌ربط

با برنامه

رتبه‌بندی	شاخص ویکور	مقدار سودمندی	مقدار تأسف	برنامه‌ها
۱	۰	۹/۱۷	۲/۹۹	توسعه گردشگری سلامت در شهر مشهد و مناطق اطراف آن
۲	۰/۵۰	۱۳/۳۹	۳/۲۰	توسعه و گسترش پروژه‌های تفریحی در شهر مشهد و اطراف آن
۳	۰/۶۴	۱۴/۲۱	۳/۲۸	توسعه گردشگری فرهنگی-ادبی با محوریت فردوسی در حوزه توس
۴	۰/۶۴	۱۴/۹۷	۳/۲۲	برگزاری جشنواره‌های هنری و ورزشی در شهر مشهد و اطراف آن
۵	۱	۱۵/۷۶	۳/۵۷	توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی در اطراف شهر مشهد

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

چنانچه ملاحظه شد، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری به‌عنوان یک راهبرد مدیریتی برای مقاصد اهمیتی ویژه پیدا کرده است. در این مقاله با توجه به ماهیت مقصد منتخب برای بررسی دلالت‌های سیاست‌گذاری در ابعاد چندگانه دستیابی به پایداری، به ملاحظات اقتصاد سیاسی با تأکید بیشتری توجه شده است؛ چراکه توسعه منطقه توس به‌منزله جهت‌گیری گفتمان غالب گردشگری مذهبی مشهد به‌گفتمان توسعه گردشگری فرهنگی خواهد بود که بستری وسیع‌تر را در بر خواهد گرفت. نانکو و همکاران (۲۰۱۲)

ذکر کرده‌اند رویکرد توسعه گردشگری از منظر اقتصاد سیاسی به دنبال فراهم آوردن بنیانی برای فهم بهتر سهم دولت و نیز اهمیت اعتماد شهروندان به نهادهای دولتی است. پورسل و نوین به این نکته اشاره داشتند که روابط پایدار سیاسی میان دولت و شهروندان عناصری مهم در مشروعیت سیاسی و کارآمدی اقتدار محسوب می‌شوند (پورسل و نوین، ۲۰۰۵) و ضمانت‌بخش اعمال اراده عمومی است. به عقیده برامول، فقدان مشروعیت سبب ایجاد ناپایداری‌های اجتماعی و سیاسی می‌شود که آن‌ها در نوع خود پایداری فعالیت‌های اقتصادی را با مخاطره مواجه می‌کنند (برامول، ۲۰۱۱)؛ براین اساس مدیران شهری در مناطق گردشگرپذیر باید به دنبال افزایش رضایت شهروندان باشند و حمایت اجتماعی را از مجموعه سرمایه‌گذاری‌های توسعه‌ای بخش گردشگری افزایش دهند. این تدبیر در چهارچوب توسعه پایدار گردشگری و سیاست‌های آمایش منطقه نیز توضیح دادنی است. انبوه پژوهش‌های انجام‌شده در سال‌های اخیر در شهر مشهد را که به دنبال پایش رضایت شهروندان و گردشگران و بهینه کردن مناسبات ایشان است، در همین راستا باید دانست.

براساس آنچه گذشت، توسعه بهینه شهری مشهد در حوزه گردشگری و از منظر اقتصاد سیاسی مستلزم شناسایی کارکرد و نقش سیاسی شهر مشهد در مقیاس ملی، شناسایی گروه‌های ذی‌نفع رسمی و غیررسمی، توافق جمعی در سطح گروه‌ها درباره برآورد هزینه‌های گردشگری شهری مشهد، تعیین سهم سازمان‌ها و نهادها از هزینه‌های ذکرشده، بازتنظیم منافع گردشگری در گروه‌های ذی‌نفع براساس میزان هزینه‌کرد مستقیم و غیرمستقیم است که موارد ذکرشده در چهارچوب مدیریت جامع شهری امکان‌پذیر است.

با توجه به اینکه اولویت اصلی سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری و زیارت در شهر مشهد گردشگری سلامت و گردشگری تفریحی است، پیشنهاد می‌شود برند مقصد برای گردشگری شهر مشهد ایجاد شود. همچنین تنوع بخشی به عرضه محصولات گردشگری و همچنین سوق دادن گردشگران به سمت جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی شهر مشهد به جای مراکز خرید از دیگر مواردی است که توسط دستگاه‌های اجرایی استان همچون استانداری،

شهرداری، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، آستان قدس و ... قابلیت اجرا و پیاده‌سازی را دارد که در نهایت به تأثیرگذاری زیاد حوزه گردشگری منجر خواهد شد. تقویت کارگروه‌های تخصصی زیارت و گردشگری سلامت و همچنین حوزه‌های دیگر گردشگری، مدیریت هدفمند و اثربخشی ذی‌نفعان گردشگری، تلاش برای دستیابی به گفت‌وگو مشترک توسعه گردشگری و ایجاد ادراک الزام آن در سطوح مختلف هرم تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و اجرایی، تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به همراه تدوین برنامه‌های راهبردی برای توسعه گردشگری در مشهد، ارائه بسته‌های سرمایه‌گذاری به‌منظور ورود سرمایه‌گذار و ... از جمله مواردی است که دستگاه‌های ذی‌ربط باید در حوزه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه به آن‌ها توجه کنند.

از طرفی با توجه به پایین بودن سطح ملاحظات اجرای برنامه‌های گردشگری ادبی-فرهنگی، با وجود نقش اساسی جذابیت آرامگاه فردوسی و منطقه توس در شهر مشهد، به نظر می‌رسد صلاحیتهای سیاسی که به این مورد منجر شده است، نیازمند تجدیدنظر و توجه به راه‌آورد‌های توسعه گردشگری به‌خصوص راه‌آورد‌های اقتصادی آن است. منطقه توس نیازمند پیگیری مثبت جهانی و تمرکز بر جذب بازار جهانی با در نظر داشتن ملاحظات سیاسی و فرهنگی و تمرکز بر عامل اقتصادی توسعه است؛ به عبارتی دستیابی به توسعه منطقه توس به‌عنوان نقطه‌ای که دارای بسترهای فرهنگی-تاریخی است، راهی برای کسب موفقیت و خروج از رکود توسعه‌ای در این پهنه ارزشمند است. این نقطه گردشگری با ظرفیت فرهنگی و ادبی‌ای که دارد، قابلیت جذب بازار گردشگران با علاقه ادبی و فرهنگی را دارد. شایسته است که مدیریت شهری زیرساخت‌ها و تسهیلات لازم را برای زندگی مطلوب جامعه میزبان و همچنین زیرساخت‌ها و تسهیلات لازم را برای گردشگران فراهم آورد که در گام نخست برای توس باید طرح جامع تفصیلی این محدوده ابلاغ شود.

در کنار تأمین زیرساخت‌ها، فرهنگ‌سازی برای جامعه میزبان به‌منظور پذیرش گردشگر و نحوه ارتباط با آن، اهمیت زیادی دارد؛ چراکه ظرفیت‌های گردشگری توس ابعاد فراملی دارد

و مسلم است که به واسطه این ظرفیت‌ها، فرهنگ‌های متنوعی به محدوده توس وارد می‌شوند و نوع تعامل جامعه میزبان با این فرهنگ‌ها، ارتباط مستقیم با تداوم حضور گردشگر و بازخورد آنان در جوامع خود را دارد.

بعد از فراهم کردن زیرساخت‌های مورد نیاز، به منظور رفاه بهتر ساکنان به‌عنوان جامعه میزبان و اقامت گردشگران به‌عنوان مصرف‌کننده خدمات، طراحی و اجرای پروژه‌های تفریحی، سرگرمی و فرهنگی می‌تواند مشوق خوبی برای سرمایه‌گذاران، شهروندان و گردشگران باشد. پروژه‌هایی همچون پارک موضوعی اسطوره‌های ایرانی، شهرک سینمایی شاهنامه، فرهنگ‌سرای فردوسی یا تدوین پروژه‌های مشترک با کشورهای حوزه خراسان بزرگ همچون جشنواره بین‌المللی فردوسی از جمله این پروژه‌ها هستند.

امکاناتی چون مراکز اقامتی مناسب، مراکز غذاخوری و رستوران‌ها و حمل‌ونقل از الزامات توسعه گردشگری در توس است؛ به طوری که طی سال‌های اخیر در ایام گرمی‌داشت مقام فردوسی در اردیبهشت‌ماه، با اعتراض گروهی رانندگان مینی‌بوس در بلوار شاهنامه بخشی از مشکلات حوزه حمل‌ونقل سر باز کرد. توسعه خطوط قطار شهری نیز راهکاری است که مدیریت شهری ناگزیر از لحاظ کردن آن است.

بسیاری از جاذبه‌های گردشگری این محدوده همچون آرامگاه امام محمد غزالی و بقعه هارونیه به‌درستی شناسانده نشده‌اند و اگر این امر محقق شود، به دلیل جایگاه ویژه‌ای که آن‌ها در سایر مذاهب دارند، می‌توان به رونق گردشگری توس امیدوار بود. از سویی بسیاری از این جاذبه‌های گردشگری به‌مرمت، بازسازی و تکمیل نیاز دارند که می‌توان با مشارکت بخش خصوصی و در نظر گرفتن ملاحظات جامعه میزبان، بستری برای جذب گردشگر فراهم کرد. نمونه‌ای از این امر در عمارت اربابی محله چهاربرج در حال اجراست.

توس بستر مناسبی برای توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی است. به‌طور مشخص محله چهاربرج و محله فردوسی برای این امر مناسب است. در محله چهاربرج محدوده جغرافیایی‌ای که به ادوات کشاورزی مظلوم معروف است، علاوه بر یک واحد صنعتی بومی

و موفق، زیرساخت‌های مناسبی برای تبدیل شدن به بوم‌گردی و گردشگری روستایی دارد؛ البته باید ملاحظات اجرای برنامه‌ها شامل تأمین منافع شهروندان، کسب درآمد پایدار برای شهر، حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی، تطابق با موازین شرعی-عرفی و اخلاقی نیز مدنظر قرار گیرد.

کتابنامه

۱. آب خضر، ا.، و متفکر، ح. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر مراسم و مناسبت‌های ملی در تقویت همبستگی و وحدت ملی با تأکید بر تربیت اجتماعی جوانان، *دوفصلنامه علمی پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی*، ۴(۹)، ۱۳۹-۱۶۸.
۲. ابراهیم‌آبادی، غ.، چاجی، ل.، و داوودآبادی، م. (۱۳۹۷). ارزیابی عملکرد اقتصادی با رویکرد شیوه خوشه‌بندی و مدل ویکور (مطالعه موردی: هلدینگ صنعت آب و فاضلاب شهری). *نشریه علوم و مهندسی آب و فاضلاب*، ۳(۱)، ۴۷-۵۷.
۳. پاپلی یزدی، م. ح.، و سقایی، م. (۱۳۸۵). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*، تهران: انتشارات سمت.
۴. پایگاه میراث فرهنگی توس. (۱۳۸۲). *طرح ویژه آمایش منطقه تاریخی - فرهنگی توس (جلد ۲)*. مهندسين مشاور معماری شهرسازی آمود.
۵. پیش‌بهار، ا.، فردوسی، ر.، و حیاتی، ب. (۱۳۹۷). اولویت‌بندی استراتژی‌های بازاریابی شرکت صنایع لبنی پگاه آذربایجان شرقی: کاربرد رهیافت‌های دیماتل و ویکور. *نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی*، ۳۲(۲)، ۱۰۹-۱۲۱.
۶. سقایی، م.، و خوشه‌بست، ف. (۱۳۹۱). *گردشگری رویداد و بررسی اثرات ناشی از رویدادها*. اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت‌گردی ایران زمین، همدان.
۷. سوندرز، پ. (۱۳۹۱). *نظریه اجتماعی و مسئله شهری*. تهران: تیسا.
۸. صداقتی، ع.، و فغفوریان، م. (۱۳۹۰). *برنامه‌ریزی راهبردی توسعه صنعت گردشگری راهی برای توسعه اقتصادی شهرها (نمونه موردی: شهر نیشابور)*. اولین کنفرانس اقتصاد شهری ایران، مشهد.

۹. غزنوی، م. (۱۳۹۶). *سند راهبردی باززنده‌سازی توس در افق ۱۴۰۰ خورشیدی*. شهرداری منطقه ۱۲ مشهد مقدس.
۱۰. کاپوراسو، ج. ا.، و لوین، د. پ. (۱۳۸۷). *نظریه‌های اقتصاد سیاسی* (م. عبدالله‌زاده، مترجم). تهران: ثالث.
۱۱. کاظمی‌زاد، ش. ا.، سبزی، ب.، میربهبایی، م.، و کریمی، ع. (۲۰۱۰). نقش گردشگری در همگرایی فرهنگی کشورهای عضو *OIC*. چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافی دانان جهان اسلام، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۱۲. کاظمی، م. (۱۳۸۵). *مدیریت گردشگری* (چاپ اول). تهران: نشر وزارت و فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۳. لواسانی، ا. (۱۳۷۴). *مدیریت گردشگری* (چاپ اول). تهران: انتشارات سمت.
۱۴. محمدی، ج.، و باقری کشکولی، ع. (۱۳۹۳). تحلیل تطبیقی رابطه بین فقر و خشونت شهری با استفاده از مدل ویکور (مطالعه موردی: محله‌های شهر یزد). *نشریه مطالعات نواحی شهری*، ۱(۱)، ۱۲۵-۱۴۹.
۱۵. معاونت تحقیقات، آموزش و برنامه‌ریزی گردشگری. (۱۳۸۲). *رویکردهای کلان سازمان ایرانگردی و جهانگردی*. تهران.
16. Beery, J. (2012). State, capital and spaceships: A terrestrial geography of space tourism. *Geoforum*, 43, 25-34.
17. Besley, T., & Burgess, R. (2002). The political economy of government responsiveness: Theory and evidence from India. *The Quarterly Journal of Economics*, 117(4), 1415-1451,
18. Bramwell, B. (2011). Governance, the state and sustainable tourism: A political economy approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 459-477.
19. Britton, S. G. (1982). The political economy of tourism in the Third World. *Annals of Tourism Research*, 9(3), 331-358.
20. Cole, S. (2012). A political ecology of water equity and tourism: A case study from Bali. *Annals of tourism Research*, 39(2), 1221-1241.
21. Jansen-Verbeke, M., & Lievois, E. (1999). Analyzing heritage resources for urban tourism in European cities. In D. GPearce & R. W. Butler (Eds.), *Contemporary issues in tourism development* (pp. 81-107). London, England: Routledge.

22. Jessop, B., & Power, S. (2008). *State power: A strategic-relational approach*. Cambridge: Polity.
23. Jones, A. E. G., Gibbs, D., & While, A. (2011). The new urban politics as a politics of carbon control. *Urban Studies*, 48(2), 2537-2554.
24. Mair, H. (2012). Political economy of tourism: A critical perspective. *Annals of Tourism Research*, 39, 1276-1277.
25. Nunkoo, R., & Smith, S. L. (2013). Political economy of tourism: Trust in government actors, political support, and their determinants. *Tourism Management*, 36, 120-132.
26. Nunkoo, R., Ramkissoon, H., & Gursoy, D. (2012). Public trust in tourism institutions. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1538-1564.
27. OECD. (2009). *The impact of culture on tourism*. Retrieved from https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/2009_The_Impact.pdf
28. Opricovic, S. (1998). *Multi-criteria optimization of civil engineering systems*. Belgrade, Serbia: Faculty of Civil Engineering.
29. Opricovic, S., & Tzeng, G. H. (2004). Compromise solution by MCDM methods: A comparative analysis of VIKOR and TOPSIS. *European journal of operational research*, 156(2), 445-455.
30. Phelps, C., Heidl, R., & Wadhwa, A. (2012). Knowledge, networks, and knowledge networks: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 1115-1166.
31. Purcell, M & Nevins, J. (2005). Pushing the boundary: State restructuring, state theory, and the case of u.s.–mexico border enforcement in the 1990s. *Political Geography*, 24, 211-235.
32. Sheng, L. (2011). Foreign investment and urban development: A perspective from tourist cities. *Habitat International*, 35(1), 111-117.
33. Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism management*, 16(5), 361-365.
34. UNWTO. (2015). *Tourism Highlights*, Retrieved from www.e-unwto.org
35. Wan, Y. K. P. (2013). A comparison of the governance of tourism planning in the two Special Administrative Regions (SARs) of China–Hong Kong and Macao. *Tourism Management*, 36, 164-177.
36. Wang, Y., & Bramwell, B. (2012). Heritage protection and tourism development priorities in Hangzhou, China: A political economy and governance perspective. *Tourism Management*, 33(4), 988-998.
37. Xue, L., Manuel-Navarrete, D., & Buzinde, C. N. (2014). Theorizing the concept of alienation in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 44, 186-199.