

اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری با هدف توسعه گردشگری (منطقه مورد مطالعه: شهر مشهد)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۱۵ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۲۰

صدیقه ذاکری^{*۱} طاهره صادقلو^۲

۱- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۲- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

چکیده

صنعت گردشگری با اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم و در نتیجه، کسب درآمد برای مقصدهای گردشگری، نقش مهمی در اقتصاد منطقه دارد. برای دستیابی به این درآمد، ابتدا باید گردشگر جذب شود و به منظور برخورداری از منافع حاصل از گردشگری، اولویت‌گردشگران در انتخاب مقصدهای گردشگری بررسی شود. بنابراین با توجه به اینکه بسیاری از سفرهای داخلی در ایران نیز دیدارهای مذهبی از مکان‌های مقدس نظیر مشهد و قم است؛ هدف از این تحقیق، شناسایی اولویت‌جاذبه‌های گردشگری در شهر مشهد با استفاده از تکنیک آنتروپی، VICOR و SPSS است. انگیزه مطالعه این تحقیق بررسی کردن استقبال گردشگران از انواع جاذبه‌های جدید و قدیمی موجود در این شهر است. نتایج بدست آمده نشان داد که در مجموع، بارگاه امام رضا(ع) اولویت اول جاذبه گردشگری را در میان گردشگران و مسئولان مورد مطالعه است و سایر جاذبه‌های گردشگری در اولویت‌های بعدی قرار گرفته‌اند. بنابراین شهر مشهد با جاذبه‌های جدید ایجاد شده برای توسعه گردشگری در این شهر تاکنون موفق نبوده است.

واژه‌های کلیدی: توسعه گردشگری، جاذبه گردشگری، روش تصمیم‌گیری چند معیاره، شهر مشهد.

مقدمه

طرح مسئله

اهمیت سیر و سفر و توریسم در تعالی فرهنگی و تفاهم بین‌المللی سبب شده که مجمع عمومی سازمان ملل متحد، روز ۲۹ سپتامبر هر سال را روز جهانی "جهانگردی" اعلام کند (تقوایی و مبارکی، ۱۳۸۸، ص. ۳۳). در دهه‌های اخیر توسعه صنعت گردشگری و اتخاذ آن به عنوان یکی از فعالیت‌های عمده اقتصادی از طرف کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و رقابت مقاصد عمده گردشگری در جهت جذب گردشگران، برنامه‌ریزان را بر آن داشته تا برای افزایش درآمدهای حاصله از فعالیت‌های گردشگری به دو مقوله مهم توجه نمایند: اول، افزایش رضایت گردشگران و ارتقای لذت و کیفیت تجربه گردشگری و دوم، تلاش در جهت حفظ منافع جوامع میزبان (کاظمی، ۱۳۸۵، ص. ۲۳). امروزه گردشگری برای بسیاری از مدیران و مسئولان شهری به صورت یک امر اقتصادی بااهمیت درآمده است که مستلزم ارزیابی صحنه رقابت، تعریف و تعیین هدف‌ها، داوری میان گزینه‌های گوناگون در زمینه سرمایه‌گذاری و آمایش و ایجاد ساختار مناسب و تجارتي فرآورده‌های گردشگری شهری است (دیناری، ۱۳۸۴، ص. ۱۱).

اکنون نکته مهم در برنامه‌ریزی بر اساس جاذبه‌ها، نحوه اولویت‌بندی در توسعه و چگونگی توسعه آنهاست. برای سنجش و اولویت‌بندی جاذبه‌ها معمولاً معیارهای مختلفی؛ از قبیل: اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، زیرساختی، زیست - محیطی، نهادی، قانونی و جغرافیایی مورد توجه قرار می‌گیرد. (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵، ص. ۳۰). در چنین شرایطی روش‌های ارزیابی چندمعیاره، با توجه به این که در آنها فرض بر این است که هر یک از معیارها محور یا بعد جداگانه‌ای هستند، می‌تواند استفاده شود (زبردست، ۱۳۸۰، ص. ۲). در این پژوهش سعی بر این است تا با توجه به زیرساخت‌های گردشگری و توزیع فضایی آنها در سطح شهر مشهد، نسبت به رتبه‌بندی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری مشهد اقدام شود. در مقاله حاضر سعی شده است تا به سؤال‌های اساسی زیر پاسخ داده شود:

مهمترین مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر برای ارزیابی اثرات گردشگری جهت رتبه‌بندی و تعیین آنها چه مؤلفه‌هایی هستند؟

براساس شاخص‌های مؤثر کدامیک از جاذبه‌های گردشگری مشهد دارای اولویت بیشتری برای توسعه از دیدگاه مزایای گردشگری برای جامعه میزبان می‌باشند؟

با توجه به سؤالات مطرح شده، فرضیه‌های این پژوهش عبارتند از:

به نظر می‌رسد شاخص‌های فاصله و نحوه دسترسی، تبلیغات، امکانات و تسهیلات مقصد و درآمدزایی از مهمترین مؤلفه‌های رتبه‌بندی اثرات گردشگری می‌باشد.

به نظر می‌رسد آرامگاه امام رضا(ع)، سرزمین موجهای آبی در اولویت‌های اولیه برای توسعه گردشگری قرار دارند.

۲,۱. پیشینه پژوهش و مبانی نظری

سابقه پژوهش در زمینه گردشگری به صورت یک رشته علمی تقریباً به حدود ۲۰۰ سال پیش برمی‌گردد. اولین کتاب در رابطه با گردشگری که توسط توماس نوگ نت نوشته شده است، تحت عنوان

راهنمای گردشگری که تقریباً ۲ قرن از آن می‌گذرد. در زمینه اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری در داخل ایران (جز چند مورد) مطالعات زیادی انجام نشده است. مطالعات خارجی در این زمینه به شرح زیر است:

نویسنده	عنوان	موضوع و یافته‌ها
هانگ و همکاران (۲۰۰۶)	بررسی نقش طبقه‌بندی، تصویر عاطفی و محدودیت‌ها در شکل‌گیری مدل مجموعه انتخاب	در ابتدا مقصدهای مشابه از طریق روش MDS طبقه‌بندی شدند و سپس یک مدل لاجیت چند جمله‌ای آشیانه‌ای برای تعیین قصد بازدید از مقصد معین به کار گرفته شد. نتایج نشان می‌دهد که مفهوم طبقه‌بندی و فرآیند ترتیبی در فرآیند انتخاب مقصد، تاثیرگذار است. طبقه‌بندی مقصدهای سفر در گروه‌های مشابه، فرآیند انتخاب تصمیم‌گیران را آسان می‌کند. به گونه‌ای که برای انتخاب محل به تلاش کمتری نیاز دارند.
براووکا (۲۰۰۶)	ترجیحات گردشگران بازدیدکننده از جزیره‌ی ساردینیای ایتالیا را با استفاده از روش مدل سازی انتخاب	نکته‌ی مهم در این پژوهش، بررسی تاثیر افزایش تقاضا است. محاسبه میزان تمایل به پرداخت و احتمال انتخاب برای مقصدهای فرضی نشان داد که چگونه این روشها می‌تواند اطلاعات مفیدی را در تعیین فرآیند تصمیم‌گیری سیاست‌گذاران فراهم آورد
ضیائی و داغستانی (۱۳۸۹)	جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی شهرستان نیشابور را با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی رتبه‌بندی کردند.	پژوهشگران در این تحقیق نتیجه گرفتند که جز تعداد معدودی از جاذبه‌های در دسترس و شناخته شده مانند آرامگاه عطار، آرامگاه خیام، آرامگاه کمال‌الملک و قدمگاه رضوی، برنامه ریزی قابل توجهی برای ارتقا و بازاریابی جاذبه‌های دیگر شهرستان صورت نگرفته است.
رحیمی و رنجبر دستانی (۱۳۹۱)	ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های اکوتوریسم چهارمحال و بختیاری	با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی AHP از میان ۱۲ روستای

<p>مصوب هدف گردشگری، ۳ روستا را بعنوان اولویت‌های نخست سرمایه گذاری برگزیدند. براساس نتایج این مطالعه، روستای ۱۰ چشمه، هوره و آتشگاه به ترتیب شرایط بهتری برای سرمایه گذاری دارند و دیگر روستاها در اولویت‌های بعدی قرار دارند.</p>		
<p>با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی و سیستم اطلاعات جغرافیایی (مطالعه موردی: الشتر)، پارک‌های شهر را با توجه به مؤلفه‌هایی مانند داشتن امکانات، زیبایی، امنیت، دسترسی راحت، توزیع مناسب در سطح شهر و میزان مساحت اولویت‌بندی کردند. این تحقیق نشان داد که پارک شهید استویی، پارک صخره ای، پارک شهید رجایی و پارک شهید باهنر به ترتیب در اولویت‌های اول تا چهارم قرار گرفتند و نقشه نهایی با استفاده از GIS و پیوند نقشه‌ها وزن دهی شده و با توجه به میزان اهمیت معیارهای مورد نظر به دست آمد و در آن پارک شهید استویی با ۸۰ درصد شرایط، پارک صخره‌ای با ۷۰ درصد شرایط، پارک شهید رجایی با ۶۰ درصد شرایط و پارک شهید باهنر با ۴۰ درصد شرایط اولویت‌بندی شدند.</p>	<p>مکانیابی و اولویت‌بندی پارک‌های شهری</p>	<p>فاضل نیا و همکاران (۱۳۹۰)</p>

مأخذ: (نگارنده، ۱۳۹۴)

همان‌گونه که ملاحظه شد، درباره‌ی سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهر مشهد، مطالعه‌ی علمی خاصی صورت نگرفته است. از این رو هدف از این تحقیق، رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهر مشهد است. (مومنی و همکاران، ۱۳۷۹). مشهد از شهرهای مقدس جهان (جغرافیای زائران) است که سرشت و

شکل‌گیری فضایی و زندگی اجتماعی- اقتصادی آن به طور کامل متأثر از عوامل مذهبی - فرهنگی و گردشگری برآمده از آن شکل گرفته است. یکی از انواع گردشگری، گردشگری شهری است؛ به طوری که با توجه به جایگاه ویژه شهر، در بسیاری از کشورهای موفق در این صنعت، شهر پایه و اساس توسعه گردشگری است (قالیباف و شعبانی فرد، ۱۳۹۰، ص. ۷).

روش شناسی پژوهش

۱,۲. روش پژوهش

از آنجایی که موضوع این پژوهش اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان مشهد برای توسعه و برنامه‌ریزی است؛ لذا در ابتدای کار به مطالعه پیمایشی درباره وضعیت موجود شهرستان مشهد و جاذبه‌های گردشگری آن پرداختیم. در مرحله اول معیارها و شاخص‌های ارزیابی جاذبه‌های گردشگری بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و بر اساس مبانی نظری موجود در زمینه گردشگری تهیه گردید و سپس با استفاده از نمونه‌گیری به شیوه تصادفی به تهیه دو پرسش‌نامه برای گردشگران و مسئولان ذی‌ربط اقدام کردیم. همچنین برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با ضریب اطمینان ۹۵ درصد و مقدار خطای ۰/۰۷ در نظر گرفته شد که بر این اساس در سال ۱۳۹۴، ۲۵۰ پرسش‌نامه در میان گردشگران و ۳۵ پرسش‌نامه در میان مسئولان مرتبط توزیع گردید. و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از نرم افزارهای Excel و Spss استفاده شد، در پایان نیز برای اولویت‌بندی جاذبه‌ها از تکنیک‌های آنتروپی و Vicor استفاده شده است.

۲,۲. متغیرها و شاخص‌های پژوهش

جدول ۲. ابعاد و شاخص‌های مورد نظر در این پژوهش (گردشگران)

آماره		مقیاس	شاخص‌ها	ابعاد	
آزمون آماری پارامتریک	روش وزن‌دهی آنتروپی	مدل Vicor	رتبه‌ای	آب و هوای مقصد	عوامل جغرافیایی و طبیعی
			فاصله‌ای	وجود مناظر طبیعی و بکر	
			رتبه‌ای	میزان فاصله و نحوه دسترسی	زیر ساختها و تبلیغات
			فاصله‌ای	تسهیلات و امکانات مقصد	
			رتبه‌ای	تأثیر رسانه‌های دیداری و شنیداری	
			رتبه‌ای	وجهه و اعتبار مقاصد	اجتماعی - فرهنگی
	فاصله‌ای	پارکینگ اختصاصی			
	رتبه‌ای	انگیزه‌های جانبی سفر (ورزشی و پزشکی و ...)			
	رتبه‌ای	بازدید از اماکن مذهبی			
				تأثیر زمینه فرهنگی اجتماعی خانوادگی در انتخاب مقصد	
				آشنایی با زبان خارجی	

			رتبه‌ای	دیدار از خویشان و نزدیکان	اقتصادی
				تسهیلات لازم برای اقامت زائران و گردشگران	
			فاصله‌ای	هزینه تورهای مسافرتی	عوامل فردی
				میزان درآمد	
			رتبه‌ای	پایین بودن هزینه‌ها در مقصد	
				تجربه سفرهای قبلی	
				اطلاعات نسبت به مقصد قبل از سفر	
				سفر به مقاصد جدید	
				نگرش نسبت به مقصد (انگیزه سفر)	
				انتخاب مقصد بر اساس شغل	

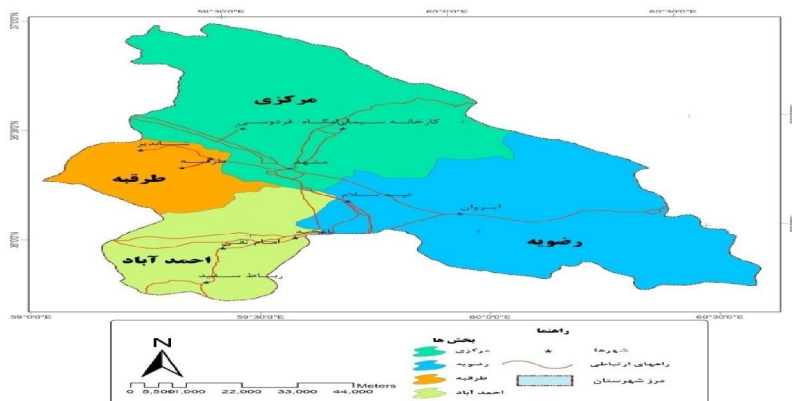
جدول ۳. ابعاد و شاخص‌های مورد نظر در این پژوهش (مسئولان)

آزمون آماری	پارامتریک	روش وزن-دهی آنتروپی	مدل Vidor	فاصله‌ای	درآمد زایی	عوامل اقتصادی
				رتبه‌ای	اشتغال زایی	
آزمون آماری پارامتریک	روش وزن-دهی آنتروپی	مدل Vidor	رتبه‌ای	توانایی جذب گردشگر بیشتر	تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری وجود اراضی کافی برای ایجاد کار بری‌های تفریحی و گردشگری	عوامل زیر ساختی
				کیفیت خدمات و امکانات تسهیلات سفر		
			فاصله‌ای	اعتبار لازم برای اصلاح و توسعه ی تاسیسات زیربنایی	عوامل فرهنگی و اجتماعی	
			رتبه‌ای	تبلیغات(وجهه ملی، منطقه ای)		
				امنیت گردشگری		
				مشکلات اجتماعی(جرایم عمومی، اعتیاد و فحشا)		
				احیا سنت‌ها و آداب و رسوم	زیست محیطی	
				ارتقا سطح آگاهی		
				برخورد میان افراد محلی و بازدید کنندگان		
				افزایش بازاریابی در جهت جذب گردشگر		
				کاهش آلودگی‌ها(آب، هوا، صوتی، خاک و زباله)		
				بهبودی محیط		
	دفع مواد زائد					
				دسترسی به تسهیلات اقامتی و پذیرایی		

مأخذ: (تولایی و همکاران، ۱۳۹۲-قالیباف و شعبانی فرد، ۱۳۹۰-ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۱- کاظمی محمدی و همکاران، ۱۳۸۹-مختاری و همکاران، ۱۳۹۳-نوری و همکاران، ۱۳۹۲- صادقی مقدم و همکاران، ۱۳۹۰)

۳,۲. قلمرو جغرافیایی پژوهش

مشهد شهری در شمال شرقی ایران و مرکز استان خراسان رضوی است. این شهر بین عرض‌های ۳۷ درجه و ۷ دقیقه و ۳۵ درجه و ۴۳ دقیقه ی شمالی و طول ۶۰ درجه و ۳۸ دقیقه و ۵۹ درجه و ۲ دقیقه ی شرقی واقع شده است. شهرستان مشهد دارای ۴ بخش مرکزی، احمدآباد، طرقيه، رضویه و ۵ شهر به نام‌های مشهد، ملک آباد، رضویه، طرقيه، شانديز و ۱۳ دهستان است (آمارنامه ی شهر مشهد، ۱۳۸۸، ص. ۱۰).



شکل ۱: موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه (مأخذ: نگارنده)

یافته‌های پژوهش

الف- با بررسی اهداف تحقیق، جامعه آماری گردشگران و مسئولان شهرستان مشهد در نظر گرفته شد. پس از آشنایی با ویژگی‌های نمونه مورد مطالعه، به بررسی نتایج برآمده از آمار توصیفی و مدل آنتروپی خواهیم پرداخت.

توزیع گردشگران و مسئولان مورد مطالعه بر اساس جنسیت

در میان نمونه مورد مطالعه، ۵۷,۹ درصد از گردشگران مرد و ۴۱,۳ درصد پاسخ دهندگان زن و در میان مسئولان ۸۲,۹ مرد و ۱۷,۱ زن بوده‌اند.

توزیع گردشگران مورد مطالعه بر اساس استان مبدأ

در نمونه مورد مطالعه اغلب گردشگران از شهرستان‌ها (۷۹,۲ درصد) بودند. استان تهران (۱۰,۸ درصد) در مرتبه دوم و روستاییان (۱۰ درصد) گردشگران در رتبه سوم قرار داشتند.

ب- برای رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری بر مبنای شاخص‌های به کار گرفته شده، از روش ویکور استفاده شده است. که فرآیند و الگوریتم این روش به شرح زیر خلاصه می‌گردد:

تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس n آلترناتیو و m گزینه.

تهیه ماتریس نرمالیزه شده

$$n_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum_1^m x_{ij}}$$

در این گام مقیاس‌های موجود در ماتریس تصمیم (خام) را بدون مقیاس می‌کنیم. به این ترتیب که هر کدام از مقادیر به اندازه بردار مربوط به همان شاخص تقسیم می‌شود.

جدول ۴. ماتریس مقادیر نرمال شده (گردشگران)

شخصها جاذبه‌ها	طبیعی	زیرساخت	فرهنگی-اجتماعی	اقتصادی	فردی
مجموعه حرم	0.193404	0.183385	0.179582	0.260446	0.212514
خواجه ربیع	0.155487	0.149939	0.141414	0.153119	0.162417
گنبد خشتی	0.179015	0.176015	0.202373	0.21265	0.163472
گنبد سبز	0.166399	0.164111	0.171344	0.197767	0.143961
پیرپالاندوز	0.166126	0.169213	0.180955	0.166571	0.178501
امامزاده یحیی	0.165853	0.196706	0.183426	0.218088	0.210932
خواجه مراد	0.169126	0.170063	0.208689	0.218088	0.196694
خواجه اباصلت	0.168308	0.176582	0.207041	0.206353	0.200385
مسجدشاه	0.181675	0.199257	0.179307	0.182885	0.187202
موزه نادری	0.165035	0.170063	0.19441	0.184888	0.177183
مصلاهی مشهد	0.172127	0.177716	0.194959	0.191757	0.191157
آرامگاه فردوسی	0.186585	0.189337	0.196057	0.174871	0.17481
بندگلستان	0.208953	0.213996	0.183152	0.180881	0.174019
باغ ملک آباد	0.201042	0.183952	0.168324	0.175157	0.185884
کوهسنگی	0.202133	0.210028	0.183426	0.177161	0.19643
پارک ملت	0.204043	0.181968	0.171619	0.16743	0.173755
پارک وکیل آباد	0.190949	0.177716	0.173266	0.173726	0.191421
کوهستان پارک	0.19395	0.189904	0.190016	0.176016	0.199858
طرقبه	0.207044	0.185085	0.198529	0.188036	0.199594
شاندیز	0.214681	0.207194	0.193037	0.19376	0.196694
جاغرق	0.214409	0.194155	0.196607	0.175443	0.187993
سد چالی درره	0.192313	0.192171	0.191389	0.172295	0.197749
بازار رضا	0.189313	0.207194	0.200451	0.174585	0.212777
مجموعه سپاد	0.180038	0.202659	0.191939	0.177733	0.182456
الماس شرق	0.204316	0.199541	0.193861	0.183743	0.181929
زیست خاور	0.201042	0.195006	0.203197	0.184888	0.192475
مجتمع ثامن	0.200497	0.19784	0.196057	0.19004	0.190366
سرزمین موجهای آبی	0.19695	0.212579	0.202098	0.201202	0.210141
max=f*	0.214681	0.213996	0.208689	0.260446	0.212777
min=f-	0.155487	0.149939	0.141414	0.153119	0.143961

مأخذ: (یافته‌های تحقیق ۱۳۹۴)

تعیین نقطه ایده‌آل مثبت و منفی برای هر معیار یا شاخص است. برای هر معیار، بهترین (max) و بدترین (min) هر یک را در میان همه گزینه‌ها تعیین کرده و به ترتیب f_j^* و f_j^- می‌نامیم. تعیین مقدار سودمندی (s) و مقدار تأسف (R) برای هر معیار مقدار سودمندی فاصله نسبی هر گزینه از راه حل ایده‌آل مثبت و مقدار تأسف بیانگر مقدار ناراحتی هر گزینه از دوری از راه حل ایده‌آل مثبت است.

$$S_i = \sum_{j=1}^n W_j \cdot \frac{f_j^* - f_{ij}}{f_j^* - f_j^-}$$

(۲)

$$R_i = \max \left[w_j \cdot \frac{f_j^* - f_{ij}}{f_j^* - f_j^-} \right]$$

جدول ۵. تعیین مقدار سودمندی و تأسف (گردشگران)

شاخص‌ها جاذبه‌ها	طبیعی	زیرساخت	فرهنگی - اجتماعی	اقتصادی	فردی	sum=s	max=r
مجموعه حرم	0.071891	0.095652	0	0	0.000767	0.16831	0.095652
خواجه ربیع	0.200005	0.200161	0.199375	0.199375	0.146445	0.945361	0.200161
گنبد خشتی	0.12051	0.11868	0.088788	0.088788	0.143378	0.560145	0.143378
گنبد سبز	0.163137	0.155878	0.116435	0.116435	0.200116	0.752002	0.200116
پیرپالاندوز	0.164059	0.139936	0.174387	0.174387	0.099675	0.752443	0.174387
امامزاده یحیی	0.164981	0.054026	0.078687	0.078687	0.005367	0.381747	0.164981
خواجه مراد	0.153921	0.137279	0.078687	0.078687	0.04677	0.495343	0.153921
خواجه اباصلت	0.156686	0.116908	0.100485	0.100485	0.036036	0.5106	0.156686
مسجدشاه	0.111523	0.046055	0.144082	0.144082	0.074373	0.520114	0.144082
موزه نادری	0.167746	0.137279	0.14036	0.14036	0.103508	0.689253	0.167746
مصلاي مشهد	0.143782	0.113366	0.1276	0.1276	0.062872	0.57522	0.143782
آرامگاه فردوسی	0.094933	0.077053	0.158968	0.158968	0.110409	0.600332	0.158968
بندگلستان	0.019355	0	0.147803	0.147803	0.112709	0.427671	0.147803
باغ ملک آباد	0.046084	0.093881	0.158437	0.158437	0.078206	0.535045	0.158437
کوهسنگی	0.042397	0.012399	0.154715	0.154715	0.047537	0.411764	0.154715
پارک ملت	0.035946	0.100081	0.172792	0.172792	0.113476	0.595086	0.172792
پارک وکیل آباد	0.080186	0.113366	0.161095	0.161095	0.062105	0.577847	0.161095
کوهستان پارک	0.070048	0.075282	0.156842	0.156842	0.03757	0.496583	0.156842
طرقبه	0.025807	0.090338	0.134512	0.134512	0.038336	0.423505	0.134512
شانديز	0	0.021256	0.123878	0.123878	0.04677	0.315783	0.123878
جاغرق	0.000922	0.061997	0.157905	0.157905	0.072073	0.450801	0.157905
سد چالی دره	0.075578	0.068197	0.163753	0.163753	0.043704	0.514985	0.163753
بازار رضا	0.085716	0.021256	0.1595	0.1595	0	0.425972	0.1595
مجموعه سپاد	0.117053	0.035427	0.153652	0.153652	0.088174	0.547958	0.153652
الماس شرق	0.035024	0.045169	0.142487	0.142487	0.089707	0.454874	0.142487
زیست خاور	0.046084	0.05934	0.14036	0.14036	0.059038	0.445182	0.14036
مجتمع ثامن	0.047927	0.050483	0.13079	0.13079	0.065172	0.425163	0.13079

سرزمین موجهای آبی	0.059909	0.004428	0.110055	0.110055	0.007667	0.292115	0.110055
Sum	2.501211	2.245173	3.77643	3.77643	1.991962	S	R
					s-	0.945361	0.200161
					s*	0.16831	0.095652

مأخذ: (یافته‌های تحقیق ۱۳۹۴)

مقدار ویکور برای هر گزینه به روش زیر محاسبه می‌شود.

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

$$S^* = \text{Min}S_i ; S^- = \text{Max}S_i$$

$$R^* = \text{Min}R_i ; R^- = \text{Max}R_i$$

(۳)

جدول 6. اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهر مشهد توسط گردشگران

شاخص‌ها جاذبه‌ها	طبیعی	زیرساخت	فرهنگی - اجتماعی	اقتصادی	فردی	sum=s	max=r	Q	اولویت
مجموعه حرم	0.071891	0.095652	0	0	0.000767	0.16831	0.095652	0	1
خواجه ربیع	0.200005	0.200161	0.199375	0.199375	0.146445	0.945361	0.200161	1	28
گنبد خشتی	0.12051	0.11868	0.088788	0.088788	0.143378	0.560145	0.143378	0.480463	14
گنبد سبز	0.163137	0.155878	0.116435	0.116435	0.200116	0.752002	0.200116	0.875365	27
پیرپالاندوز	0.164059	0.139936	0.174387	0.174387	0.099675	0.752443	0.174387	0.752552	26
امامزاده یحیی	0.164981	0.054026	0.078687	0.078687	0.005367	0.381747	0.164981	0.469024	11
خواجه مراد	0.153921	0.137279	0.078687	0.078687	0.04677	0.495343	0.153921	0.489204	15
خواجه اباصلت	0.156686	0.116908	0.100485	0.100485	0.036036	0.5106	0.156686	0.51225	18
مسجدشاه	0.111523	0.046055	0.144082	0.144082	0.074373	0.520114	0.144082	0.458071	10
موزه نادری	0.167746	0.137279	0.14036	0.14036	0.103508	0.689253	0.167746	0.68012	25
مصلاي مشهد	0.143782	0.113366	0.1276	0.1276	0.062872	0.57522	0.143782	0.492096	16
آرامگاه فردوسی	0.094933	0.077053	0.158968	0.158968	0.110409	0.600332	0.158968	0.580909	23
بندگلستان	0.019355	0	0.147803	0.147803	0.112709	0.427671	0.147803	0.416393	8
باغ ملک آباد	0.046084	0.093881	0.158437	0.158437	0.078206	0.535045	0.158437	0.536356	20
کوهسنگی	0.042397	0.012399	0.154715	0.154715	0.047537	0.411764	0.154715	0.439224	9
پارک ملت	0.035946	0.100081	0.172792	0.172792	0.113476	0.595086	0.172792	0.643668	24
پارک وکیل آباد	0.080186	0.113366	0.161095	0.161095	0.062105	0.577847	0.161095	0.576616	22
کوهستان پارک	0.070048	0.075282	0.156842	0.156842	0.03757	0.496583	0.156842	0.503976	17
طرقبه	0.025807	0.090338	0.134512	0.134512	0.038336	0.423505	0.134512	0.350121	5
شانديز	0	0.021256	0.123878	0.123878	0.04677	0.315783	0.123878	0.229934	3
جاغرق	0.000922	0.061997	0.157905	0.157905	0.072073	0.450801	0.157905	0.479605	13
سد چالی دره	0.075578	0.068197	0.163753	0.163753	0.043704	0.514985	0.163753	0.548885	21
بازار رضا	0.085716	0.021256	0.1595	0.1595	0	0.425972	0.1595	0.47126	12
مجموعه سپاد	0.117053	0.035427	0.153652	0.153652	0.088174	0.547958	0.153652	0.521772	19

الماس شرق	0.035024	0.045169	0.142487	0.142487	0.089707	0.454874	0.142487	0.40846	7
زیست خاور	0.046084	0.05934	0.14036	0.14036	0.059038	0.445182	0.14036	0.392049	6
مجتمع ثامن	0.047927	0.050483	0.13079	0.13079	0.065172	0.425163	0.13079	0.333382	4
سرزمین موجهای آبی	0.059909	0.004428	0.110055	0.110055	0.007667	0.292115	0.110055	0.14857	2
Sum	2.501211	2.245173	3.77643	3.77643	1.991962	S	r		
					s-	0.945361	0.200161		
					s*	0.16831	0.095652		

مأخذ: (یافته‌های تحقیق ۱۳۹۴)

ج- اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری از دیدگاه مسئولان، با استفاده از روش ویکور بدین شرح است:
جدول ۷. اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهر مشهد توسط مسئولان

اولویت	Q	MAX=R	SUM=S	اقتصادی	فرهنگی- اجتماعی	زیرساخت	طبیعی	شاخص‌ها	جاذبه‌ها
1	0	0	0	0	0	0	0	مجموعه حرم	
10	0.546677	0.493966	0.493966	0.130225	0.132364	0.121272	0.110105	خواجه ربیع	
23	0.953244	0.861332	0.861332	0.244734	0.160728	0.221454	0.234417	گنبد خشتی	
28	1	0.90358	0.90358	0.235753	0.255273	0.202999	0.209554	گنبد سبز	
22	0.80745	0.729595	0.729595	0.204319	0.204849	0.181909	0.138519	پیرپالاندوز	
25	0.960589	0.867969	0.867969	0.220036	0.195394	0.200363	0.252175	امامزاده یحیی	
27	0.992154	0.89649	0.89649	0.226772	0.239515	0.213545	0.216658	خواجه مراد	
26	0.980071	0.885573	0.885573	0.195338	0.208	0.247817	0.234417	خواجه اباصلت	
24	0.956761	0.86451	0.86451	0.2133	0.17769	0.231999	0.24152	مسجدشاه	
13	0.570138	0.515165	0.515165	0.107773	0.138667	0.116	0.152726	موزه نادری	
16	0.587333	0.530702	0.530702	0.136961	0.100849	0.097545	0.195347	مصلاي مشهد	
2	0.40149	0.362778	0.362778	0.110018	0.135515	0.081727	0.035518	آرامگاه فردوسی	
15	0.580621	0.524637	0.524637	0.12349	0.204849	0.079091	0.117208	بندگلستان	
14	0.574094	0.518739	0.518739	0.112263	0.182788	0.092272	0.131415	باغ ملک آباد	
6	0.494789	0.447082	0.447082	0.078584	0.173334	0.102818	0.092346	کوهسنگی	
4	0.414286	0.37434	0.37434	0.121244	0.097697	0.084363	0.071035	پارک ملت	
18	0.646344	0.584023	0.584023	0.193093	0.157576	0.187181	0.046173	پارک وکیل آباد	
21	0.804288	0.726739	0.726739	0.20881	0.129212	0.189818	0.198899	کوهستان پارک	
7	0.513058	0.463589	0.463589	0.08532	0.167031	0.179272	0.031966	طرقبه	
5	0.497478	0.449511	0.449511	0.069603	0.201697	0.110727	0.067484	شانديز	
9	0.540447	0.488337	0.488337	0.065113	0.201697	0.129181	0.092346	جاغرق	
20	0.677508	0.612182	0.612182	0.08532	0.173334	0.158181	0.195347	سد چالی درره	
11	0.554722	0.501236	0.501236	0.087565	0.113455	0.076454	0.223761	بازار رضا	
19	0.663228	0.599279	0.599279	0.098792	0.204849	0.089636	0.206002	مجموعه سپاد	
8	0.51524	0.46556	0.46556	0.067358	0.138667	0.060636	0.198899	الماس شرق	
17	0.594836	0.537482	0.537482	0.103282	0.189091	0.081727	0.163381	زیست خاور	
12	0.56202	0.50783	0.50783	0.121244	0.173334	0.071182	0.142071	مجتمع ثامن	
3	0.410361	0.370794	0.370794	0.051641	0.14497	0.071182	0.103001	سرزمین موجهای آبی	
		0.90358	0.90358	S-					
		0	0	S*					

مأخذ: (یافته‌های تحقیق ۱۳۹۴)

بر اساس این مدل اولویت‌بندی جاذبه‌های شهر مشهد برای گردشگران به شرح زیر است:

اولویت اول گردشگران مورد مطالعه، بارگاه امام رضا(ع) است. و سرزمین موج‌های آبی در درجه دوم اهمیت قرار داشت. در میان مناطق تفریحی ارائه شده در پرسش نامه، طبقه در اولویت بالاتری قرار گرفت و رتبه سوم را از نظر اهمیت قرار داشت. و از نظر مسئولان نیز بارگاه امام رضا(ع) در اولویت اول قرار گرفته، آرامگاه فردوسی و سرزمین موج‌های آبی در رتبه‌های دوم و سوم از نظر اهمیت قرار دارند. نتیجه این تحقیق، مشابه نتایج مطالعه مافی و سقایی (۱۳۸۷) است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس آنچه که مطرح شد هدف مسافران از بازدید شهر مشهد در سال‌های اخیر از حالت تک‌گزینه‌ای (بر پایه زیارت) به چند گزینه‌ای (با اولویت زیارت) تغییر کرده است. کل نمونه‌ی مورد بررسی اولویت اول جاذبه شهر مشهد را بارگاه امام رضا(ع) معرفی کردند. اما تفریح و خرید از مجتمع‌های تجاری، جایگاه قابل ملاحظه‌ای در برنامه گردشگران شهر مشهد دارد و اغلب مسافران این شهر باقیمانده اوقات خود را پس از زیارت به این دو فعالیت اختصاص می‌دهند. چنانچه در میان جاذبه‌های تاریخی آرامگاه فردوسی و آرامگاه موزه نادری در اولویت قرار دارند که نشان دهنده توجه نسبتاً اندک گردشگران به این جاذبه‌هاست. همچنین جاذبه‌های تاریخی دیگر نیز برای گردشگران جذابیت زیادی ندارد و اغلب آنان بازدید از این مناطق را در برنامه سفر خود قرار نمی‌دهند. در واقع فقدان سرمایه‌گذاری مناسب در مرمت، بازسازی و نوسازی جاذبه‌هایی مانند شهر توس و روستای پاژ، موجب مهجور ماندن بخشی از کارکرد تاریخی شهر مشهد شده است. اگرچه رشد و توسعه فضایی شهر از نقش‌پذیری انحصاری از جاذبه‌های مذهبی - فرهنگی به سمت جاذبه‌های طبیعی - تفریحی و مناطق ییلاقی مانند طبقه، شاندیز گرایش بیشتری داشته است، از ظرفیت کامل جاذبه‌های تاریخی، ورزشی و درمانی شهر مشهد بهره‌برداری نشده است.

می‌توان نتیجه گرفت که شهر مشهد از جاذبه‌هایی مانند پارک ملت، کوهسنگی، طبقه، شاندیز، کوهستان پارک و مجتمع‌های تجاری در مقایسه با جاذبه‌های دیگر بهره‌برانی برده است. به عبارت دیگر تاکنون از ظرفیت‌های دیگر جاذبه‌های شهر مشهد مانند پارک جنگلی وکیل آباد، بند گلستان، دیگر مناطق ییلاقی اطراف شهر مشهد، پارک جنگلی طرق، آرامگاه فردوسی، موزه نادری، مقبره خواجه ربیع، موزه و باغ ملک آباد در جذب گردشگر استفاده نامناسب شده است؛ زیرا با وجود فراهم بودن جاذبه‌های طبیعی و انسان ساخت، به دلیل فقدان عناصر ثانویه (امکانات مورد نیاز) و مکمل (قابلیت دسترسی و...) ظرفیت‌های بالقوه‌ی آنان در جذب گردشگر نسبتاً بی‌استفاده مانده است.

بخش دولتی مالک بیشتر جاذبه‌های معرفی شده در این تحقیق است با وجود اینکه نتوانسته شرایط استفاده از ظرفیت‌های گردشگری در شهر مشهد، چندین پیشنهاد ارائه می‌شود:

بهره‌گیری از موقعیت خاص شهر مشهد به عنوان دومین کلانشهر مذهبی جهان اسلام برای گسترش انواع دیگر گردشگری مانند گردشگری آموزشی، سمینارها و همایش‌های ملی و بین‌المللی.

خصوصی سازی بهره‌برداری از جاذبه‌ها برای به حداکثر رساندن استفاده از هر یک از جاذبه‌های گردشگری شهر مشهد.

سرمایه‌گذاری در مرمت و باززنده کردن جاذبه‌های تاریخی (مانند شهر توس و روستای پاژ).
گنجاندن مقصدهای گردشگری خاص در تورهای مسافرتی مشهد (مقصدهایی نظیر سرزمین موج‌های آبی).
فراهم آوردن تسهیلاتی برای دسترسی راحت‌تر به جاذبه‌های تاریخی (مانند شهر توس و روستای پاژ).

منابع و مآخذ:

- ۱- ابراهیم زاده، ع.، کاظمی نژاد، ش.ا. و اسکندری ثانی، م. (۱۳۹۰)، برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تاکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم)، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۶.
- ۲- پاپلی یزدی، م.ح. و سقایی، م. (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: سمت.
- ۳- تقوایی، م.، احسانی، غ.ح. و صفرآبادی، ا. (۱۳۸۸). نقش و جایگاه برنامه ریزی چند بعدی در توریسم و اکوتوریسم مطالعه موردی: منطقه خروطبس، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، شماره ۳.
- ۴- تولایی، س. (۱۳۸۶). مروری بر صنعت گردشگری، دانشگاه تربیت معلم.
- ۵- دیناری، ا. (۱۳۸۴). گردشگری شهری در (ایران و جهان). مشهد: واژگان خرد.
- ۶- رهنمایی، م.ت.، منوچهری میان‌دوآب، ا. و فرجی ملایی، ا. (۱۳۹۰). تحلیل کیفیت زندگی شهری در بافت فرسوده شهری میان‌دوآب، مدیریت شهری، شماره ۲۸.
- ۷- زبردست، ا. (۱۳۸۰). کاربرد فرآیند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، پژوهش‌های هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، شماره ۱۰.
- ۸- سلطانی، ز. و نوری زمان آبادی، س.ه. (۱۳۸۹). ارزیابی توان محیطی شهرستان خوانسار به منظور توسعه توریسم (با استفاده از GIS)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۹۹.
- ۹- صادقی مقدم، م.ر.، حاجیلویی، ن.، پالاد، ک. (۱۳۹۲). بررسی میزان تأثیر معیارهای فضایی-کالبدی شهرها بر صنعت گردشگری با استفاده از مدل تحلیل فرآیند سلسله مراتبی (AHP)، اولین همایش منطقه ای معماری، معماری پایدار و شهرسازی خشت اول، ۱۳۹۲.
- ۱۰- فرج زاده‌اصل، م. (۱۳۸۴). سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه ریزی گردشگری، تهران: سمت.
- ۱۱- قادری، ز. (۱۳۸۳). اصول توسعه پایدار گردشگری روستایی، تهران: سازمان شهرداریها و دهیاری‌ها.
- ۱۲- قالیباف، م.ب.، شعبانی‌فرد، م. (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای توسعه گردشگری شهری بر اساس مدل‌های تصمیم‌گیری چند متغیره، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره پیاپی ۱۰۱.
- ۱۳- کاظمی، م. (۱۳۸۵)، مدیریت گردشگری. تهران: سمت.
- ۱۴- مومنی، م.، و صرافی، م. (۱۳۸۷). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی-فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلانشهر مشهد. مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۱.
- ۱۵- نوری، ج.، زارعی، ه. و میرحسینی، ا. (۱۳۸۹). امکان سنجش جذب اکوتوریسم در مناطق کویری ایران (مطالعه موردی: تله کابین طرزجان). فصلنامه فضای جغرافیایی، شماره ۳۲، ۷۵-۹۳.
- 16- Cohen, E., (1978). The impact of Tourism on the Physical environment. *Annals of Tourism Research*, 5, 215-237.
- 17- Hall, C.M., Page, S. J.(2001). *Tourism and Recreation*. London: Routledge.
- 18- Inskip, E. (1994). *National and Regional Tourism Development, Methodologies and Case Studies*. London: Routledge.

- 19- Mason, P., (1995). *Tourism: Environment and development Perspectives*. Godalming, UK, World Wide Fund for Nature.
- 20- Peter, P.D.(2005). Volunteer tourism posts modern pilgrimage in Tamilnadu. *Journal of tourism and cultural change*.
- 21- Philips, M.R. and House, C. (2009). An evaluation of priorities for beach tourism: Case studies from South Wales, UK. *Tourism Management* (30): 176- 183.
- 22- Sommer, a, Saviano, M.(2007). *Spiritually Tourisms: Religiousness Raised in Deutschland, Berlin*. Analytical on Role religious tourism in Urbanization Extention.
- 23- Williams, S., (2000). *Tourism Geography*. London: Routledge Publications.
- 24- WTO. (1995). *Concepts, Definition and Classifications for Tourism Statistics*. Madrid: World Tourism Organization Press.
- 25- WTTC:World Travel & Tourism Council (2013).