



## سناریونویسی آینده های محتمل گردشگری مذهبی شهر مشهد

تکتم حنایی

دانشیار گروه شهرسازی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)

**Toktamhanaee@yahoo.com**

سیده الهه رضوانیان

کارشناس ارشد طراحی شهری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

فرید بشیان

دانشجوی دکتری شهرسازی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

پذیرش: ۱۴۰۲/۳/۳

دریافت: ۱۴۰۲/۲/۱۹

### چکیده

صنعت گردشگری از مهمترین بخش های اقتصادی جهان است. کشور ایران با توجه به جاذبه های گردشگری (از جمله گردشگری مذهبی همچون شهر مشهد)، یکی از برجسته ترین ممالک دنیا در زمینه پتانسیل های گردشگری مذهبی می باشد. هدف پژوهش حاضر، شناسایی سناریوهای آتی گردشگری مذهبی شهر مشهد می باشد. روش پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از حیث روش، توصیفی تحلیلی می باشد. همچنین از روش کتابخانه ای و اسنادی جهت جمع آوری داده ها و منابع استفاده شده است. جهت تحلیل داده ها از تکنیک تحلیل اثرات متقابل و نرم افزار میک مک، برای شناسایی پیشران های اثرگذار بر توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد و همچنین از روش سناریو نویسی و نرم افزار سناریو ویزارد برای شناسایی آینده های محتمل بهره گرفته شده است. براساس نتایج بدست آمده، ۱۱ پیشران که بیشترین تاثیرگذاری را داشته در نرم افزار سناریو ویزارد در سه حالت خوشبینانه، بینابینی و بدبینانه دسته بندی گردید. از مجموع سناریوهای مذکور، ۷ سناریو که بیشترین سازگاری و امتیاز را داشته انتخاب و به عنوان سناریوهای محتمل گردشگری مذهبی مشهد معرفی گردید. از میان سناریوهای محتمل، سناریو اول بهترین سناریو بوده که در آن تمامی پیشران ها وضعیت مطلوبی دارند.

کلید واژه ها: آینده، سناریو نویسی، گردشگری، مشهد

## مقدمه

صنعت گردشگری با نیروی قدرتمند خود سبب تغییرات در اقتصاد کشورهای توسعه یافته و کمتر توسعه یافته می شود (جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۷). مذهب به صورت سنتی ارتباطی بسیار نزدیک با گردشگری داشته و یکی از قدیمی ترین عوامل توسعه و ترویج سفر و گردشگری به شمار می آید (Heydari Chianeh et al, ۲۰۱۸). در واقع، بین تمامی انگیزه ها برای سفر و گردشگری، مذهب جایگاه ویژه ای در طول تاریخ داشته و مشارکت این دو پدیده، به شکل گیری گونه ای بسیار مهم از گردشگری (گردشگری مذهبی) منجر گشته است. گردشگری مذهبی را می توان سفر به مکان های مقدس مذهبی با هدف تأمین نیازهای معنوی و مذهبی تعریف کرد (Rot et al, ۲۰۱۴). این گونه از گردشگری به صورت جهانی در حال گسترش است (Maneenetr & Tran, ۲۰۱۴). گردشگری مذهبی عبارتی کلی و توضیح دهنده الگوهایی از مسافرت است که به منظور تأمین نیازهای مذهبی و تفریحی و بازآفرینی روح با زیارت مکان های مقدس مذهبی مانند عبادتگاه ها و معابد، حرم ها، زیارتگاه ها و نیز شرکت در جشنواره ها، نمایش ها و رویدادهای مذهبی در جوامع معاصر شکل می گیرند (Shinde, ۲۰۱۸). همچنین گردشگری مذهبی را به عنوان روشی برای کسب تجربیات دینی، درس آموزی و افزایش آگاهی معنوی تعریف کرده اند (Indrawati et al, ۲۰۱۶). این گونه گردشگری را به ابزاری برای تأمین نیازهای جدید اجتماعی افراد برای برخورداری از تعادل مناسب بین سلامتی جسمی و بهزیستی روحی و معنوی و نیز فرصتی برای ایجاد همدلی و همبانی بین فرهنگی و توسعه روابط قابل اعتماد و پایدار بین جوامع مختلف توصیف کرده اند (Fabio et al, ۲۰۱۶). برنامه ریزی در جهت توسعه گردشگری امری ضروری، سخت و پیچیده محسوب می گردد. لذا ضروری است از ابزارهای کارآمد در این زمینه بهره گرفته شود.

توسعه فزاینده تکنولوژی ها و سرعت ارتباطات و ظهور مسائل گوناگون در ابعاد مختلف جوامع بشری موجب شده است نظام های بررسی و تحلیل مسائل دستخوش پیچیدگی فزاینده شود؛ به گونه ای که جوامع انسانی با شمار بالایی از متغیرهای تأثیرگذار مواجه اند. پیچیدگی، عدم قطعیت، تغییرات شدید درهم تنیدگی و پیشبینی ناپذیر بودن از ویژگی های انکارناپذیر نظام های شهری و منطق های قرن بیست و یکم است. سناریونویسی بعنوان یکی از روش های آینده پژوهی به منظور پرداختن به چندگانگی و غیرقابل پیشبینی بودن آینده ابداع و توسعه یافته است. مزیت این روش، توانایی شناخت آینده های درازمدت، میانمدت و یا کوتاهمدت است (Lingren and Hans, ۲۰۰۳). سناریو چهره آینده است؛ اما پیش گویی نیست؛ بلکه هدف سناریوسازی، گسترش تفکر در مورد آینده و عریض تر کردن طیف بدیل هایی است که می تواند مورد نظر باشد (Porter, ۱۳۹۸: ۳۷). نتیجه نهایی سناریو ارائه یک تصویر دقیق نیست، بلکه وسیله ای برای اتخاذ تصمیم های بهتر در آینده است. در انتها واقعیت به صورت ترکیبی از سناریوها به وقوع می پیوندد. اهمیت سناریوها در این است که خود را نسبت به اینکه چه اتفاقاتی ممکن است در آینده به وقوع بپیوندد معلوم میکند (سیاح مفضلی، ۱۳۹۵).

شهر مشهد، کلان شهری در شمال شرق ایران و مرکز خراسان رضوی، با بیش از ۳۵۱ کیلومتر مربع مساحت است که بعد از تهران پهناورترین شهر کشور می باشد. این شهر به واسطه وجود حرم علی بن موسی الرضا (ع)، سالانه پذیرای بیش از ۲۷ میلیون زائر از داخل و دو میلیون زائر از خارج از کشور است و با سابقه طولانی که در جذب گردشگری مذهبی و



مجله علوم جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، دوره ۱۹، شماره ۴۳، تابستان ۱۴۰۲، صص ۵۰-۳۲

خواستگاه هنر اسلامی دارد از اهمیت خاصی در کشور برخوردار است. لذا لازم است جهت توسعه گردشگری مذهبی در این شهر، برنامه‌ریزی آینده‌نگرانه‌ای صورت گیرد. هدف پژوهش حاضر «شناسایی سناریوهای آتی گردشگری مذهبی شهر مشهد» می‌باشد. جهت دستیابی به امر مذکور، تلاش می‌شود با بهره‌گیری از برنامه‌ریزی سناریویی، آینده‌های محتمل شهر مشهد در حوزه گردشگری مذهبی شناسایی و راهبردهای لازم پیشنهاد گردد.

## مبانی نظری

### سناریونویسی

فرهنگ لغت سناریو را طرح کلی وضعیت طبیعی یا مورد انتظار حوادث می‌داند؛ اما اگر سناریو تخصصی‌تر تعریف شود، می‌توان گفت سناریو داستانی توصیفی از بدیل‌های موجه است که به بخش خاصی از آینده نظر دارد (Ringland, ۲۰۰۶). در حال حاضر هیچ تعریف واحدی از برنامه‌ریزی سناریومحور که همه بر روی آن توافق داشته باشند، وجود ندارد (Lang & Ramirez, ۲۰۱۷). پتر شوارتز، برنامه‌ریزی سناریومحور را هنر دیدگاه بلندمدت دانسته و ابهام در لغت هنر را دارای تناسبی جالب با ابهاماتی که درباره آینده وجود دارد، میداند (Coates, ۲۰۱۶). سناریوها، از اطلاعات مربوط به احتمالات و روندهای متنوع، تصاویری باورپذیر از آینده ایجاد می‌کنند و کمک می‌کنند که هم چالش‌ها و هم فرصت‌های بالقوه ولی غیرمنتظره شناسایی شوند (دل‌انگیزان و نوروزی، ۱۳۹۶). در سناریونگاری تعدادی از احتمالات در نتیجه تشریح وضعیت عدم قطعیت ظاهر می‌گردند در حالی که در پیشبینی (تحلیل روندها)، هدف شناسایی بیشتر مسیرها و تخمین عدم قطعیت مدنظر می‌باشد (Stojanovic & Mitkovic, ۲۰۱۴). سناریونگاری روشی است منظم، منضبط و مفید برای کشف نیروهای پیشران کلیدی در بافت تغییرات شتابان اجتماعی که دارای عدم قطعیت‌های متعدد در قبال آینده هستند. سناریونگاری در شناخت آینده‌های درازمدت متفاوت با امروز، توانا بوده و قادر به کاربرد فرایندهای فردی، گروهی و مشارکتی برای اخذ بهترین نتایج است. اما باید به این نکته مهم توجه داشت که موفقیت سناریوها در گرو شناخت دقیق وضعیت اولیه و تحلیل جامع و بی‌عیب و نقص واقعیت و خلاقیت در به چالش کشیدن فرضیات متعارف آینده است. بنابراین فرایند توسعه سناریوها اهمیت یکسان و برابر با خود سناریوها دارد (حاجیانی و قصاب، ۱۳۹۲). در جدول ۱، برنامه سنتی و برنامه ریزی سناریو محور مقایسه شده‌اند.

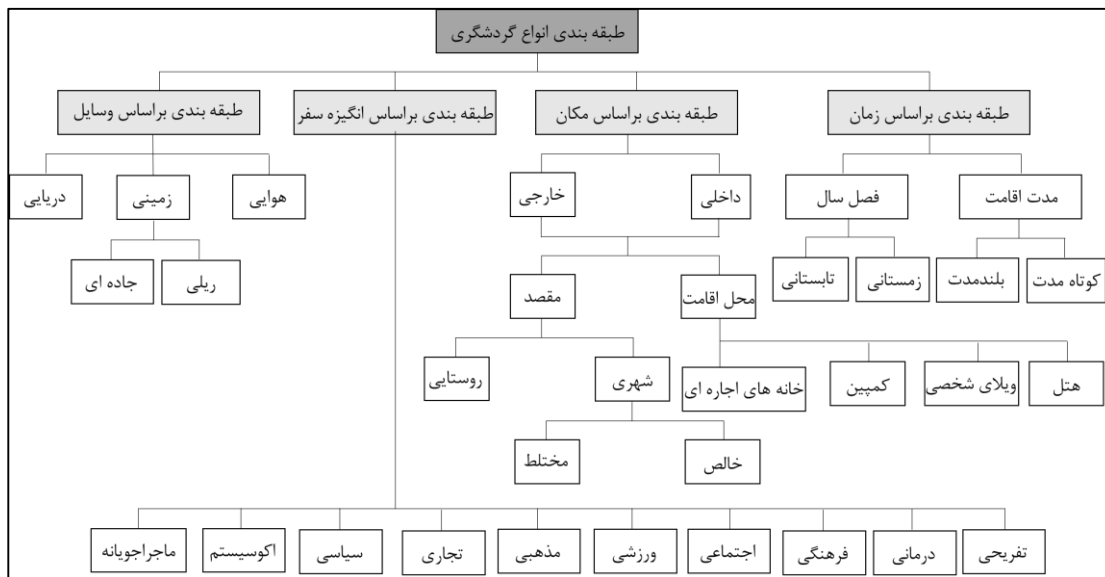
جدول ۱: ویژگی های برنامه ریزی سنتی در مقایسه با برنامه ریزی سناریو محور

نوع برنامه ریزی	ویژگی	نگرش برنامه ریزی بر پایه سناریو
منظر	بخشی، هرچیز دیگری مساوی	کلی، هیچ چیز دیگر مساوی نیست
متغیرها	کمی، عینی، شناخته شده	کیفی، نه لزوما کمی، ذهنی، شناخته شده یا پنهان
روابط	آماری، ساختار ثابت	پویا، ساختارهای در حال ظهور
تبیین	گذشته حال را تبیین می کند	آینده علت وجودی حاضر است
تصویر آینده	ساده و قطعی	متعدد و نامعلوم
روش	جبرگرایی و مدل کمی (اقتصادی، ریاضی)	تحلیل مفهومی، مدل های کیفی و تصادفی (تحلیل تاثیر متقابل و سیستمی)
نگرش به آینده	منفعل یا انطباقی (آینده می آید)	فعال و خلاق (آینده ساخته می شود)

منبع (رهنما و معروفی، ۱۳۹۲: ۱۲۹)

### گردشگری مذهبی

گردشگری مجموع پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل گردشگران، دولت‌ها و دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی، جوامع میزبان و سرمایه‌ها در فرایند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل کنشگران و دیگر بازدیدکنندگان است (اسدی و دریایی، ۲۰۱۱). با توجه به طول مدت مسافرت، وسیله مسافرت و نوع تأسیساتی که به خدمت گرفته می‌شود، فصل و چگونگی سازماندهی مسافرت همچنین انگیزه‌های گوناگون که موجب پیدایش یک جریان توریستی می‌شوند، می‌توان اشکال مختلفی از گردشگری را از یکدیگر تمیز داد. اما عواملی که برای طبقه‌بندی اشکال مختلف گردشگری مورد استفاده قرار می‌گیرند، یکسان نیستند. تا قبل از جنگ جهانی اول امکان تفکیک اشکال گردشگری را با توجه به طبقات اجتماعی وجود نداشت، در حالی که امروزه باید عواملی را مورد استفاده قرار داد که این عوامل شامل، عامل زمان، مکان، وسیله مسافرت، انگیزه و هدف است (شکل ۱). طبیعی است این نوع دسته‌بندی کامل‌ترین نوع طبقه‌بندی گردشگری را در بر خواهد داشت و متعاقبا برنامه ریزی دقیقتری را در راستای اهداف توسعه گردشگری در پی خواهد داشت (فرجی راد، آقاجانی، ۱۳۸۸).



شکل ۱: انواع گردشگری\_منبع(همان،۱۳۸۸)

گردشگری یکی از مهمترین بخش‌های اقتصادی کشورها از منظر ایجاد رونق، درآمدزایی و اشتغال است. این صنعت، علاوه بر مزیت‌های اقتصادی نقش مهمی در معرفی فرهنگ یک کشور و ارتقای قدرت نرم آن دارد. در عصر حاضر که از آن به عصر جدید معنویت نیز یاد می‌شود، سفرهای زیارتی و مذهبی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است و گردشگری مذهبی پیشرفت زیادی کرده است. به صورتی که مذهب یکی از اساسی‌ترین انگیزه‌های سفر شناخته شده است (Castillo et al, 2011). بر اساس انگیزه، گردشگری به شاخه‌های استراحتی، تفریحی، درمانی، مذهبی، فرهنگی، اقتصادی و غیره تقسیم می‌شود. گردشگری مذهبی را می‌توان گونه‌ای از گردشگری دانست که شرکت‌کنندگان در آن دارای انگیزه‌های مذهبی هستند که از مکان‌های مقدس نظیر کلیساها، مسجدها، مقبره‌ها، امازاده‌ها و مانند آن‌ها بازدید می‌نمایند و به‌طور کلی شامل سفرها و بازدیدهایی می‌شود که اصلی‌ترین هدف آنها کسب تجربه‌ای مذهبی است. لازم به ذکر است که گردشگری مذهبی تنها به دید و بازدید از مکان‌ها، زیارتگاه‌ها و ساختارهای با اهمیت مذهبی محدود نمی‌شود، بلکه سفر به منظور حضور در کنفرانس مذهبی، رویدادهای فرهنگی- مذهبی مختلف، اجرای برنامه موسیقی مذهبی و خرید محصولات مرتبط با هنر، فرهنگ، سنت و معماری مذهبی نیز در زمره گردشگری مذهبی قرار می‌گیرد (Domínguez et al, 2014). علاوه بر این، مطالعات زیادی تلاش کرده‌اند تا گردشگری مذهبی و زیارت را با هم مقایسه کنند. زیارت به عنوان سفر کردن به یک زیارتگاه یا مکانی با اهمیت دینی به منظور انجام مراسم و آداب و رسوم مذهبی و یا برآوردن یک نیاز روحی (معنوی) تعریف شده است. اما دلایل فرهنگی وسیع‌تری می‌تواند گردشگری مذهبی را به مسافرت برانگیزاند. همچنین در حالی که سفر یک زائر با ریاضت و تشریفات مذهبی مشخص می‌شود، رفتار مذهبی گردشگران هم به زائران و هم به گردشگران شباهت دارد (فتحی و همکاران، ۱۳۹۹). مطالعات پیرامون گردشگری مذهبی از سال ۱۹۵۰ آغاز شده و تا به امروز توجه بسیاری را به خود معطوف کرده است. اندیشمندان بسیاری با رویکردهای اقتصادی، انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی، جغرافیایی، بوم‌شناسی و ... به مطالعه و مفهوم‌پردازی پیرامون این موضوع پرداخته‌اند (Alvarado et al, 2017). برخی اندیشمندان که آن را به عنوان گونه‌ای مستقل مورد توجه قرار داده‌اند، گردشگری مذهبی را مجموعه مسافرت‌هایی تعریف می‌کنند که توسط افراد معتقد به مذهب که به عنوان زائر شناخته می‌شوند و



مجله علوم جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، دوره ۱۹، شماره ۴۳، تابستان ۱۴۰۲، صص ۵۰-۳۲

با انگیزه‌های مذهبی و معنوی انجام می‌شود. در این رویکرد، گردشگر فردی است که بدون توجه به جنبه‌های تاریخی و فرهنگی، تنها به فکر بهره‌برداری و الهام مذهبی از مکان‌های مورد بازدید است (Indrawati et al, ۲۰۱۶). گروهی دیگر که این مفهوم را به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از گردشگری فرهنگی تعریف کرده‌اند، آن را مجموعه سفرهایی با انگیزه‌هایی غیردینی توصیف می‌کنند که به منظور آشنایی و تجربه سایر فرهنگ‌ها توسط گردشگران انجام می‌گردد (کادها و آنکار، ۲۰۱۶). در این رویکرد، از گردشگری مذهبی به‌عنوان گونه‌ای جدید از گردشگری فرهنگی نام برده می‌شود که پاسخگوی نیازهای جدید و در حال شکل‌گیری گردشگران در این حوزه است (Fabio et al, ۲۰۱۶). سایر اندیشمندان نیز، گردشگری مذهبی را به‌عنوان ترکیبی از گردشگری مذهبی و گردشگری فرهنگی مورد توجه قرار داده، انگیزه و هدف اصلی از این نوع گردشگری را علاوه بر انگیزه‌های مذهبی، دربرگیرنده انگیزه‌های فرهنگی می‌دانند (کادها و آنکار، ۲۰۱۶). در این رویکردها، اماکن مذهبی به‌عنوان مقصدها و مکان‌های گردشگری نگریسته می‌شوند که ماهیتی چندگانه داشته و علاوه بر گردشگران مذهبی، پذیرای گردشگران علاقه‌مند به تاریخ، فرهنگ، هنر و معماری نیز هستند (Durán et al, ۲۰۱۸). به‌طور کلی، گردشگری مذهبی می‌تواند به‌عنوان تمامی انواع مسافرت‌هایی تعریف گردد که برای مدت زمانی محدود با انگیزه‌های مذهبی (Tkaczynski & Arli, ۲۰۱۸) به منظور بازدید از اماکن مقدس، مشارکت در مراسم مذهبی، زیارت یا انجام وظایف شرعی مشخص و یا بدون انگیزه‌های مذهبی و به منظور شناخت و بازدید از مراکز جذاب دینی انجام می‌شود (Kartal et al, ۲۰۱۵). بر اساس مطالعات انجام شده تحقیقات پیشین و با تحلیل محتوای مبانی نظری مرتبط با پژوهش، شاخص‌های گردشگری مذهبی در قالب روش STEEP در پنج نظام اجتماعی، تکنولوژیکی، محیطی (شامل منظر شهری، زیست محیطی، عملکردی، کالبدی، دسترسی)، اقتصادی و سیاسی در قالب جدول ۲ تنظیم شده است. از معیارهای ذیل جهت استخراج متغیرهای محدوده مطالعاتی و تدوین سناریوهای آتی بهره گرفته خواهد شد.

### جدول ۲: شاخص های گردشگری مذهبی

شاخص ها	نظام ها
<ul style="list-style-type: none"> <li>• میزان پذیرش و رفتار جامعه میزبان با گردشگران</li> <li>• امنیت</li> <li>• فرهنگ</li> <li>• مذهب</li> <li>• زبان</li> <li>• غذاهاى محلی</li> </ul>	اجتماعی
<ul style="list-style-type: none"> <li>• زیرساخت های دیجیتال مناسب</li> <li>• اینترنت آزاد و ارزان</li> </ul>	تکنولوژی
<ul style="list-style-type: none"> <li>• دسترسی به امکانات و تسهیلات رفاهی</li> <li>• شبکه حمل و نقل همگانی مناسب</li> <li>• بهره مندی از مدهای مختلف حمل و نقل بین المللی (هوایی، جاده ای، ریلی)</li> <li>• شرایط اقلیمی و آب و هوا</li> <li>• پاکي و تمیزی محیط شهری</li> <li>• برگزاری فستیوالها و رویدادهای مذهبی</li> <li>• مکان های مذهبی</li> </ul>	محیطی
<ul style="list-style-type: none"> <li>• هزینه سفر و اسکان</li> <li>• ارزش پول</li> </ul>	اقتصادی
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم وجود تنش های سیاسی</li> <li>• وجود روابط دیپلماتیک قوی با کشورهای خارجی</li> </ul>	سیاسی

### پیشینه پژوهش

امیرالدین و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۲) در مقاله «نقش دولت مرکزی در پایداری فرهنگی و توسعه گردشگری برای حمایت از اقتصاد روستایی» از یک رویکرد تحلیل سیستماتیک برای طرح نقش آینده دولت مرکزی در حفظ ارزش های فرهنگی و توسعه گردشگری برای حمایت اقتصادی از جوامع روستایی در اندونزی استفاده کرده است. آن ها با استفاده از تکنیک تحلیل اثرات متقابل و سناریونویسی، آینده های محتمل توسعه سیستم گردشگری اندونزی ارائه کرده اند.

شفیعی و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) در مقاله «توسعه مدلی برای مقاصد گردشگری هوشمند: رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری» چارچوبی را برای شناسایی، کشف و رتبه بندی عوامل موثر در توسعه مقاصد گردشگری هوشمند تدوین کرده اند. عوامل مؤثر با مرور ادبیات تحقیق و نظرسنجی از خبرگان شناسایی شدند. سپس با شناسایی عوامل مؤثر، با استفاده از رویکرد مدلسازی تفسیری-ساختاری به رتبه بندی آن ها پرداخته اند.

خاکساری رفسنجانی و لطفی (۱۴۰۱) در مقاله «شناسایی و تحلیل پیشران های مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهری با تأکید بر آینده نگاری و سناریونویسی (مطالعه موردی: شهر زنجان)» به سناریونگاری در جهت توسعه و بهبود صنعت

۱ - Amiruddin et al

۲ - Shafiee et al



گردشگری شهر زنجان بر پایه روش تحلیل اثرات متقاطع پرداخته اند. در پژوهش مذکور، جهت تحلیل و اولویت بندی عوامل از نرم افزار MAC MIC و Wizard Scenario بهره گرفته شده است، که بعد از بررسی و تجزیه و تحلیل، عوامل مورد نظر شناسایی و در انتها سناریوهای مربوطه ارائه شده است.

ملکی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله «آینده پژوهی گردشگری مذهبی استان قم با رویکرد سناریونگاری» با هدف شناخت پیشران ها و عوامل کلیدی تاثیرگذار در آینده گردشگری مذهبی استان قم، سناریوهای باورپذیر و محتمل را مطرح کرده اند. همچنین پیشران های نهایی پژوهش، به منظور شکل گیری سناریوهای باورپذیر، با روش عدم قطعیت بحرانی تعیین شده است.

خوارزمی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله «تحلیلی بر پیشران های گردشگری شهر مشهد»، با بررسی مطالعات مربوط به گردشگری با رویکرد آینده پژوهی، پیشران های مربوطه را استخراج کرده و با استفاده از نظر متخصصان و نرم افزار میک مک، پیشران ها را بر اساس میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری (مستقیم، غیرمستقیم و بالقوه) اولویت بندی کرده اند.

## روش پژوهش

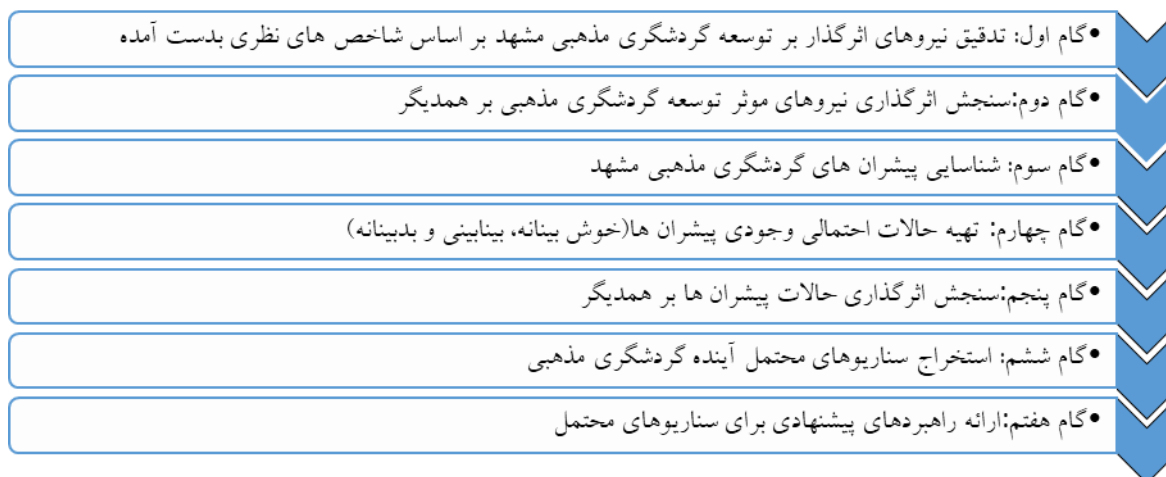
روش پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی و از حیث روش، توصیفی تحلیلی می باشد. از روش کتابخانه ای و اسنادی جهت جمع آوری داده ها و منابع استفاده شده و در بخش مبانی نظری از روش تحلیل محتوا جهت بررسی و تحلیل متون مختلف بهره گرفته شده است. پس از بررسی مبانی نظری و ادبیات پژوهش، در مرحله بعد با استفاده از تکنیک تحلیل اثرات متقابل و نرم افزار میک مک، پیشران های اثرگذار بر توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد شناسایی شدند. تئودور گوردون و هلمر روش تاثیرات متقابل را اولین بار به سال ۱۹۶۶ ابداع کردند. این روش از این سوال ساده به دست آمد که "آیا پیش بینی آینده میتواند مبتنی بر تاثیرات احتمالی متقابل اتفاقات آینده بر یکدیگر باشد؟" (Gordon, 1994). اما در سال های اخیر یک آینده پژوه برجسته فرانسوی با نام گوده، پیشگام استفاده و معرفی این روش در آینده پژوهی بوده و از این روش به صورت کاربردی در شناسایی، طبقه بندی و رتبه بندی عناصر تأثیر گذار بر آینده سیستم های مختلف استفاده کرده است. گودت و همکارانش تحت عنوان "آینده نگاری استراتژیک" روش های تحلیل و مجموعه نرم افزارهایی مانند میک مک را به دانش آینده پژوهی افزوده اند (مولایی و طالبیان، ۱۳۹۴: ۸). جهت انجام این کار با استفاده از شاخص های بدست آمده از مبانی نظری پژوهش، میزان اثرگذاری آن ها بر همدیگر بر اساس نظرات خبرگان در قالب پرسشنامه ساختاریافته سنجیده شده است. جامعه آماری پرسشنامه مذکور، ۲۰ نفر متشکل از اساتید هیئت علمی و پژوهشگران دکتری شهرسازی بوده است. میزان ارتباط شاخص ها با یکدیگر، با اعداد بین ۰ تا ۳ سنجیده میشود. عدد ۰ به منزله "بدون تاثیر"، عدد ۱ به منزله "تاثیر ضعیف"، عدد ۲ به منزله "تاثیر متوسط" و در نهایت عدد ۳ به منزله "تاثیر زیاد" می باشند. بنابراین اگر تعداد متغیرهای شناسایی شده  $n$  باشد، یک ماتریس  $n \times n$  به دست آمده که در آن تاثیرات متغیرها بر یکدیگر مشخص شده است (Asan, 2007). با انجام مراحل فوق، مجموعاً ۱۱ پیشران توسعه گردشگری مذهبی برای شهر مشهد شناسایی شدند. سپس برای هر پیشران، ۳ حالت وجودی خوش بینانه، بینابینی و بدبینانه در نظر گرفته شده و ماتریسی به ابعاد  $33 \times 33$  تشکیل شد و با استفاده از نظرات گروه خبرگان (۲۰ نفر متشکل





مجله علوم جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، دوره ۱۹، شماره ۴۳، تابستان ۱۴۰۲، صص ۳۲-۵۰

از اساتید هیئت علمی و پژوهشگران دکتری شهرسازی)، میزان اثرگذاری هر حالت نیروهای پیشران بر یکدیگر بر اساس سه طیف توانمندساز، بی تاثیر و محدودیت ساز و با درج ارقامی بین ۳ تا ۳- سنجیده شد. (۳= توانمند کننده قوی، ۲= توانمند کننده متوسط، ۱= توانمند کننده ضعیف، صفر= بی تاثیر، ۱- = محدود کننده ضعیف، ۲- = محدود کننده متوسط، ۳- = محدود کننده قوی) و سپس اطلاعات وارد نرم افزار سناریویزارد گردید و سناریوهای گردشگری مذهبی مشهد شناسائی شد و در انتها با تعیین سناریوهای محتمل، راهکارهایی برای توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد پیشنهاد گردید.



شکل ۲: فرآیند پژوهش

### معرفی محدوده مطالعاتی

شهر مشهد کلان شهری در شمال شرقی ایران و مرکز استان خراسان رضوی است. این شهر در زمان افشاریان، پایتخت ایران بود. مشهد با ۳۵۱ کیلومتر مربع مساحت، دومین شهر پهناور ایران پس از تهران است. براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ مشهد با ۳۶۰۰۱۰۱۸۴ تن جمعیت، دومین شهر پرجمعیت ایران پس از تهران و نود و پنجمین شهر پر جمعیت دنیا به شمار می رود. این شهر به واسطه وجود حرم علی بن موسی الرضا(ع)، سالانه پذیرای بیش از ۲۷ میلیون زائر از داخل و دو میلیون زائر از خارج از کشور است. بیشینه ارتفاع شهر مشهد ۱۱۵۰ متر و کمینه آن ۹۵۰ متر است. شهر مشهد دارای ۷ حوزه برنامه ریزی و ۱۳ منطقه شهرداری است. این شهر دارای یک فرودگاه بین المللی، یک ایستگاه راه آهن و سه پایانه است که ارتباط آن با شهرهای دیگر را ممکن می سازد. حمل و نقل داخلی مشهد، توسط سامانه تاکسی رانی و اتوبوس رانی و قطار شهری انجام می شود. اقتصاد مشهد متکی به گردشگری مذهبی با تمرکز بر حرم امام رضا که در حوزه مرکزی و منطقه ۱۳ شهر مشهد واقع شده است. در کنار آن، وجود مراکز تجاری بزرگ و امکانات پزشکی قابل توجه، موجب رونق گردشگری تفریحی و گردشگری سلامت در این شهر نیز شده است.



شکل ۳: شهر مشهد مقدس

### بحث و یافته های پژوهش

پس از تدقیق شاخص های بدست آمده، میزان اثرگذاری آن ها بر یکدیگر سنجیده شده است. جهت این کار از تکنیک تحلیل اثرات متقابل و نرم افزار میک مک بهره گرفته شده است. در مدل مذکور، ارتباط هر شاخص با خودش برابر صفر و همچنین چنانچه یک شاخص با دیگری ارتباطی نداشته باشد صفر در نظر گرفته می شود، ارتباط ضعیف برابر یک، ارتباط متوسط برابر دو و ارتباط زیاد برابر سه قرار داده شده است تا میزان تاثیرگذاری هر عامل بر عامل دیگر بر توسعه صنعت گردشگری مذهبی شهر مشهد مشخص شود. جدول ۳ ویژگی های عمومی مدل مذکور را نشان می دهد. نتایج نشان می دهد که درجه پرشدگی ماتریس ۸۸ درصد است و شاخص های انتخاب شده در ۸۸ درصد بر یکدیگر تاثیر گذاشته اند. از مجموع ۳۱۸ رابطه متقابل ارزیابی در این ماتریس، ۴۳ رابطه عددشان صفر بوده به این معنی که عوامل بر یکدیگر تاثیر نگذاشته یا از هم تاثیر نپذیرفته اند. ۴۴ رابطه عددشان یک بوده به این معنی که تاثیر کمی نسبت به هم داشته اند. ۱۹۰ رابطه عددشان دو بوده به این معنی که رابطه تاثیرگذاری نسبتاً قوی داشته اند، ۸۴ رابطه عددشان سه بوده به این معنی که روابط عامل های کلیدی بسیار زیاد بوده است و از تاثیر گذاری و تاثیرپذیری زیادی برخوردار بوده اند.

جدول ۳: ویژگی ماتریس ها

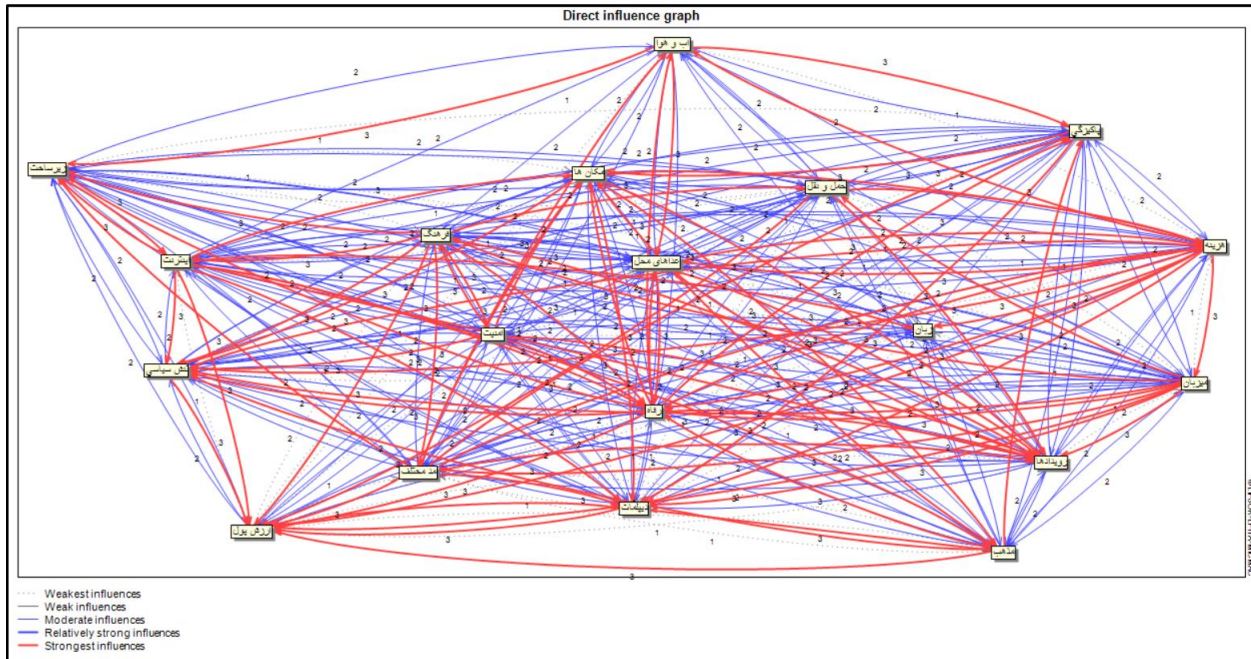
ماتریس	تعداد تکرار	تعداد صفر	تعداد یک	تعداد دو	تعداد سه	تعداد p	کل	درجه پرشدگی
۱۹	۲	۴۳	۴۴	۱۹۰	۸۴	۰	۳۱۸	۸۸,۰۸٪

در بخش عوامل موثر بر رونق صنعت گردشگری مذهبی با توجه به تجزیه و تحلیل شاخص ها، ابعاد ماتریس ۱۹ در ۱۹ با روش تحلیل اثرات متقاطع تشکیل شد، در ماتریس جمع اعداد سطرهای هر متغیر به عنوان میزان تاثیرگذاری و جمع ستونی هر متغیر نیز میزان تاثیرپذیری آن متغیر از دیگر متغیرها را نشان می دهد.

جدول ۴: تاثیرات مستقیم متغیرهای کلیدی

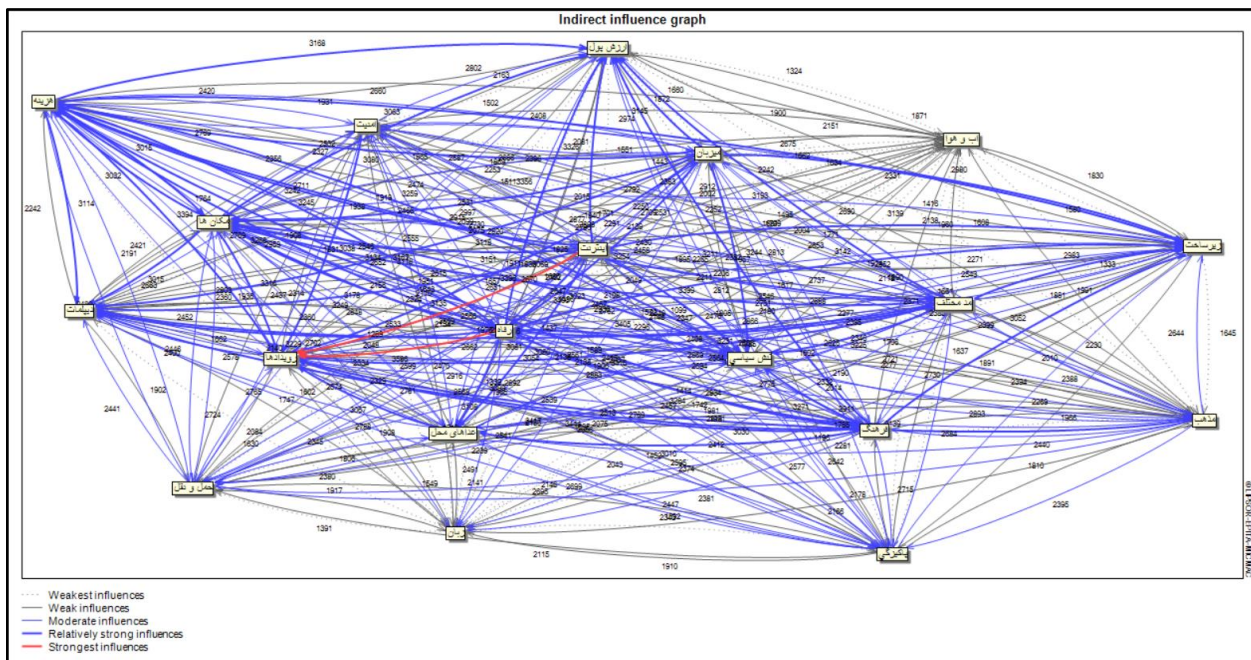
تاثیرپذیری	تاثیرگذاری	شاخص ها	نظام ها
۳۴	۴۲	میزان پذیرش و رفتار جامعه میزبان با گردشگران	اجتماعی
۳۰	۳۶	امنیت	
۳۵	۴۲	فرهنگ	
۲۸	۳۷	مذهب	
۳۰	۲۱	زبان	
۳۷	۳۷	غذاهای محلی	
۳۸	۳۱	زیرساخت های دیجیتالی	تکنولوژی
۳۲	۴۵	اینترنت	
۴۲	۴۵	امکانات و تسهیلات رفاهی	محیطی
۳۴	۳۳	شبکه حمل و نقل همگانی	
۳۴	۴۳	مدهای مختلف حمل و نقل بین المللی (هوایی، جاده ای، ریلی)	
۲۶	۲۴	شرایط اقلیمی و آب و هوا	
۳۴	۳۳	پاکی و تمیزی محیط شهری	
۴۴	۳۳	فستیوال ها و رویدادهای مذهبی	
۳۹	۴۱	مکان های مذهبی	
۳۹	۴۳	هزینه سفر و اسکان	اقتصادی
۴۰	۲۵	ارزش پول	
۴۱	۳۵	تنش های سیاسی	سیاسی
۳۹	۳۰	روابط دیپلماتیک قوی با کشورهای خارجی	
۶۷۶	۶۷۶	مجموع	

نتایج حاصل از تحلیل اثرات متقاطع مبتنی بر ماتریس MDI، نشان می دهد که بسیاری از روابط از جمله: امکانات و تسهیلات رفاهی، مکان های مذهبی، برگزاری فستیوال ها و رویدادهای مذهبی از نظام محیطی، هزینه سفر و اسکان، ارزش پول از نظام اقتصادی، اینترنت از نظام تکنولوژی دارای نقش مهمی در بهبود روابط بین سیستم را تشکیل داده اند. شکل ۴ نقشه اثرات مستقیم بین شاخص ها را نشان می دهد.



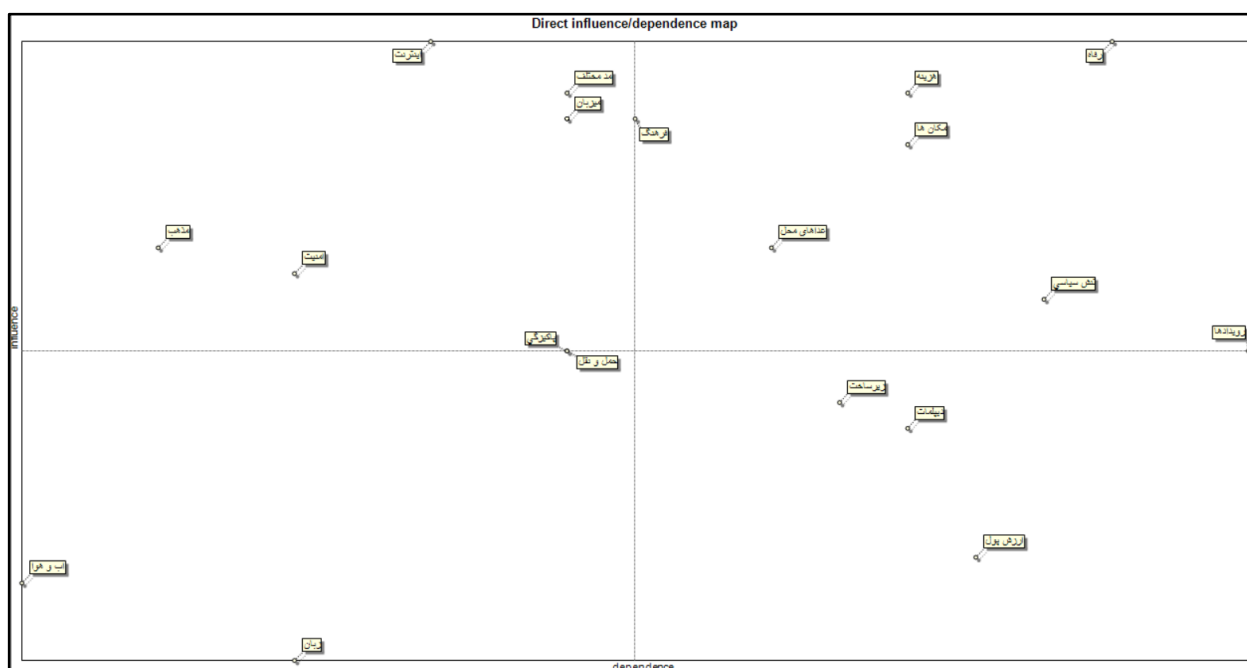
شکل ۴: اثرات مستقیم بین شاخص ها

در شکل ۵، نقشه اثرات غیرمستقیم بین شاخص ها در بخش صنعت گردشگری مذهبی نشان داده شده است. در این شکل، اثرات قوی مشخص شده است برای مثال امکانات و تسهیلات رفاهی اثر غیرمستقیم قوی بر برگزاری فستیوال ها و رویدادهای مذهبی دارد اما اکثر اثرگذاری ها و اثرپذیری های غیرمستقیم ضعیف هستند برای مثال اثر اینترنت بر ارزش پول ضعیف است.



شکل ۵: اثرات غیرمستقیم بین شاخص ها

شکل ۶ ماتریس نهایی سنجش شاخص‌های گردشگری مذهبی را به صورت نمودار نمایش داده است. همانطور که مشخص است از شاخص‌های نظام اجتماعی: میزان پذیرش و رفتار جامعه میزبان با گردشگران، امنیت، فرهنگ و مذهب، از شاخص‌های نظام تکنولوژی: شاخص اینترنت، از شاخص‌های نظام محیطی: مدهای مختلف حمل و نقل بین المللی (هوایی، جاده ای، ریلی)، تاثیرگذارترین شاخص‌های گردشگری مذهبی (ناحیه اول) هستند. شاخص‌هایی که هر تغییر روی آن‌ها انجام شود روی سایر شاخص‌ها تاثیر می‌گذارد که به آن‌ها شاخص‌های دوجهی می‌گویند شامل: شاخص غذاهای محلی از نظام اجتماعی، شاخص امکانات و تسهیلات رفاهی، مکان‌های مذهبی و برگزاری فستیوال‌ها و رویدادهای مذهبی از نظام محیطی و شاخص هزینه سفر و اسکان از نظام اقتصادی و شاخص تنش‌های سیاسی از نظام سیاسی (ناحیه دوم) می‌باشند. شاخص‌هایی که تاثیرگذاری پایین و تاثیرپذیری بسیار بالا هستند و از عاملان نتیجه به حساب می‌آیند شامل: شاخص زیرساخت‌های دیجیتالی مناسب از نظام تکنولوژی، شاخص ارزش پول از نظام اقتصادی و شاخص روابط دیپلمات قوی با کشورهای خارجی از نظام سیاسی (ناحیه سوم) می‌باشند. شاخص‌های مستقل که میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری آن‌ها در سطح پایین‌تری قرار دارد و هیچ‌گونه واکنشی در دیگر شاخص‌ها ایجاد نمی‌کند شامل: شاخص زبان از نظام اجتماعی، شاخص‌های شبکه حمل و نقل همگانی مناسب، شرایط اقلیمی و آب و هوا و پاکیزگی و تمیزی محیط از نظام محیطی (ناحیه چهارم) می‌باشند.



شکل ۶: تاثیرات متقاطع شاخص‌ها

طبق خروجی‌های نرم افزار از ۱۹ شاخص بررسی شده، ۱۱ شاخص موثرتر از سایر شاخص‌ها هستند. طبق شکل ۵، شاخص‌هایی که بیشترین تاثیرگذاری را دارند شامل: میزان پذیرش و رفتار جامعه میزبان با گردشگران، امنیت، فرهنگ و مذهب، اینترنت، بهره‌مندی از مدهای مختلف حمل و نقل بین المللی (هوایی، جاده ای، ریلی)، غذاهای محلی، امکانات و تسهیلات رفاهی، مکان‌های مذهبی، برگزاری فستیوال‌ها و رویدادهای مذهبی و تنش‌های سیاسی می‌باشند. پس از بررسی ماتریس اثرات متقاطع و به دست آمدن شاخص‌های اصلی، یک ماتریس به صورت پرسشنامه در اختیار کارشناسان



قرارگرفت. پرسشنامه تاثیر هر یک از این شاخص‌ها اگر در شرایط فعلی بماند (بینابینی)، توسعه یابد (خوشبینانه)، تضعیف یابد (بدبینانه) را بررسی می‌کند. برای ۱۱ شاخص اصلی ۳۳ وضعیت تعریف شده‌است که براساس احتمال شرایط خوشبینانه، شرایط محتمل (بینابینی) و شرایط بدبینانه بررسی و در جدول ۵ نمایش داده شده است.

جدول ۵: حالات شاخص‌های گردشگری مذهبی

شاخص‌ها	حالت‌ها	توضیحات
میزان پذیرش و رفتار جامعه میزبان با گردشگران	خوشبینانه	بهبود رفتار جامعه میزبان با گردشگران
	بینابینی	بی تفاوتی جامعه میزبان نسبت به گردشگران
	بدبینانه	برخورد نامناسب جامعه میزبان با گردشگران
امنیت	خوشبینانه	افزایش امنیت
	بینابینی	حفظ امنیت موجود
	بدبینانه	کاهش امنیت
فرهنگ	خوشبینانه	افزایش سطح فرهنگ جامعه
	بینابینی	بی توجهی به مقوله فرهنگ
	بدبینانه	وجود بحران‌های فرهنگی
مذهب	خوشبینانه	افزایش گرایش به مذهب در جامعه
	بینابینی	حفظ ظاهر و پوسته‌ای از مذهب در جامعه
	بدبینانه	مذهب زدایی از جامعه
اینترنت	خوشبینانه	اینترنت آزاد و در دسترس همگان
	بینابینی	اینترنت حداقلی و با کیفیت پایین
	بدبینانه	فیلترینگ و محدودسازی اینترنت
دسترسی به امکانات و تسهیلات رفاهی	خوشبینانه	افزایش امکانات و تسهیلات رفاهی
	بینابینی	فرسودگی و عدم رسیدگی به امکانات و تسهیلات رفاهی موجود
	بدبینانه	ازبین رفتن امکانات و تسهیلات رفاهی
مدهای مختلف حمل و نقل بین‌المللی	خوشبینانه	ارتقا مدهای حمل و نقلی
	بینابینی	فرسودگی و عدم رسیدگی به مدهای حمل و نقلی موجود
	بدبینانه	ازبین رفتن بعضی از مدهای حمل و نقلی
فستیوال‌ها و رویدادهای مذهبی	خوشبینانه	برگزاری فستیوال‌ها و رویدادهای مذهبی مختلف
	بینابینی	برگزاری فستیوال‌ها و رویدادهای مذهبی به صورت گزینشی
	بدبینانه	عدم برگزاری فستیوال‌ها و رویدادهای مذهبی مختلف
غذاهای محلی	خوشبینانه	توسعه سیاست جایگزینی غذاهای محلی سالم به جای غذاهای ناسالم
	بینابینی	حفظ ذائقه غذایی موجود
	بدبینانه	به فراموشی سپردن غذاهای محلی و رواج غذاهای ناسالم
مکان‌های مذهبی	خوشبینانه	توسعه مکان‌های مذهبی
	بینابینی	فرسودگی و عدم رسیدگی به مکان‌های مذهبی موجود
	بدبینانه	تقابل با مکان‌های مذهبی

توضیحات	حالت ها	شاخص ها
ایجاد روابط حسنه با کشورهای خارجی و احزاب داخلی	خوشبینانه	تنش های سیاسی
وجود آرامش نسبی سیاسی اما ناپایدار	بینابینی	
بروز ناآرامی و تنش های سیاسی در داخل و خارج	بدبینانه	

برای سنجیدن میزان تاثیرپذیری شاخص های گردشگری مذهبی توسط نظرات خبرگان، بر اساس ویژگی های محدودکننده شدید، محدودکننده متوسط، محدودکننده ضعیف، بدون تأثیر، تقویت کننده شدید، تقویت کننده متوسط، تقویت کننده ضعیف با درج اعداد ۳ تا ۳- بررسی گردید. پس از وارد شدن اطلاعات در نرم افزار سناریو ویزارد<sup>۲</sup>، ۷ سناریو محتمل برای شهر مشهد شناسایی شده است که در جدول ۶، این سناریوها و وضعیت احتمالی شاخص های گردشگری مذهبی به تفکیک هر سناریو نمایش داده شده است.

جدول ۶: سناریوهای محتمل شاخص های گردشگری مذهبی شهر مشهد

شاخص ها	حالت ها	سناریو اول	سناریو دوم	سناریو سوم	سناریو چهارم	سناریو پنجم	سناریو ششم	سناریو هفتم
میزان پذیرش و رفتار جامعه میزبان با گردشگران	خوشبینانه	✓						
	بینابینی		✓	✓	✓			
	بدبینانه						✓	✓
امنیت	خوشبینانه	✓						
	بینابینی							
	بدبینانه		✓	✓	✓	✓	✓	✓
فرهنگ	خوشبینانه	✓						
	بینابینی		✓	✓	✓	✓	✓	
	بدبینانه							✓
مذهب	خوشبینانه	✓	✓					
	بینابینی			✓				
	بدبینانه				✓	✓	✓	✓
اینترنت	خوشبینانه	✓						
	بینابینی		✓	✓	✓	✓	✓	
	بدبینانه							✓
دسترسی به امکانات و تسهیلات رفاهی	خوشبینانه	✓						
	بینابینی		✓	✓	✓	✓	✓	
	بدبینانه							✓
مدهای مختلف حمل و نقل بین المللی	خوشبینانه	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
	بینابینی							
	بدبینانه							✓
	خوشبینانه	✓						

<sup>۲</sup> scenario wizard

شاخص ها	حالت ها	سناریو اول	سناریو دوم	سناریو سوم	سناریو چهارم	سناریو پنجم	سناریو ششم	سناریو هفتم
فستیوال ها و رویدادهای مذهبی	بینابینی							
	بدبینانه		✓	✓	✓	✓	✓	✓
غذاهای محلی	خوشبینانه	✓						
	بینابینی							
	بدبینانه		✓	✓	✓	✓	✓	✓
مکان های مذهبی	خوشبینانه	✓						
	بینابینی		✓	✓	✓			
	بدبینانه					✓	✓	✓
تنش های سیاسی	خوشبینانه	✓						
	بینابینی							
	بدبینانه		✓	✓	✓	✓	✓	✓

### نتیجه گیری

امروزه گردشگری به مثابه یکی از اصلی ترین فعالیت های شکل دهنده اقتصاد جهانی توجه بسیاری از کشورها را به خود جلب کرده است و برنامه ریزی گردشگری در راستای افزایش سهم اقتصادی و به دست آوردن بازارهای جهانی در این زمینه، به منزله یکی از اصلی ترین پیش نیازهای اصلی توسعه در جوامع مختلف مورد توجه قرار گرفته است. شهر مشهد به دلیل حضور حرم مطهر امام رضا(ع) سالانه شاهد حضور هزاران زائر از داخل و خارج ایران بوده و هدف از انجام این پژوهش «شناسایی سناریوهای آتی گردشگری مذهبی شهر مشهد» می باشد. جهت دستیابی به هدف مذکور، ابتدا با مطالعات کتابخانه ای صورت گرفته، ۱۹ شاخص گردشگری مذهبی استخراج گردید و سپس به کمک ۲۰ نفر خبره، میزان اثرگذاری و اثرپذیری هر شاخص در شهر مشهد با استفاده از نرم افزار میک مک شناسایی و پیشران های توسعه گردشگری مذهبی مشهد تعیین گردید. پیشران های مذکور عبارتند از: میزان پذیرش و رفتار جامعه میزبان با گردشگران، امنیت، فرهنگ، مذهب، اینترنت، بهره مندی از مدهای مختلف حمل و نقل بین المللی (هوایی، جاده ای، ریلی)، غذاهای محلی، امکانات و تسهیلات رفاهی، مکان های مذهبی، برگزاری فستیوال ها و رویدادهای مذهبی و تنش های سیاسی. در مرحله بعد با تعریف حالات احتمالی پیشران ها (خوش بینانه، بینابینی و بدبینانه)، میزان اثرگذاری آن ها بر همدیگر سنجیده شده و بدین ترتیب سناریوهای آینده گردشگری مذهبی استخراج شد. از میان سناریوهای مذکور، ۷ سناریو که بیشترین سازگاری و امتیاز را داشته انتخاب و به عنوان سناریوهای محتمل گردشگری مذهبی مشهد معرفی گردید. از میان سناریوهای محتمل، سناریو اول بهترین سناریو بوده و در آن تمامی پیشران ها وضعیت مطلوبی دارند. در سناریوهای دوم تا ششم، با تلفیقی از حالات مطلوب، نامطلوب و بینابینی پیشران ها روبرو هستیم. در سناریو هفتم که تمامی پیشران ها در آن وضعیت بحرانی داشته، بدترین سناریو گردشگری مذهبی شهر مشهد محسوب می شود. به منظور توسعه گردشگری مذهبی در شهر مشهد، راهکارهای کلی ذیل پیشنهاد می شود:

- افزایش تسهیلات و امکانات رفاهی
- فرهنگسازی در جهت پذیرش جامعه میهمان





مجله علوم جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، دوره ۱۹، شماره ۴۳، تابستان ۱۴۰۲، صص ۳۲-۵۰

- ارتقا زیرساخت های اینترنتی و دیجیتالی
- برقراری روابط حسنه با سایر ملل
- پایبندی به تعهدات بین المللی
- ایجاد امنیت و آرامش در جامعه
- بهره گیری از ظرفیت ها و ارزش های ناملموس جامعه (غذاهای محلی، رویدادها، پوشش و ...)
- تقویت برندینگ گردشگری
- مرمت آثار مذهبی و جاذب گردشگر
- بهره گیری از ظرفیت های رسانه ای جهت معرفی نقاط گردشگری



## منابع

- جمشیدی، محمدجواد؛ برکپور، ناصر و کلاتری، خلیل (۱۳۹۷)، تبیین همبستگی فضایی خدمات عمومی و گردشگری شهری مشهد، فصلنامه گردشگری و توسعه، ۷(۲)، ۱۴۸-۱۳۰.
- حاجیانی، ابراهیمی، قصاب، محمود (۱۳۹۲). آینده و سناریونگاری؛ طبقه بندی روش ها و دسته بندی سناریوها، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال دوم، شماره هشتم، پاییز ۹۲.
- خوارزمی، امیدعلی؛ قهرمان، آرش و بستان، زهرا (۱۳۹۹)، تحلیلی بر پیشران های گردشگری شهر مشهد، نهمین کنفرانس و دومین کنفرانس برنامه ریزی و مدیریت شهری، مشهد.
- دلانگیزان، سهراب؛ کریمی، محمدشریف؛ نوروزی، حسن (۱۳۹۶). آینده نگاری توسعه منطقه ای به روش شناسایی عدم قطعیت های کلیدی (مورد کاوی: استان کهگیلویه و بویراحمد). مدیریت شهری، دوره ۱۶، شماره ۳، صص ۵۱۲-۴۹۷.
- رهنما، محمد رحیم، معروفی، ایوب (۱۳۹۲). تحلیل و بررسی سناریو های توسعه فضایی-کالبدی شهر بوکان، فصلنامه برنامه ریزی و آمایش فضا، شماره ۳.
- سیاح مفضللی، اردشیر (۱۳۹۵). بررسی جایگاه آینده نگاری و آینده پژوهی در مدیریت بحران شهری. تهران: مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران
- فتحی، محمدرضا؛ محمدی نسب، مهدی؛ ملکی، محمدحسن، یعقوبی، سمیه (۱۳۹۹)، ارزیابی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری گردشگری مذهبی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۱۰۵، صص ۵۷-۷۰.
- فرجی راد، عبدالرضا. آقاجانی، سمیه ، ۱۳۸۸، تحلیلی نو پیرامون گردشگری و جدیدترین طبقه بندی آن، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، علمی - پژوهشی، سال ششم، شماره ۲۳

Alvarado -Sizzo, I., Frejomil, E. P., Crispin, A. S (۲۰۱۷), Religious tourism in southern Mexico:

Regional scopes of the festival of the Immaculate Conception, Geo forum. ۸۳, p. ۱۴-۲۵.

- Amiruddin, Suwaib., Normelani, Ellyn., Budhi, Setia. (۲۰۲۲) The Central Government's Role in Cultural Sustainability and Developing Tourism to Support Rural Economies, Journal of Ethnic and Cultural Studies, Vol. ۹, No. ۲, pp. ۱۵۱-۱۷۰.
- Castillo - Manzano, José.I & López-Valpuesta, Lourdes & González- Laxe, F (۲۰۱۱). The effects of the LCC boom on the urban tourism fabric: The viewpoint of tourism managers, Tourism Management, ۱۰۸۵-۱۰۹۵
- Coates, J.F. (۲۰۱۶). "Scenario Planning from my perspective", Journal of Technological Forecasting & Social Change, ۱۱۳, ۲۰۱۶.
- Domínguez, Trinidad & Darcy, Simon & Alén González, E (۲۰۱۴). Competing for the disability tourism market- A comparing exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia, Tourism Management, ۴۷(۲۰۱۵), ۲۶۱-۲۷۲.
- Durán-Sánchez, A., ÁlvarezGarcía, J., del Río-Rama, M., Oliveira. C (۲۰۱۸). Religious Tourism and Pilgrimage: Bibliometric Overview, Religions, ۹ (۲۴۹), p. ۱-۱۵.
- Fabio, C., Gian, C., Anahita, M (۲۰۱۶). New Trends of Pilgrimage: Religion and Tourism, Authenticity and Innovation, Development and Intercultural Dialogue: Notes from the Diary of a Pilgrim of Santiago, AIMS Geosciences, ۲ (۲), p. ۱۵۲-۱۶۵.
- Heydari Chianeh, R., Chiappa, G. D., Ghasemi, V (۲۰۱۸). Cultural and religious tourism development in Iran: prospects and challenges, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, ۲۹ (۲), p. ۲۰۴-۲۱۴.



- Indrawati, N., Soetomo, S., Setioko, B., Murtini, T. W (۲۰۱۶). Edu- Religious Tourism Based on Islamic Architectur Approach, a Preliminary Research in Majasto Cemetery- Sukoharjo Regency Central Java, ProcediaSocial and Behavioral Sciences, ۲۲۷, p. ۶۵۶-۶۶۳.
- Kartal, B., Tepeci, M., Athi, H (۲۰۱۵). Examining the religious tourism potential of Manisa, Turkey with a marketing perspective, Tourism Review, ۷۰ (۳), p. ۲۱۴ – ۲۳۱.
- Lang, T. and Ramirez, R. (۲۰۱۷). "Building new social capital with scenario planning", Journal of Thechnological Forecasting & Social Change, ۱۲۴, ۲۰۱۷.
- Lingren, M. and Hans, B., (۲۰۰۳). Scenario planning The Link between future. Management Review, Vol ۳۹, Issue ۴(۸), ۲۵۲-۲۶۸.
- Maneenetr, T. Tran, T. H (۲۰۱۴). SWOT Analysis of Religious Tourism in Nong Khai Province, Thailand Proposed Guidelines to Incorporate Temple Stay Program, Mediterranean Journal of Social Sciences, ۵ (۲۳), p. ۶۹۶-۷۰۱.
- Porter, M. (۱۹۸۵) Competitive Advantage, New York: The Free Press.
- Ringland, G., (۲۰۰۶) Scenario Planning: Managing for the Future, Durchschnittliche Kundenbewertung.
- Rot, E., Mikiac, K., Bogdan, S (۲۰۱۴). General Characteristics of religious tourism in Croatia, UTMS Journal of Economics, ۵ (۱), p. ۷۹-۸۷.
- Shafiee, Sanaz. , Rajabzadeh Ghatari ,Ali., Hasanzadeh, Alireza ., Jahanyan, Saeed ., (۲۰۲۲). Developing a model for smart tourism destinations: an interpretive structural modelling approach, Journal of Information Technology & Tourism, ۲۴, p ۱۱-۵۴۶
- Shinde, S (۲۰۱۸). Governance and Management of Religious Tourism in India, International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, ۶ (۱), p. ۵۸-۷۱.
- Stojanovic., M, Mitkovic., P., Mitkovic., M (۲۰۱۴). The scenario method in urban planning, Architecture and Civil Engineering, ۱۲(۱), ۸۱-۹۵.
- Tkaczynski, A., Arli, D (۲۰۱۸). Religious tourism and spiritual leadership development: Christian leadership conferences, Journal of Hospitality and Tourism Management, ۳۵, p. ۷۵-۸۵.