

ارائه‌ی مسیرهای بهینه‌ی گردشگری شهر مشهد از طریق شناسایی و سنجش عناصر دارای پتانسیل گردشگری

احسان فاضلی^{*۱} پرنیان کردشاکری^۲ نگار بزرگ‌زاده یزدی^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی منطقه‌ای دانشگاه تهران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تهران

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شهید بهشتی

چکیده:

ساماندهی مسیرهای گردشگری، از جهت تعدیل سرمایه و زمان اختصاصی به عناصر گردشگری شهر، حائز اهمیت است. یکی از شهرهای مهم در زمینه‌ی گردشگری در ایران شهر مقدس مشهد است که دومین کلان‌شهر مذهبی جهان بعد از مکه‌ی مکرّمه و دومین کلان‌شهر ایران بعد از تهران می‌باشد. مشهد به عنوان بزرگترین شهر مذهبی و زیارتی ایران هر ساله بالاترین میزان زائران و گردشگران را جذب می‌کند. شهر مقدس مشهد به جز مجموعه‌ی تاریخی-فرهنگی- زیارتی حرم مطهر امام رضا (ع) دارای جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، تفریحی، طبیعی و... زیادی است که برخی از آنها در درون محدوده شهر و برخی دیگر در حومه‌ی شهر قرار دارد. از این رو، در پژوهش پیش رو با شناسایی و سنجش اولویت این عناصر، به ارائه‌ی مسیرهای پیشنهادی با توجه به عواملی همچون هزینه‌ی جابه‌جایی، محل اسکان غالب زائرین، اولویت برخی عناصر گردشگری شاخص نسبت به هم و محل فرارگیری آنها و همچنین تمایل غالب زائرین به بازدید از حرم مطهر به طور روزانه و ... پرداخته شده است. در این تحقیق، ضمن مرور ویژگی‌های بخش عرضه و تقاضای گردشگری در مشهد، مبتنی بر اسناد حاصل از طرح‌های پژوهشی و عمرانی، اطلاعات و داده‌های سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه و اطلاعات و آمار به دست آمده از تحلیل برداشت‌های میدانی (پرسشنامه)، داده‌ها و اطلاعات پایه جمع‌آوری، و سپس با استفاده از ابزار SWOT طبقه‌بندی شده‌اند. در انتها نیز سه مسیر نهایی ارائه گردیده‌است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری مشهد، گردشگری زیارتی، مسیرهای بهینه‌ی گردشگری، هزینه‌ی سفر، مدیریت گردشگری

مقدمه

گردشگری از دیرباز با اشکال خاص خود در جوامع بشری بر اساس انگیزه اصل سفر و جابه‌جایی وجود داشته و طی مراحل مختلف سیر تکاملی خود را طی کرده است. تحول اساسی در گردشگری را می‌توان با انقلاب صنعتی شناخت، که تحول شگرفی در زندگی و به خصوص حمل و نقل به وجود آورد. انقلاب صنعتی شروع تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در شهرها بود و سبب پیدایش مراکز بزرگ جمعیتی، کاهش و نابودی تفرجگاه‌های طبیعی، افزایش میزان ساعات کار و کاهش اوقات تفریح و گردش گردید؛ به طوری که نیازهای فراغتی انسان مانند گذشته پاسخ داده نمی‌شد و هرچه جامعه به سوی رشد و توسعه تکنولوژی و اقتصادی و فرهنگی گام برمی‌داشت، ساختار جامعه پیچیده‌تر می‌گشت و نیاز به تفریح و گردشگری و تنوع بیشتر احساس می‌شد. این نیاز سبب تدبیر و برنامه‌ریزی برای سپری کردن اوقات فراغت و فراهم آوردن امکانات و تأسیسات مربوط، به خصوص در شهرها را فراهم ساخت: امکاناتی نظیر پارکها، شهربازی‌ها، گالری‌ها، سینماها، تئاترها، سالن‌های ورزشی، مسابقات ورزشی مانند المپیک و... شهر را به عنوان یکی از چهار فضای گردشگری درآورد و این شرایط تأثیر شگرفی در اقتصاد شهری و ناحیه‌ای و زمینه‌ای اشتغال فراهم ساخت (دیناری، ۱۳۸۳: ۴۳). ایران به عنوان یکی از تمدن‌های کهن بشری از آثار و مکان‌های تاریخی و فرهنگی زیادی برخوردار است و از نظر جغرافیایی، به دلیل تنوع اقلیمی، ژئومورفولوژیک و فرهنگی توان خوبی را در زمینه گردشگری داراست، به طوری که در بین ۱۰ کشور اول جهان به لحاظ وجود جاذبه‌های توریستی قرار دارد؛ اما به دلایل مختلفی هنوز نتوانسته است جایگاه واقعی خود را به دست آورد.

یکی از شهرهای مهم در زمینه گردشگری در ایران شهر مقدس مشهد است؛ که دومین کلان‌شهر مذهبی جهان بعد از مکه‌ی مکرمه و دومین کلان‌شهر ایران بعد از تهران می‌باشد. مشهد به عنوان بزرگترین شهر مذهبی و زیارتی ایران هر ساله بالاترین میزان زائران و گردشگران را جذب می‌کند. شهر مقدس مشهد به جز مجموعه‌ی تاریخی - فرهنگی - زیارتی حرم مطهر امام رضا (ع) دارای جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، تفریحی، طبیعی و ... زیادی است که برخی از آنها در درون محدوده شهر و برخی دیگر در حومه‌ی شهر قرار دارند؛ اما متأسفانه اغلب زائران و مسافران این شهر به دلیل عدم اطلاع رسانی صحیح، ناآشنایی با شهر، محدودیت در زمان سفر و عدم برنامه‌ریزی صحیح، از بازدید این مکان‌ها باز می‌مانند. البته میتوان با شناسایی این نقاط و نیز بررسی سازمان فضایی و ساختاری شهر مشهد، به برنامه‌ریزی صحیح مسیرهایی در جهت ساماندهی گردشگری در این شهر دست یافت.

سوال تحقیق

چگونه می‌توان با شناسایی و برنامه‌ریزی عناصر و مسیره‌های گردشگری به تقویت صنعت توریسم در کلان‌شهر مشهد پرداخت؟

اهداف تحقیق

ساماندهی عناصر گردشگری از طریق تعریف مسیرهای گردشگری مطلوب در شهر مشهد
افزایش جمعیت گردشگر در شهر مشهد از طریق توجه به تمامی عناصر واجد جاذبه‌ی گردشگری

ضرورت تحقیق

امروزه فعالیت‌های گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیت‌های انسان پس از کشاورزی و صنعت و خدمات محسوب می‌گردد و کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند در سال ۲۰۲۰ میلادی به عنوان سودآورترین صنعت جهان درآمد؛ به طوری که از آن به عنوان صادرات نامرئی که مرکز اقتصادی آن شهرها هستند، نام می‌برند. شهرها به دلیل تمرکز جمعیت و فشارها و خستگی‌های ناشی از کار، به عنوان مبدأ مسافرت گردشگران، و از طرف دیگر با امکانات رفاهی و فرهنگی و بهداشتی و ارتباطات و بازرگانی و داشتن جاذبه‌های تاریخی و توریستی، به عنوان مقصد گردشگران به شمار می‌آید. ورود انبوه گردشگران به شهر مشکلاتی مانند ترافیک و شلوغی و برخوردهای نامناسب اجتماعی (افزایش دزدی و سرقت و تجاوز و...)، افزایش قیمت‌های تاکسی و کالا و خدمات و... ایجاد کرده و موجبات ناراحتی شهروندان و گردشگران را فراهم می‌نماید. گردشگران در شهرهای بزرگ و توریستی با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو هستند؛ یکی از این مشکلات، از دست رفتن زمان و فرصت آنی برای گردشگری در اثر عدم آشنایی کافی با محیط و جاذبه‌های گردشگری و یا عدم برنامه‌ریزی صحیح زمانی برای بازدید از آن‌ها می‌باشد. شهر مقدس مشهد و حومه‌ی آن از دیرباز دارای جاذبه‌های گردشگری متنوعی بوده است که برخی از این عناصر مانند حرم مطهر، مجموعه فرهنگی تفریحی کوهسنگی، مجتمع تجاری زیست خاور و ... شناخته شده و برخی از جاذبه‌ها مانند باغ ملی، موزه و حوض‌خانه هزارستان، فرهنگ‌سرای بهشت، خانه‌ی هنرمندان، بازار هنر خراسان و... به دلایل متعددی از جمله عدم اطلاع رسانی صحیح و عدم ساماندهی محورهای منتهی به این عناصر، ناشناخته مانده‌اند. لذا جهت کاهش این مشکلات، لازم است نسبت به تعیین الگوی حرکتی گردشگران در شهر و ساماندهی فضاهای توریستی اقدام، و برای تأمین امکانات و زیر ساخت‌ها، برنامه‌ای جامع تدوین نمود تا بتوان علاوه بر گردشگران محلی و منطقه‌ای از گردشگران ملی و بین‌المللی نیز بهره‌مند شده و از آن در جهت ساخت و استفاده مطلوب‌تر از فضاهای شهری به خصوص فضاهای گردشگری و افزایش درآمد و اشتغال، و به طور کلی رونق اقتصادی شهر سود برد.

مبانی نظری تحقیق

تعریف گردشگری شهری

گردشگری در چارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می‌کند که یکی از این الگوهای فضایی، گردشگری شهری است. گردشگری شهری را می‌توان این چنین تعریف کرد: «گردشگری شهری عبارت

است از مسافرت به شهر با انگیزه‌های مختلف بر پایه‌ی جاذبه‌های گوناگون، امکانات و تسهیلات شهری که در شخص ایجاد جذابیت و انگیزه می‌نماید» (موحد، ۱۳۸۶: ۳۴).

تعریف گردشگر شهری

گردشگر شهری فردی است که مسافرت خود را به شهری به غیر از شهر یا مکان سکونت و محیط عادی خود، با انگیزه گردش و تفریح، تجارت، دیدن دوستان و اقوام یا فعالیت‌های دیگر برای بهره‌برداری و استفاده از فضای شهر، امکانات، تسهیلات و جاذبه‌های شهری انجام می‌دهد، این مسافرت کمتر از ۲۴ ساعت و بیش از یک سال طول نمی‌کشد. (موحد، ۱۳۸۶: ۳۵).

اهداف گردشگران

سازمان جهانی گردشگری افراد را با توجه به قصد یا هدفی که از سفر دارند به سه گروه تقسیم می‌کند:

- ۱- گروه نخست، کسانی که به قصد تفریح، گردش و گذراندن روزهای تعطیل و ایام فراغت سفر می‌کنند؛
- ۲- گروه دوم، کسانی که به منظور انجام فعالیت‌های بازرگانی و تجاری و حرفه‌ای سفر می‌کنند؛
- ۳- گردشگرانی که به قصد دیدار از بستگان و دوستان و یا برای انجام مراسم مذهبی و یا درمان و... سفر می‌کنند، در گروه سوم جای می‌گیرند که تحت عنوان دیگران نیز شناخته می‌شوند (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱۸۰).

معرفی انواع سفر

در زیر به معرفی انواع سفر از لحاظ ماهیت می‌پردازیم:

جدول (۱): انواع سفر

تعریف	نوع سفر
بنا به نظر سازمان جهانی گردشگری: «مسافرت تفریحی، در کانون توجه قرار دارد. مقصود کسانی هستند که عکس می‌گیرند، سوغات می‌خرند و با مردم ساکن این مکان‌ها تماس زیادی ندارند و برای دوره‌های کوتاه مدت در آن مکان‌ها اقامت می‌کنند. بازار این بخش از صنعت جهانگردی بسیار گسترده است و بیشتر سفرها با این هدف انجام می‌شود.	مسافرت‌های تفریحی
سفرهای بازرگانی معمولاً به مراکز اقتصادی صورت می‌گیرد و این مراکز بزرگ در سراسر دنیا، در این امر با یکدیگر رقابت می‌کنند تا پذیرای چنین مهمانانی باشند. مهم‌ترین پدیده‌ی قابل مشاهده در این گونه سفرها، «مسافرت چند منظوره» است.	مسافرت‌های بازرگانی
در تقسیم‌بندی سازمان جهانی گردشگری، سایر مسافران به کسانی اطلاق می‌شود که به هدف دیدار دوستان و آشنایان، درمان، شرکت در مراسم مذهبی، سفر به قصد درمان یا آموزش و ... سفر می‌کنند.	سایر سفرها

(منبع: کاظمی، ۱۳۸۷)

مدیریت گردشگری

مدیریت دربرگیرنده یک نگرش نظام‌مند است که در آن پویایی گردشگری در چارچوب عرضه و تقاضا با تأکید بر پایداری مدنظر قرار می‌گیرد که در این راستا نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی گردشگری در شهر است. مدیریت باید به دنبال خط مشی‌ها و سیاست‌های مناسبی باشد تا در مرحله‌ی اول، مانع از برخورد منافع گردشگری و دیگر کارکردهای شهری شود و همچنین برای جذب سرمایه و فعالیت‌های شهری در راستای توسعه گردشگری عمل نماید. مدیریت گردشگری می‌تواند با افزایش تعداد گردشگران، جذب سرمایه را افزایش دهد و بر قابلیت توسعه‌ی گردشگری و بهبود و بازسازی محیط شهری بیافزاید. استمرار گردشگری در شهر، پایداری بازار گردشگری را سبب می‌شود و افزایش سطح اشتغال و درآمد را فراهم می‌آورد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۲: ۱۹۹).

گردشگری شهری پایدار

فدراسیون پارک‌های ملی و طبیعی، گردشگری پایدار را شامل تمام اشکال توسعه‌ی گردشگری، مدیریت و فعالیت‌هایی می‌داند که منجر به حفظ، انسجام و تقویت منابع محیطی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و ماندگاری آن‌ها می‌شود (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱۲۷).

گردشگری در شهرهای زیارتی

شهر مذهبی باید بتواند پیروان مذاهب را از مناطق دور دست به سوی خود جلب کند تا با انجام مراسم مذهبی نقش زیارتگاهی خود را تبیین نماید. قابل ذکر است مدیران گردشگری شهرهای زیارتی باید این درک را داشته باشند که امروزه زائران فقط به قصد زیارت به مکان‌های زیارتی نمی‌آیند، بلکه به تفریحات سالم و شاد و بازدید از اماکن‌ها و مقاصد غیرزیارتی نیز نیاز دارند. همچنین در این شهرها فعالیت‌هایی چون مهمانداری و پذیرایی زائران، اهمیت خاصی پیدا می‌کند. اگر فضا و امکانات لازم برای زائران فراهم نیاید، ممکن است هر ساله بر تعداد زائران افزوده شود؛ اما ماندگاری متوسط هر زائر کاهش یابد. در این شرایط مدیریت گردشگری باید به دنبال راهکارهایی برای افزایش زمان ماندگاری زائر در شهر و هزینه کردن او در شهر باشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۲: ۱۹۸).

گردشگری در کشورهای در حال توسعه

رشد صنعت گردشگری تأثیرات چند جانبه‌ای در کشورها به دنبال دارد. برقراری توازن و تعادل در وضعیت پرداخت‌ها، تنوع اقتصادی، افزایش درآمدها و ایجاد فرصت‌های شغلی از پیامدهای این صنعت به شمار می‌آید. دستیابی به رشد اقتصادی پایدار از شاخص‌های اصلی پیشرفت برای کشورهای در حال توسعه

به شمار می‌آیند و روشن‌ترین و امیدوارکننده‌ترین چشم‌اندازهای گردشگری در این کشورها وجود دارد. گردشگری می‌تواند با مشارکت در سه هدف اصلی کشورهای در حال توسعه که تولید درآمد، اشتغال‌زایی و درآمد ناشی از ورود ارز خارجی است، نقش مهمی در قالب نیروی محرک توسعه اقتصادی ایفا کند. گردشگری فرصت‌های شغلی خوبی را برای گروه‌های مختلف اجتماعی به وجود می‌آورد و در نتیجه می‌تواند نقش مهمی در ریشه کردن فقر در کشورهای در حال توسعه داشته باشد. علاوه بر این گردشگری دولت هر کشور را به توسعه زیرساخت‌های خود تشویق می‌کند، همچنین در توازن پرداخت‌های کشوری (BOP) نیز نقش دارد. به عبارتی گردشگری موتور قدرتمند پیشرفت در کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید.

عناصر بنیادی گردشگری

در این پژوهش در بررسی و معرفی عناصر مهم گردشگری شهری اساس الگوی کریستوفر لائو استفاده شده است. وی طرح خود را در ۳ بخش عناصر اولیه شامل: جاذبه‌ها و عناصر، عناصر ثانویه شامل: تأسیسات اقامتگاهی و عناصر دیگر شامل خدمات گردشگری ارائه می‌دهد.

جدول (۲) عناصر بنیادین گردشگری

عناصر اولیه	جاذبه‌های فرهنگی، جاذبه‌های ورزشی، جاذبه‌های تفریحی، ویژگی‌های فیزیکی مکان، ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی مکان.
عناصر ثانویه	تقسیمات اقامتی، فروشگاه‌ها و غذاسراها، بازارها و مراکز خرید.
سایر عناصر	حمل و نقل، دسترسی‌ها و توقفگاه‌ها، اطلاع‌رسانی مکان‌ها، نقشه‌ها و بروشورهای راهنمای گردشگران، مؤسسات و آژانس‌های گردشگری.

(منبع: کاظمی: ۱۳۸۷)

روش‌شناسی

روش‌های تحلیل مسائل شهری در این پروژه را می‌توان به دو دسته‌ی روش‌های تحلیل ذهنی و عینی تقسیم نمود. در تحلیل عینی به بررسی اصول تخصصی برنامه‌ریزی شهری و گردشگری شهری و نیز بررسی شاخص‌های مربوط در شهر پرداخته می‌شود؛ در حالی که در تحلیل ذهنی نظرات و خواسته‌های گردشگران و زائران شهر مورد بررسی قرار می‌گیرد. در جهت تحلیل عینی از تاکتیک‌هایی همچون بررسی و تحلیل معیارهای کالبدی، دسترسی و اقتصادی و سایر فنون رایج در تحلیل مسائل شهری استفاده می‌شود. دسته‌ی اول اطلاعات و داده‌های آماری هستند که به صورت کتابخانه‌ای و اسنادی جمع‌آوری می‌شوند و یا از سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه گردآوری می‌گردند و توسط نگارنده مورد پردازش قرار می‌گیرد. لذا از

ضریب اطمینان نسبتاً بالایی برخوردار می‌باشد. دسته‌ی دوم اطلاعات مکانی و داده‌های عناصر موجود است؛ اما این داده‌ها به تنهایی برای رسیدن به هدف نهایی و نتیجه‌گیری صحیح کافی نمی‌باشد، زیرا برخی پارامترها یا اصلاً بررسی نمی‌شوند و یا فقط از دیدگاه آماری مورد بررسی قرار می‌گیرند و رویکرد کیفی ندارند. لذا برای دستیابی به این نوع اطلاعات به انجام مصاحبه با مسافران و گردشگران شهر پرداخته می‌شود. در طراحی سؤالات پرسش‌نامه سعی بر آن بوده که بیشتر اطلاعات کیفی مربوط به گردشگر مورد پرسش قرار بگیرد، زیرا: اولاً هدف از انجام مصاحبه و پرسشنامه دستیابی به این نوع از اطلاعات بوده، ثانیاً برای اینکه بتوان اطلاعات کمی به دست آمده را به جامعه‌ی آماری تعمیم داد، نیاز به انجام مصاحبه‌های بیشتری بوده است که در این فرصت کم مقدور نمی‌باشد. بنابراین به غیر از برخی سؤالات پایه‌ای نظیر مدت اقامت مسافر، تعداد دفعات سفر به مشهد و ... سایر اطلاعات به صورت مشروح و کیفی مورد پرسش قرار گرفته‌اند، در انتخاب اعضای نمونه نیز سعی بر این شده است که تمامی اقشار سنی و جنسی را در بر بگیرد. پس از انجام مصاحبه و گردآوری داده، برای سهولت در دسترسی به آن‌ها و نیز ساده‌تر شدن تجزیه و تحلیل داده‌ها، به دسته‌بندی اطلاعات می‌پردازیم. بدین منظور از نرم افزار SPSS استفاده می‌شود تا نتایج دقیق‌تری ارائه شود.

معرفی نمونه مطالعاتی

مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری شهر مشهد جاذبه‌های تاریخی و مذهبی می‌باشند که در رأس و سرآمد همه این جاذبه‌ها بارگاه مطهر امام رضا(ع) قرار دارد و اصلی‌ترین عامل ورود میلیونی زائران و مسافران به این شهر محسوب می‌گردد. دیگر جاذبه‌های تاریخی و مذهبی مشهد عبارتند از: مقبره خواجه ربیع، مقبره خواجه اباصلت، آرامگاه نادر شاه افشار و

جاذبه‌های تفریحی شامل فضاهای سبز تفریحی و تفرجگاهی شهر نظیر پارک بزرگ ملت، پارک جنگلی وکیل آباد، مجموعه تفریحی و فرهنگی کوهسنگی و ... می‌باشد. مراکز اقتصادی و بازارهای خرید شهر مشهد نیز همانند بازار رضا(ع) در سراسر شهر به عنوان مراکزی جهت گذران اوقات فراغت و تهیه و خرید سوغات به شمار می‌آیند.

شهرک‌های ییلاقی و تفریحی اطراف مشهد نیز در پذیرایی و جذب گردشگران ورودی به شهر مشهد نقش قابل توجهی دارند. مجموعه‌های گردشگری گلستان شاندیز، مجموعه گردشگری و تفریحی چالیدره، دهکده گردشگری دیزدر و ... از مهمترین مجموعه‌های تفریحی و توریستی حاشیه ییلاق شهر مشهد به شمار می‌روند.

ساخت و ایجاد تأسیسات توریستی در شهر مشهد از اوایل سال ۱۳۸۲ آغاز گردید که در راستای سیاست‌های حمایتی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشور صورت پذیرفت و این اقدامات رو به فزونی بوده و سرمایه‌گذاران بسیاری چه در داخل و چه در خارج کشور متقاضی احداث این گونه تأسیسات

و اماکن توریستی می‌باشند. افزایش روزافزون جمعیت شهر مشهد و نیاز آن به تأمین مسکن و فضاهای گذران اوقات فراغت، اعم از فضاهای تفرجگاهی، فرهنگی، ورزشی و هنری از یک سو و پیش بینی افزایش زائران و گردشگران وارده به مشهد در سالهای آتی از سوی دیگر ایجاب می‌کند که دو مقوله گردشگری و گذران اوقات فراغت در پیوند و هماهنگی با یکدیگر دیده شوند (دیناری، ۱۳۸۲: ۲۲۱).

به طور کلی جاذبه‌های گردشگری مشهد را می‌توان در دو دسته جاذبه‌های گردشگری درون شهری و جاذبه‌های گردشگری برون شهری تقسیم نمود. جاذبه‌های برون شهری به طور کلی شامل بیلاقات اطراف شهر و آثار و ابنیه بر جای مانده از گذشته می‌باشند و جاذبه‌های درون شهری نیز در چند دسته جای می‌گیرند که در زیر به آنها اشاره می‌شود.

جدول (۳) جاذبه‌های گردشگری شهر مشهد

ابنیه و مراکز مذهبی - زیارتی	بقعه پیرپالاندوز، گنبد خشتی، بقعه شیخ طبرسی، حرم مطهر امام رضا(ع) گنبد سبز، بقعه میرزا ابراهیم رضوی، بقعه ابوزید ربیع بن خثیم اسدی (خواجه ربیع).
بازارها و مراکز خرید	بازار بزرگ رضا(ع)، مجتمع تجاری شرق زیست، بازار بزرگ مرکزی، مجموعه تجاری میدان شهدا، مجتمع تجاری آلتون، بازار جنت، مجتمع، تجاری زیست خاور، بازار هنر خراسان، بازار گوهرشاد، مجتمع تجاری پروما، مجتمع تجاری وصال، مجتمع تجاری الماس شرق، بازار بین المللی خیام، مجتمع تجاری شهید کاوه، مجتمع تجاری کیان سنتر، مجتمع تجاری نور، مجتمع تجاری ابریشم، مجتمع تجاری زمرد.
جاذبه‌ها و مراکز فرهنگی - تفریحی	مجتمع فرهنگی آیه‌ها، خانه هنرمندان، پارک علمی - تفریحی و فیزیک سرا، سینما آفریقا، سینما هویزه، سالن تئاتر مجموعه میدان شهدا، سرزمین عجایب الماس شرق، دنیای شادی مجتمع پروما، شهربازی پارک ملت، مجتمع تفریحی سرزمین موج‌های آبی، سینما سیمرخ، مسیر پلکانی باباکوهی، باغ وحش وکیل آباد، پیست اسب سواری ارشاد.
جاذبه‌های تاریخی - موزه‌ها و نگارخانه‌ها	مصلاهی پایین خیابان، میل رستگار مقدم، موزه مرکزی، آستان قدس رضوی، مقبره امیر غیاث الدین ملک شاه، حمام حاج مهدی قلی بیک (موزه مردم شناسی)، آرامگاه و موزه نادری، فرهنگسرای بهشت، خانه حاج حسین آقای ملک، موزه اداره کل اوقاف و امور خیریه خراسان رضوی، گنجینه آب، موزه تاریخ طبیعی اداره کل حفاظت محیط زیست خراسان رضوی، موزه علوم و تاریخ طبیعی خراسان.
بوستان‌ها و تفرجگاه‌های شهری	بوستان و کمپ باباقدردت، پارک جنگلی و کمپ طرق، بوستان وحدت، باغ ملی، باغ آستان قدس رضوی، مجموعه فرهنگی - تفریحی کوهسنگی، باغ ملک آباد، بوستان ملت، باغ آستان قدس رضوی، بوستان پردیس قائم، پارک جنگلی وکیل آباد.
مجموعه‌های ورزشی	استادیوم ورزشی تختی، مجموعه ورزشی آستان قدس رضوی، استخر ارمغان.
جاذبه‌های طبیعی و تاریخی برون شهری	روستای تاریخی - تفریحی کلات، آبگرم زاوین (تفرجگاهی)، روستای تفریحی - تاریخی کارده، مجموعه فرهنگی - تاریخی توس، اخلمد، رباط و موزه مردم شناسی ویرانی، منطقه بیلاقی شاندیز، منطقه بیلاقی زشک، روستای کوهپایه‌ای و تاریخی کنک، منطقه بیلاقی نغندر،

روستای ییلاقی، جاغرق، سد چالیدره، منطقه ییلاقی طرهبه، بند گلستان، آستان متبرکه امام زادگان سیدناصر و سیدیاسر (علیهماالسلام)، غار زری، مجموعه تاریخی - تفریحی ازغد، روستای تاریخی مغان، سد طرق، بوستان و مجموعه تفریحی هفت حوض، آرامگاه هرثمه بن اعین (خواجه مراد)، آرامگاه خواجه ابصت هروی، رباط سنگ بست، رباط شرف، آستان متبرکه امام زاده یحیی (ع)

(منبع: نگارندگان)

علل ورود زائر و گردشگر به مشهد

شهر مقدس مشهد دومین کلانشهر مذهبی جهان و دومین کلانشهر ایران است و به عنوان بزرگترین شهر مذهبی و زیارتی ایران، هر ساله بالاترین میزان زائران و گردشگران را جذب می‌نماید. این موقعیت ناشی از جاذبه‌های گردشگری، جاذبه‌های تاریخی، جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های فرهنگی و تفریحی، جاذبه‌های تجاری و... می‌باشد. طبق یافته‌های آماری سال ۹۲ عمده‌ترین هدف زائرین و گردشگران، زیارت حرم مطهر است و با ۹۵ درصد با سایر اهداف اختلاف چشمگیری دارد. دومین هدف، گردش و دیدار بستگان و سومین هدف، خرید غیرشغلی و چهارمین هدف، تجارت و خرید شغلی است. هدف از بررسی علت ورود گردشگر به مشهد را می‌توان تشخیص نقاط قوت و ضعف در جذب گردشگر و یافتن راهی برای بسترسازی و رشد جاذبه‌های معرفی نشده و یا کمتر شناخته شده، دانست.

میزان ورود مسافر و گردشگر

بررسی شمار مسافران و مقایسه آن در سالهای متوالی از نظر تعیین حجم تقاضا از اهمیتی خاص برخوردار است. بنابر داده‌های آماری موجود، مسافران وارده به شهر مشهد در ۱۰۰ سال گذشته از حدود ۱۰۰ هزار نفر به حدود ۳۵ میلیون نفر رسیده است. این روند افزایشی از دهه ۵۰ به بعد با سرعت بیشتری ادامه یافته است. روند تحولات کمی ورود مسافر در چند سال اخیر نیز روندی نسبتاً افزایشی بوده.

جدول (۴) روند ورود مسافر از سال ۸۶ تا ۹۱

سال	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱
میزان ورود مسافر	۲۷۳۰۰۸۳۹	۳۱۶۰۶۷۷۷	۳۵۳۵۹۶۳۷	۳۲۱۴۴۷۵۵	۳۲۷۱۳۴۷۶	۳۳۱۷۴۳۷۲

(منبع: آمارنامه‌های حمل و نقل شهر مشهد از سال ۸۷ تا ۹۲)

اما میزان ورود جهانگردان (گردشگر خارجی) به مشهد همیشه روند صعودی نداشته است، بلکه در سالهای ۸۳ و ۸۶ به میزان قابل توجهی کاهش پیدا کرده است که این امر می‌تواند ناشی از سیاست‌های

خارجی اتخاذ شده در این سالها و یا تغییرات نرخ ارز باشد. بالاترین میزان جذب جهانگرد در سالهای ۸۴ و ۸۵ بوده است که پس از آن ورود جهانگرد به مشهد بسیار کاهش یافته است.

جدول (۵) روند ورود جهانگرد به مشهد از سال ۸۲ تا ۹۱

سال	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱
میزان ورود جهانگرد	۳۵۸۱۱۴	۲۷۷۱۰۲	۵۱۶۸۹۷	۶۹۴۴۷۳	۲۴۷۴۸۳	۲۵۶۹۵۲	۳۱۵۶۵۵	۳۲۴۷۵۰	۳۶۷۷۴۲	۳۹۲۵۰۴

(منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی)

میزان ورود مسافر و گردشگر در سال ۱۳۹۱، ۳۳۱۷۴۳۷۲ نفر است که از طریق اتوبوس، قطار، هواپیما و وسیله شخصی وارد مشهد شدند. میزان ورود گردشگر خارجی نیز در سال ۱۳۹۱، ۳۹۲۵۰۴ نفر است که یا از طریق هواپیما وارد شهر شدند و یا از مرزهای اطراف گذشته‌اند. اما ذکر این نکته ضرورت دارد که آمارهای ارائه شده در خصوص مسافران ورودی به شهر مشهد به صورت تفکیک شده نیست؛ به عبارت دیگر بین مسافر عبوری، مسافر موقت و مسافر ساکن، تفکیک آماری وجود ندارد.

جدول (۶) میزان ورود مسافر به تفکیک وسیله نقلیه در سال ۱۳۹۱

نحوه ورود	تعداد مسافر	درصد از کل
اتوبوس و مینی بوس	۷۲۹۷۳۳۴	٪ ۲۲
قطار	۶۱۴۴۸۶۶	٪ ۱۸/۵۲
هواپیما	۲۸۱۹۳۹۲	٪ ۸/۴۹
وسیله نقلیه شخصی	۱۶۹۱۲۷۷۰	٪ ۵۰/۹۸
جمع	۳۳۱۷۴۳۷۲	٪ ۱۰۰

(منبع: آمارنامه حمل و نقل شهر مشهد، ۱۳۹۲)

جدول (۷) میزان ورود گردشگر خارجی به مشهد در سال ۱۳۹۱

خارجی	نحوه ورود	تعداد مسافر	درصد از کل
	فرودگاه	۲۴۲۸۴۳	٪۶۱/۸
	مرز دوغارون	۱۲۴۰۶۶	٪۳۱/۵
	مرز سرخس	۱۰۸۹۹	٪۲/۷
	مرز باجگیران	۱۰۰۱۳	٪۲/۵
	مرز لطف آباد	۴۶۹۳	٪۱/۵
	جمع	۳۹۲۵۰۴	٪۱۰۰

(منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، واحد آمار و اطلاعات ۱۳۹۲)

البته باید اضافه کرد که مسافران و زائران به طور یکسان در طول سال به مشهد سفر نمی‌کنند، بلکه در برخی ایام میزان ورود مسافر بیشتر از سایر اوقات است. ممکن است این روند در هر سال متفاوت باشد، زیرا مشهد شهر زیارتی - مذهبی است و اغلب سفرها زمانی صورت می‌پذیرد که مقارن با مناسبت‌های مذهبی باشد و چون مناسبت‌های مذهبی بر اساس تاریخ قمری است، لذا نحوه توزیع و وقوع سفرها متفاوت خواهد بود.

محل اقامت مسافران و گردشگران

محل اقامت مکانی است که مسافر یا زائر، برای استقرار یافتن و سکنی گزیدن خود در طول مدت زیارت یا سفر انتخاب می‌کند. به این منظور معمولاً در مقصد سفر انواعی از واحدهای اقامتی وجود دارد. واحدهای اقامتی که در سطح شهر مشهد وجود دارند عبارتند از: هتل‌ها، هتل-آپارتمان‌ها، مهمانپذیرها و مسافرخانه‌ها و خانه‌های فصلی و زواری. البته باید گفت که مسافر به غیر از موارد نامبرده شده، ممکن است در منزل بستگان و آشنایان، کمپ‌ها، پارک‌ها، زائرسراهای دولتی، اردوگاه‌ها، حسینیه و تکیه‌ها و... نیز اقامت کند.

جدول (۸) تعداد واحدهای اقامتی در سالهای مختلف

نوع واحد اقامتی	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸
هتل	۹۶	۱۰۱	۱۰۷	۱۱۳	۱۲۳
هتل - آپارتمان	۱۹۳	۲۰۲	۲۱۰	۲۴۲	۲۵۵
مهمانپذیر	۴۷۶	۴۹۱	۵۰۳	۵۰۷	۵۱۳
واحدهای اقامتی فصلی	۲۰۲	۲۷۶	۵۶۰	۹۰۰	۱۲۵۹
جمع	۹۶۷	۱۰۷۰	۱۳۸۰	۱۷۶۲	۲۱۵۰

(منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، واحد آمار و اطلاعات ۱۳۸۹)

مدت اقامت (میزان ماندگاری) مسافران و گردشگران

میزان ماندگاری گردشگر، مدت زمانی است که وی در مقصد سفر خود می‌گذراند. در طی سالهای اخیر، مدت اقامت زائران و گردشگران شهر مشهد، ناپایدار بوده و به طور قابل توجهی کاهش یافته است، این در حالی است که میزان ورود زائر و گردشگر در طی این سالها افزایش پیدا کرده و حتی چند برابر شده است. یافته‌های آماری نشان می‌دهد که میزان ماندگاری مسافر در سال ۱۳۸۴، ۷ روز و در سال ۱۳۹۲، ۵ روز است.

متوسط هزینه هر زائر در طی مدت اقامت در سطح شهر مشهد

متوسط هزینه هر فرد گردشگر در روز، در مشهد برابر ۹۰۰۰۰۰ ریال می‌باشد، از مبلغ اشاره شده، ۳۸۰۰۰۰ ریال آن مربوط به هزینه صرف شده برای اسکان در هتل‌ها، مسافرخانه‌ها و...، ۱۹۹۰۰۰ ریال هزینه مربوط به تغذیه شامل صبحانه، نهار، شام و...، ۷۱۰۰۰ ریال هزینه اختصاص یافته به خرید سوغات و هدایا، ۹۰۰۰۰ ریال هزینه صرف شده برای تفریحات و سرگرمی، ۹۴۰۰۰ ریال هزینه مربوط به ایاب و ذهاب، ۱۶۰۰۰ ریال هزینه مربوط به دارو و درمان و ۴۰۰۰۰ ریال هزینه‌های متفرقه می‌باشد. به طور کلی سهم هزینه‌های مربوط به اسکان، تغذیه، سوغات، تفریحات، ایاب و ذهاب، دارو و درمان و هزینه‌های متفرقه از کل هزینه‌های انجام شده توسط هر زائر به ترتیب برابر با ۴۲/۲۲ درصد، ۲۲/۱۱ درصد، ۰۷/۸۸ درصد، ۱۰/۰۰ درصد، ۱۰/۴۴ درصد، ۰۱/۷۷ درصد و ۰۴/۴۴ درصد می‌باشد.

جدول (۹) میزان هزینه هر فرد زائر در روز در سال ۹۲

انواع هزینه	متوسط هزینه هر فرد - روز (ریال)
اسکان (اقامت)	۳۸۰۰۰۰
تغذیه	۱۹۹۰۰۰
سوغات و هدایا	۷۱۰۰۰
تفریحات	۹۰۰۰۰
حمل و نقل	۹۴۰۰۰
دارو	۱۶۰۰۰
سایر	۴۰۰۰۰
جمع	۹۵۰۰۰۰

(منبع: نگارندگان)

تجزیه و تحلیل

داده‌های استخراج شده از پرسشنامه‌ها نشان می‌دهد که ۵۸ درصد از جامعه آماری نمونه زن و ۴۲ درصد آن مرد می‌باشد که می‌توان نتیجه گرفت این نمونه از لحاظ جنسی همگن می‌باشد. بررسی تحصیلات مصاحبه شوندگان نیز نشان دهنده این می‌باشد که اکثر آنان مدرک تحصیلی بالاتر از دیپلم دارند، که این می‌توان نقطه قوتی برای برنامه‌ریزی آینده باشد. همچنین بیش از ۷۰ درصد زائرین سالانه بیش از یک بار به مشهد سفر می‌کنند که این خود می‌تواند نقطه قوت و فرصتی برای صنعت گردشگری مشهد باشد. با توجه به این امر که مدت زمان اقامت زائرین به طور میانگین حدود ۵ روز می‌باشد، می‌توان با یک برنامه‌ریزی سنجیده و دقیق این امکان را فراهم کرد تا گردشگران علاوه بر حرم مطهر از تمامی نقاط زیارتی و سیاحتی شهر دیدن فرمایند. بر طبق پاسخ‌های استخراج شده، اکثر مسافرین تمایل دارند که بیشتر اوقات خود را به زیارت بگذرانند (به طور میانگین سه روز از پنج روز)، بنابراین در جهت استفاده بهینه از زمان سفر به طور متوسط دو روز برای بازدید از عناصر گردشگری غیر از حرم مطهر اختصاص داده شده است. یکی از سوالاتی که در مصاحبه با مسافران مورد پرسش قرار گرفته شده است، مربوط به وضعیت میزان مخارج سفر (هزینه انجام شده در سفر) نسبت به انتظار مسافران از هزینه‌ها، پیش از سفر است. یافته‌های این بررسی نشان می‌دهد که تعداد معدودی از مسافران (۶ درصد) قابلیت تخمین صحیح از مخارج خود را دارند. این امر در برآوردهای اقتصادی مقوله گردشگری بسیار حائز اهمیت است؛ زیرا مبنای درآمد حاصل از گردشگری، میزان پولی است که گردشگر هزینه می‌کند. از آنجا که فاصله و تفاوت میان پاسخ کمتر و پاسخ بیشتر، ناچیز است، نمی‌توان نتیجه‌گیری‌های دقیق‌تری داشت و لازم است تا این متغیر در ارتباط با متغیرهای دیگر نیز سنجیده شود که در ادامه به آن خواهیم رسید. همانطور که پیش‌تر گفته شد، برای رسیدن به نتایج بهتر و کاربردی‌تر، لازم است برخی متغیرها نسبت به یکدیگر و یا همزمان با یکدیگر مورد بررسی قرار بگیرند؛ خوشبختانه نرم‌افزار SPSS این امکان را فراهم ساخته است تا بتوان دو متغیر را از هم عبور داد، یعنی تفکیک ارزش‌های هر پارامتر از یک متغیر، نسبت به پارامترهای متغیر دیگر، که نمونه‌هایی از این تحلیل در ادامه آورده شده است. بعد از بررسی میزان مخارج انجام شده در سفر نسبت به تخمین اولیه، حال لازم است این متغیر را به تفکیک دفعات سفر در سال نیز تحلیل کنیم. مشاهده شد هر چه تعداد دفعاتی که مسافر در سال به شهر سفر می‌کند، بیش‌تر می‌شود، تخمین هزینه‌ها نیز دقیق‌تر و صحیح‌تر می‌شود؛ ممکن است حدس وی با واقعیت یکسان نباشد، اما اغلب هزینه‌های واقعی کمتر از توقع او خواهد شد و در نتیجه مسافر را با مشکلات مالی مواجه نخواهد کرد. این امر نقطه قوتی است برای فرصت‌های گردشگری شهر، تا بتوان با برنامه‌ریزی صحیح از این نقاط قوت، بهترین استفاده را نمود. طبق مصاحبه‌ای که با گردشگران انجام شد، اغلب آن‌ها بیشترین هزینه بعد از مخارج سکونت و تغذیه اعم از هتل، مهمان پذیر و ... را در میزان حمل و نقل می‌دانستند. به دلیل نا آشنا بودن اکثر زائرین با شهر مقدس مشهد و همچنین وسعت بالای این شهر و قرارگیری هر کدام از عناصر گردشگری در قسمتی از شهر، گردشگران ناچارا باید برای بازدید از

مکان‌های ذکر شده، از سیستم حمل و نقل خصوصی استفاده کنند که هزینه نسبتاً بالایی را طلب می‌کند. اگر این تحلیل را برای دو متغیر، تعداد دفعات سفر به مشهد در سال و انگیزه سفر مسافران انجام دهیم مشاهده می‌شود هر چه تعداد دفعات سفر مسافران به شهر در سال بیشتر باشد، آنها اهداف و انگیزه‌های متفاوتی غیر از زیارت، برای اقامت پیدا خواهند کرد. همانطور که آمارها نشان می‌دهد، قریب ۷۵ درصد مسافران هر سال یک بار یا بیش از آن، به مشهد سفر می‌کنند. این میزان می‌تواند نقطه قوتی در جهت ارتقا و رونق گردشگری شهر باشد. به نظر می‌رسد اینکه برخی زائران و مسافران، تنها زیارت را هدف سفر خود اعلام می‌دارند ناشی از ناآشنایی آنها با امکانات گردشگری و تفریحی شهر می‌باشد. طبق مصاحبه با گردشگران اعتقاد داشتند که در اولین سفر به شهر مشهد صرفاً فقط به بازدید از حرم اکتفا نموده‌اند. دلایل زیادی را برای این امر مطرح نمودند که مهمترین آنها عدم آگاهی از وجود مکان‌های متنوع تفریحی و سیاحتی داخل و پیرامون شهر مشهد است. تنها آن دسته از مسافرینی که خود و یا وابستگان آنها سابقه سکونت در مشهد را داشتند، علاوه بر حرم از دیگر عناصر گردشگری مشهد نیز بازدید کرده‌اند. نکته‌ی شایان ذکر این می‌باشد که بعضی مکان‌های دارای بار هویتی و سابقه تاریخی بسیار غنی در کلان شهر مشهد و پیرامون آن وجود دارد که متأسفانه به علت عدم توجه و اطلاع رسانی، حتی ساکنین شهر نیز از وجود آنها بی اطلاع می‌باشند، تمامی موارد فوق نشان شدید از ضعف در اطلاع رسانی و بازاریابی گردشگری در این شهر دارد. از دیگر سؤالاتی که از مصاحبه‌شوندگان به عمل آمد، این است که آیا در طول مدت اقامت خود، از تمام نقاط و مکان‌های دیدنی بازدید کرده‌اند یا خیر. پاسخ‌های به دست آمده، نشان می‌دهد که تنها ۲۵٪ از آنها از تمام مکان‌های گردشگری شهر مشهد بازدید کرده‌اند. با اینکه این مسئله، به طور بالقوه ضعف مدیریت و اطلاع‌رسانی بخش گردشگری شهر را نشان می‌دهد، اما از طرفی برای برنامه‌ریزان مسیرهای گردشگری، فرصتی مناسب بشمار می‌رود تا بتوانند از ناشناخته بودن جاذبه‌ها برای اکثریت گردشگران استفاده کرده و با تبلیغات وسیع، به جذابیت مسیرهای گردشگری بیفزایند. با اینکه تصور می‌شود هر چه تعداد دفعات سفر به شهر افزایش پیدا کند میزان بازدید از مکان‌های دیدنی افزایش می‌یابد، اما در واقعیت این طور نیست. زیرا با اینکه اکثر مسافران چندین بار در سال به مشهد می‌آیند؛ اما از همه نقاط دیدن نمی‌کنند. آنچه مشخص است، نیاز به راه و روشی است تا بتواند در زمان کم و با صرف هزینه کم، بیشترین بازدید را از مکان‌های دیدنی شامل شود. سطح گردشگری مشهد از دیدگاه گردشگران، یکی دیگر از سؤالاتی بود که در پرسشنامه مطرح گردید. پاسخ‌ها در چهار دسته ضعیف، متوسط، خوب و عالی، دسته بندی گردید. آمارهای به دست آمده حاکی از آن است که از دیدگاه اکثر گردشگران، سطح گردشگری شهر مشهد، متوسط است البته اختلاف آراء، میان ضعیف، متوسط و خوب بسیار کم است. مطابق آمارها، دو سوم کسانی که سطح گردشگری شهر مشهد را ضعیف ارزیابی کرده‌اند، از تمام نقاط دیدنی مشهد بازدید نکرده‌اند و صرفاً بازدید خود را به زیارت از حرم مطهر محدود کرده‌اند و به نظر ایشان شهر مشهد یک شهر زیارتی محض با بافت نسبتاً فرسوده محسوب می‌شود. حتی کسانی که سطح گردشگری را عالی دانسته‌اند نیز از تمام نقاط مشهد

دیدن نکرده‌اند. این امر علاوه بر نقطه ضعف گردشگری، تهدیدی است برای آینده اقتصاد گردشگری شهر. عده‌ای از مسافری که برای نخستین بار علاوه بر حرم از دیگر قسمت‌های شهر بازدید کرده‌اند، تعجب خود را به این شکل بیان می‌کردند که منظره شهر مشهد کاملاً با تصویر ذهنی قبلی آن‌ها متفاوت می‌باشد و این بازدید جدید سیمای متفاوتی را از این شهر برای آن‌ها به وجود آورده است. آنان تا پیش از این مشهد را شهری با بافت متراکم و نسبتاً فرسوده، سنتی و تراکم پایین، شلوغ و آلوده می‌دانستند. اما هنگامی که از مناطق دیگری به جز حرم مطهر و بافت پیرامونی آن بازدید کردند، به این نتیجه رسیدند که آنچه که پیش از این به آن مشهد می‌گفتند تنها یک قسمت کوچک از این کلان‌شهر می‌باشد. این امر خود ضعف بسیار بزرگی در امر گردشگری شهر مشهد است، زیرا صنعت گردشگری شهری با این پتانسیل بالا در زمینه‌های متفاوت اعم از فرهنگی، تفریحی، زیارتی و ... فقط در چند عنصر خاص خلاصه شده است. علاوه بر موارد فوق، مشاهده می‌شود که ۴۲٪ از کسانی که تمام نقاط شهر را بازدید کرده‌اند، سطح گردشگری شهر را ضعیف ارزیابی می‌کنند که این نشان از ضعف این بخش در پاسخگویی به نیازهای زائرین و گردشگران دارد. از جمله ضعف‌های مراکز فوق از نظر گردشگران عدم رسیدگی و توجه کافی به این مناطق، عدم اطلاع‌رسانی مناسب، مشکلات عمده در دسترسی به این عناصر از جمله ترافیک شدید، نبود سیستم حمل و نقل، دور بودن از شهر و آسفالت نبودن مسیر مربوطه و ... می‌باشد. اما سؤالاتی نیز در مورد ویژگی‌های مثبت عناصر گردشگری از زائرین پرسیده شد که اکثر پاسخ‌ها تحت تأثیر حرم مطهر قرار گرفت. گردشگران اعتقاد داشتند که دارا بودن بار هویتی و معنایی حرم و موزه‌ها و سایر کاربری‌های پیرامون آن همیشه بازدید از حرم و زیارت را در اولویت اهداف آن‌ها قرار می‌دهد، عده‌ی کثیری از آن‌ها زیارت از حرم را در برنامه‌ی هر روز سفر خود قرار داده‌اند و بازدید از دیگر عناصر را در اولویت‌های بعد قرار می‌دهند، و این دلیل عمده‌ای می‌باشد تا زائرین از بازدید دیگر مناطق که فاصله‌ی نسبتاً زیادی با حرم دارند صرف‌نظر کنند و وقت خود را در نواحی پیرامون حرم بگذرانند که این خود ضعف بزرگی در جهت توسعه یافتگی دیگر جنبه‌های گردشگری شهر مشهد محسوب می‌شود. اما نقطه‌ی قوت این امر، تمرکز محل اسکان و گذران وقت اکثر زائرین و گردشگران در این ناحیه است که می‌توان از این مکان به عنوان مبدأ و مقصد سفرهای درون‌شهری استفاده نمود. حال باید نتایج استنتاج شده از داده‌ها و اطلاعات موجود را به صورت قوت، ضعف و فرصت و تهدید بیان کرده و در ماتریس SWOT قرار دهیم.

جدول (۱۰): سوات

تهدید	فرصت	ضعف	قوت
کاهش ورود گردشگر در آینده به دلیل افزایش ناراضی‌گری گردشگران، ضعف بازاریابی، تاخیر در پروازهای خارجی و صرف زمان زیاد جهت تشریفات گذرنامه‌ای و گمرکی و ترخیص	امکان تقویت جریان‌های اقتصادی ناشی از حرکت سرمایه و امکان ایجاد تنوع درآمدی در شهر مشهد	تأخیر در پروازهای خارجی و وجود مشکلات تهیه ویزا و ثابت نبودن قیمت آن برای جهانگردان	ورود خیل عظیم مسلمانان از اقصی نقاط کشور و همچنین کشورهای مسلمان
افزایش آلودگی‌های ناشی از ورود زائران و گردشگران به شهر مانند آلودگی هوا، زباله، آلودگی صوتی، آلودگی ناشی از فاضلاب‌های بهداشتی و انسانی	امکان دسترسی راحت زائران و گردشگران به جاذبه‌های مرکز شهر به دلیل تمرکز مراکز اقامتی در مرکز شهر	عدم اطلاع‌رسانی در خصوص شهر مشهد و جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و طبیعی آن در سطح ملی و بین‌المللی	مشهد به عنوان دومین کلاشهر مذهبی جهان اسلام
امکان به مخاطره افتادن شهرهای طرهبه و شاندریز در اثر طرح‌های توسعه کالبدی بی‌رویه و ناآگاهانه	امکان استفاده از جاذبه‌های گردشگری موجود در شهر جهت ارتقا سطح گردشگری شهر مشهد و بازاریابی و جذب مسافر در نمایشگاه بین‌المللی جهانگردی داخل و خارج کشور	وجود مشکلات خرید از بازار برای جهانگردان مانند گرانی قیمت اجناس و نوسان قیمت‌ها، وجود اجناس تقلبی، عدم کنترل و نظارت مطلوب بر قیمت کالاها و رفتار نامطلوب برخی مجاوران و یا شهروندان با زائرین و گردشگران	اقلیم مناسب کوهستانی با قابلیت تفریح زمستانی و تابستانی در بیابانات اطراف مشهد
روند کند حرکت سرمایه در بخش گردشگری	امکان تعریف مسیرهای گردشگری برای استفاده بیشتر گردشگر از شهر و نیز شهر از گردشگر	نظارت ضعیف بر عملکرد واحدهای ارایه دهنده خدمات گردشگری و عدم تنوع در ارایه خدمات گردشگری	وجود منابع گردشگری متنوع طبیعی، فرهنگی تاریخی و ... در سطح ملی و یا همجواری با آنها
	امکان معرفی و شناساندن جاذبه‌های گردشگری شهر با تعریف مسیرهایی جهت تسهیل دسترسی زائران به آنها	ضعف عناصر نهادی گردشگری و عملکرد ضعیف اژانس‌های مسافرتی و تورها	برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی جهانگردی در داخل و خارج کشور
		کمبود تاسیسات اقامتی مناسب و ارزان قیمت و عدم وجود شبکه ناوگان حمل و نقل گردشگری	
		وجود سازمان‌های متعدد در تصمیم‌گیری و عدم هماهنگی در برنامه‌ریزی و مدیریت محصولات گردشگری اقامت زائران و گردشگران شهر مشهد	

(منبع: نگارندگان)

ارائه پیشنهادها و نتیجه‌گیری:

در این تحقیق براساس رویکرد اصلی، ضمن مرور ویژگی‌های بخش عرضه و تقاضای گردشگری در مشهد، مبتنی بر اسناد حاصل از طرح‌های پژوهشی و عمرانی، اطلاعات و داده‌های سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه و اطلاعات و آمار به دست آمده از تحلیل برداشت‌های میدانی نگارنده، داده‌ها و اطلاعات پایه جمع‌آوری و سپس با استفاده از ابزار SWOT طبقه‌بندی شدند. سپس طبق بررسی و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید مسیرهای زیر پیشنهاد گشته‌اند.

مسیر پیشنهادی ۱:

تعریف مسیر: این مسیر مجموعه‌ای از تجربیات فرهنگی، تاریخی و تفریحی را برای بازدیدکنندگان به ارمغان می‌آورد. شروع حرکت ساعت ۹ صبح از میدان بیت‌المقدس (مبدأ) بوده و پایان حرکت نیز ساعت ۲۰ در همان مکان مبدأ می‌باشد. در ابتدای مسیر جهت بازدید از دو اثر تاریخی (مقبره امیر غیاث الدین شاه ملک و حمام مهدی قلی بیک (موزه مردم شناسی) اتوبوس در خیابان اندرزگو توقف می‌کند. مقصد بعدی، مسیر حرم مطهر امام‌رضا(ع) می‌باشد تا زائرین ضمن زیارت، از موزه مرکزی آستان قدس رضوی نیز دیدن نمایند. پس از بازدید از موزه، بازدید کنندگان مسافتی را پیاده تا بقعه پیرپالاندوز طی خواهند کرد. سپس مسافری به وسیله‌ی اتوبوس به سمت موزه و آرامگاه نادری حرکت می‌کنند. توقف بعدی، ابتدای راسته‌ی بازار جنت، واقع در خیابان امام خمینی (ره) است. پس از بیان تاریخچه‌ای کوتاه از باغ ملی توسط راهنما، بازدید کنندگان راسته بازار جنت را پیاده طی می‌نمایند و تا رسیدن زمان صرف نهار از موزه و حوضخانه‌ی هزارستان دیدن می‌کنند. بعد از آن بازدیدی از فرهنگسرای بهشت خواهند داشت؛ خانه‌ای قدیمی و مجلل که امروزه به مرکزی فرهنگی مبدل گشته است. مقصد بعدی که مسافران از دیدن آن لذت خواهند برد، مجموعه تفریحی - فرهنگی کوهسنگی است. اتوبوس برای رفتن به آنجا باید خیابان امام خمینی (ره) را تا چهارراه لشگر طی کند. گذشتن از این خیابان شاید فرصت مغمی باشد برای گردشگران، تا با اولین خیابان مشهد به سبک پهلوی و ابنیه و ساختمان‌های تاریخی واقع در آن آشنا شوند: خیابان ارگ سابق و ساختمان‌هایی چون بانک ملی، دارایی، خانه ملک، ساختمان هلال احمر و... همراه با گردش در مجموعه کوهسنگی و بازار هنر خراسان واقع در آن، بازدیدی خواهیم داشت از مقبره میرزا ابراهیم رضوی و خانه‌ی هنرمندان در نزدیکی این مجموعه. آخرین مکان بازدید، مجتمع تجاری زیست خاور خواهد بود. دو محور "انقلاب اسلامی" و "شهید کلانتری" را می‌توان به عنوان مسیر بازگشت انتخاب کرد. خیابان انقلاب اسلامی سرزندگی بیشتری را نسبت به بزرگراه شهید کلانتری دارا می‌باشد، همچنین به نظر می‌رسد این محور علیرغم ترافیک نسبی متراکم‌تر، به دلیل دارا بودن مسیر BRT و کوتاه تر بودن آن نسبت به بزرگراه شهید کلانتری محور مناسب‌تری جهت بازگشت به مقصد باشد.

محاسبه زمان سفر:

زمان سفر در یک راه به طور مستقیم با حجم جریان عبوری از آن در ارتباط است. عوامل دیگری چون نوع راه بر زمان سفر اثر می‌گذارد. متداول ترین مدل، مدل پیشنهادی اداره بزرگراه‌های فدرال ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۶۴ است. شکل عمومی این مدل به صورت زیر است:

$$t = t_0 \cdot [1 + \beta \left(\frac{V}{Q}\right)^n]$$

معمولاً پارامترهای β و n مستقل از نوع راه فرض می‌شوند، در حالی که پارامترهای t_0 و Q وابسته به ویژگی‌های راه فرض می‌شوند. در اکثر مطالعات انجام گرفته $\beta = 0.15$ و $n = 4$ پیشنهاد شده است. در این پژوهش شکل نهایی تابع زمان سفر-حجمی که برای خیابان‌ها و جاده‌های محدود مورد مطالعه شهر مشهد مورد بررسی قرار می‌گیرند به صورت زیر است (مطالعات جامع حمل و نقل مشهد، ۱۳۷۴: ۲):

$$t = t_0 \cdot [1 + 0.15 \left(\frac{V}{Q}\right)^4]$$

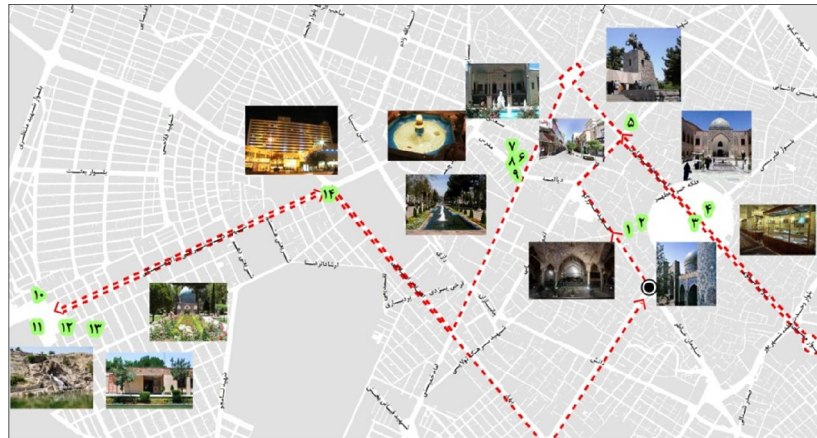
طبق آمارگیری‌های صورت گرفته توسط مهندسین مشاور رهپویان در سال ۱۳۷۳ برای ۲۰ خیابان مختلف شهر مشهد، مقادیر t_0 و Q محاسبه گردید. در این آمارگیری‌ها دو نوع اطلاعات گردآوری شد؛ یکی از اطلاعات مربوط به تعداد وسایل نقلیه عبوری و دیگری زمان سفر جهت پیمودن طول مقطع انتخاب شده برای نمونه‌ای از وسایل نقلیه. سپس با استفاده از اطلاعات به دست آمده برای متغیرهای V و t_0 و روش روندگرایی غیر خطی، مدل ارائه شده را پرداخت کرده و مقادیر پارامترهای t_0 و Q را برآورد نمودند. هدف از انجام این آمارگیری‌ها در خیابان‌های مختلف شهر، ساخت تابع زمان سفر-حجم برای هر یک از انواع خیابان‌های شبکه معابر است که با توجه به ویژگی‌های مشترک خیابان‌های آمارگیری شده در سال ۱۳۷۳ و این مطالعه، این خیابان‌ها را می‌توان به گروه‌های ۱. دسترسی، ۲. جمع‌کننده، ۳. شریانی درجه ۲ (تجاری)، ۴. شریانی درجه ۲ (غیرتجاری)، ۵. شریانی درجه ۲ (یکطرفه)، ۶. شریانی درجه ۱ (بلوار با عرض یا میانه کم)، ۷. شریانی درجه ۱ (بلوار با عرض زیاد)، ۸. تندراه و ۹. جاده اصلی تقسیم کرد (مطالعات جامع حمل و نقل مشهد، ۱۳۷۴: ۱۲).

جهت ارائه جدول زمان‌بندی مسیرهای پیشنهادی، نیاز به تخمین سفر در طول ۵ مسیر پیشنهاد شده در این فصل خواهیم داشت. با توجه به این که مسیرها شامل انواع مختلفی از خیابان‌ها بر طبق دسته بندی فوق می‌باشند، بعد از تفکیک هر مسیر به انواع شبکه معابر و همچنین استفاده از حجم ترافیک به دست آمده از مطالعات جامع حمل و نقل، زمان سفر برای هر قسمت از مسیر با استفاده از تابع زمان سفر-حجم محاسبه گردید. لازم به ذکر است احجام ترافیکی که در مرحله شناخت ارائه شده است، حجم ترافیک عبوری بر حسب همسنگ سواری برای یک جهت از هر خیابان در ساعت اوج یک روز عادی سال می‌باشد که با تقسیم این حجم بر عرض سواره رو یک جهت از همان خیابان، به حجم جریان ترافیک برحسب همسنگ سواری برای یک متر عرض عبور دست یافتیم.

جدول (۱۱): زمان بندی مسیر پیشنهادی ۱

زمان بندی	مدت زمان توقف	مقاصد گردشگری	نشانی
۹:۰۰		شروع حرکت	میدان بیت المقدس
۹:۰۱-۹:۳۱	۳۰ دقیقه	۱. حمام مهدی قلی بیک	خیابان اندرز گو
۹:۳۱-۱۰:۰۰	۲۹ دقیقه	۲. آرامگاه امیر غیاث الدین شاه ملک	خیابان اندرز گو
۱۰:۰۰-۱۱:۳۳	۱ ساعت و ۳۰ دقیقه	۳. موزه مرکزی استان قدس رضوی	حرم مطهر امام رضا(ع)
۱۱:۳۳-۱۲:۰۳	۳۰ دقیقه	۴. آرامگاه پیر پالاندوز	خیابان نواب صفوی
۱۲:۰۷-۱۳:۰۷	۱ ساعت	۵. آرامگاه نادری	چهارراه شهدا
۱۳:۰۹-۱۳:۲۴	۱۵ دقیقه	۶. باغ ملی	خیابان امام خمینی(ره)
۱۳:۲۴-۱۴:۰۰	۳۶ دقیقه	۷. بازار جنت	خیابان امام خمینی(ره)
۱۴:۰۰-۱۵:۰۰	۱ ساعت	۸. موزه-حوض خانه هزارستان	راسته بازار جنت
۱۵:۰۰-۱۵:۱۵	۱۵ دقیقه	۹. فرهنگسرای بهشت	بلوار مدرس
۱۵:۲۸-۱۶:۲۸	۱ ساعت	۱۰. کوهسنگی	انتهای خیابان کوهسنگی
۱۶:۲۸-۱۷:۰۰	۳۲ دقیقه	۱۱. بازار هنر خراسان	مجموعه کوهسنگی
۱۷:۰۰-۱۷:۳۰	۳۰ دقیقه	۱۲. خانه هنرمندان	انتهای خیابان بهشتی
۱۷:۳۰-۱۸:۰۰	۳۰ دقیقه	۱۳. مقبره میرزا ابراهیم رضوی	انتهای خیابان بهشتی
۱۸:۱۴-۱۹:۴۴	۱ ساعت و ۳۰ دقیقه	۱۴. مجتمع تجاری زیست خاور	میدان تقی آباد
۲۰:۰۰		اتمام حرکت	میدان بیت المقدس

(منبع: نگارندگان)



شکل (۱) مسیر پیشنهادی ۱

مسیر پیشنهادی ۲:

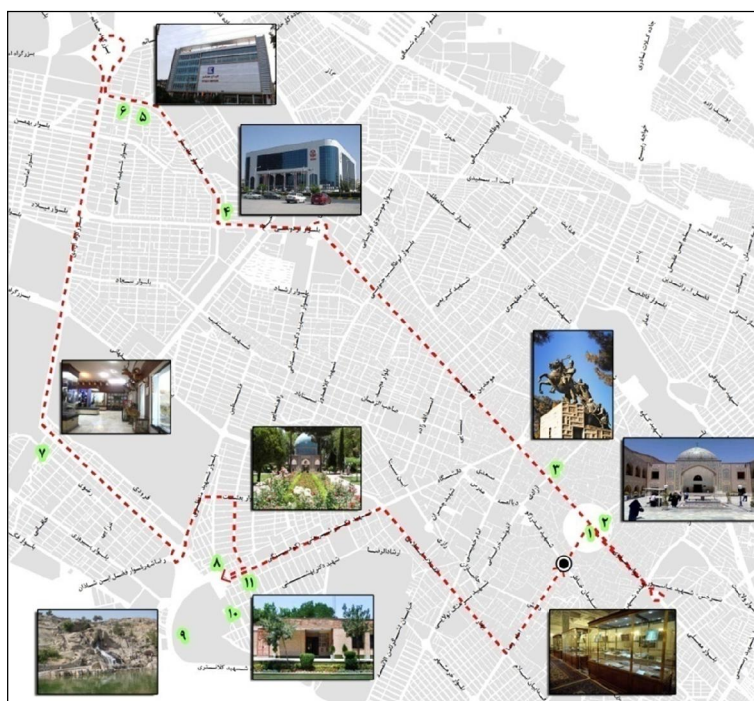
تعریف مسیر: شروع حرکت ساعت ۹ و پایان مسیر ساعت ۱۸:۵۰ در میدان بیت المقدس می باشد و اولین محل بازدید، حرم مطهر امام رضا (ع) است که ضمن زیارت، مسافری می توانند از موزه مرکزی آستان قدس نیز دیدن کنند. پس از بازدید از موزه، بازدید کنندگان مسافتی را پیاده تا بقعه پیرپالاندوز طی خواهند کرد. بعد از این اتوبوس بازدیدکنندگان را به موزه و آرامگاه نادری می برد. توقف های بعدی مجتمع تجاری پروما واقع در میدان جانباز و مجتمع تجاری کیان ستر (جهت خرید و تفریح مسافری) می باشد. مکان بعدی مجتمع تفریحی - فرهنگی کوهسنگی خواهد بود که می توانند در طی مسیر از موزه علوم و تاریخ طبیعی خراسان، مقبره میرزا ابراهیم رضوی و خانه هنرمندان بازدید نمایند.

جدول (۱۲) زمان بندی مسیر پیشنهادی ۲

نشان	مقاصد گردشگری	مدت زمان توقف	زمان بندی
میدان بیت المقدس	شروع حرکت		۹:۰۰
حرم مطهر امام رضا (ع)	۱. موزه مرکزی آستان قدس رضوی	۱ ساعت و ۳۰ دقیقه	۹:۰۳-۱۰:۳۳
خیابان نواب صفوی	۲. آرامگاه پیر پالاندوز	۳۰ دقیقه	۱۰:۳۳-۱۱:۰۳
چهارراه شهدا	۳. مجموعه فرهنگی باغ- آرامگاه نادری	۱ ساعت	۱۱:۰۷-۱۲:۰۷
میدان جانباز	۴. مجتمع تجاری پروما	۴۵ دقیقه	۱۲:۲۵-۱۳:۱۰
چهارراه جانباز	۵. مجتمع تجاری کیان ستر	۴۰ دقیقه	۱۳:۱۰-۱۳:۵۰
رستوران بین المللی هدیش	۶. صرف نهار	۱ ساعت	۱۳:۵۰-۱۴:۵۰
بولوار شهید منتظری (مرکز)	۷. موزه علوم و تاریخ خراسان	۴۵ دقیقه	۱۴:۵۵-۱۵:۴۰

تربیت معلم شهید بهشتی)			
انتهای خیابان کوهسنگی	۸. مجموعه فرهنگی-تفریحی کوهسنگی	۱ ساعت	۱۵:۴۹-۱۶:۴۹
مجموعه کوهسنگی	۹. بازار هنر خراسان	۳۱ دقیقه	۱۶:۴۹-۱۷:۲۰
مجموعه کوهسنگی	۱۰. خانه هنرمندان	۳۰ دقیقه	۱۷:۲۰-۱۷:۵۰
انتهای خیابان بهشتی	۱۱. مقبره میرزاابراهیم رضوی	۳۰ دقیقه	۱۷:۵۰-۱۸:۲۰
میدان بیت المقدس	اتمام مسیر		۱۸:۵۰

(منبع: نگارندگان)



شکل (۲) مسیر پیشنهادی ۲

مسیر پیشنهادی ۳:

تعریف مسیر: شروع حرکت ساعت ۹ و پایان مسیر ساعت ۲۰:۳۶ در میدان بیت المقدس می باشد. نخستین مقصد مجموعه فرهنگی تاریخی توس است. مجموعه‌ای عظیم از آثار بر جای مانده از شهر تابران شهری که بنا بر شواهد تاریخی در سده‌های چهارم و پنجم و ششم مرکز ولایت توس بوده است. سپس نهار در منطقه بیلاقی شاندیز صرف شده و در طی مسیر شاندیز مسافران می‌توانند بازدیدی کوتاه از موزه مردم شناسی در رباط تاریخی ویرانی داشته باشند. مکان بعدی طرهبه و بازارهای آن خواهد بود که مسافران

می‌توانند ضمن خرید به تفریح نیز بپردازند. در پایان نیز توفقی ۲ ساعته در سد چالیدره با مناظر و چشم‌اندازهای زیبای آن خواهند داشت.

جدول (۱۳) زمان‌بندی مسیر پیشنهادی ۳

زمان بندی	مدت زمان توقف	مقاصد گردشگری	نشانی
۹:۰۰		شروع حرکت	میدان بیت المقدس
۹:۳۲-۱۲:۳۳	۳ ساعت	۱.توس	شهر توس
۱۲:۵۲-۱۳:۵۲	۱ ساعت	۲.منطقه بیلاقی شاندیز	شاندیز
۱۳:۵۲-۱۵:۰۰	۱ ساعت و ۸ دقیقه	۳.صرف نهار	
۱۵:۰۳-۱۵:۴۸	۴۵ دقیقه	۴.رباط ویرانی	محورمشهد- شاندیز
۱۶:۰۵-۱۷:۰۵	۱ ساعت	۵.منطقه بیلاقی طرهبه	طرهبه
۱۷:۰۹-۱۹:۰۹	۲ ساعت	۶.چالیدره	طرهبه
۲۰:۳۶		اتمام مسیر	میدان بیت المقدس

(منبع: نگارندگان)



شکل (۳) مسیر پیشنهادی ۳

برآورد اقتصادی طرح‌ها:

در طرح برنامه‌ریزی مسیرهای گردشگری هدف، ارتقای سطح گردشگری شهر مشهد و رونق و سوددهی اقتصادی برای تمام بخش‌های گردشگری شهر می‌باشد. لذا در این بخش سعی بر آن است تا تنها، هزینه‌های طرح را با ایجاد درآمد از طرح، تأمین کنیم. با توجه به این که هر مسیر گردشگری، مقاصد و مکان‌های مختلفی در بردارد، لذا هزینه‌های هر مسیر نیز با یکدیگر متفاوت خواهد بود؛ اما آنچه در همه مسیرها مشترک است، هزینه اتوبوس و راننده، هزینه دستمزد راهنما، هزینه بلیط‌های ورودی موزه‌ها، هزینه

تعمیر و نگهداری اتوبوس، هزینه صرف غذا در رستوران و ... می‌باشد که به طور جداگانه در هر مسیر مورد بررسی قرار می‌گیرند.

جدول (۱۴) هزینه‌های مسیر یک

نوع هزینه	نرخ	نرخ هزینه به ازای هر نفر (ریال)
اتوبوس	۱۶۶۰۰۰۰ ریال به ازای هر روز	۴۱۵۰۰
دستمزد راهنما	۱۰۰۰۰۰ ریال به ازای هر روز	۲۵۰۰
بلیط ورودی موزه‌ها	۱۰۰۰۰۰ ریال به ازای هر نفر	۱۰۰۰۰
صرف ناهار در رستوران	۱۰۰۰۰۰ ریال به ازای هر نفر	۱۰۰۰۰۰
مجموع هزینه‌ها	-	۱۵۴۰۰۰

(منبع: نگارندگان)

جدول (۱۵) هزینه‌های مسیر دو

نوع هزینه	نرخ	نرخ هزینه به ازای هر نفر (ریال)
اتوبوس	۱۶۶۰۰۰۰ ریال به ازای هر روز	۴۱۵۰۰
دستمزد راهنما	۱۰۰۰۰۰ ریال به ازای هر روز	۲۵۰۰
بلیط ورودی موزه‌ها	۱۲۰۰۰۰ ریال به ازای هر نفر	۱۲۰۰۰
صرف ناهار در رستوران	۱۰۰۰۰۰ ریال به ازای هر نفر	۱۰۰۰۰۰
مجموع هزینه‌ها	-	۱۵۶۰۰۰

(منبع: نگارندگان)

جدول (۱۶) هزینه‌های مسیر سه

نوع هزینه	نرخ	نرخ هزینه به ازای هر نفر (ریال)
اتوبوس	۱۶۶۰۰۰۰ ریال به ازای هر روز	۴۱۵۰۰
دستمزد راهنما	۱۰۰۰۰۰ ریال به ازای هر روز	۲۵۰۰
بلیط ورودی موزه‌ها	۵۰۰۰ ریال به ازای هر نفر	۵۰۰۰
صرف ناهار در رستوران	۱۵۰۰۰۰ ریال به ازای هر نفر	۱۵۰۰۰۰
مجموع هزینه‌ها	-	۱۹۹۰۰۰

(منبع: نگارندگان)

همانطور که در برآورد قیمت‌ها در هر مسیر مشاهده می‌شود، در محاسبه هزینه‌ها و تعیین قیمت پیشنهادی، دو متغیر ظرفیت سرویس (در روز) و هزینه سرویس، تعیین کننده‌های اصلی هستند. اما در واقعیت این دو پارامتر، متغیر نیستند بلکه همواره ثابت‌اند. ظرفیت سرویس، همان ظرفیت اتوبوس است که ثابت است؛ هزینه سرویس نیز همان هزینه کرایه اتوبوس، راننده، راهنما و ... است که آنها نیز نرخ ثابتی دارند، در نتیجه قیمت‌ها، ثابت و غیرقابل تغییر هستند. لذا برای کاهش قیمت‌های پیشنهادی و یا کسب درآمد بیشتر، باید یکی از این دو پارامتر و یا هر دو، متغیر باشند تا بتوان روی قیمت‌ها مانور بیشتری داد. به طور مثال اگر ظرفیت سرویس افزایش پیدا کند، یعنی اتوبوس، روزانه بیش از یک مسیر را پشتیبانی کند، می‌توان قیمت نهایی را کاهش داد تا تقاضا افزایش یابد؛ در نتیجه افزایش تقاضا، هم درآمد بیشتری کسب می‌شود و هم برای گردشگران مناسب‌تر است. اما به دلیل محدودیت زمانی تورها، نمی‌توان این پارامتر را تغییر داد. چنانچه بازار عرضه رقابتی باشد، هزینه سرویس نیز می‌تواند تغییر کند و کاهش یابد؛ اما چون در ایران، قیمت‌ها در بازار، کنترلی است این امر امکان پذیر نیست.

همانطور که پیش‌تر توضیح داده شد، دو روز از متوسط پنج روز سفر زائرین را می‌توان به بازدید از عناصر گردشگری غیر از حرم مطهر اختصاص داد؛ با توجه به هزینه‌ی جابه‌جایی، محل اسکان غالب زائرین، اولویت برخی عناصر گردشگری شاخص نسبت به هم و محل قرارگیری آنها و همچنین تمایل غالب زائرین به بازدید از حرم مطهر به طور روزانه، سه مسیر فوق پیشنهاد گردیده است که زائرین می‌توانند دو مسیر دلخواه را به اقتضای زمان سفر، هزینه سفر و ... انتخاب نمایند.

منابع و مآخذ:

۱. پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی. (۱۳۸۲)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۲. دفتر مطالعات جامع حمل‌ونقل مشهد. (۹۲-۱۳۸۷)، چهارمین تا نهمین آمارنامه‌ی حمل‌ونقل شهر مشهد، مشهد، سازمان حمل‌ونقل و ترافیک مشهد.
۳. دیناری، احمد. (۱۳۸۳)، گردشگری شهری در ایران و جهان، تهران، واژگان خرد.
۴. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، (۱۳۸۹)، گردشگری ورزشی [Online] قابل دسترس از: www.razavi-cho.ir
۵. کاظمی، مهدی. (۱۳۷۸)، مدیریت گردشگری، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۶. مرکز مطالعات و تحقیقات حمل‌ونقل. (۱۳۷۴). تابع زمان سفر-حجم (مطالعات جامع حمل‌ونقل مشهد)، دانشگاه صنعتی شریف.
۷. موحد، علی. (۱۳۸۶)، گردشگری شهری، اهواز، انتشارات دانشگاه چمران.

