

## تحلیلی بر توسعه گردشگری در منطقه تفرجگاهی شاندیز مشهد

مسعود تقوایی<sup>۱</sup>

مهدی زنگنه<sup>۲</sup>

### چکیده

توریسم پدیده‌ای است که در دهه‌های اخیر مورد توجه جوامع مختلف قرار گرفته و به دلیل آثار فراوان آن از بعد اقتصادی، ایجاد اشتغال، ارزآوری، کمک به آشنایی فرهنگ‌ها در ایران نیز تلاش‌هایی در جهت توسعه این صنعت انجام شده است بهره‌مندی از پیامدهای ارزشمند گردشگری زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که شناخت کافی در مورد ماهیت این پدیده و ویژگی‌های آن و قابلیت‌های مناطق مختلف کشور صورت گیرد.

منطقه شاندیز از دیرباز دیار آشنای جهانگردان و طبیعت گردان بوده و این حکایت از جایگاه والای جغرافیایی، فرهنگی و تاریخی این سرزمین دارد. اما با وجود قرارگیری در پیرامون کلانشهر مشهد و داشتن مواهب طبیعی - فرهنگی توریسم نتوانسته در زمینه گردشگری توسعه شایسته‌ای داشته باشد و به یکی از بخش‌های اقتصاد پر درآمد کشور تبدیل شود.

هدف این مقاله تحلیل توسعه گردشگری در منطقه شاندیز، شناخت علل عدم توسعه گردشگری منطقه و ارتباط توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی منطقه می‌باشد.

روش تحقیق توصیفی، تحلیلی و علی بوده که از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه اطلاعات جمع‌آوری شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS اطلاعات تجزیه و تحلیل و فرضیات مورد آزمون قرار گرفته است. نتایج تحقیق نشانگر آن است که: عدم آشنایی کافی از

۱- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان.

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان.

جاذبه‌های گردشگری منطقه باعث عدم توسعه بوده و توسعه گردشگری راهکار توسعه اقتصادی منطقه می‌باشد و رونق گردشگری منطقه مرهون کلان شهر مشهد است، و در نهایت پیشنهاداتی جهت توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی منطقه ارائه شده است.

**واژگان کلیدی:** توسعه گردشگری، توسعه اقتصادی، منطقه شاندیز، کلانشهر مشهد.

### مقدمه

صنعت گردشگری، مسألت آمیزترین جنبش خانواده بشری است که بر پیشرفت دانش، فرهنگ و اقتصاد تأثیر مستقیم دارد و به عنوان مؤثرترین عامل در ایجاد تفاهم میان ملت‌ها و استوار ساختن صلح جهانی نقش اساسی ایفا می‌کند. کشور ایران علیرغم وجود ۱۲ نوع از ۱۷ نوع اقلیم و آب و هوای جهان و تعداد ۱۱ هزار اثر ثبت شده تاریخی در فهرست میراث فرهنگی جهانی و قرار گرفتن جزء ۱۰ کشور برتر جهان، متأسفانه باید گفت که در حال حاضر از این صنعت در راستای توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشور به نحو بسیار خوبی استفاده نگردیده است (کهزادی و همکاران، ۱۳۸۸). بنابر آمار بانک جهانی، در سال ۲۰۰۰ تعداد گردشگران در سرتاسر جهان بالغ بر ۷۰۱ میلیون نفر بوده و از این جریان گردشگری، مبلغی حدود ۴۷۵ میلیارد دلار به طور مستقیم وارد چرخه اقتصاد جهان شده است. برخی منابع، درآمد گردشگری را در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۲۰ به ترتیب ۱۵۵۰ و ۲۰۰۰ میلیارد دلار برآورد کرده‌اند (آریافر، ۱۳۸۸: ۲۹) بدیهی است که با توسعه این صنعت، آمارهای یاد شده نیز افزایش خواهند یافت.

همچنین در اهمیت توریسم می‌توان گفت که توسعه توریسم در نواحی شهری کوچک از یک طرف می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد این نواحی ایجاد کند و زمینه و بستری برای توسعه پایدار نواحی شهری باشد و از طرف دیگر وسیله‌ای برای تحریک رشد اقتصاد ملی از طریق بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی به حساب آید. به هر حال اگر توریسم بتواند نقش‌های فوق را به خوبی ایفا کند می‌تواند خالق یا محرک یک فرایند توسعه برای حصول به پایداری در نواحی شهری و روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در کلیه

زیرشاخه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و همچنین خود صنعت توریسم باشد (شریف‌زاده، ۱۳۸۱: ۵۳).

برنامه‌ریزان منطقه‌ای توریسم را یکی از مؤثرترین راه‌های برقراری تعادل منطقه‌ای می‌دانند. در این زمینه توجه به گردشگری داخلی نیز می‌تواند یکی از مدل‌های مؤثر در توسعه نواحی با قابلیت‌های طبیعی و فرهنگی باشد (دخیلی، ۱۳۸۳: ۱۵) و از طرفی بهره‌مندی از پیامدهای ارزشمند گردشگری زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که شناخت کافی در مورد ماهیت این پدیده و ویژگی‌های آن و قابلیت‌های مناطق مختلف کشور صورت گیرد. در این میان منطقه شاندیز با توجه به اینکه طبق مصوبه دولت و هیأت وزیران در سال ۱۳۸۴ به عنوان اولویت اول و تنها منطقه بین‌المللی گردشگری ایران شناخته شده است و در این منطقه به دلیل محدودیت‌های طبیعی و زیرساخت‌های صنعتی، گردشگری تنها آلترناتیو توسعه محسوب می‌شود.

منطقه شاندیز با دارا بودن مواهب طبیعی و فرهنگی از دیرباز دیار آشنای جهانگردان و طبیعت گردان بوده و این حکایت از جایگاه والای جغرافیایی، فرهنگی و تاریخی این منطقه دارد و در حال حاضر هم سالانه ۴۳۰۰۰۰۰ گردشگر را پذیراست و از طرفی در پیرامون کلانشهر مشهد (دومین شهر توریستی جهان اسلام) قرار گرفته، اما نتوانسته در زمینه گردشگری توسعه شایسته‌ای داشته باشد و به یکی از بخش‌های اقتصاد پر درآمد کشور تبدیل شود.

بنابراین پژوهش حاضر بر آن است تا با هدف تحلیل توسعه گردشگری در منطقه شاندیز، شناخت علل عدم توسعه گردشگری منطقه و ارتباط توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی منطقه به تحلیل موضوع بپردازد.

### فرضیات تحقیق

این پژوهش در راستای بررسی فرضیات ذیل تدوین شده است:

۱- نداشتن آگاهی و شناخت از جاذبه‌های گردشگری منطقه شاندیز و عدم بهره‌گیری از این پتانسیل‌ها در توسعه نیافتگی منطقه مؤثر بوده است.

۲- توسعه گردشگری در منطقه شاندیز راهکاری جهت رشد و گسترش توسعه اقتصادی منطقه است.

### مواد و روش‌ها

شیوه بررسی این تحقیق ترکیبی از روش‌های توصیفی، تحلیلی و علی بوده که با استفاده از روش مطالعات کتابخانه‌ای - اسنادی و بررسی‌های میدانی اعم از مشاهده، پرسش‌نامه، مصاحبه انجام شده است.

جامعه آماری پژوهش شامل سه دسته افراد بودند:

\_ گردشگرانی که جهت گذران اوقات فراغت‌شان به تفرجگاه‌ها و اماکن فرهنگی منطقه شاندیز سفر کرده‌اند.

\_ مسئولان و کارمندان ادارات واقع در مشهد و شهرستان شاندیز؛

\_ ساکنان بومی شاندیز و روستاهای بیلاقی اطراف شاندیز که جامعه میزبان محسوب می‌گردند.

با توجه به اینکه حجم گردشگر در منطقه شاندیز سالانه ۴۳۰۰۰۰۰ نفر بوده و با برآورد اینکه به طور متوسط گردشگران سالانه بطور متوسط سه بار از منطقه دیدن می‌کنند (مهندسان مشاور بافت شهر، ۱۳۸۱).

برای تعیین تعداد حجم نمونه رقم ۱۴۳۳۰۰۰ نفر در نظر گرفته شد، از فرمول کوکران برای تعیین حجم نمونه استفاده شد، خروجی فرمول ۳۸۴ پرسشنامه بود که جهت محاسبات آماری دقیق‌تر به ۴۰۰ پرسشنامه ارتقاء یافت، همچنین رقم پرسشنامه مردمی شبیه به همین رقم بود که ۲۵ درصد هر دو پرسشنامه برای مسئولان ادارات در نظر گرفته شد. بطور کلی برای گردشگران و مردم بومی هر کدام ۳۰۰ پرسشنامه و برای مسئولان ادارت ۲۰۰

پرسشنامه در نظر گرفته شد. شیوه نمونه‌گیری گردشگران به صورت تصادفی بوده و با توجه به اینکه فضاهای تفریحی، تفرجگاه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری شاندینز به صورت پراکنده قرار گرفته اند پرسشنامه‌ها به صورت تصادفی در بین گردشگران این فضاها پخش شد و جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از پرسشنامه‌ها از نرم‌افزار SPSS کمک گرفته شد.

### چارچوب تئوریک

#### تعاریف و مفاهیم

گردشگری عبارت است: از گذران اختیاری مدتی از اوقات فراغت خویش در مکانی غیر از سکونت دائمی به قصد التذاذهای گردشگری (باهر، ۱۳۷۷: ۹۴). بعضی دیگر نیز گردشگری را به عنوان اقدام به مسافرت با هدف تفریح و ارائه خدمات برای عمل تعریف کرده‌اند. تعریف جامع‌تری نیز به وسیله سازمانی جهانی گردشگری از توریسم ارائه شده است: گردشگری یک صنعت خدماتی است که شامل تعدادی از ترکیبات مادی و غیر مادی می‌باشد. عناصر مادی شامل سیستم‌های حمل و نقل (هوایی، راه‌آهن، جاده‌ای، آبی و امروزه فضایی)، پذیرایی (مسکن، غذا، تورها) و خدمات مربوط به آن نظیر خدمات بانکی، بیمه و خدمات بهداشتی و ایمنی می‌شود. عناصر غیرمادی شامل استراحت، آرامش، فرهنگ، فرار، ماجراجویی و تجربیات جدید و متفاوت می‌باشد (WTO, 2004a).

گردشگری از جریان‌هایی است که به خوبی بیانگر امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. گردشگری میل به استفاده از فضا در اوقات فراغت با انگیزه‌ها و اهداف مختلف است. گردشگری در یک کلیت در برگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آنها است که در فضای جغرافیایی آثار مختلفی بر جای می‌نهد (Briedenhann, 2004: 7). در واقع مهم‌ترین هدف توسعه توریسم داخلی و خارجی، توسعه اقتصادی- اجتماعی نواحی مقصد است (Sharpley and Richard, 1997: 40).

### نقش توریسم در توسعه مناطق<sup>۱</sup>

امروز گردشگری یکی از امید بخش‌ترین فعالیت‌هایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌کنند (سلطانی، ۱۳۸۸: ۲۰۳ برگرفته از؛ Swarbrook, 1998: 203). آن گونه که تجربه کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد، اساساً یک تلاش و فعالیت اقتصادی است، حال آنکه در کشورهای در حال توسعه این روند اساساً درباره استفاده از فرصت‌های گردشگری است که به عنوان راهی برای پیشرفت محسوب می‌شود. استفاده از فرصت‌های گردشگری باعث اشتغال بوده و ممکن است تنها کاربرد سودمند در حوزه‌های کوچک و فقیر باشد، جایی که سایر گزینه‌ها برای بهبود و ترقی اوضاع اقتصادی حاشیه‌ای آنها بسیار کم است. گردشگری نیاز مبرم به سرمایه‌گذاری انسانی دارد و تنوعی از مشاغل را با نتایج متنوع در انواع و مقادیر گوناگون ارائه می‌دهد (Abbyliu, Geoffreywll, 2006: 159-170). گردشگری در محیط‌های روستایی با توجه به توسعه شهرنشینی، بهبود سیستم حمل نقل و ارتباطات، افزایش اوقات فراغت و غیر در حال گسترش است (شکری، ۱۳۸۴: ۲۰۶). صاحب‌نظران اقتصادی با ملحوظ داشتن همه مسائل متوجه این صنعت، سهم آن را در تدوین برنامه‌های استراتژیک پُررنگ دیده و به عنوان یک الگوی اقتصادی مدنظر قرار می‌دهند.

### کارکردهای گردشگری

#### کارکرد اقتصادی گردشگری

گردشگری در تقویت بنیه اقتصادی، کاهش بی‌تعادلی‌های منطقه‌ای و ارتقاء شاخص‌های توسعه در مناطق غیربرخوردار، توسعه اقتصادی در سطوح محلی، ملی و منطقه‌ای، ایجاد تنوع و دگرگونی در ساختار اقتصادی مناطق در سطوح منطقه‌ای و بویژه محلی و ثبات اقتصادی در سطح کلان نقش مؤثری ایفا می‌کند (تولایی، ۱۳۸۶: ۶۱) ایجاد اشتغال، کسب درآمد ارزی برای کشور میزبان و بهبود تراز پرداخت‌ها، افزایش درآمد‌های مالیاتی از محل فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، ایجاد تعادل منطقه‌ای، تعدیل ثروت، دگرگون ساختن فعالیت‌های اقتصادی و سوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستاها و بالاخره

جلوگیری از برون کوچی روستاییان از اثرات اقتصادی توریسم محسوب می‌شود (استاد حسین، ۱۳۷۹: ۱۵).

#### کارکرد اجتماعی و فرهنگی گردشگری

تجربیات گوناگون نشان داده که توریسم فرهنگ و جامعه میزبان گردشگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. توریسم از میراث فرهنگی منطقه حفاظت می‌کند و همچنین زمینه‌ی حفظ و ارتقای الگوهای فرهنگی در زمینه‌های موسیقی، رقص، تئاتر، لباس، هنر و صنایع دستی، آداب و رسوم، سبک زندگی و سبک معماری که از جمله جاذبه‌های مهم گردشگری است که به وسیله گسترش گردشگری زمینه‌ی حفظ و ارتقای آنها را فراهم می‌سازد (رنجبریان، ۱۳۸۵: ۷۹). تغییر در ساختارهای اجتماعی و نقش‌های اجتماعی، ایجاد فرصت‌های جدید اجتماعی برای ساکنان، کاهش نابرابری‌های اجتماعی و کمک به حفظ میراث فرهنگی از دیگر نقش‌های مهم گردشگری در این زمینه به حساب می‌آید (Kin hang, 2004: 373).

#### کارکرد زیست محیطی گردشگری

کمک به حفظ نواحی طبیعی مهم و حیات وحش، کمک به اصلاح کیفیت محیطی نواحی (چرا که جهانگردان علاقه‌مند به بازدید از جاهای جذاب، تمیز و بدون آلودگی هستند) توسعه و بهبود تشکیلات زیربنایی، جاده‌سازی، لوله‌کشی آب، تدارک سیستم فاضلاب و ... که موجب بهبود شرایط محیطی و کاهش انواع آلودگی‌ها می‌شود (گی، چاک، ۱۳۷۷: ۳۵۹). البته به هیچ عنوان نباید از پیامدهای منفی گردشگری غافل بود. چون که هرگونه توسعه بدون برنامه در این صنعت می‌تواند عواقب منفی زیست محیطی و اجتماعی و حتی اقتصادی را در پی داشته باشد.

#### تحلیل توسعه گردشگری در منطقه شانندیز

##### معرفی محدوده گردشگری مورد مطالعه

مرکزیت گردشگری منطقه شانندیز مربوط به شهر شانندیز است. این شهر در شمال غرب شهر مشهد واقع شده و دارای وسعتی در حدود ۱۴۰۰ هکتار می‌باشد. شهر شانندیز مرکز دهستان

شاندیز بوده که از مهر ماه سال ۱۳۸۶ با بخش طرقبه مشترکاً به عنوان شهرستان شاندیز و طرقبه به رسمیت شناخته شده‌اند که دارای دو نقطه شهری تفرجگاهی - ییلاقی پیرامون کلانشهر مشهد می‌باشند (شهرداری شاندیز، ۱۳۸۸).

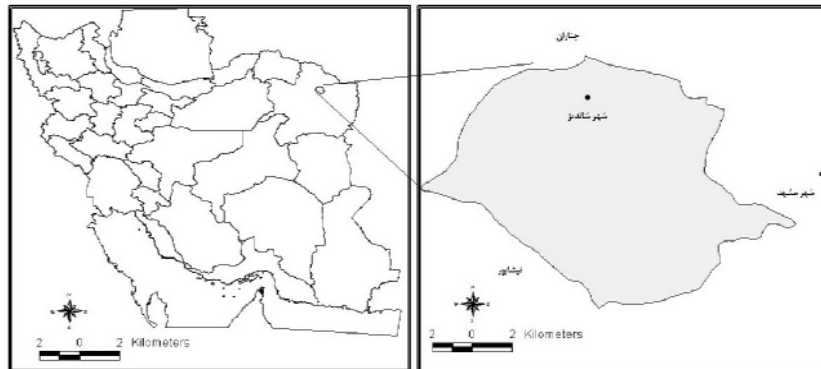
شاندیز با ارتفاع ۱۴۰۰ متر از سطح دریا در دامنه‌های شمالی سلسله ارتفاعات بینالود قرار گرفته است. آب و هوای شهر معتدل، دارای آب فراوان، متوسط بارندگی ۲۸۰ میلی‌متر، رطوبت نسبی ۴۰ تا ۶۸ درصد، متوسط حداکثر درجه حرارت ۲۵ درجه سانتی‌گراد و متوسط حداقل درجه حرارت ۴- درجه سانتی‌گراد می‌باشد (مهندسين مشاور بافت شهر، ۱۳۸۱).

محدوده اطراف شاندیز دارای درختان، باغ‌های وسیع، فضای سبز مناسب و مناظر طبیعی می‌باشد و به عنوان یکی از کانونهای عمده مسافران و گردشگران از شهر مشهد و سراسر ایران می‌باشد. اقتصاد شهری شاندیز بر پایه باغداری، کشاورزی، گردشگری، صنایع دستی، اداری و خدماتی است.

بر اساس مصوبات اخیر شهرداری شاندیز روستاهای سرآسیاب، ارچنگ، حصار سرخ، خادر، ابرده علیا، ابرده سفلی، خادر، کاریز نو جزء محدوده خدماتی شهر شاندیز محسوب می‌شوند (شهرداری شاندیز، ۱۳۸۸) و جمعاً جمعیت شاندیز و روستاهای الحاق شده به شهر ۱۳۷۳۲ نفر می‌باشند (مرکز بهداشت شهر شاندیز، ۱۳۸۸).

علاوه بر شهر شاندیز و روستاهای الحاق شده به آن روستاهای ییلاقی زشک، ابراهیم‌آباد، گراخک و ویرانی که در حریم شهر واقع شده‌اند (شهرداری شاندیز، ۱۳۸۸) جزء محدوده گردشگری منطقه شاندیز شناخته می‌شوند.





شکل (۱) موقعیت شاندیز در کشور و استان

#### ویژگی‌ها و عملکردهای کلان‌شهر مشهد بر منطقه گردشگری شاندیز

مهم‌ترین ویژگی‌ها و عملکردهای کلان‌شهر مشهد، که اثرات مستقیم بر حیات اقتصادی و اجتماعی منطقه طرقله و شاندیز دارد، به اختصار معرفی می‌شود.

- کلان‌شهر مشهد به عنوان مرکز استان خراسان رضوی از دوران باستان تا به امروز همواره یکی از مراکز مهم سیاسی، ارتباطی و نظامی کشور ایران بوده است.

- کلان‌شهر مشهد به عنوان بزرگ‌ترین زیارتگاه کشور سالانه به طور متغیر ۱۰ تا ۱۵ میلیون زائر را پذیراست. از طرف دیگر وجود حرم امام رضا (ع) دربرگیرنده مجموعه‌ای عظیم از فرهنگ و اعتقادات دینی، آیین‌نامه‌های اجتماعی و هنرهای سنتی و ملی است که در نوع خود در جهان کم‌نظیر است.

- شهر مشهد با جمعیتی بالغ بر ۲/۵ میلیون نفر پس از تهران پرجمعیت‌ترین شهر کشور است که از نظر اقتصادی و اداری نقش اساسی و محوری در توسعه و عمران استان و منطقه، و به طور کلی شرق کشور، ایفا می‌کند.

- مشهد و ولایت توس یکی از نواحی مهم واقع در مسیر «جاده ابریشم» بوده و یکی از کانون‌های اصلی پیدایش و رواج زبان و ادب فارسی و نیز شکل‌گیری و تدوین روایات و

حماسه‌های ملی ایرانیان محسوب می‌شود. از این نظر نقش اساسی در حفظ و گسترش هویت ملی و ترویج تمدن ایرانی داشته است.

- شهر مشهد به دلیل هم‌جواری با کشورهای افغانستان و ترکمنستان، یکی از کانون‌های مهم ارتباط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی با کشورهای آسیای میانه و همسایگان آن‌ها محسوب می‌شود. از این نظر نقش اساسی در توسعه روابط فراملی به عهده دارد.

بنابراین تحت تأثیر رشد و توسعه سریع مشهد در دو سه دهه اخیر ناحیه شاندیز نیز به شدت دچار تحول شده که از مهم‌ترین این تحولات می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- توسعه شبکه ارتباطی و نفوذ وسایل حمل و نقل ماشینی به درون محدوده

- هجوم فعالیت‌های صنعتی، مرغداری و دامداری جدید در محدوده

- گسترش پدیده ایجاد مجتمع‌های مسکونی و سکونت‌گاه‌های بیلاقی

- افزایش بی‌رویه و بی‌برنامه خدمات تفریحی، پذیرایی و گردشگری

#### جاذبه‌های تفرجگاهی منطقه شاندیز

- رودخانه زشک - شاندیز، پارک جنگلی شاندیز، مجموعه رفاهی، تفریحی گلستان شاندیز، روستاهای زیبای ابرده و زشک، مجموعه پذیرایی پدیده شاندیز، مجموعه پذیرایی باغ سالار، مجموعه اقامتی دشت بهشت، خیابان زیبای شاندیز، پیست اسکی ابرده، پیست موتور سواری ویرانی، باغات و مناظر زیبای طبیعت (محصل، ۱۳۸۷: ۲۴۸).

#### جاذبه‌های تاریخی منطقه

آرامگاه شیخ حافظ ابرده‌ی، اخی علی قتلقشاه، رباط تاریخی ویرانی شاندیز، درخت چنار کهن شاندیز، سنگ نگاره‌های شتر سنگ درخت بید شاندیز، بقایای قلعه تاریخی شاهاندژ شاندیز، مزار ویرانی ([www.shandiz.ir](http://www.shandiz.ir)).

### منشأ گردشگران

با توجه به شناختی که به طور نسبی از ترکیب گردشگران شاندیز (گردشگران و زوار مشهد) وجود دارد، می‌توان ویژگی ملی و منشأ گردشگران را به ۳ بخش عمده تقسیم نمود:

- \_ گردشگران محلی یا ساکنان شهر و محدوده کلان‌شهری مشهد.
- \_ گردشگران ملی یا زواری که از سراسر کشور برای زیارت به مشهد آمده‌اند.
- \_ گردشگران بین‌المللی یا زواری که از دیگر کشورها برای زیارت به مشهد آمده‌اند.

### الگوهای غالب گردشگری

با توجه به ویژگی ساختار طبیعی و قابلیت‌های اقلیمی منطقه، اساساً گردشگری در این منطقه گردشگری طبیعی است. همان‌طور که پیشتر اشاره شد الگوها و رفتارهای گردشگری تابعی از قابلیت‌ها و جاذبه‌ها و نوع منابع گردشگری است. به این ترتیب الگوهای غالب گردشگری در منطقه طبیعت گردشی و اشکال متفاوت آن شامل: بیلاق‌نشینی، باغ گردشی و ارتزاق در طبیعت، فعالیت‌های پرتحرک کوهستانی، بازی‌ها و فعالیت‌های زمستانی می‌باشد.

### یافته‌های پژوهش

#### نتایج توصیفی

با توجه به سه نوع پرسشنامه؛ گردشگران، مردم محلی و مسئولان در بحث نتایج توصیفی به دلیل اهمیت بیشتر پرسشنامه گردشگران به آمار توصیفی مستخرج از پرسشنامه گردشگران اکتفا می‌شود. لذا با توجه به پراکندگی فضاهای گردشگری منطقه شاندیز جهت تکمیل نمودن پرسشنامه‌ها از گردشگران شهر شاندیز، روستاهای زشک، ویرانی، ابرده و خادر پرسشگری به عمل آمد.

از نظر سطح تحصیلات؛ ۱۴ درصد گردشگران زیر دیپلم، ۳۶/۷ درصد دیپلم، ۸/۳ درصد فوق دیپلم، ۳۹/۷ درصد لیسانس و ۱/۳ درصد فوق لیسانس و بالاتر بودند.

از نظر محل سکونت گردشگران: ۵۳/۷ درصد آنها ساکن مشهد و حومه، ۱۶ درصد ساکن سایر شهرستان‌های خراسان رضوی، ۲۹/۳ درصد محل سکونت‌شان خارج از خراسان رضوی بوده و ۱ درصد آنها هم ساکن خارج از کشور بودند.

از نظر هدف عمده گردشگران از مسافرت؛ ۴۳ درصد گردشگران هدف از سفرشان را تفریحی، ۴۴ درصد بازدید از مناظر طبیعی، ۲/۷ درصد بازدید از آثار تاریخی و ۱۰/۳ درصدشان بازدید از صنایع دستی منطقه اعلام داشتند.

فصل مناسب سفر؛ ۳۷ درصد گردشگران فصل مناسب را بهار، ۴۷/۷ درصد تابستان، ۹ درصد پاییز، ۶/۳ درصد زمستان را فصل مناسب دانسته‌اند.

مدت اقامت در منطقه؛ ۹۱ درصد گردشگران اقامت یک روزه داشتند، ۶/۳ درصد اقامت دو روزه و بقیه مدت اقامتشان را بیش از دو روز اعلام داشتند.

از نظر تعداد دفعات بازدید؛ ۲۷ درصد یک بار در سال، ۲۵/۳ درصد دو بار در سال، ۳۳/۷ درصد سه بار در سال و ۱۴ درصد چهار بار در سال از منطقه بازدید کرده‌اند.

هزینه صرف شده در سفر؛ ۵۰/۳ درصد گردشگران ۲۰-۳۰ هزار تومان، ۲۷ درصد ۳۰-۵۰ هزار تومان، ۱۱/۷ درصد ۵۰-۷۰ هزار تومان، ۸/۳ درصد ۷۰-۱۰۰ هزار تومان و ۲/۷ درصدشان بیش از ۱۰۰ هزار تومان در سفرشان هزینه نموده‌اند. البته باید گوشزد نمود که به دلیل تمرکز امکانات و خدمات در شهر شاندیز، رقم بسیار بالایی از این هزینه‌ها در شهر شاندیز مصرف می‌شود.

از نظر نوع اسکان در منطقه؛ ۱/۷ درصد گردشگران در منازل آشنایان اسکان می‌یابند، ۲ درصدشان در اتاق‌های اجاره‌ای شاندیز و ۴۲/۷ درصد گردشگران برای اسکان موقت از چادر، ۵۳/۷ درصدشان نه از چادر استفاده می‌کنند و نه در منطقه می‌مانند.

جاذبه‌های مهم منطقه؛ ۵۶/۳ درصد گردشگران جاذبه‌های طبیعی منطقه را بهتر و مهم‌تر دانسته، ۳ درصد آثار تاریخی، ۲۷/۷ درصد جاذبه‌های تفریحی و ۱۳ درصدشان آب و هوای مطبوع منطقه را جاذبه مهم‌تر و بهتر دانسته‌اند.

از نظر مشکلات و کمبود؛ ۱۵ درصد گردشگران کمبود امکانات و خدمات مناسب، ۱۷ درصد عدم معرفی صحیح، ۲۰ درصد کمبود وسایل ارتباطی و ۴۸ درصدشان کمبود امکانات گردشگری مانند پارکینگ، محل‌های اقامت و... را مهم‌ترین مشکل بیان داشته‌اند.

### نتایج

در این پژوهش دو فرضیه در قالب ۳ گروه آزمودنی؛ گردشگران، مردم محلی و مسئولان مطرح می‌گردد و در جهت آزمون فرضیات از آماره کای اسکوتر ۱ که از رابطه ذیل به دست آمده و برای تأیید و یا رد رابطه معناداری از آزمون‌های کندال ۲ و سامرز دی ۳ استفاده شده است.

$$x^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(o_i - e_i)^2}{e_{ij}}$$

تحلیل فرضیه اول: نداشتن آگاهی و شناخت از جاذبه‌های گردشگری منطقه شاندیز و عدم بهره‌گیری از این پتانسیل‌ها در توسعه‌نیافتگی منطقه مؤثر بوده است (آزمون این فرضیه در جداول ۱، ۲، ۳ آمده است).

جدول (۱) رابطه بین میزان آشنایی با جاذبه‌های گردشگری از نظر گردشگران

میزان آشنایی	توسعه گردشگری					
	کاملاً مخالفم	مخالفم	متوسط	موافقم	کاملاً موافقم	جمع
خیلی کم	۰	۰	۲۲	۳۶	۰	۵۸
	۲/۵	۱	۱۸	۲۲	۱۴/۵	۵۸
	۰	۰	۲۳/۷	۳۱/۶	۰	۱۹/۳
کم	۵	۳	۲۶	۴۰	۷	۸۱
	۳/۵	۱/۴	۲۵/۱	۳۰/۸	۲۰/۳	۸۱
	۳۸/۵	۶۰	۲۸	۳۵/۱	۹/۳	۲۷
فراوانی مشاهده شده	۸	۱	۲۷	۲۶	۳۲	۹۴

متوسط	فراوانی مورد انتظار	۴/۱	۱/۶	۲۹/۱	۳۵/۷	۲۳/۵	۹۴
	درصد	۶۱/۵	۲۰	۲۹	۲۲/۸	۴۲/۷	۳۱/۳
زیاد	فراوانی مشاهده شده	۰	۱	۱۷	۶	۲۳	۴۷
	فراوانی مورد انتظار	۲	۰/۸	۱۴/۶	۱۷/۹	۱۱/۸	۴۷
	درصد	۰	۲۰	۱۸/۳	۵/۳	۳۰/۷	۱۵/۷
خیلی زیاد	فراوانی مشاهده شده	۰	۰	۱	۶	۲۳	۴۷
	فراوانی مورد انتظار	۰/۹	۰/۳	۶/۲	۷/۶	۵	۲۰
	درصد	۰	۰	۱/۱	۵/۳	۱۷/۳	۶/۷
جمع	فراوانی مشاهده شده	۱۳	۵	۹۳	۱۱۴	۷۵	۳۰۰
	فراوانی مورد انتظار	۱۳	۵	۹۳	۱۱۴	۷۵	۳۰۰
	درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

$$\text{Pearson Chi-Square} = ۹۱/۵۵ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

$$\text{Somers' d} = ۰/۲۳۲ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

$$\text{Kendall's Tau-b} = ۰/۲۳۲ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

با توجه به نتایج آزمون خی دو میزان رابطه بین دو متغیر میزان آشنایی با جاذبه‌های گردشگری و عدم توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران ۹۱/۵۵ می‌باشد که با توجه به سطح معناداری (sig=۰/۰۰۰) از لحاظ آماری معنادار می‌باشد. همچنین آزمون‌های کندال و سامرز دی تأییدکننده معنادار بودن رابطه می‌باشند، به عبارتی بین دو متغیر میزان آشنایی با جاذبه‌های گردشگری و عدم توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین فرضیه اول که مبنی بر: نداشتن آگاهی و شناخت از جاذبه‌های گردشگری منطقه شاندیز و عدم بهره‌گیری از این پتانسیل‌ها در توسعه‌نیافتگی منطقه مؤثر بوده است، از دیدگاه گردشگران مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول (۲) رابطه بین میزان آشنایی با جاذبه‌های گردشگری از نظر مردم

جمع	کاملاً موافقم	موافقم	متوسط	مخالقم	کاملاً مخالفم	توسعه گردشگری	
						میزان آشنایی	
۵۴	۲	۴	۲۱	۱۷	۱۰	فراوانی مشاهده شده	خیلی کم
۵۴	۲/۳	۱۰/۱	۱۸/۷	۱۰/۶	۱۲/۲	فراوانی مورد انتظار	
۱۸	۱۵/۴	۷/۱	۲۰/۲	۲۸/۸	۱۴/۷	درصد	
۱۱۷	۸	۲۹	۴۶	۱۷	۱۷	فراوانی مشاهده شده	کم
۱۱۷	۵/۱	۲۱/۸	۴۰/۶	۲۳	۲۶/۵	فراوانی مورد انتظار	
۳۹	۶۱/۵	۵۱/۸	۴۴/۲	۲۸/۸	۲۵	درصد	
۶۹	۱	۱۳	۲۴	۱۰	۲۱	فراوانی مشاهده شده	متوسط
۶۹	۳	۱۲/۹	۲۳/۹	۱۳/۶	۱۵/۶	فراوانی مورد انتظار	
۲۳	۷/۷	۲۳/۲	۲۳/۱	۱۶/۹	۳۰/۹	درصد	
۵۰	۱	۷	۱۲	۱۲	۱۸	فراوانی مشاهده شده	زیاد
۵۰	۲/۲	۹/۳	۱۷/۳	۹/۸	۱۱/۳	فراوانی مورد انتظار	
۱۶/۷	۷/۷	۱۲/۵	۱۱/۵	۲۰/۳	۲۶/۵	درصد	
۱۰	۱	۳	۱	۳	۲	فراوانی مشاهده شده	خیلی زیاد
۱۰	۰/۴	۱/۹	۳/۵	۲	۲/۳	فراوانی مورد انتظار	
۳/۳	۷/۷	۵/۴	۱	۵/۱	۲/۹	درصد	
۳۰۰	۱۳	۵۶	۱۰۴	۵۹	۶۸	فراوانی مشاهده شده	جمع
۳۰۰	۱۳	۵۶	۱۰۴	۵۹	۶۸	فراوانی مورد انتظار	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

$$\text{Pearson Chi-Square} = ۲۳/۱۰۷ \quad \text{sig} = ۰/۰۷$$

$$\text{Somers' d} = -۰/۰۷۹ \quad \text{sig} = ۰/۰۹۸$$

$$\text{Kendall's Tau-b} = -۰/۰۷۹ \quad \text{sig} = ۰/۰۹۸$$

با توجه به نتایج آزمون خی دو میزان رابطه بین دو متغیر میزان آشنایی با جاذبه‌های گردشگری و توسعه گردشگری از دیدگاه مردم ۲۳/۱۰۷ می‌باشد که با توجه به سطح

معناداری ( $\text{sig}=0/000$ ) از لحاظ آماری رابطه وجود ندارد و بر اساس آزمون‌های سامرز دی و کندال رابطه از نظر آماری معنادار نمی‌باشد. به عبارتی بین دو متغیر میزان آشنایی با جاذبه‌های گردشگری و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود ندارد. بنابراین فرضیه اول که مبنی بر: نداشتن آگاهی و شناخت از جاذبه‌های گردشگری منطقه شاندریز و عدم بهره‌گیری از این پتانسیل‌ها در توسعه‌نیافتگی منطقه مؤثر بوده است، از دیدگاه مردم منطقه مورد تأیید قرار نمی‌گیرد.

جدول (۳) رابطه بین میزان آشنایی با جاذبه‌های گردشگری از نظر مسئولان ادارات

جمع	کاملاً موافقم	موافقم	متوسط	مخالفم	کاملاً مخالفم	توسعه گردشگری	
						میزان آشنایی	
۱۴	۴	۱۰	۰	۰	۰	فراوانی مشاهده شده	خیلی کم
۱۴	۷/۵	۴/۶	۱/۳	۰/۵	۰/۲	فراوانی مورد انتظار	
۷	۳/۷	۱۵/۴	۰	۰	۰	درصد	
۴۸	۳۸	۱۰	۰	۰	۰	فراوانی مشاهده شده	کم
۴۸	۲۵/۷	۱۵/۶	۴/۳	۱/۷	۰/۷	فراوانی مورد انتظار	
۲۴	۳۵/۵	۱۵/۴	۰	۰	۰	درصد	
۹۵	۵۰	۳۰	۱۱	۳	۱	فراوانی مشاهده شده	متوسط
۹۵	۵۰/۸	۳۰/۹	۸/۵	۳/۳	۱/۴	فراوانی مورد انتظار	
۴۷/۵	۴۶/۷	۴۶/۲	۶۱/۱	۴۲/۹	۳۳/۳	درصد	
۳۰	۱۲	۱۲	۳	۱	۲	فراوانی مشاهده شده	زیاد
۳۰	۱۶/۱	۹/۸	۲/۷	۱/۱	۰/۵	فراوانی مورد انتظار	
۱۵	۱۱/۲	۱۸/۵	۱۶/۷	۱۴/۳	۶۶/۷	درصد	
۱۳	۳	۳	۴	۳	۰	فراوانی مشاهده شده	خیلی زیاد
۱۳	۷	۴/۲	۱/۲	۰/۵	۰/۲	فراوانی مورد انتظار	
۶/۵	۲/۸	۴/۶	۲۲/۲	۴۲/۹	۰	درصد	
۲۰۰	۱۰۷	۶۵	۱۸	۷	۳	فراوانی مشاهده شده	جمع
۲۰۰	۱۰۷	۶۵	۱۸	۷	۳	فراوانی مورد انتظار	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	

مأخذ: یافته‌های تحقیق



$$\text{Pearson Chi-Square} = ۶۵/۴۵ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

$$\text{Somers' d} = -۰/۲۳۷ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

$$\text{Kendall's Tau-b} = -۰/۲۳۷ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

با توجه به نتایج آزمون خی دو میزان رابطه بین دو متغیر میزان آشنایی با جاذبه‌های گردشگری و توسعه گردشگری از دیدگاه مسؤولین ادارات ۵۶/۴۵ می‌باشد که با توجه به سطح معناداری (sig=۰/۰۰۰) از لحاظ آماری معنادار می‌باشد. همچنین آزمون‌های کندال و سامرز دی تأیید کننده معنادار بودن رابطه می‌باشند. به عبارتی بین دو متغیر میزان آشنایی با جاذبه‌های گردشگری و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین فرضیه اول که مبنی بر نداشتن آگاهی و شناخت از جاذبه‌های گردشگری منطقه شاندیز و عدم بهره‌گیری از این پتانسیل‌ها در توسعه نیافتگی منطقه مؤثر بوده است، از دیدگاه مسئولان ادارات مورد تأیید قرار می‌گیرد.

**تحلیل فرضیه دوم:** توسعه گردشگری در منطقه شاندیز راهکاری جهت رشد و گسترش توسعه اقتصادی منطقه است (آزمون این فرضیه در جداول ۴، ۵، ۶ آمده است).

جدول (۴) رابطه بین توسعه گردشگری با توسعه اقتصادی از نظر گردشگران

جمع	کاملاً موافقم	موافقم	متوسط	مخالفم	کاملاً مخالفم	توسعه گردشگری / توسعه اقتصادی	
						توسعه گردشگری	توسعه اقتصادی
۵۸	۲۱	۲۲	۵	۴	۶	فراوانی مشاهده شده	کاملاً مخالفم
۵۸	۱۳/۱	۲۱/۳	۱۱/۶	۹	۳	فراوانی مورد انتظار	
۱۹/۳	۳۰/۹	۲۰	۸/۳	۸/۵	۴۰	درصد	
۸۱	۲۸	۲۳	۲۰	۱۰	۰	فراوانی مشاهده شده	مخالفم
۸۱	۱۸/۴	۲۹/۷	۱۶/۲	۱۲/۷	۴/۱	فراوانی مورد انتظار	
۲۷	۴۱/۲	۲۰/۹	۳۳/۳	۲۱/۳	۰	درصد	
۹۴	۱۲	۴۵	۱۵	۱۹	۳	فراوانی مشاهده شده	متوسط
۹۴	۲۱/۳	۳۴/۵	۱۸/۸	۱۴/۷	۴/۷	فراوانی مورد انتظار	
۳۱/۳	۱۷/۶	۴۰/۹	۲۵	۴۰/۴	۲۰	درصد	
۴۷	۴	۱۷	۱۷	۴	۵	فراوانی مشاهده شده	موافقم

۴۷	۱۰/۷	۱۷/۲	۹/۴	۷/۴	۲/۴	فراوانی مورد انتظار	
۱۵/۷	۵/۹	۱۵/۵	۲۸/۳	۸/۵	۳۳/۳	درصد	
۲۰	۳	۳	۳	۱۰	۱	فراوانی مشاهده شده	کاملاً موافقم
۲۰	۴/۵	۷/۳	۴	۳/۱	۱	فراوانی مورد انتظار	
۶/۷	۴/۴	۲/۷	۵	۲۱/۳	۶/۷	درصد	
۳۰۰	۶۸	۱۱۰	۶۰	۴۷	۱۵	فراوانی مشاهده شده	جمع
۳۰۰	۶۸	۱۱۰	۶۰	۴۷	۱۵	فراوانی مورد انتظار	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

$$\text{Pearson Chi-Square} = ۶۹/۸۳ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

$$\text{Somers' d} = ۰/۲۲۴ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

$$\text{Kendall's Tau-b} = ۰/۲۲۴ \quad \text{sig} = ۰/۰۰۰$$

با توجه به نتایج آزمون خی دو میزان رابطه بین دو متغیر توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی از دیدگاه گردشگران ۶۹/۸۳ می‌باشد که با توجه به سطح معناداری (sig=۰/۰۰۰) از لحاظ آماری معنادار می‌باشد. همچنین آزمون‌های کندال و سامرز دی تأییدکننده معنادار بودن رابطه می‌باشند. به عبارتی بین دو متغیر توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین فرضیه دوم که مبنی بر: توسعه گردشگری در منطقه شاندیز راهکاری جهت رشد و گسترش توسعه اقتصادی منطقه است، از دیدگاه گردشگران مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول (۵) رابطه بین توسعه گردشگری با توسعه اقتصادی از نظر مردم

جمع	کاملاً موافقم	موافقم	متوسط	مخالقم	کاملاً مخالفم	توسعه گردشگری توسعه اقتصادی	
						فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار
۲۳	۰	۱۱	۵	۷	۰	فراوانی مشاهده شده	کاملاً مخالقم
۲۳	۰/۸	۳/۸	۵/۳	۹	۴/۱	فراوانی مورد انتظار	
۷/۷	۰	۲۲	۷/۲	۶	۰	درصد	
۳۲	۳	۱۲	۶	۹	۲	فراوانی مشاهده شده	مخالقم

۳۲	۱/۱	۵/۳	۷/۴	۱۲/۵	۵/۸	فراوانی مورد انتظار	
۱۰/۷	۳۰	۲۴	۸/۷	۷/۷	۳/۷	درصد	
۴۵	۳	۶	۶	۱۹	۱۱	فراوانی مشاهده شده	
۴۵	۱/۵	۷/۵	۱۰/۴	۱۷/۶	۸/۱	فراوانی مورد انتظار	متوسط
۱۵	۳۰	۱۲	۸/۷	۱۶/۲	۲۰/۴	درصد	
۱۱۳	۳	۱۳	۲۶	۴۷	۲۴	فراوانی مشاهده شده	
۱۱۳	۳/۸	۱۸/۸	۲۶	۴۴/۱	۲۰/۳	فراوانی مورد انتظار	موافقم
۳۷/۷	۳۰	۲۶	۳۷/۷	۴۰/۲	۴۴/۴	درصد	
۸۷	۱	۸	۲۶	۳۵	۱۷	فراوانی مشاهده شده	کاملاً
۸۷	۲/۹	۱۴/۵	۲۰	۳۳/۹	۱۵/۷	فراوانی مورد انتظار	موافقم
۲۹	۱۰	۱۶	۳۷/۷	۲۹/۹	۳۱/۵	درصد	
۳۰۰	۱۰	۵۰	۶۹	۱۱۷	۵۴	فراوانی مشاهده شده	
۳۰۰	۱۰	۵۰	۶۹	۱۱۷	۵۴	فراوانی مورد انتظار	جمع
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

$$\text{Pearson Chi-Square} = ۴۷ / ۹۴ \quad \text{sig} = ۰ / ۰۰۰$$

$$\text{Somers' d} = -۰ / ۱۶۱ \quad \text{sig} = ۰ / ۰۰۰$$

$$\text{Kendall's Tau-b} = -۰ / ۱۶۱ \quad \text{sig} = ۰ / ۰۰۰$$

با توجه به نتایج آزمون خی دو میزان رابطه بین دو متغیر توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی از دیدگاه مردم ۴۷/۹۷ می‌باشد که با توجه به سطح معناداری (sig=۰/۰۰۰) از لحاظ آماری معنادار می‌باشد. همچنین آزمون‌های کندال و سامرز دی تأییدکننده معنادار بودن رابطه می‌باشند. به عبارتی بین دو متغیر توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین فرضیه دوم که مبنی بر: توسعه گردشگری در منطقه شاندیز راهکاری جهت رشد و گسترش توسعه اقتصادی منطقه است، از دیدگاه مردم منطقه مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول (۶) رابطه بین توسعه گردشگری با توسعه اقتصادی از نظر ادارات

جمع	کاملاً موافقم	موافقم	متوسط	مخالفم	کاملاً مخالفم	توسعه گردشگری	
						توسعه اقتصادی	توسعه اقتصادی
۱۴	۰	۴	۳	۷	۰	فراوانی مشاهده شده	کاملاً مخالفم
۱۴	۳	۶/۲	۲/۶	۱/۶	۰/۶	فراوانی مورد انتظار	
۷	۰	۴/۵	۸/۱	۳۰/۴	۰	درصد	
۴۸	۸	۲۰	۱۲	۴	۴	فراوانی مشاهده شده	مخالفم
۴۸	۱۰/۳	۲۱/۴	۸/۹	۵/۵	۱/۹	فراوانی مورد انتظار	
۲۴	۱۸/۶	۲۲/۵	۳۲/۴	۱۷/۴	۵۰	درصد	
۹۵	۲۵	۴۵	۱۳	۸	۴	فراوانی مشاهده شده	متوسط
۹۵	۲۰/۴	۴۲/۳	۱۷/۶	۱۰/۹	۳/۸	فراوانی مورد انتظار	
۴۷/۵	۵۸/۱	۵۰/۶	۳۵/۱	۳۴/۸	۵۰	درصد	
۳۰	۴	۱۴	۸	۴	۰	فراوانی مشاهده شده	موافقم
۳۰	۶/۵	۱۳/۴	۵/۶	۳/۵	۱/۲	فراوانی مورد انتظار	
۱۵	۹/۳	۱۵/۷	۲۱/۶	۱۷/۴	۰	درصد	
۱۳	۶	۶	۱	۰	۰	فراوانی مشاهده شده	کاملاً موافقم
۱۳	۲/۸	۵/۸	۲/۴	۱/۵	۰/۵	فراوانی مورد انتظار	
۶/۵	۱۴	۶/۷	۲/۷	۰	۰	درصد	
۲۰۰	۴۳	۸۹	۳۷	۲۳	۸	فراوانی مشاهده شده	جمع
۲۰۰	۴۳	۸۹	۳۷	۲۳	۰/۸	فراوانی مورد انتظار	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

Pearson Chi-Square=۳۹/۸۹ sig=۰/۰۰۱

Somers' d=۰/۱۸۱ sig=۰/۰۰۲

Kendall's Tau-b=۰/۱۸۱ sig=۰/۰۰۲

با توجه به نتایج آزمون خی دو میزان رابطه بین دو متغیر توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی ۳۹/۸۹ می‌باشد که با توجه به سطح معناداری (sig=۰/۰۰۱) از لحاظ آماری

معنادار می‌باشد. همچنین آزمون‌های کندال و سامرز دی تأییدکننده معنادار بودن رابطه می‌باشند. به عبارتی بین دو متغیر توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین فرضیه دوم که مبنی بر: توسعه گردشگری در منطقه شاندیز راهکاری جهت رشد و گسترش توسعه اقتصادی منطقه است. از دیدگاه مسئولان ادارات مورد تأیید قرار می‌گیرد.

### نتیجه‌گیری

آنچه به عنوان نتایج این مقاله می‌توان بر آن تأکید کرد در موارد زیر قابل ارائه است:

— توسعه گردشگری و به تبع آن توسعه اقتصادی منطقه شاندیز مرهون شهر مشهد و حومه آن می‌باشد.

— اساس گردشگری منطقه شاندیز طبیعت‌گردی است که با توجه به بحث توسعه پایدار، به ظرفیت تحمل‌پذیری محیط لطمه وارد می‌شود.

— در فصل بهار و تابستان که اوج گردشگری منطقه است کمبود امکانات و خدمات مانند پارکینگ، سرویس‌های بهداشتی، خدمات بهداشتی - درمانی محرز بوده که در صورت عدم برنامه‌ریزی مناسب در آینده این مشکل بیشتر نمود خواهد یافت

— به دلیل عدم معرفی صحیح آثار تاریخی و عدم شناخت گردشگران از آثار تاریخی فضاهای تاریخی بسیار کم مورد بازدید واقع می‌شوند لذا جاذبه‌های طبیعی و تفریحی و آب و هوا جاذبه‌های مهم گردشگران می‌باشند.

— عدم شناخت مسئولان و گردشگران از جاذبه‌های گردشگری منطقه، عدم سرمایه‌گذاری دولت در این بخش، فقر فرهنگی با توجه به روستائین منطقه، عدم درآمد بالای مردم و عدم گرایش آنها به سرمایه‌گذاری در زمینه خدمات و تأسیسات گردشگری در منطقه، عدم معرفی درست جاذبه‌های گردشگری منطقه، نزدیکی به مشهد و مهاجرت قشر باسواد به مشهد و... از دلایل عدم توسعه گردشگری منطقه می‌باشد.

... منطقه شانديز بدلایل عدم سطوح هموار و دشت، نوسانات شديد آب و هوایی، سرما و... از زراعت و دامداری چندانى نمى‌تواند بهره‌مند گردد و تنها به شیوه معیشت باغداری که عمدتاً ديم می‌باشد هم نمى‌توان تکیه کرد. و در زمینه صنعت هم در منطقه تأسیساتی ایجاد نگردیده است و لذا تنها آلترناتیو توسعه اقتصادی منطقه این است که به توسعه گردشگری پرداخته شود تا ضمن رسیدن به توسعه پایدار گردشگری در منطقه، به توسعه انسانی و فرهنگی که زیربنای هر توسعه‌ای محسوب می‌گردند، دست یابند و با توسعه‌ای که از این طریق ایجاد شود، از مهاجرت مردم به کلانشهر مشهد جلوگیری خواهد شد و این خود اندکی از مشکلات مشهد هم خواهد کاست.

## منابع

- ۱- آریافر، کاظم (۱۳۸۸)، «مکان سنجی تأسیس ژئوپارک در استان لرستان با استفاده از روش AHP»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد شهرسازی، به راهنمایی دکتر کرامت‌اله زیاری، دانشگاه آزاد واحد قزوین.
- ۲- استادحسین، رضا (۱۳۷۹)، «صنعت گردشگری و جنبه‌های اقتصادی آن»، *نشریه تازه‌های اقتصادی*، شماره ۹۰.
- ۳- باهر، حسین (۱۳۷۷)، «دگراندیشی پیرامون گردشگری (ایرانگردی و جهانگردی)»، *فصلنامه مطالعات مدیریت*، شماره ۲۰، دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
- ۴- تولایی، سیمین (۱۳۸۶)، «*مروری بر صنعت گردشگری*»، انتشارات دانشگاه تربیت معلم، تهران.
- ۵- دخیلی کهنمویی، جواد (۱۳۸۳)، «بررسی راهکارهای توسعه صنعت توریسم در آذربایجان شرقی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
- ۶- رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی (۱۳۸۵)، «*ساخت گردشگری*»، چاپ دوم، انتشارات چهارباغ، اصفهان.
- ۷- زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۶)، «*مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار با تکیه بر محیط زیست*»، چاپ اول، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
- ۸- سلطانی، مرضیه (۱۳۸۸)، «تحلیلی فضایی نقش ICT در گردشگری الکترونیکی شهر اصفهان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، گروه جغرافیا دانشگاه اصفهان.
- ۹- شریف‌زاده و مرادنژاد (۱۳۸۱)، «توسعه پایدار و گردشگری روستایی»، *ماهنامه جهاد*، خرداد و تیر.
- ۱۰- شهرداری شاندیز (۱۳۸۸)، دفتر عمران.
- ۱۱- شهرداری شاندیز (۱۳۸۸)، «گزارش عملکرد سی ماهه شهرداری».
- ۱۲- کهزادی، اسفندیار، احمد خادم‌الحسینی و زیبا فتوحی و نگار قدیمی (۱۳۸۸)، «تحلیلی بر امنیت اجتماعی و فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار گردشگری»، *مجموعه مقالات برگزیده اولین*

- همایش ملی امنیت و توسعه پایدار گردشگری، دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، اصفهان.
- ۱۳- گی، چاک، وای (۱۳۷۷)، «جهانگردی در چشم‌اندازی جامع»، ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- ۱۴- محصل، محمدعلی و شیخ‌زاده روح‌اله (۱۳۸۷)، «شاندیز بهشت خراسان»، انتشارات چهارم، مشهد.
- ۱۵- مهندسین مشاور بافت شهر (۱۳۸۱)، «طرح توسعه گردشگری طبقه و شاندیز-مشهد»، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری خراسان رضوی.
- ۱۶- مهندسین مشاور بافت شهر (۱۳۸۴)، «طرح امکان‌سنجی توسعه گردشگری استان خراسان رضوی»، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری خراسان رضوی.
- ۱۷- مرکز بهداشت شهر شاندیز (۱۳۸۸)، «دفتر آمار و اطلاعات».
- 18- Kin Hang (2004), The Southern Sound (Nanying): "Tourism for the Preservation and Development of Traditional Arts", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol.9, No. 4
- 19- Briedenhan, Jenny and Eugenia (2004), "Wickness, Tourism- Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Vibrant Hope or Impossible Dream", *Tourism of Management*, Vol. 25
- 20- Sharpley, J. and Richard (1997), "Rural Tourism: and Introduction", P No. 4.
- 21- Abby Liu, Gwoffey Wall (2006), "Planning Tourism Employment", A Developing Country Perspective, (Tourism Management [www.Elsevier.com/locat/tourman](http://www.Elsevier.com/locat/tourman)).
- 22- [www.shandiz.ir](http://www.shandiz.ir).
- 23- WTO, <http://www.answer.com/tourism> &r= 67, 2004 a.