



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال دوم، شماره‌ی ۵، تابستان ۱۳۹۲

صفحات ۱۸۳-۱۵۹

## بررسی آثار شرکت گردشگری پدیده بر توسعه‌ی شهری در

### شاندیز

علی‌اکبر عنابستانی\*

یوسفعلی زیاری\*\*

زهرا عنابستانی\*\*\*

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۴/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۹/۸

#### چکیده

گردشگری امروزه در بسیاری از مناطق توانسته است تحولات زیادی در بنیان‌های اجتماعی و اقتصادی جوامع شهری پدید آورد و در این میان نقش پروژه‌های بزرگ گردشگری درخور توجه است. در این مقاله تلاش شد تا تأثیر شرکت گردشگری پدیده بر روند توسعه‌ی شهر شاندیز از دیدگاه کارشناسان مورد بررسی قرار گیرد. روش تحقیق در این مطالعه، از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی است که بخش عمده‌ای از داده‌های آن بر اساس مطالعات میدانی و از طریق مصاحبه و تنظیم پرسش‌نامه از ۱۸ نفر از کارشناسان فعال در سطح منطقه جمع‌آوری شده است. یافته‌های مطالعه بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی نشان می‌دهد در بین متغیرهای آثار حضور شرکت گردشگری پدیده، بیشترین ضریب اهمیت به آثار اقتصادی با ۴۵/۵ درصد و کمترین ضریب اهمیت به آثار زیست‌محیطی حضور این شرکت در شهر شاندیز با ۸/۲ درصد بوده است. بر اساس آزمون تی دونمونه‌ای بر مبنای تحلیل واریانس‌ها، مشاهده شد که از بین شاخص‌های ۱۵ گانه و متغیرهای چهارگانه فقط در دو شاخص توسعه‌ی حمل‌ونقل شهری و عدم بهره‌برداری اصولی از زمین فرض عدم برابری واریانس‌ها تأیید شده است. بنابراین در اکثر قریب به اتفاق شاخص‌ها و تمام متغیرها اختلاف معناداری بین نظرات دو گروه کارشناسان وجود ندارد. با توجه به یافته‌ها، راهکارهایی شامل

\* نویسنده مسئول- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی- دانشگاه فردوسی مشهد (anabestani@um.ac.ir).

\*\* استادیار گروه جغرافیا- دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

\*\*\* دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری- دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

توجه به تربیت و جذب نیروی کار بومی، توجه به برند شهر آرامش در شاندیز، فراهم نمودن زیرساخت‌های شهری متناسب با فعالیت شرکت پدیده، کاهش آثار زیست‌محیطی فعالیت‌های گردشگری در سطح منطقه و غیره پیشنهاد شده است.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری شهری، ابرپروژه‌ها، شرکت گردشگری پدیده، شهر شاندیز.

#### مقدمه

امروزه صنعت گردشگری در جهان توسعه‌ی فراوانی یافته است و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشند و بسیاری از مشکلات خود را از قبیل بیکاری، پایین بودن سطح درآمد، سرانه و کمبود درآمد ارزی پوشش دهند (نوربخش و اکبرپورسراسکانرود، ۱۳۸۹: ۲۱). صنعت گردشگری، در درجه‌ی اول به‌عنوان ابزاری برای توسعه‌ی اقتصادی، سود قابل توجهی از ارز خارجی و فرصت‌های شغلی ایجاد می‌نماید (کالا<sup>۱</sup> و میخوری<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱: ۸۷) و موجب افزایش درآمدهای ملی خواهد شد (استلاجی و خوش‌نیت بیاتی، ۱۳۹۱: ۱۳۰). همان‌طور که مطالعه‌ی سازمان جهانگردی و گردشگری نشان می‌دهد، یک دلار درآمد مستقیم گردشگری ۱/۳ نسبت به صنعت افزایش ارزش پیدا خواهد کرد (بین<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۰۸: ۸۴). از سال ۱۹۵۰ تا سال ۲۰۰۷ تعداد جهانگردان بین‌المللی از ۲۵ میلیون به ۹۰۳ میلیون نفر افزایش یافته است و درآمد ناشی از این فعالیت به ۸۶۵ میلیارد دلار رسیده است و پیش‌بینی می‌شود تا ۲۰۲۰ این تعداد به ۱/۶ میلیارد نفر برسد (مورنو<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۵۵۰ و سازمان جهانی گردشگری<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶). توسعه‌ی این صنعت فرایند پیچیده‌ای است که عوامل توسعه‌ی بین‌المللی و ملی گروه‌های درگیر با سیاست دولت، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری را در بر می‌گیرد (تفلر<sup>۶</sup> و شارپلی<sup>۷</sup>، ۲۰۰۸: ۸۰). از این‌رو کشورهای مختلف در تلاشند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای قابلیت، فرصت رضایت‌مندی و بهره‌مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (روزن‌تروب<sup>۸</sup> و جو<sup>۹</sup>، ۲۰۰۹: ۷۵۹-۷۷۰). بنابراین با توجه به اهمیت گردشگری، این صنعت از یک سو می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای توسعه‌ی مناطق روستایی (با جاذبه‌های خاص گردشگری) باشد؛ چرا که

<sup>1</sup> Kala

<sup>2</sup> Maikhuri

<sup>3</sup> Bin

<sup>4</sup> Moreno

<sup>5</sup> World Tourism Organization

<sup>6</sup> Tefler

<sup>7</sup> Sharpley

<sup>8</sup> Rosentraub

<sup>9</sup> Joo

این مقوله می‌تواند به‌عنوان یک منبع مالی جدید، وضعیت اقتصادی مردم محلی را بهبود ببخشد و به‌مثابه‌ی منبعی درباره‌ی زدودن فقر باشد (بریدنهان<sup>۱</sup> و ویکنز<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴).

شهرها و گردشگری روابط مکملی دارند؛ چرا که تمامی انواع گردشگری به نوعی به کانون‌ها و خدمات شهری نیازمند هستند. لذا هرگونه برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی گردشگری باید به توانمندی شهرها در ارائه‌ی خدمات مستقیم و غیرمستقیم توجه داشته باشند (لطفی، ۱۳۸۶: ۱۶۰). شهرنشینی عمدتاً به دلیل افزایش درآمد، ازدیاد نسبی اوقات فراغت و سهولت دسترسی و ارتباطات، گسترش فعالیت گردشگری را سبب شده است (تولایی، ۱۳۷۳: ۳۳). گردشگری شهری در کشورهای پیشرفته پردرآمدترین نوع گردشگری است و در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اکولوژیکی و ... تأثیرات انکارناپذیری دارد (اسنیث<sup>۳</sup> و هالی<sup>۴</sup>، ۱۹۹۹: ۵۵). علاوه بر این حتی در صورتی که جاذبه‌های گردشگری در مناطق غیر شهری قرار گرفته باشند، از آنجایی که شهرها به پیرامون خود خدمات می‌دهند، لذا حجم زیادی از امکانات گردشگری در شهرها متمرکز می‌شوند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۱). محیط‌های شهری از دو نظر در صنعت گردشگری اهمیت دارند، از یک سو کانون‌های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آنها و فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و فعالیت، به‌عنوان مبدأ مسافرت‌های گردشگری محسوب می‌شوند و از سوی دیگر بعضی از شهرها به علت امکان فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی و ارتباطی، فراغتی و جاذبه‌های تاریخی و گردشگری به‌عنوان مقصد مسافرت‌های گردشگری نیز به شمار می‌آیند (کردی، ۱۳۸۱: ۱۸).

در این زمینه پروژه‌های بزرگ شهری در حوزه‌ی گردشگری می‌تواند نقش به‌سزایی در رونق گردشگری شهری داشته باشد. بنابراین، از ابرپروژه‌های شهری می‌توان هم به‌عنوان ابزاری برای برآورده ساختن تقاضای شهروندان (تأمین کمی خدمات مورد نیاز شهر، زیرساخت‌ها و پاسخگویی به سرانه‌های مورد نیاز شهری) و هم به‌عنوان ابزاری برای تغییر وضعیت شهر در نظام سطح‌بندی منطقه‌ای یا جهانی و برای مطرح شدن در کلاس فرامنطقه‌ای و جهانی استفاده کرد. درواقع مدیریت سرمایه‌های عمومی و مردمی به سمت سرمایه‌گذاری بر روی ابرپروژه‌ها، ساده‌ترین راه پاسخگویی مدیریت شهری به دوراهی تأمین هزینه‌های خدمات و تسهیلات مورد نیاز شهر در مقیاس محلی و توجه به نیروهای محرکه‌ی بخش‌های مختلف صنعت، تجارت و خدمات برای رقابت در سطح فراشهری، فرامنطقه‌ای و جهانی است.

<sup>1</sup> Breidenhann

<sup>2</sup> Wickens

<sup>3</sup> Snaith

<sup>4</sup> Haley

در حال حاضر منطقه‌ی ییلاقی شهر شاندیز و نواحی پیرامون به‌عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری برای شهروندان ساکن در کلان‌شهر مشهد در بعد ناحیه‌ای و برای زائران بارگاه امام هشتم شیعیان حضرت رضاع) در بعد ملی، منطقه‌ای شناخته شده محسوب می‌گردد؛ اما در چند سال اخیر سرمایه‌گذاری‌های عمده‌ای در قالب ابرپروژه‌های شهری (شهر رویایی پدیده) انجام شده است که آثار و پیامدهای آن قبل از رسیدن به مرحله‌ی بهره‌برداری، ساختار شهری شاندیز را متأثر نموده است. بنابراین، سؤال اصلی تحقیق این است که حضور شرکت گردشگری پدیده چه اثراتی در کوتاه‌مدت بر توسعه‌ی شهر شاندیز داشته است؟ و چه تفاوتی بین نظرات افراد شاغل در این شرکت و کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی در زمینه‌ی پیامدهای حضور شرکت گردشگری پدیده در شهر شاندیز وجود دارد؟

## مبانی نظری

### گردشگری و گردشگری شهری

گردشگری به‌عنوان صنعتی بدون دود و همچنین علت و معلولی در روند جهانی شدن است (موفورث<sup>۱</sup> و مونت<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸: ۸)، که بخش عمده‌ی اقتصاد جهانی و یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان محسوب می‌شود (سازمان جهانی گردشگری، ۱۹۹۹: ۲۰-۲۱). امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان صنعتی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصربه‌فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۷: ۱۱) و به‌عنوان کلیدی برای رشد اقتصادی در این کشورها به کار رفته است (فونت<sup>۳</sup> و عجم<sup>۴</sup>، ۱۹۹۹: ۷۳). به طوری که توسعه‌ی این صنعت در کشورهای پیشرفته، موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد و در کشورهای در حال توسعه فرصتی برای صادرات، تولید ارز و ایجاد اشتغال به شمار می‌آید (هال<sup>۵</sup> و استفان<sup>۶</sup>، ۱۹۹۴: ۴۵۷). همچنین گردشگری به‌عنوان یکی از راه‌های درآمدزایی، ارزش افزوده‌ی بسیاری دارد. به عبارتی به قدری در توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که کارشناسان از آن به‌عنوان «صادرات نامرئی» (رضوانی، ۱۳۷۹: ۸) و گذرگاهی برای توسعه یاد کرده‌اند (خسروی نژاد، ۲۰۰۸: ۸۹). از جمله دستاوردهای عمده‌ای که گردشگری به همراه دارد، می‌توان به

<sup>1</sup> Mowforth

<sup>2</sup> Munt

<sup>3</sup> Font

<sup>4</sup> Ahjem

<sup>5</sup> Hall

<sup>6</sup> Stephan

اشتغال‌زایی (هلجواک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳: ۲)، توسعه‌ی زیرساخت‌های منطقه‌ای (ایکلز<sup>۲</sup> و کاستا<sup>۳</sup>، ۱۹۹۶: ۴۴)، تحرک اقتصادهای بحرانی و تقویت فعالیت‌های توسعه‌ای اشاره کرد (لیو<sup>۴</sup> و وال<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶: ۱۶۰: ۲۰۰۶).

گردشگری شهری عبارت است از مسافرت به شهر با انگیزه‌های مختلف بر اساس جذابیت‌های مختلف و امکانات و تسهیلاتی که شهر دارای آن است و در شخص ایجاد جذابیت می‌کند (موحد، ۱۳۸۱: ۶۵). عناصر اولیه‌ی این نوع گردشگری شامل فعالیت‌هایی مانند: تئاتر، سینما، برپایی نمایشگاه‌ها و مکان‌های قابل بازدید مانند: پارک‌ها، مکان‌های تاریخی، موزه‌ها، آبشار است. عناصر ثانویه شامل هتل‌ها، بازارها و مغازه‌ها و رستوران‌ها می‌باشد (موحد، ۱۳۸۶: ۱۱۷). گردشگری در شهرهایی توسعه پیدا می‌کند که علاوه بر داشتن جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و هنری، از امکانات و خدمات مناسب نیز بهره‌مند باشند (موحد، ۱۳۸۴: ۱۱۵). بنابراین، وجود گردشگر در شهرها باعث بالا رفتن کیفیت فضاها، گردشگری و خدمات و زیرساخت‌های شهری و گردشگری می‌شود.

### ابریروژه‌های شهری

پروژه‌های زیرساختی، تجارتي، خدماتی بزرگ‌مقیاس، با هزینه‌های کلان و سطح اثرگذاری وسیع را که می‌توانند در سطح شهر و یا فراشهری عملکرد داشته باشند، ابریروژه‌های شهری می‌توان نامید. ابریروژه‌های شهری از لحاظ ماهیت، کاربری، عملکرد و مقیاس اثرگذاری در شهر طیف متنوعی از مراکز تجارتي و خدماتی وسیع بین‌المللی، پروژه‌های زیرساختی ارتباطی کلان مثل ساخت مترو شهری، ساخت شهرک‌های فناوری یا تفریحی، پروژه‌های شاخص شهری (با سبک معماری متمایز و شاخص در شهر و یا طراحی شده‌ی طراحان و معماران معروف و مطرح در سطح بین‌المللی)، پروژه‌های بازسازی و نوسازی سطح وسیعی از شهر را در بر می‌گیرد. ابریروژه‌های شهری به این دلیل ابریروژه خوانده می‌شوند که می‌توانند منجر به تغییرات وسیع، بلندمدت یا شاخصی در هویت، ساخت اقتصادی و اجتماعی، نقش و عملکرد شهر شوند (آلتشولر<sup>۶</sup> و لوبروف<sup>۷</sup>، ۲۰۰۳: ۱۹).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

<sup>1</sup> Holjevac

<sup>2</sup> Eccles

<sup>3</sup> Casta

<sup>4</sup> Liu

<sup>5</sup> Wall

<sup>6</sup> Altshuler

<sup>7</sup> Luberoff

خصیصه‌های شش‌گانه‌ی ابرپروژه‌ها عبارتند از: غول‌آسایی، جذابیت، پرهزینه‌گی، بحث‌برانگیزی، پیچیدگی و کنترل (فلائیبرگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۳: ۴). امروزه ابرپروژه‌ها، جزو شگردهای متداول شهرسازی هستند و به دلیل بازتعریف شهر، قراردادادن شهر در جایگاه جهانی و ارتقای خدمات و تسهیلات و درآمدها، وسوسه‌برانگیز هستند. شواهد نشان داده است که درواقع، عصر جدیدی از کلان‌پروژه‌ها در سرتاسر جهان ظهور کرده است (داگلاس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵). ابرپروژه‌ها اغلب با دو رویکرد متفاوت در طرح‌های توسعه‌ی شهری وارد می‌شوند: از یکسو به طرح‌هایی در مقیاس عظیم ساخت و اهمیت زیاد نمادین (مثل ساخت موزه‌ای خاص) و از سوی دیگر طرح‌های بزرگ‌تری با موضوعات پیچیده (مجتمع مسکونی مختلط، تسهیلات حمل‌ونقل و غیره) (اورئوتا<sup>۳</sup> و فاینستین<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸: ۷۶۲).

نظریه‌پردازان مختلف در حوزه‌ی سیاست‌گذاری شهری و برنامه‌ریزی شهری از جمله (جیا<sup>۵</sup> جیا<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۱، استوری<sup>۷</sup> و هامیلتون<sup>۸</sup>، ۲۰۰۴ و پونزینی<sup>۸</sup>، ۲۰۱۱) به بررسی اثرات اثرات مثبت و منفی اجتماعی کلان‌پروژه‌های شهری برای شهر و شهروندان پرداخته‌اند. اثرات منفی این پروژه‌ها را در جمع‌بندی بحث این نظریه‌پردازان می‌توان ایجاد ناعدالتی اجتماعی، مهاجرت جمعیت ساکن، از بین رفتن هویت و شخصیت بافت شهری، انزوای اجتماعی برخی گروه‌ها، منفعت اقتصادی محدودی سرمایه‌گذار، عدم پاسخگویی به نیاز مسکن و اشتغال گروه‌های کم‌درآمد، مقاومت و اعتراضات عمومی و غیره دانست.

#### آثار توسعه‌ی گردشگری در مناطق شهری

تأثیرات گردشگری در شهرها به آسانی قابل رؤیت است. امروزه طبقه‌بندی‌های مختلفی از آثار گردشگری به چشم می‌خورد که یکی از رایج‌ترین آنها، در چهار بعد اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، کالبدی و زیست‌محیطی مورد توجه است (نجفی کانی، ۲۰۰۹: ۳). الف- آثار اقتصادی توسعه‌ی گردشگری در مناطق شهری: مهم‌ترین اثر توسعه‌ی این صنعت، ایجاد اشتغال و درآمد است (کاظمی، ۱۳۸۷: ۹۷). اگرچه آثار مثبت اقتصادی توسعه‌ی

<sup>1</sup> Flyvbjerg  
<sup>2</sup> Douglass  
<sup>3</sup> Orueta  
<sup>4</sup> Fainstein  
<sup>5</sup> Jia  
<sup>6</sup> Storey  
<sup>7</sup> Hamilton  
<sup>8</sup> Ponzini

گردشگری انکار ناپذیر است؛ ولی جذابیت این آثار نباید ما را از توجه به تبعات منفی گسترش بی‌رویه‌ی این صنعت باز دارد. به موازات رشد گردشگری، رفتارها و طرز برخورد‌های ساکنان بومی کشور نسبت به گردشگری تغییر می‌کند. قیمت زمین به علت ایجاد تأسیسات و امکانات توریستی افزایش پیدا می‌کند و به جای بهره‌گیری از زمین و ملک برای احداث مدارس، بیمارستان‌ها، فضای سبز و سایر ضروریات شهری، تأسیس هتل‌ها و تسهیلات توریستی در اولویت قرار می‌گیرد (آیکاس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵: ۱۹).

ب- آثار اجتماعی و فرهنگی توسعه‌ی گردشگری در مناطق شهری: گردشگری و مسافرت در نظام ارزش‌های افراد و جامعه، الگوی رفتاری، ساختارهای اجتماعی، سبک و کیفیت زندگی جامعه‌ی میزبان و گردشگران تأثیرگذار است (هال<sup>۲</sup> و پیچ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۱: ۱۲۶). در بررسی آثار منفی توسعه‌ی گردشگری بر فرهنگ جوامع، به تجاری شدن یا کالایی شدن فرهنگ جامعه‌ی میزبان اشاره می‌شود؛ (دیناری، ۱۳۸۴: ۳۹۲) و از آثار مثبت آن، اول این که گردشگری فرهنگ جامعه‌ی میزبان را به سایر جوامع و فرهنگ‌ها معرفی می‌کند و دوم اینکه صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می‌کند تا فرهنگ خود را به طور مستقیم و بدون واسطه و به شکل واقعی به علاقمندان عرضه کنند (لاچو<sup>۴</sup>، ۲۰۰۱: ۸۷۱).

ج- آثار زیست‌محیطی توسعه‌ی گردشگری در مناطق شهری: از پیامدهای مثبت توسعه‌ی گردشگری به افزایش گرایش‌های زیباشناختی و بهره‌مندی معنوی از شگفتی‌های جهان طبیعت، اختصاص بخشی از درآمدهای گردشگری به محافظت از جذابیت‌های طبیعی، حفظ منابع طبیعی و ایجاد پارک‌های ملی، بهبود سیستم‌های مدیریت ضایعات و ترویج حساسیت و آگاهی نسبت به سیستم‌های اکولوژیکی اشاره داشت (زاهدی، ۱۳۸۵: ۴۹). متأسفانه گسترش بی‌رویه‌ی توسعه‌ی گردشگری نیز مانند هر فعالیت لجام‌گسیخته بشری، پیامدهای منفی گردشگری برای محیط، که به سه بخش عمده شامل مصرف منابع، رفتارهای ساکنان و گردشگران در قبال محیط و آلودگی تقسیم می‌شود (گون<sup>۵</sup> و وار<sup>۶</sup>، ۲۰۰۲: ۷۷).

د- آثار کالبدی توسعه‌ی گردشگری در مناطق شهری: از پیامدهای مثبت توسعه‌ی گردشگری می‌توان به احیای بافت‌های فرسوده و تاریخی، جلب سرمایه‌گذاری غیرمحلی و توسعه‌ی تأسیسات زیرساختی و رفاهی اشاره نمود. از سوی دیگر توسعه‌ی گردشگری بدون برنامه، باعث فرسودگی زودرس بافت می‌شود (بمانیان، ۱۳۸۸: ۲۵۹).

<sup>1</sup> Aykac

<sup>2</sup> Hall

<sup>3</sup> Page

<sup>4</sup> Low Ch

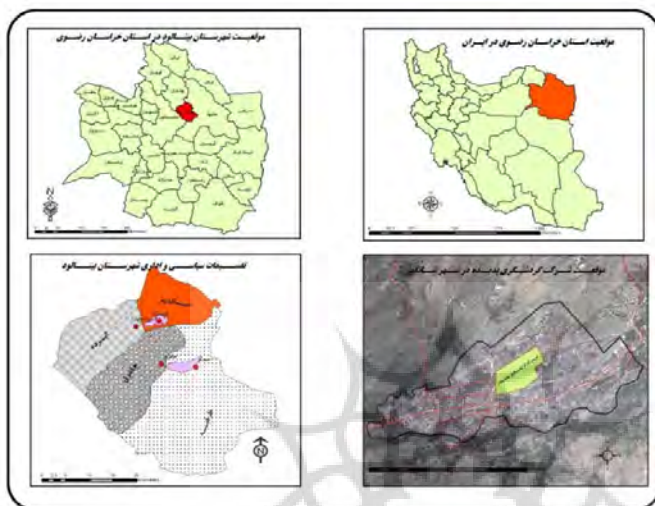
<sup>5</sup> Gunn

<sup>6</sup> Var

## روش‌شناسی

### معرفی منطقه‌ی مورد مطالعه

شهر شاندیز با عرض جغرافیائی ۳۶ درجه و ۲۳ دقیقه و طول جغرافیائی ۵۹ درجه و ۱۷ دقیقه و ارتفاع متوسط ۱۴۰۰ متر از سطح دریا در دشت بین کوه‌های هزار مسجد و بینالود و در فاصله ۱۵ کیلومتری غرب شهر مشهد قرار گرفته است و به علت قرارگرفتن در دامنه‌های شمالی ارتفاعات بینالود و برخورداری از آب وهوای معتدل، آب فراوان و باغ‌های وسیع و مناظر طبیعی دیدنی به‌عنوان کانون عمده‌گذاران اوقات فراغت از سرتاسر ایران و جهان است (استانداری خراسان رضوی، ۱۳۹۲).



شکل (۱): موقعیت منطقه‌ی مورد مطالعه

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۲

این شهر در سال ۱۳۹۰ دارای جمعیتی نزدیک بر ۱۰۴۲۸ نفر بوده است. از لحاظ تقسیمات سیاسی کشور، مرکز بخش شاندیز در شهرستان بینالود به شمار می‌رود و به لحاظ مدیریتی نیز، هم اکنون به‌وسیله‌ی شهرداری اداره می‌شود (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۱).

### تکنیک‌های تحقیق

روش تحقیق در این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، تجربی و در بخشی از آن توصیفی- تحلیلی است. بخشی از داده‌های تحقیق از طریق مطالعات میدانی و با ابزار پرسش‌نامه و مصاحبه و بخشی دیگر از داده‌های مورد نیاز مانند چارچوب نظری- مفهومی پژوهش، اسناد و مدارک و سرشماری‌ها از طریق روش کتابخانه‌ای به دست آمده است. برای



بررسی آثار شرکت گردشگری پدیده بر شهر شاندیز، از نظرات ۱۸ نفر از کارشناسان (۹ نفر از شرکت پدیده و ۹ نفر از ادارات و نهادها) استفاده گردید که با مراجعه به سازمان و نهادهای ذی‌ربط پرسش‌نامه‌ی مربوطه تکمیل و اطلاعات مورد نظر به دست آمد. لازم به ذکر است، قبل از تدوین پرسش‌نامه، طی چند جلسه مصاحبه، آثار کلی شرکت پدیده بر توسعه‌ی شهر شاندیز به دست آمده و سپس اقدام به تدوین پرسش‌نامه گردید. پس از جمع‌آوری اطلاعات، به منظور بررسی آثار شرکت گردشگری پدیده با استفاده از روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی<sup>۱</sup> و با کمک نرم‌افزار Expert Choice مقایسه‌های زوجی، تولید سلسله‌مراتب، محاسبه‌ی اوزان و میزان ناسازگاری در فرایند سلسله‌مراتبی محاسبه گردید. برای انجام تحلیل مقایسه‌ای بین دو گروه کارشناسان شرکت پدیده و کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی با استفاده از آزمون تی دو نمونه‌ای از نرم‌افزار SPSS کمک گرفته شد. با توجه به سؤالات تحقیق، فرضیات زیر ارائه می‌شود:

- به نظر می‌رسد حضور شرکت گردشگری پدیده در کوتاه‌مدت بیشترین تأثیر را در ابعاد اقتصادی توسعه‌ی شهر شاندیز بر جای گذاشته است.
- به نظر می‌رسد تفاوتی بین نظرات افراد شاغل در این شرکت و کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی در زمینه‌ی پیامدهای حضور شرکت گردشگری پدیده در شهر شاندیز وجود ندارد.

شناخت بهتر و دقیق‌تر از وضعیت مکان‌های جغرافیایی در زمینه‌های مختلف در سطوح متفاوت مستلزم دسترسی به اطلاعات کامل و پردازش شده از مکان‌های مورد نظر است. برای نیل به این مهم از یک‌سری شاخص‌ها استفاده می‌شود که می‌توانند سطحی از رشد و توسعه‌ی مکان‌های جغرافیایی را بر اساس معیارهای انتخاب شده نشان دهند (کلانتری، ۱۳۸۲: ۱۱۲). در این تحقیق، بررسی آثار شرکت گردشگری پدیده در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و کالبدی و زیست‌محیطی به کمک ۱۵ شاخص مورد ارزیابی قرار گرفت.

<sup>1</sup> Analytic Hierarchy Process(AHP)

جدول (۱): متغیرها و شاخص‌های اثرگذاری شرکت گردشگری پدیده بر توسعه‌ی شهر شان‌دیز

متغیر	شاخص	معرف‌ها
اقتصادی	اشتغال‌زایی	ایجاد فرصت‌های اشتغال جدید در شهر شان‌دیز به صورت مستقیم و غیرمستقیم
	درآمدزایی	ارتقاء سطح درآمدی ساکنین شهر شان‌دیز با ایجاد ارزش افزوده‌ی زمین و مسکن و رونق فعالیت‌های تجاری به طور خاص واحدهای پذیرایی و اقامتی
	سرمایه‌گذاری	سرمایه‌گذاری توسط افراد بومی و غیر بومی در شهر شان‌دیز
	تغییرات قیمت زمین و مسکن	تأثیر شرکت پدیده بر افزایش و کاهش قیمت زمین و مسکن
اجتماعی	افزایش جمعیت	افزایش جمعیت در اثر حضور نیروی کار جدید و اقامت در شهر و کاهش مهاجرت از شهر به علت ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و رونق اقتصادی
	جذب گردشگر	تأثیر شرکت پدیده بر جذب گردشگر و افزایش مدت اقامت در شهر شان‌دیز
	جذب نیروی کار ماهر	ایجاد تقاضا برای جذب نیروی کار متخصص جهت انجام پروژه‌های بزرگ در بخش‌های مختلف اقتصادی
	رضایت‌مندی شهروندان	رضایت‌مندی ساکنین شهر شان‌دیز از فعالیت‌های شرکت گردشگری پدیده‌ی شان‌دیز
	امنیت اجتماعی شهروندان	رضایت‌مندی شهروندان شان‌دیزی از حضور و سکونت افراد غیر بومی در شهر
	کالبدی	توسعه‌ی فیزیکی شهر
توسعه‌ی حمل‌ونقل شهری		افزایش زیرساخت‌های حمل‌ونقل و افزایش شبکه‌ی معابر شهری
بهبود زیرساخت‌های شهری		سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های شهری در نتیجه‌ی حضور شرکت پدیده
زیست محیطی		آلودگی‌های محیطی
	عدم بهره‌برداری اصولی از زمین در شهر	تأثیراتی که شرکت پدیده بر استفاده از زمین در شهر شان‌دیز داشته است (توسعه‌ی ساخت وسازهای بدون برنامه و عدم رعایت اصول و معیارهای زیست‌محیطی در ساخت‌وسازها و تخریب زمین)
	تغییر چشم‌انداز طبیعی	تغییرات صورت مستقیم یا غیرمستقیم شرکت پدیده از طریق تأثیر بر عملکرد شهر بر روی چشم‌اندازهای طبیعی

مأخذ: نتایج تحقیق حاضر، ۱۳۹۲

### چارچوب روش تحلیل سلسله‌مراتبی سیستم‌ها (AHP)

فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی به‌عنوان یکی از معروف‌ترین فنون تصمیم‌گیری چندمنظوره‌ی<sup>۱</sup> روشی است منعطف، قوی و ساده که برای تصمیم‌گیری در شرایطی که معیارهای تصمیم‌گیری متضاد انتخاب بین گزینه‌ها را با مشکل مواجه می‌سازد، مورد استفاده قرار می‌گیرد. این روش ارزیابی چند معیاری، ابتدا در سال ۱۹۷۰ به‌وسیله‌ی توماس ال ساعتی پیشنهاد گردید و تاکنون کاربردهای متعددی در علوم مختلف داشته است (آلدیان<sup>۲</sup> و تیلور<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵: ۴). این فرآیند یکی از جامع‌ترین نظام‌های طراحی شده برای تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه است؛ زیرا در آن امکان در نظر گرفتن معیارهای مختلف کمی و کیفی در مسئله وجود دارد. علاوه بر این روش مذکور بر مبنای مقایسه‌ی زوجی بنا نهاده شده است که قضاوت و محاسبات را تسهیل می‌کند (شاهین، ۱۳۸۷: ۱۵۴). مزیت اصلی فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی آن است که به محققان کمک می‌کند تا یک مسأله‌ی پیچیده به صورت ساختار سلسله‌مراتبی به اجزایی تقسیم شوند (شاو<sup>۴</sup> و همکاران، ۱۹۸۵) و سپس به طرز منطقی وزن‌دهی می‌شوند که عوامل مختلف به ترتیب اهمیتشان اولویت‌بندی می‌شوند (احمدی و همکاران، ۱۳۸۲: ۳۲۳).

در انجام روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی مراحل زیر به اجرا گذاشته می‌شود:

- ۱- ایجاد ساختار سلسله‌مراتبی،
  - ۲- محاسبه وزن (ضریب) اهمیت شاخص‌ها،
  - ۳- محاسبه وزن (ضریب) اهمیت زیر شاخص‌ها،
  - ۴- تعیین امتیاز نهایی ظرفیت‌ها (گزینه‌ها)؛ (پور طاهری، ۱۳۸۹، ۸۲).
- در این مقاله، کاربرد مشخصی از این روش در گردشگری شهری، یعنی اثرگذاری شرکت پدیده بر توسعه‌ی شهر شانددیز مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی با توجه به سادگی، انعطاف‌پذیری، به‌کارگیری معیارهای کیفی و کمی به طور هم‌زمان و نیز قابلیت بررسی سازگاری در قضاوت‌ها می‌تواند در بررسی موضوعات مربوط به برنامه‌ریزی گردشگری نیز کاربرد داشته باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

<sup>1</sup> Multi Attribution Decision Making

<sup>2</sup> Aldian

<sup>3</sup> Taylor

<sup>4</sup> Shaw

## یافته‌های تحقیق

## بررسی آثار اقتصادی شرکت گردشگری پدیده در توسعه‌ی شهر شاندیز

گردشگری شهری در کوتاه‌مدت بیشترین تأثیر را بر روی ابعاد اقتصادی هر جامعه خواهد داشت. در این بخش با توجه به ضرورت بررسی اثر اقتصادی گردشگری در شهر شاندیز، چهار شاخص اشتغال‌زایی، درآمدزایی، سرمایه‌گذاری و تغییرات در بازار زمین و مسکن و رونق آن، از سوی کارشناسان مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج تحقیق پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها و تحلیل آن‌ها نشان می‌دهد که در مجموع شاخص ایجاد فرصت‌های اشتغال جدید در شهر به صورت مستقیم و غیرمستقیم (اشتغال‌زایی) با ضریب  $0/365$  بیشترین و شاخص روند سرمایه‌گذاری توسط افراد بومی و غیربومی در شهر شاندیز (سرمایه‌گذاری) با ضریب  $0/179$  کمترین تأثیر را بر جای گذاشته است. بنابراین، در کوتاه‌مدت حضور شرکت گردشگری پدیده توانسته است در امر اشتغال‌زایی برای اهالی شاندیز تا حدودی موفق عمل نماید، هرچند به اذعان برخی از اهالی و متصدیان شرکت پدیده بسیاری از شاغلان ماهر و نیمه‌ماهر در پروژه‌های عمرانی شرکت از سایر نواحی کشور به این شهر آمده‌اند. نرخ سازگاری ماتریس‌ها در مجموع کمتر از  $0/1$  بوده و نتایج آن قابل تعمیم خواهد بود.

در مقایسه‌ی نظرات کارشناسان شرکت گردشگری پدیده کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی شاهد اختلاف نظری در بین آن‌ها در زمینه‌ی اثرگذاری شاخص‌های اقتصادی خواهیم بود به نحوی که کارشناسان سازمان‌ها بیشترین درصد اثرگذاری را به تأثیر شرکت پدیده بر افزایش قیمت زمین و مسکن با  $34/4$  درصد اختصاص داده‌اند درحالی‌که کارشناسان شرکت به شاخص اشتغال‌زایی با  $48/6$  درصد بیشترین اهمیت را داده‌اند. درنهایت، با توجه به این‌که شهر شاندیز دارای استعدادهای گردشگری است؛ اما به دلیل ضعف بنیعی مالی در میان اقشار بومی این شهر و عدم اطلاع از ارزش واقعی این قابلیت، نداشتن فرهنگ توریست‌مداری، عدم بودجه‌ی کافی شهرداری و سازمان‌های ذی‌ربط تاکنون اقدام جدی در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری در این شهر انجام نشده است که امید می‌رود با حضور شرکت پدیده این امر به وقوع بپیوندد.

جدول (۲): ضریب اهمیت شاخص‌های اقتصادی با توجه به نظرات کارشناسان

شاخص	کارشناسان شرکت گردشگری پدیده			کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی			کل کارشناسان	
	رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	رتبه	درصد
اشتغال‌زایی	۱	۴۸.۶	۰.۴۸۶	۲	۲۴.۳	۰.۲۴۳	۱	۳۶.۵
درآمدزایی	۴	۱۴.۶	۰.۱۴۶	۳	۲۳.۱	۰.۲۳۱	۳	۱۸.۸
سرمایه‌گذاری	۳	۱۷.۰	۰.۱۷۰	۴	۱۸.۸	۰.۱۸۸	۴	۱۷.۹
تغییرات قیمت زمین و مسکن	۲	۱۹.۸	۰.۱۹۸	۱	۳۴.۴	۰.۳۴۴	۲	۲۷.۱
جمع		۱۰۰	۱		۱۰۰	۱		۱۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق حاضر، ۱۳۹۲

### بررسی آثار اجتماعی و فرهنگی شرکت گردشگری پدیده در توسعه‌ی شهر شانددیز

در این بخش با توجه به ضرورت بررسی اثر اجتماعی و فرهنگی شرکت گردشگری پدیده در شهر شانددیز، پنج شاخص افزایش جمعیت، جذب گردشگر، جذب نیروی کار ماهر، رضایت‌مندی شهروندان و امنیت اجتماعی آنان، از سوی کارشناسان مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج تحقیق پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها و تحلیل آن‌ها نشان می‌دهد که در مجموع شاخص تأثیر شرکت پدیده بر جذب گردشگر و افزایش مدت اقامت در شهر شانددیز (جذب گردشگر) با ضریب ۰/۲۸۰ بیشترین و شاخص ایجاد تقاضا برای جذب نیروی کار متخصص جهت انجام پروژه‌های بزرگ در بخش‌های مختلف اقتصادی (جذب نیروی کار ماهر) با ضریب ۰/۱۴۶ کمترین تأثیر را بر جای گذاشته است. بنابراین، در کوتاه‌مدت حضور شرکت گردشگری پدیده توانسته است در امر جذب گردشگر برای شهر شانددیز تا حدودی موفق عمل نماید و روند فعلی حضور شاغلان ماهر و نیمه ماهر را در پروژه‌های عمرانی شرکت را توجیه نماید.

جدول (۳): ضریب اهمیت شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی با توجه به نظرات کارشناسان

شاخص	کارشناسان شرکت گردشگری پدیده			کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی			کل کارشناسان	
	رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	رتبه	درصد
افزایش جمعیت	۲	۱۹.۹	۰.۱۹۹	۱	۳۰.۶	۰.۲۵۳	۲	۲۵.۳
جذب گردشگر	۱	۳۴.۵	۰.۳۴۵	۳	۲۱.۶	۰.۲۱۶	۱	۲۸.۰
جذب نیروی کار ماهر	۴	۱۳.۷	۰.۱۳۷	۵	۱۵.۴	۰.۱۵۴	۵	۱۴.۶
رضایت‌مندی شهروندان	۳	۱۸.۳	۰.۱۸۳	۴	۱۶.۱	۰.۱۶۱	۴	۱۷.۲
امنیت اجتماعی شهروندان	۵	۱۳.۵	۰.۱۳۵	۲	۲۲.۵	۰.۱۸۰	۳	۱۸.۰
جمع		۱۰۰	۱		۱۰۰	۱		۱۰۰

مأخذ: محاسبات تحقیق حاضر، ۱۳۹۲

در مقایسه‌ی نظرات کارشناسان شرکت گردشگری پدیده کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی شاهد اختلاف نظری ناچیز در بین آن‌ها در زمینه‌ی اثرگذاری شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی خواهیم بود به نحوی که کارشناسان سازمان‌ها بیشترین درصد اثرگذاری را به تأثیر شرکت پدیده بر افزایش جمعیت با ۳۰/۶ درصد اختصاص داده‌اند در حالی که کارشناسان شرکت به شاخص جذب گردشگر با ۳۴/۵ درصد بیشترین اهمیت را داده‌اند. در نهایت، به دلیل این که تا به حال شهر شاندیز، شهری کوچک که فقط افراد بومی در آن ساکن بوده‌اند و فرهنگ بومی و سنتی بر آن حاکم بوده است، اما با حضور شرکت و سکونت افراد گوناگون با فرهنگ‌ها و مهارت‌های مختلف، زمینه‌ساز تبادل اطلاعات بین شهروندان بومی و غیربومی شده است و با مدیریتی کارآمد می‌تواند بستری برای توسعه‌ی آینده شهر شاندیز فراهم نماید.

#### بررسی آثار کالبدی- فضایی شرکت گردشگری پدیده در توسعه‌ی شهر شاندیز

در این بخش با توجه به ضرورت بررسی اثر کالبدی و فضایی شرکت گردشگری پدیده در شهر شاندیز، سه شاخص توسعه‌ی بافت فیزیکی شهر، توسعه‌ی حمل‌ونقل شهری و بهبود زیرساخت‌های شهری، از سوی کارشناسان مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج تحقیق پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها و تحلیل آن‌ها نشان می‌دهد که در مجموع شاخص افزایش ساخت و سازها، توسعه‌ی کالبدی شهر و تغییرات کاربری (توسعه‌ی بافت فیزیکی شهر) با ضریب ۰/۴۵۳

بیشترین و شاخص افزایش زیرساخت‌های حمل‌ونقل و افزایش شبکه‌ی معابر شهری (توسعه‌ی حمل‌ونقل شهری) با ضریب ۰/۱۶۹ کمترین تأثیر را بر جای گذاشته است. بنابراین، در کوتاه‌مدت حضور شرکت گردشگری پدیده در این شهر توانسته است در امر توسعه‌ی بافت فیزیکی شهر شاندیز تأثیر قابل توجهی برجای گذارد.

جدول(۴): ضریب اهمیت شاخص‌های کالبدی و فضایی با توجه به نظرات کارشناسان

کل کارشناسان			کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی			کارشناسان شرکت گردشگری پدیده			شاخص
رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	
۱	۴۵.۳	۰.۴۵۳	۱	۴۶.۳	۰.۴۶۳	۱	۴۴.۴	۰.۴۴۴	توسعه‌ی بافت فیزیکی شهر
۳	۱۶.۹	۰.۱۶۹	۳	۲۱.۶	۰.۲۱۶	۳	۱۲.۱	۰.۱۲۱	توسعه‌ی حمل‌ونقل شهری
۲	۳۷.۸	۰.۳۷۸	۲	۳۲.۱	۰.۳۲۱	۲	۴۳.۴	۰.۴۳۴	بهبود زیرساخت‌های شهری
	۱۰۰	۱		۱۰۰	۱		۱۰۰	۱	جمع

مأخذ: محاسبات تحقیق حاضر، ۱۳۹۲

در مقایسه‌ی نظرات کارشناسان شرکت گردشگری پدیده کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی، اختلاف نظری بین آن‌ها در زمینه‌ی اثرگذاری شاخص‌های کالبدی- فضایی وجود ندارد و هر دو گروه بیشترین اثرگذاری را به توسعه‌ی بافت فیزیکی شهر معطوف نموده‌اند. درنهایت، به دلیل رونق اقتصادی به وجود آمده در این شهر در پی خرید زمین توسط شرکت پدیده از مالکین قدیمی و افزایش درآمدهای گردشگری که یا به‌وسیله‌ی خود شرکت پدیده و یا به طور غیرمستقیم از طریق سرمایه‌ی تزریق‌شده‌ی این شرکت به وجود آمده است، بافت قدیمی و سنتی این شهر به‌سرعت در حال تغییر و یا بازسازی و یا تخریب است و خیابان‌های این شهر قدیمی (معر اصلی) گنجایش این ترافیک و حمل‌ونقل را ندارد و زمینه‌ساز افزایش نارضایتی در بین شهروندان خواهد شد.

#### بررسی آثار زیست‌محیطی شرکت گردشگری پدیده در توسعه‌ی شهر شاندیز

در این بخش با توجه به ضرورت بررسی اثرات زیست‌محیطی شرکت گردشگری پدیده در شهر شاندیز، سه شاخص آلودگی‌های محیطی، بهره‌برداری اصولی از زمین در شهر و تغییر چشم‌انداز طبیعی، از سوی کارشناسان مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج تحقیق پس از تکمیل

پرسش‌نامه‌ها و تحلیل آن‌ها نشان می‌دهد که در مجموع شاخص توسعه‌ی ساخت‌وسازهای بدون برنامه و عدم رعایت اصول و معیارهای زیست‌محیطی در ساخت و سازها و تخریب زمین در اثر حضور شرکت پدیده (عدم بهره‌برداری اصولی از زمین در شهر) با ضریب ۰/۳۴۹ بیشترین و شاخص تغییراتی که شرکت پدیده به صورت مستقیم یا غیر مستقیم از طریق تأثیر بر عملکرد شهر بر روی چشم‌اندازهای طبیعی داشته است (تغییر چشم‌انداز طبیعی) با ضریب ۰/۲۹۹ کمترین تأثیر را بر جای گذاشته است. بنابراین، حضور شرکت گردشگری پدیده در کوتاه‌مدت در این شهر سبب شده است تا بر تغییر روند بهره‌برداری از زمین در شهر شانديز تأثیر زیادی برجای گذارد.

جدول (۵): ضریب اهمیت شاخص‌های زیست‌محیطی با توجه به نظرات کارشناسان

کل کارشناسان			کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی			کارشناسان شرکت گردشگری پدیده			شاخص
رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	
۲	۳۴.۹	۰.۳۴۹	۱	۴۲.۳	۰.۴۲۳	۲	۲۷.۵	۰.۲۷۵	آلودگی‌های محیطی
۱	۳۵.۲	۰.۳۵۲	۳	۲۳.۹	۰.۲۳۹	۱	۴۶.۴	۰.۴۶۴	عدم بهره‌برداری اصولی از زمین در شهر
۳	۲۹.۹	۰.۲۹۹	۲	۳۳.۷	۰.۳۳۷	۳	۲۶.۱	۰.۲۶۱	تغییر چشم‌انداز طبیعی
	۱۰۰	۱		۱۰۰	۱		۱۰۰	۱	جمع

مأخذ: محاسبات تحقیق حاضر، ۱۳۹۲

در مقایسه‌ی نظرات کارشناسان شرکت گردشگری پدیده کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی شاهد اختلاف نظری ناچیز در بین آن‌ها در زمینه‌ی اثرگذاری شاخص‌های زیست‌محیطی خواهیم بود به نحوی که کارشناسان سازمان‌ها بیشترین درصد اثرگذاری را به تأثیر شرکت پدیده بر افزایش آلودگی‌های طبیعی با ۴۲/۳ درصد اختصاص داده‌اند در حالی که کارشناسان شرکت به شاخص عدم بهره‌برداری اصولی از زمین در شهر با ۴۶/۴ درصد بیشترین اهمیت را داده‌اند. درنهایت، به دلیل این که در حال حاضر آلودگی‌های زیادی از طرف این شرکت به دلیل ساخت و سازهای وسیع و پرسرعت به این شهر تحمیل شده است. از جمله‌ی



این آلودگی‌ها می‌توان به آلودگی صوتی و آلودگی هوا که از طریق ماشین‌آلات این شرکت در حمل‌ونقل مصالح و غیره به وجود آمده و یا منظره‌های نامناسب که ساخت و سازهای نیمه‌تمام و در حال ساخت به وجود آورده‌اند، نام برد.

#### بررسی اثرات شرکت گردشگری پدیده در توسعه‌ی شهر شاندیز

در این بخش، اثرات حضور شرکت گردشگری پدیده در چهار بعد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، کالبدی و فضایی و زیست‌محیطی، از سوی کارشناسان مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج تحقیق پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها و تحلیل آن‌ها نشان می‌دهد که در مجموع متغیر تغییرات اقتصادی با ضریب  $0/545$  بیشترین و متغیر تغییرات زیست‌محیطی با ضریب  $0/082$  کمترین تأثیر را بر جای گذاشته است.

جدول (۶): ضریب اهمیت شاخص‌های زیست‌محیطی با توجه به نظرات کارشناسان

کل کارشناسان			کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی			کارشناسان شرکت گردشگری پدیده			شرح
رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	رتبه	درصد	وزن شاخص‌ها	
۱	۵۴.۵	۰.۵۴۵	۱	۵۰.۹	۰.۵۰۹	۱	۵۸.۰	۰.۵۸۰	اقتصادی
۲	۲۴.۶	۰.۲۴۶	۲	۲۵.۷	۰.۲۵۷	۲	۲۳.۴	۰.۲۳۴	اجتماعی
۳	۱۲.۸	۰.۱۲۸	۳	۱۳.۸	۰.۱۳۸	۳	۱۱.۷	۰.۱۱۷	کالبدی
۴	۸.۲	۰.۰۸۲	۴	۹.۵	۰.۰۹۵	۴	۶.۹	۰.۰۶۹	زیست‌محیطی
	۱۰۰	۱		۱۰۰	۱		۱۰۰	۱	جمع
CR=۰/۰۵			CR=۰/۰۶			CR=۰/۰۷			ضریب سازگاری

مأخذ: محاسبات تحقیق حاضر، ۱۳۹۲

بنابراین، حضور شرکت گردشگری پدیده در کوتاه‌مدت توانسته است تغییرات اقتصادی خود را در محیط شهری شاندیز نمایان کند. در مقایسه‌ی نظرات کارشناسان شرکت گردشگری پدیده کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی شاهد اختلاف نظری بین آنان در زمینه‌ی اثرگذاری پیامدهای حضور شرکت پدیده در شهر شاندیز وجود ندارد و هر دو گروه بر وزن بیشتر تغییرات اقتصادی در پی حضور شرکت پدیده در شهر شاندیز تأکید داشته‌اند. درنهایت با وجود ضریب سازگاری بین  $0/05$  تا  $0/07$  نتایج تحقیق از قطعیت خوبی برخوردار است.

### تحلیل مقایسه‌ی نظرات کارشناسان شرکت پدیده و سازمان‌ها در زمینه‌ی اثرات شرکت گردشگری پدیده

بعد از رسیدن به این نتیجه که شرکت گردشگری پدیده در کدام ابعاد بیشترین تأثیر را بر توسعه‌ی شهری شاندیز برجای گذاشته است، در این مرحله با استفاده از آزمون تی دونمونه‌ای قصد داریم تفاوت بین نظرات کارشناسان شرکت پدیده و کارشناسان حاضر در سازمان و نهادهای دولتی و غیر دولتی را با یکدیگر مورد مقایسه قرار دهیم. برای این منظور وزن‌های متغیرها و شاخص‌های هر کدام از این دو گروه را که با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice به دست آمده است، از طریق تحلیل واریانس و آزمون تی دونمونه‌ای و با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل و مقایسه قرار داده شد.

جدول (۷): تحلیل مقایسه‌ای نظرات کارشناسان دو گروه با استفاده از آزمون تی دونمونه‌ای

شاخص‌ها	نوع فرض	آماره T	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین تفاوت‌ها	آزمون لون	
						F	سطح معناداری
اشتغال‌زایی	برابری واریانس‌ها	-۲/۶۹۶	۱۶	۰/۰۱۶*	-۰/۳۴۲	۰/۰۱۹	۰/۸۹۲
درآمدزایی	برابری واریانس‌ها	۱/۳۹۴	۱۶	۰/۱۸۲	۰/۰۸۵	۰/۰۱۱	۰/۹۱۸
سرمایه‌گذاری	برابری واریانس‌ها	۰/۳۰۹	۱۶	۰/۷۶۱	۰/۰۱۸	۰/۹۱۸	۰/۳۵۲
تغییرات قیمت زمین و مسکن	برابری واریانس‌ها	۱/۴۹۹	۱۶	۰/۱۵۳	۰/۱۴۷	۱/۶۸	۰/۲۱۳
تغییرات اقتصادی	برابری واریانس‌ها	-۰/۳۱۲	۱۶	۰/۲۰۸	-۰/۰۷۱	۳/۶۱۹	۰/۰۷۵
افزایش جمعیت	برابری واریانس‌ها	۱/۲۵	۱۶	۰/۲۲۹	۰/۱۰۷	۰/۳۹۷	۰/۵۷۳
جذب گردشگر	برابری واریانس‌ها	-۱/۷۹۵	۱۶	۰/۰۹۲	-۰/۱۲۹	۰/۰۰۸	۰/۹۲۸
جذب نیروی کار ماهر	برابری واریانس‌ها	۰/۳۲۳	۱۶	۰/۷۵۱	۰/۰۱۷	۰/۱۴۳	۰/۷۱
رضایت‌مندی شهروندان	برابری واریانس‌ها	-۰/۳۱۱	۱۶	۰/۷۶۰	-۰/۰۲۲	۰/۰۴۷	۰/۸۳۱
امنیت اجتماعی شهروندان	برابری واریانس‌ها	۱/۱۴	۱۶	۰/۳۷۱	۰/۰۸۹	۳	۰/۱۰۲

ادامه جدول (۷): تحلیل مقایسه‌ای نظرات کارشناسان دو گروه با استفاده از آزمون تی دونمونه‌ای

شاخص‌ها	نوع فرض	آماره T	درجه آزادی	سطح معنادار ی	میانگین تفاوت‌ها	آزمون لون	
						F	سطح معناداری
تغییرات اجتماعی و فرهنگی	برابری واریانس‌ها	۰/۵۵۲	۱۶	۰/۵۸۹	۰/۰۲۳	۳۹۰	۰/۵۴۱
توسعه‌ی بافت فیزیکی شهر	برابری واریانس‌ها	۰/۱۵۴	۱۶	۰/۸۸۰	۰/۰۱۸	۱۰۶۶	۰/۱۷۰
توسعه‌ی حمل‌ونقل شهری	عدم برابری واریانس‌ها	۱/۸۲۳	۱۰/۱۷۵	۰/۰۹۸	۰/۰۹۵	۵۸۶	۰/۰۲۱*
بهبود زیرساخت‌های شهری	برابری واریانس‌ها	-۰/۹۰۵	۱۶	۰/۳۷۹	-۰/۱۱۳	۹۰۵	۰/۱۸۷
تغییرات کالبدی-فضایی	برابری واریانس‌ها	۰/۷۹۱	۱۶	۰/۴۴۱	۰/۰۲۱	۵۰۵	۰/۲۳۸
آلودگی‌های محیطی	برابری واریانس‌ها	۱/۱۲۶	۱۶	۰/۲۷۷	۰/۱۴۸	۶۴۳	۰/۴۳۴
عدم بهره‌برداری اصولی از زمین در شهر	عدم برابری واریانس‌ها	-۲/۱۱۱	۱۲/۴۰۵	۰/۰۵۶	-۰/۲۲۴	۸۳۲	۰/۰۰۱*
تغییر چشم‌انداز طبیعی	برابری واریانس‌ها	۰/۶۰۶	۱۶	۰/۵۵۳	۰/۰۷۵	۰۹۳	۰/۷۶۴
تغییرات زیست‌محیطی	برابری واریانس‌ها	۱/۲۴۵	۱۶	۰/۲۳۱	۰/۰۲۶	۸۳۷	۰/۳۷۴

مأخذ: محاسبات تحقیق حاضر، ۱۳۹۲

با توجه به نتایج جدول شماره‌ی ۶، بعد از کنترل نمره‌ی پیش‌آزمون لون، نمره F برای شاخص‌های توسعه‌ی حمل‌ونقل شهری و عدم بهره‌برداری اصولی از زمین معنادار بوده است ( $Sig < 0/05$  = فرضیه یک) یعنی در رابطه با میزان اثرگذاری شرکت پدیده در این شاخص‌ها بین نظرات دو گروه کارشناسان پدیده و سازمان‌ها اختلاف معناداری وجود دارد؛ اما در سایر شاخص‌ها و متغیرها اختلاف معناداری بین این دو گروه مشاهده نگردید.

#### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در جمع‌بندی از این تحقیق می‌توان عنوان نمود که در گذشته بیشتر مردم این منطقه دارای آداب و رسوم سنتی و درآمد آن‌ها بیشتر بر پایه‌ی فعالیت‌های باغداری متمرکز بوده

است، بیلاقی بودن این منطقه برای گردشگران جاذب و زمینه‌ساز نگرانی‌های جدی برای مالکان باغات منطقه (از جهت تخریب باغات و اراضی کشاورزی) شده بود، در نتیجه به ورود گردشگران به این منطقه اقبال چندانی نداشتند و از نظر اجتماعی و اقتصادی محیط تقریباً بسته‌ای را به نمایش می‌گذاشتند. اما با سرمایه‌گذاری عظیم شرکت گردشگری پدیده (بنابر اعلام دفتر این شرکت حجم سرمایه‌گذاری در شهر رویایی پدیده بالغ بر ۴۵۰۰ میلیارد تومان بوده است) در اراضی اطراف شهر کوچک شاندیز (در سمت راست ورودی شهر شاندیز و عموماً بایر و فاقد بهره‌برداری انتفاعی) نقطه‌ی آغاز توسعه و عمران این شهر گردید که همراه با تبلیغات وسیع در سطح ملی، زمینه‌ساز شناسایی و معرفیت این شهر کوچک شد. در ادامه با جذب نیروی کار و سرمایه افراد بومی (۹۰ درصد ساکنان شهر شاندیز سهام‌دار شرکت پدیده هستند) و ورود نیروی کار ماهر و نیمه ماهر غیر بومی بستری مناسب برای ترکیب فرهنگ بومی این شهر با سایر نواحی ایران فراهم گردید. بنابراین، سطح سواد، آگاهی و توانمندی مالی مردم شهر ناشی از درآمد حاصل از فروش مستغلات و درآمدهای غیر مستقیم به سرعت افزایش پیدا نمود و نتایج آن را در بافت کالبدی شهر بر جای گذاشت. به دلیل طولانی بودن روند تغییرات در ابعاد اجتماعی در آینده‌ای نه چندان دور، شاهد تأثیرات حضور شرکت گردشگری پدیده در این شهر خواهیم بود، اما در کوتاه‌مدت با ورود مردم غیر بومی به شهر زمینه‌ی کم شدن امنیت اجتماعی و رشد بزهکاری و ناهنجاری در این منطقه فراهم خواهد شد که باید از طرف مدیران شهری مورد توجه قرار گیرد. در حوزه‌ی زیست‌محیطی نیز به دلیل عمران و آبادانی در اراضی بایر و غیر کشاورزی و تغییر چشم‌انداز آن توسط شرکت پدیده، در آینده‌ای نزدیک چشم‌اندازی جدید برای منطقه ارایه خواهد نمود، اما به دلیل افزایش توانایی مالی مردم بومی و درآمدزایی ناشی از افزایش ساخت و ساز همراه با تخریب باغات و چشم‌اندازهای بکر طبیعی در کوتاه‌مدت تأثیر منفی بر محیط زیست بیلاقی این شهر برجای خواهد گذاشت.

در پایان یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد برای پاسخ به این سؤال که حضور شرکت گردشگری پدیده چه اثراتی را در کوتاه‌مدت بر توسعه‌ی شهر شاندیز بر جای گذاشته است؟ بر پایه‌ی داده‌های حاصل از نظرسنجی از کارشناسان، در بین متغیرهای آثار حضور شرکت گردشگری پدیده، بیشترین ضریب اهمیت به آثار اقتصادی با ۴۵/۵ درصد و کمترین ضریب اهمیت به آثار زیست‌محیطی حضور این شرکت در شهر شاندیز با ۸/۲ درصد بوده است. بنابراین فرضیه‌ی اول تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد. از سوی دیگر برای پاسخگویی به سوال دوم تحقیق، یعنی این که آیا تفاوتی بین نظرات افراد شاغل در این شرکت و کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی در زمینه‌ی پیامدهای حضور شرکت گردشگری پدیده در شهر شاندیز وجود دارد؟ بر اساس آزمون تی دونمونه‌ای بر مبنای تحلیل واریانس‌ها، مشاهده

شد که از بین شاخص‌های ۱۵ گانه و متغیرهای چهارگانه فقط در دو شاخص توسعه‌ی حمل‌ونقل شهری و عدم بهره‌برداری اصولی از زمین فرض عدم برابری واریانس‌ها تأیید شده است. بنابراین در اکثر قریب به اتفاق شاخص‌ها و تمام متغیرها اختلاف معناداری بین نظرات دو گروه کارشناسان وجود ندارد و در نتیجه فرضیه‌ی دوم مورد تأیید قرار می‌گیرد. با توجه به بررسی‌های انجام شده در طی روند پژوهش و نتایج به‌دست‌آمده، پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

- در بعد اقتصادی، چنانچه رویکرد شرکت گردشگری پدیده بر جذب نیروی کار بومی قرار گیرد و عوارض ناشی از فعالیت این شرکت و واحدهای تابعه به نفع مدیریت و عمران شهری هزینه گردد، می‌توان به آینده‌ی اقتصادی شهر امیدواری بیشتری داشت.
- توجه به شهر شاندیز به‌عنوان محیطی آرام و دارای امنیت اجتماعی و اقتصادی تحت عنوان برند شهر آرامش، با این هدف که زمینه جذب گردشگر بیشتر به این منطقه را فراهم نماید.
- با توجه به گرانی زمین و مسکن در آینده، بافت جمعیتی شهر شاندیز تغییر خواهد نمود و بافت اجتماعی چندگانه‌ای را به وجود می‌آورد، به طوری که ساکنان بومی شهر در اقلیت قرار خواهند گرفت و زمینه‌ساز تعارضات اجتماعی در منطقه خواهد بود. بنابراین در راستای سناریوی عدالت اجتماعی و توسعه‌ی پایدار، باید توجه بیشتری به ساکنان اصلی شهر معطوف داشت.
- با توجه به این که زیرساخت‌های شهر شاندیز برای سکونت ساکنان فعلی آن طراحی شده است، و جوابگوی بارگذاری پروژه‌های عظیم در حد شرکت گردشگری پدیده نیست، بنابراین، باید زیرساخت‌های شهری با مشارکت بخش خصوصی (شرکت پدیده) و مدیریت شهری در کوتاه‌مدت فراهم شود.
- با توجه به این که ابرپروژه‌ای به نام شرکت گردشگری پدیده در سطح ملی تقریباً منحصربه‌فرد است، تربیت نیروی انسانی ماهر از بین ساکنان اصلی شهر شاندیز برای خدمات رسانی به گردشگران بی‌شماری که در آینده وارد این منطقه خواهند شد، ضروری به نظر می‌رسد و از سوی دیگر زمینه‌ساز رضایت‌مندی شهروندان شاندیزی و گردشگران را فراهم خواهد نمود.
- به دلیل بزرگ بودن پروژه‌ی شرکت پدیده و پدید آوردن مجموعه‌های تفریحی و گذران اوقات فراغت، رفت و آمد به این منطقه روند تصاعدی خواهد داشت که پیامد آن تخریب محیط زیست (کاهش فضاهای بکر طبیعی، تجاوز به حریم رودخانه‌ها، ساخت وساز روی اراضی شیب‌دار) و افزایش آلودگی‌های محیطی خواهد بود. بنابراین توسط مدیران شهری و مجموعه شرکت پدیده باید راهکارهای جهت کاهش این اثرات برداشته شود.

➤ هماهنگی بین سازمان‌های خدمات رسان در حوزه‌ی گردشگری با توجه به ایجاد ظرفیت بالای گردشگری در آینده در سطح منطقه.

### منابع

- ۱) احمدی، حسن، اسماعیلی، اباذر، فیض نیا، سادات و شریعت جعفری، محسن. (۱۳۸۲). پهنه بندی خطر حرکت‌های توده‌ای با استفاده از دو روش رگرسیون چند متغیره (MR) و تحلیل سلسله مراتبی (AHP) در حوضه آبخیز گرمی چای، مجله منابع طبیعی ایران، شماره‌ی ۴، ۳۲۳-۳۳۶.
- ۲) استانداری خراسان رضوی. (۱۳۹۲). آخرین تقسیمات کشوری شهرستان بینالود، مشهد، استانداری خراسان رضوی.
- ۳) استعلاجی، علیرضا و خوش‌نیت بیاتی، محمد. (۱۳۹۱). شناخت توانمندی‌های گردشگری و ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری از دیدگاه جغرافیای کاربردی، مجله انجمن جغرافیای ایران، سال ۱۰، دوره ۳۴، ۲۷۴-۲۵۱.
- ۴) بمانیان، محمدرضا. (۱۳۸۸). مبانی برنامه ریزی و توسعه‌ی گردشگری روستایی، تهران: انتشارات هله.
- ۵) پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی. (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت.
- ۶) پورطاهری، مهدی. (۱۳۸۹). کاربرد روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه در جغرافیا، تهران: انتشارات سمت.
- ۷) تولایی، سیمین. (۱۳۷۳). شهر و پیامدهای زیست‌محیطی آن، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره‌ی ۳۳، ۲۳-۵۵.
- ۸) دیناری، اسماعیل. (۱۳۸۴). گردشگری شهری در ایران و جهان، مشهد: انتشارات واژگان خرد.
- ۹) رضوانی، علی اصغر. (۱۳۷۹). جغرافیا و صنعت گردشگری، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۱۰) زاهدی، شهرام. (۱۳۸۵). مبانی گردشگری و اکوگردشگری پایدار، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

۱۱) شاهین، آرش (۱۳۸۷)، ارزیابی نمایندگی‌های فروش با استفاده از روش تجزیه و تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، فصلنامه آموزشی مهندسی ایران، شماره ۴۰، صص ۱۵۱-۱۷۱.

۱۲) کردی، محمد. (۱۳۸۱). برنامه ریزی گردشگری شهری با تأکید بر توسعه پایدار (شهر تبریز)، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.

۱۳) کاظمی، محمد. (۱۳۸۷). مدیریت گردشگری، تهران: انتشارات سمت.

۱۴) کلانتری، خلیل. (۱۳۸۲). سنجش سطح توسعه روستایی در شهرستان تربت حیدریه، (۷۹-۱۳۶۵)، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۴۳، ۴۱-۵۴.

۱۵) لطفی، صدیقه. (۱۳۸۶). بررسی توسعه گردشگری شهری در تعامل با اکوگردشگری، دو فصلنامه اندیشه جغرافیایی، سال اول، شماره ۱، ۷۳-۹۸.

۱۶) مرکز آمار ایران. (۱۳۹۱)، سرشماری عمومی نفوس و مسکن - شهرستان بینالود در سال ۱۳۹۰، تهران.

۱۷) موحد، علی. (۱۳۸۱). بررسی الگوی فضایی گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر اصفهان)، رساله دکتری، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.

۱۸) موحد، علی. (۱۳۸۴). گردشگری شهری، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید چمران اهواز، سال ۱، شماره ۱، ۷۳-۹۸.

۱۹) موحد، علی. (۱۳۸۶). گردشگری شهری، اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران.

۲۰) نجفی کانی، علی اکبر. (۲۰۰۹). نقش اکوگردشگری در توسعه اقتصادی ساحل دریای کاسپین (مطالعه موردی: استان مازندران)، پنجمین سمینار بین المللی گردشگری، آتن.

۲۱) نوربخش، سیدمرتضی و اکبریور سراسکانرود، محمد. (۱۳۸۹). نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان‌شهرها، مجله اقتصاد شهر (ویژه‌نامه اقتصاد گردشگری شهری)، سال دوم، شماره ۸، ۲۱-۳۴.

22) Aldian, A., & Taylor, M. A. (2005). A Consistent Method to Determine Flexible Criteria Weights for Multi Criteria Transport Project Evaluation in Developing Countries, *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 6, PP: 3948-3963.

- 23) Altshuler, A. A., & Luberoff, D. E. (2003). **Mega-Projects: The Changing Politics of Urban Public Investment**, Brookings Institution Press.
- 24) Aykac .A (2005). Contemporary Patterns of Labor Transformation Evidence from Turkish Tourism Industry. **Thiess**, University of New York.
- 25) Bin, L., Suocheng, D., & Mei, X. (2008). Ecotourism Model and Benefits of Periphery Regions in Western Sichuan Province, **Chinese Journal of Population Resources and Environment**, 6(2), PP: 80-86.
- 26) Breidenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas Vibrant Hope or Impossible Dream? **Tourism Management**, 25(1), PPL 71- 79.
- 27) Douglass, M. (2005). Globalization, Mega-Projects and the Environment: Urban Form and Water in Jakarta, Globalization Research Center and Department of Urban and Regional Planning University of Hawai'i.
- 28) Eccles, G., & Costa, J. (1996). Perspectives on Tourism Development, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 8(7), PP: 44-51.
- 29) Flyvbjerg, B. & Bruzelius, N. & Rothengatter, W. (2003). **Megaprojects and Risk: An anatomy of Ambition**, Cambridge University Press.
- 30) Font, X., & Ahjem, T. E. (1999). Searching for a Balance in Tourism Development Strategies, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 11(2/3), PP: 73-77.
- 31) Gunn, C & Var, T. (2002). **Tourism Planning: Concepts, Basics, And Cases**, New York: Rutledge.
- 32) Hall .C & Page .S (2001). **The Geography of Tourism and Recreation**, New York: Rutledge.
- 33) Hall, P., & Stephan, F. (1994). **Witt and Louie Management Handbook**, Second Edition. New York: Rutledge.
- 34) Holjevac, I. A. (2003). A Vision of Tourism and the Hotel Industry in the 21st Century, **International Journal of Hospitality Management**, 22(2), PP: 129-134.
- 35) Jia, G., Yang, F., Wang, G., Hong, B., & You, R. (2011). A Study of Mega Project from a Perspective of Social Conflict Theory, **International Journal of Project Management**, 29(7), PP: 817-827.
- 36) Kala, C. P., & Maikhuri, R. K. (2011). Mitigating People-Park Conflicts on Resource Use Through Ecotourism: A Case of the Nanda Devi Biosphere Reserve, Indian Himalaya, **Journal of Mountain Science**, 8(1), PP: 87-95.



- 37) Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning Tourism Employment: A Developing Country Perspective, **Tourism Management**, 27 (1), PP: 159-170.
- 38) Low Ch (2001). Urban Tourism: Selected Case Studies, Urban Tourism Project , **Working Paper**, Department of Geography, University of Stanford.
- 39) Moreno, A., & Amelung, B. (2009). Climate Change and Tourist Comfort on Europe's Beaches in summer: A Reassessment, **Coastal Management**, 37(6), PP: 550-568.
- 40) Mowforth, M. & Munt, I. (2003). **Tourism and sustainability: Development and new tourism in the Third World**, London: Routledge.
- 41) Orueta, F. D., & Fainstein, S. S. (2008). The New Mega-Projects: Genesis and Impacts. **International Journal of Urban and Regional Research**, 32(4), PP: 759-767.
- 42) Ponzini, D. (2011). Large Scale Development Projects and Star Architecture in the Absence of Democratic Politics: The Case of Abu Dhabi, UAE, **Cities**, 28(3), PP: 251-259.
- 43) Rosentraub, M. S., & Joo, M. (2009). Tourism and Economic Development: Which Investments Produce Gains for Regions? **Tourism Management**, 30(5), PP: 759-770.
- 44) Shaw, G., Wheeler, D., & Barr, S. (1985). **Statistical Techniques in Geographical Analysis**, New York: Wiley.
- 45) Snaith, T., & Haley, A. (1999). Residents' Opinions of Tourism Development in the Historic City of York, England, **Tourism Management**, 20(5), PP: 595-603.
- 46) Storey, K., & Hamilton, L. C. (2004). **Planning for the Impacts of Megaprojects**, Springer Netherlands, PP: 281-302.
- 47) Telfer, D. and Sharpley, R., (2008), **Tourism and Development in the Developing World**, New York: Rutledge.
- 48) UNWTO, (2007). **Tourism Highlights Edition**, Accepted from [www.unwto.com](http://www.unwto.com).
- 49) World Tourist Organization, (1999). **Tourism highlights 1999**, Madrid: WTO Publication Unit.
- 50) World Tourism Organization. (2006), **Tourism 2020 Vision**, Madrid: WTO Publication Unit.