نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال هفدهم، شماره ۴۶، پاییز ۹۶

ارزیابی شاخص های توسعه گردشگری پایدار شهری
مطالعه موردی « شهر کاشان »

دریافت : ۹۵/۷/۱۶ پذیرش : ۹۶/۴/۲۰

صفحات: ۲۱۴-۱۹۵

محسن شاطریان: دانشیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان.[۱]
shaterian@kashanu.ac.ir
یونس غلامی: استادیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان.
yonesgholami@ymail.com
محمد میرمحمدی: دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه کاشان.
mohammad_geo66@yahoo.com

چکیده

هدف کلی این پژوهش ارزیابی شاخص های توسعه گردشگری شهر کاشان بر اساس ۴ شاخص: آسایش،رقابتی بودن ،فن آوری اطلاعات و ارتباطات و مدیریت خوب گردشگری می باشد . روش پژوهش توصیفی تحلیلی است. جامعه آماری شامل کلیه گردشگرانی است که در سال ۱۳۹۴ به شهر کاشان مسافرت نموده اند، که تعداد کل آن ها برابر ۱۲۴۴۳۰ نفر می باشد. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران تعداد۳۸۲ نفر تعیین گردید. روش جمع آوری داده ها متکی بر برداشت میدانی با استفاده از پرسشنامه بوده است..نتایج تحقیق نشان می دهد که براساس نظر گردشگران میانگین های توسعه گردشگری به این ترتیب می باشند: میانگین اصل آسایش (۳/۱۳)، میانگین اصل رقابت پذیری(۳/۱۸)، اصل مدیریت گردشگری(۳/۱۸)، میانگین اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات(۲/۸۷) می باشد و میانگین کلی شاخص توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران برابر با ۱۲/۴۳ بود که بالاتر از حد میانگین فرضی ۱۲ می باشد، در مجموع فقط اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات کمتر از حد مطلوب بوده است.

کلید واژگان: گردشگری ، شاخص‌های توسعه گردشگری ، کاشان، آزمون T.

۱- نویسنده مسئول : دانشگاه کاشان، گروه جغرافیا و اکوتوریسم. شماره تماس ۰۹۱۳۳۶۱۹۵۷۱

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

مقدمه

گردشگری پدیده‌ای کهن است که بر بنیاد حرکت و جابجایی انسان استوار است. سرشت انسان نیز با سفر و آشنایی با سرزمین‌های دوردست و ساکنان آن آمیخته است(رضوانی، ۱۳۸۹: ۲۶). گردشگری در یک کلیت دربرگیرنده‌ی جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آن‌هاست که در فضاهای جغرافیایی آثار مختلفی برجای می‌نهد. ایجاد درآمد و اشتغال برای ساکنان محلی در عرصه‌ی فضا یکی از این آثار است(فرهودی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۶). گردشگری فعالیتی پاک است که می تواند در حفظ طبیعت برای نسل های آینده مـؤثر باشد و به کشورهای در حال توسعه در حل مشکلاتی نظیر بیکاری و فقر بـا تحرک بخشی به پتانسیل های این کشورها کمک می کنـد. (Holjevac,2003:2). این صنعت به واسـطه ماهیـت خود، فعالیت پیچیده و ترکیبی و مستلزم مشارکت بخش های مختلف و متعدد جامعه است و آثار مثبت ومنفی گسترده ای را نیز در سطوح مختلف برجای می گذارد (مطیعی لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۲:۳) از مهم ترین مقاصد سکونتگاهی گردشگران شهرها هستند و گردشگری شهری نوعی از گردشگری است که شهروندان علاقه مند به جاذبه های فرهنگی ، تاریخی و مذهبی و طبیعی بخشی از اوقات فراغت خود را در این مکان ها می گذرانند.(Higham & Lueck , 2002 :39). همچنین عوامل مهم در توسعه صنعت گردشگری شامل گردشگران، مردم منطقه و ویژگی های مقصد می باشد (بیگی فیروزی،۲۴:۱۳۹۰).گردشگری می‌تواند با ایجاد فرصت هایی برای اشتغال و کسب درآمد برای ساکنین محلی و توسعه ساختارهای زیربنایی امکان توسعه ی پایدار و یکپارچه شهری را فراهم آورد (رحمانی و همکاران ، ۱۴:۱۳۸۹).امروزه تجربه نشان داده است هر کجا گردشگری به طور اتفاقی و بدون برنامه ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد،مشکلات زیست محیطی و اجتماعی متعددی به وجود می آورد و در دراز مدت مشکلات گردشگری بیشتر از فوایدش می شود(رکن الدین افتخاری و مهدوی ،۳:۱۳۸۵).بنابراین لازم است تا بتوان راهبردهای هماهنگ شده ای را جهت توسعه سازمانی تدوین نمود که با شرایط و الزامات قابل پیش بینی و غیر قابل پیش بینی سال های آینده منطبق و سازگار باشد(بهرامی و همکاران ۱۲:۱۳۸۹). با توجـه بـه اینکـه ضـعف تسـهیلات و خـدمات موجود در یک شهر در ارتباط با گردشگری مـی توانـد موضوعی مشکل ساز باشد، برای شهری همچون کاشان که دارای توان ها و جاذبـه هـای متعـدد بـرای توسـعه صنعت گردشگری است، توسعه این صنعت می‌توانـد بسیار راهگشا باشد. اما کسب این مزایا و مطلوبیت ها، زمـانی امکان پـذیر اسـت کـه بسـتر مناسـب آن یعنـی نهادهای مدنی و زیرساخت های اجتماعی نیـز فـراهم شده باشد. همچنـین قبـل از هرگونـه برنامـه ریـزی و

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

اجرای طرحهای تدوین شده، داشتن آمار و اطلاعـات از ویژگی هـای گردشـگران ضـرورتی اجتنـاب ناپـذیر است. بنابراین استفاده از مواهـب گردشـگری جـز بـا فراهم کردن بستر مناسب توسعه گردشگری امکان پذیر نیست؛ از این رو شناسـایی جاذبـه هـا در مرحلـه اول و برنامه ریزی برای توسعه آنها در مراحل بعدی، امـری ضروری به نظر می‌رسد (بهزادفر و زمانیان، ۱۳۸۶ :۲). شهر کاشان علی رغم برخورداری از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقهٔ نمونهٔ گردشگری در سطح ملی و بین المللی، تعدد تصمیم گیران، ضعف مدیریتی، فقدان ثبات در مدیریت گردشگری منطقه و همچنین نامناسب بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی را به عنوان موانع اساسی در جهت رسیدن به این هدف در مقابل خود دارد؛ با توجه به آنچه بیان شد، توسعه گردشگری شـهر کاشان، با فراهم آوردن فرصت های جدید اشتغال برای مردم منطقه (مردم شهر کاشان و مردم شهرهای اطراف آن) وسیله ای است که به منطقه حیاتی دوباره می دهـد و موجب توسعه آن می شـود، از طـرف دیگـر، توسـعه صـنعت گردشـگری کاشان بـدون داشتن چارچوب برنامه ریزی صحیح توسعه گردشگری سبب آسیب و زیان های جبران ناپـذیری خواهد شـد، در سال های اخیر گردشگری کاشان با کاهش جذب گردشگر مواجه شده است، بنابراین مساله در این پژوهش شناخت شاخص های توسعه گردشگری در شهر کاشان می باشد، یعنی گردشگری کاشان از نظر معیارهای مختلف گردشگری در چه وضعیتی می باشد.

مبانی نظری

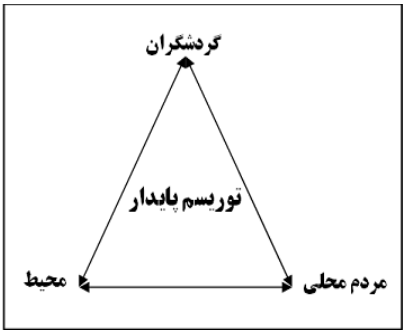
امروزه گردشگری به عنوان فعالیتی پویا و با ویژگی های بارز و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است (UNWTO,2007:1). توسعه این صنعت در کشـورهای صنعتی، موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می‌گردد و در کشورهای درحال توسعه فرصتی برای صادرات، تولید ارز و ایجاد اشتغال است(Hall:1994,457). نقش گردشگر به‌عنوان منبع جدید درآمدی در بخش‌های مالیاتی، جذب ارز و تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع تأثیر فراوانی دارد (Lankford & Howard, 1994: 122). از شیوه‌های مصرف محیط،گردشگری می‌باشد که با عرضه محیط برای مصرف گردشگران به تبع درآمد و اشتغال ایجاد می‌نماید(Briedenhann,2004:71). گردشگری در صوررتی می تواند شغل ایجاد نماید که پایدار باشد، گردشگری پایدار در اواخر دهه‌ی ۱۹۸۰، همزمان با گزارش برانت لند [2]در خصوص

[2] Bruntland

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

توسعه ی پایدار در کمیسیون جهانی محیط و توسعه مطرح شد. با بهره گیری از رویکرد پایداری در کمیسیون یادشده، گردشگری پایدار می تواند به عنوان نوعی گردشگری تلقی شود که نیازهای نسل موجود را بدون به مخاطره انداختن توانایی نسل آینده در برطرف کردن نیازهایشان حـل نماید.(Bruntland,1997) سازمان گردشگری جهانی، اظهار داشته که توسعه گردشگری می تواند سهم مهمی در سه بخش توسعه ی پایدار (اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی) ایفا کند(Reihanian et al,2012:223) به طور کلی ازدید سازمان جهانی گردشگری: "گردشگری پایدار نیازهای توریست زمان حال و جوامع میزبان را برآورده میکند و در عین حال فرصت ها را برای گسترش ارائه می دهد و منابع را به گونه ای مورد استفاده قرار می دهد که همزمان با حفظ ارزش های فرهنگی، فرآیندهای اکولوژیکی، تنوع زیستی و سیستم های پشتیبان حیات، به نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیبایی شناختی پاسخ داده شود" (Fazenda et al,2010 : 429). طبق این تعریف گردشگری پایدار یک مفهوم چند بعدی است؛ که میتواند با ابعاد بوم شناختی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نهادی تجزیه و تحلیل شود. در این چارچوب توسعه گردشگری پایدار شامل:چالش محیطی به شکل مقاومت در برابر از بین رفتن منابع طبیعی و محیطی .چالش اقتصادی به شکل افزایش درآمد جامعه حاضر در حالی که درآمد نسل آینده را تضمین کند چالش اجتماعی به شکل ارتقاء عدالت اجتماعی، امنیت و برابری.چالش فرهنگی به شکل محافظت و ارتقای فرهنگ ها و ارزش های زیبا شناختی چالش نهادی به شکل ارتقاء مشارکت جوامع محلی در تصمیم گیری استراتژیک.(Fokiali et al,2006:27). در گردشگری پایدار تلاش بر این است که ضمن برآورده کردن نیازهای نسل حاضر و آینده، بین سود کوتاه مدت و محافظت از محیط، نگهداری هویت فرهنگی و ارتقاء مزایای اقتصادی هم در میان جوامع توسعه یافته و هم در حال توسعه توازن برقرار شود(Sinclair, 2003: 404).



شکل(۱). مثلث گردشگری پایدار (افتخاری و همکاران،۱۳۸۹:۵)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

شاخص های توسعه گردشگری پایدار را می توان به صورت زیر تقسیم بندی نمود:

۱. شاخص های اکولوژیکی: شامل تنوع زیستی، مصرف منابع، اکوسیستم ها، آلودگی های محیطی، دفع ضایعات، پوشش گیاهی، و ایمنی

۲. شاخص های اقتصادی: شامل اشتغال، رفاه اقتصادی، کارایی اقتصادی، مصرف انرژی، و حمل و نقل

۳. شاخص های اجتماعی: شامل مشارکت، آموزش، سلامت، عدالت، امنیت، جمعیت، و سطح رضایت گردشگران.

۴. شاخص های نهادی: شامل دسترسی به اطلاعات و ارتباطات، نهادهای محلی، و علم و تکنولوژی.

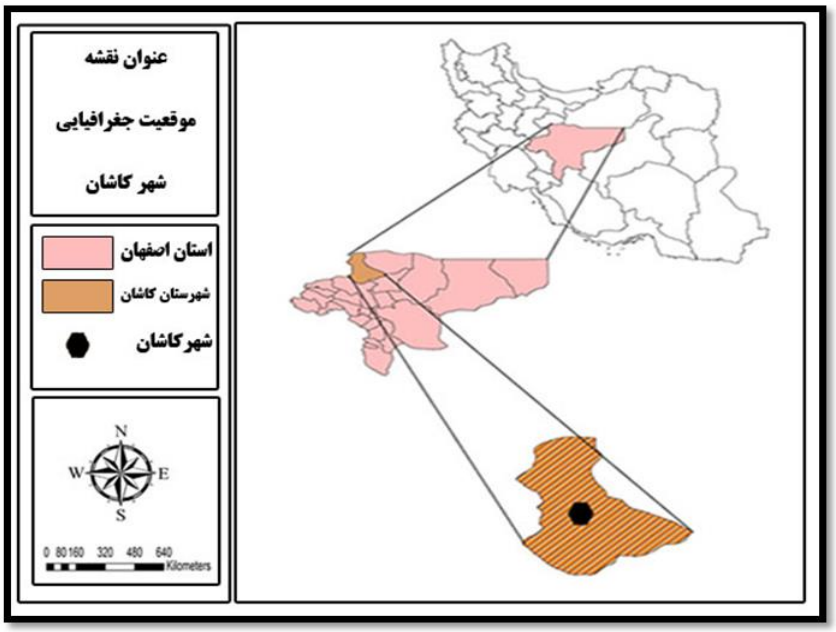
۵. شاخص های فرهنگی: شـامل میزان وفاداری به آداب و رسوم راستین محلی، سطح حفـظ هویت محلی، و سطح انتظارات ، هر یک از شاخص های توسعه پایدار گردشگری، در ارتباط با یکدیگر بوده و تاثیر متقابلی بر هم دارند. بدین ترتیب در برنامه ریزی و اجرای رویکرد یاد شده، لازم است بـه روابط بین شاخص ها توجه گردد. در حقیقت، سنت توسعه پایدار گردشگری ، می تواند به توسعه گردشگری در اجتماعات منجر شود.(اسماعیل زاده و همکاران، ۱۳۹۰).

محدوده و قلمرو پژوهش

شهر کاشان در طول شرقی ۵۱ درجه و ۲۷ دقیقه و عرض شمالی ۳۳ درجه و ۵۹ دقیقه از نصف النهار گرینویچ قرار دارد. مساحت شهر در محدوده مطالعاتی حدود ۸۵۰۰ هکتار است که ۲/۱۹ درصد از سطح شهرستان کاشان را شامل می شود. این کانون زیست و فعالیت در مرکز ایران از یک سو به کوهستان (غرب و جنوب غرب) و از طرفی روی به دشت و کویر دارد. ارتفاع متوسط شهر از سطح دریا ۹۵۵ متر است(شکل ۲). (مهندسین نقش جهان پارس،۳۸:۱۳۸۹).

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]



شکل(۲). موقعیت جغرافیایی شهر کاشان

روش تحقیق

پژوهش حاضر برحسب هدف کاربردی و ازلحاظ روش، توصیفی- تحلیلی است. جامعه آماری شامل کلیه گردشگرانی است که در سال ۱۳۹۴ به شهر کاشان مسافرت نموده اند، که تعداد کل آن ها برابر ۱۲۴۴۳۰ نفر می باشد. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران تعداد۳۸۲ نفر تعیین گردید. روش جمع آوری داده ها متکی بر برداشت میدانی با استفاده از پرسشنامه بوده است. پرسشنامه مذکور در قالب طیف لیکرت و ۴ شاخص آسایش ، رقابتی بودن ، فن آوری اطلاعات و ارتباطات و مدیریت خوب گردشگری طراحی گردید . بعد از مراحل فوق اقدام به دسته‌بندی داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نموده و میانگین هر شاخص را محاسبه ، سپس با توجه به پاسخ گردشگران میانگین پاسخ آنها با میانگین نظری هر گویه از شاخص ها مقایسه گردید و در نهایت با آزمون t تک نمونه ای مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

شهرستان کاشان با اختصاص ۲۱,۷ درصد از سهم مجموع جاذبه های استانی به خود، پس از شهرستان اصفهان در جایگاه دوم قرار دارد. همچنین این شهرستان، ۲۲,۷ درصد جاذبه های بین المللی استان را تشکیل داده و از این جهت نیز حائز رتبهٔ دوم استان می‌باشد. اما از جهت جاذبه های ملّی، شهرستان کاشان با ۲۱,۴ درصد سهم استان به همراه شهرستان اصفهان،

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

بیشترین تعداد جاذبه های ملّی استان را دارا می‌باشد .جاذبه های طبیعی شهرستان کاشان ۱۱,۷ درصد از سهم جاذبه های طبیعی استان را دارا می باشد و از این جهت همطراز شهرستان های اصفهان و آران و بیدگل است. با توجه به موقعیت مناسب جاذبه های طبیعی در این شهرستان، امکان توسعهٔ اینگونه جاذبه ها و ایجاد تنوع در محصول وجود دارد .اما از جهت آثار تاریخی- فرهنگی، به دلیل پیشینهٔ تاریخی شهرستان و جاذبه های تاریخی شـناخته شـده در آن، پس از شهرستان اصفهان قرار داشته و ۳۹,۲ درصد جاذبه های تاریخی- فرهنگی استان را تشکیل داده است. یکی از مهمترین زمینه های توسعهٔ منابع در شهرستان کاشان، توسعهٔ جاذبه های تـاریخی- فرهنگی می باشد. (شرکت مشاور شهر و خانه، ۱۳۸۷: ۱۲).

جدول شماره (۱). گونه شناسی جاذبه های شهرستان کاشان

نوع جاذبه	تعداد	درصد
طبیعی	**۴**	**۲۷**
تاریخی-فرهنگی	**۱۱**	**۷۳**
انسان ساخت	-	-
جمع	**۱۵**	**۱۰۰**

منبع :طرح جامع گردشگری استان اصفهان ، ۲۵:۱۳۸۷

نتایج

بر اساس یافته های پرسشنامه ۵۷/۶ درصد از پاسخگویان مرد و ۴۲/۴ درصد زن بودند. ۵۶/۳ درصد از پاسخگویان مجرد و ۴۳/۷ درصد متاهل بودند. بنا بر نتایج مطالعات، ۸/۴ درصد از پاسخگویان در رده سنی کمتر از ۲۰ سال، ۶۴/۹ درصد در رده سنی ۳۵-۲۰ سال، ۱۶/۵ درصد در رده سنی ۵۰-۳۵ سال و ۱۰/۲ درصد در رده سنی بالاتر از ۵۰ قرار دارند. همچنین سطح تحصیلات ۹/۷ درصد از پاسخگویان زیر دیپلم، ۱۹/۴ درصد دیپلم، ۳۲/۵ درصد لیسانس، ۳۱/۲ درصد فوق لیسانس و ۷/۳ درصد دکترا می‌باشند. از نظر اشتغال، ۱۱/۳ درصد از پاسخگویان بیکار،۳۲/۲ درصد دارای مشاغل آزاد، ۳۴ درصد دارای مشاغل دولتی، و ۱۸/۳ درصد از آنان نیز دانشجو و محصل می باشند. همچنین، ۲۳/۸ درصد از پاسخگویان دارای درآمدی کمتر از ۵۰۰ هزار تومان،۳۹/۸ درصد دارای درآمد ۵۰۰ تا یک میلیون تومانی، ۲۹/۶ درصد دارای درآمد ۱ تا ۲ میلیون تومانی و۶/۸ درصد از آنان نیز دارای درآمدی بیشتر از ۲ میلیون تومان می باشند.از

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

نظرمیزان مسافرت سالیانه به کاشان ۶۱ درصد از پاسخگویان سالانه یک بار، ۳۵ درصد دوبار در سال و ۴ درصد سه بار و بیشتر در سال به کاشان مسافرت می کنند.
میزان اقامت در کاشان نشان می دهد که ۵۳ درصد از پاسخگویان در مواقع مسافرت به کاشان یک روز در این شهر اقامت داشته، ۳۱ درصد ۲ روز و ۱۶ درصد ۳ روز و بیشتر در این شهر اقامت می کنند.از نظر استفاده از تسهیلات اقامتی ۱۷/۸ درصد از پاسخگویان در هنگام اقامت در کاشان از هتل ها، ۲۳/۸ درصد از اماکن دولتی، ۱۲/۶ درصد از خانه ویلا، ۶/۲ درصد از ویلا شخصی، ۳۲/۲ درصد از چادر و ۷/۵ درصد از سایر تسهیلات استفاده می‌کنند. انگیزه مسافرت ۳۱/۱ درصد از پاسخگویان تفریح و استراحت، ۱۸/۵ درصد استفاده از مناظر زیبا، ۱۴/۴ درصد بهره گیری از آب و هوای مطبوع، ۱۴/۱ درصد مشاهده صنایع دستی و تولیدات روستایی و ۲۱/۹ درصد نیز بازدید از میراث فرهنگی کاشان است.

شاخص های توسعه گردشگری (TDS)

برای ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری(TDS) شهر کاشان در مرحله اول تعداد ۳۸۲ پرسشنامه (۲۷ پرسش در قالب طیف لیکرت) بین گردشگرانی که به شهر کاشان مسافرت کردند، توزیع گردید. پاسخ گویی به سوالات پرسشنامه مذکور به این صورت بوده است که برای هر پرسش، ۵ گزینه طراحی شده و پاسخ گویان می‌بایست پاسخ خود را به صورت ۵ طیف کیفی در قالب گزینه های ۱. بسیار کم، ۲.کم، ۳. متوسط، ۴. زیاد و ۵. بسیار زیاد مشخص کنند. سپس با استفاده از آزمون تک نمونه ای (T-TEST)، عدد ۳ به عنوان میانگین، مبنای سنجش شاخص‌های اصول TDS در شهر کاشان قرار گرفته و میزان برخورداری شهر کاشان از این شاخص‌ها سنجیده شد که به صورت جداول زیر ارائه گردیده است.

جدول (۲). وضعیت شهر کاشان از نظر شاخص اصل آسایش

		بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	میانگین
شرایط اقلیمی و آب و هوا	فراوانی	۱۶	۳۸	۱۳۶	۱۰۳	۸۹	۲/۴۵
	درصد	۴/۲	۹/۹	۳۵/۶	۲۷	۲۳/۳	
تأمین استاندارد زیر ساخت های حمل و نقل و پارکینگ ها	فراوانی	۷	۵۱	۲۰۰	۱۰۸	۱۶	۲/۸۰
	درصد	۱/۸	۱۳/۴	۵۲/۴	۲۸/۳	۴/۲	
تأمین استراحت گاه ها، پارک ها و فضای سبز	فراوانی	۴۱	۸۹	۱۵۴	۷۴	۲۴	۳/۱۳
	درصد	۱۰/۷	۲۳/۳	۴۰/۳	۱۹/۴	۶/۳	

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

برخورد ساکنین شهر با گردشگران	فراوانی	۵۹	۱۰۹	۱۶۱	۳۱	۲۲	۳/۴۰
	درصد	۱۵/۴	۲۸/۵	۴۲/۱	۸/۱	۵/۸	
برخورد مسئولین محلی و متولیان گردشگری	فراوانی	۴۱	۱۲۲	۱۷۴	۳۳	۱۲	۳/۳۸
	درصد	۱۰/۷	۳۱/۹	۴۵/۵	۸/۶	۳/۱	
دسترسی به امکانات و تسهیلات رفاهی	فراوانی	۴۵	۹۴	۱۴۲	۱۰۱	-	۳/۲۲
	درصد	۱۱/۸	۲۴/۶	۳۷/۲	۲۶/۴	-	
تأمین امنیت لازم برای رفاه گردشگران	فراوانی	۸۵	۱۲۱	۱۲۲	۳۸	۱۶	۳/۵۸
	درصد	۲۲/۳	۳۱/۷	۳۱/۹	۹/۹	۴/۲	
میانگین کل					۳/۱۴		

بر اساس جدول شماره ۲ داده‌های مربوط به اصل آسایش نشان می‌دهد که میانگین کل شاخص‌های اصل آسایش از دید گردشگران برابر است با ۳/۱۴ . از آنجایی که حد متوسط در طیف کل شاخص آسایش برابر ۳ می باشد، لذا این میزان میانگین حاصله (۳/۱۴)، تا حدودی بالاتر از متوسط ۳ می باشد. به عبارتی دیگر در نگاه گردشگران، وضعیت شهر کاشان از نظر شاخص های اصل آسایش در وضعیت مطلوب (بالاتر از حد متوسط) قرار دارد. با دقت در میانگین گویه های اصل آسایش متوجه می شویم که از میان ۷ زیر شاخص این اصل، شاخص شرایط اقلیمی (۲/۴۵) و تأمین استاندارد زیر ساخت های حمل و نقل و پارکینگ ها (۲/۸۰) از وضعیت نامطلوبی برخوردار است و میانگین پایین تر از حد متوسط ۳ از نظر گردشگران بدست آورده است و دیگر زیر شاخص ها میانگینی بالاتر از ۳ دارند.

جدول (۳). وضعیت شهر کاشان از نظر شاخص اصل رقابتی بودن

		بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	میانگین
وجود بناهای تاریخی در منطقه	فراوانی	۹۱	۱۷۶	۷۵	۳۶	۴	۳/۸۲
	درصد	۲۳/۸	۴۶/۱	۱۹/۶	۹/۴	۱	
وجود باغ های تاریخی	فراوانی	۱۱۷	۱۶۶	۶۴	۱۵	۲۰	۳/۹۰
	درصد	۳۰/۶	۴۳/۵	۱۶/۸	۳/۹	۵/۲	
کیفیت فضاهای سبز و فضاهای تفریحی	فراوانی	۲۱	۱۰۳	۱۵۴	۸۱	۲۳	۳/۰۵
	درصد	۵/۵	۲۷	۴۰/۳	۲۱/۲	۶	
وضعیت زیرساخت ها (معابر و روکش آسفالت‌ها)	فراوانی	۸	۵۹	۱۲۱	۱۱۴	۸۰	۲/۴۸
	درصد	۲/۱	۱۵/۴	۳۱/۷	۲۹/۸	۲۰/۹	
تبلیغات گردشگری	فراوانی	۱۱	۹۱	۱۳۹	۱۱۶	۲۵	۲/۸۶

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

	درصد	۲/۹	۲۳/۸	۳۶/۴	۳۰/۴	۶/۵	
اثر گذاری تبلیغات جهت شناساندن فرهنگ و تاریخ شهر کاشان	فراوانی	۲۴	۱۱۴	۱۱۸	۸۸	۳۸	۲/۹۹
	درصد	۶/۳	۲۹/۸	۳۰/۹	۲۳	۹/۹	
میانگین کل					۳/۱۸		

طبق جدول شماره ۳ داده‌های مربوط به اصل رقابتی بودن یا رقابت پذیری نشان می‌دهد میانگین کل شاخص‌های اصل رقابتی بودن از دید گردشگران برابر است با ۳/۱۸. از آنجایی که حد متوسط در طیف کل شاخص رقابتی بودن برابر ۳ می باشد، لذا این میزان میانگین حاصله تا حدودی بالاتر از متوسط ۳ می باشد. به عبارتی دیگر، در نگاه گردشگران شهر کاشان دارای ظرفیت‌های کافی و مناسب بوده و ظرفیت‌های محیطی زیادی برای رقابت با شهرهای مجاور دارد. در میان ۶ زیرشاخص اصل رقابت پذیری، زیر شاخص وضعیت زیرساخت ها (معابر و روکش آسفالت ها)، تبلیغات گردشگری و اثرگذاری تبلیغات گردشگری در جهت شناساندن فرهنگ و تاریخ شهر کاشان از وضعیت نامطلوبی برخوردار اند و میانگین پایین تر از حد متوسطی (۳) از نظر گردشگران بدست آورده است. این امر نشان دهنده کیفیت نامطلوب زیرساخت های حمل و نقل شهر کاشان و نحوه، میزان و کیفیت تبلیغات گردشگری شهری است و در دفع گردشگر و رکود صنعت توریسم مؤثر می باشد.

جدول (۴). وضعیت شهر کاشان از نظر شاخص اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)

		بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	میانگین
زیرساخت های ارتباطی شهر	فراوانی	۶۱	۹۳	۱۸۸	۱۳	۲۷	۳/۳۹
	درصد	۱۶	۲۴/۳	۴۹/۲	۳/۴	۷/۱	
تعداد خودپرداز های بانکی در اطراف اماکن تاریخی	فراوانی	۳۴	۱۵۷	۱۳۲	۵۱	۸	۳/۴۱
	درصد	۸/۹	۴۱/۱	۳۴/۶	۱۳/۴	۲/۱	
تجهیز اماکن تاریخی به اینترنت پرسرعت	فراوانی	۱۲	۳۲	۱۴۵	۱۱۴	۷۹	۲/۴۳
	درصد	۳/۱	۸/۴	۳۸	۲۹/۸	۲۰/۷	
تجهیز اماکن	فراوانی	۲۳	۶۰	۱۶۱	۸۴	۵۴	۲/۷۷

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

تاریخی به دستگاه های پرداخت الکترونیک	درصد	۶	۱۵/۷	۴۲/۱	۲۲	۱۴/۱	
تجهیز اماکن تاریخی به وب سایت های به روز جهت ارائه خدمات	فراوانی	۱۲	۳۴	۱۲۸	۱۴۵	۶۳	۲/۴۴
	درصد	۳/۱	۸/۹	۳۳/۵	۳۸	۱۶/۵	
تبلیغات رسانه ای و وب سایت های معرفی اماکن تاریخی	فراوانی	۲۲	۴۵	۱۷۸	۹۹	۳۸	۲/۷۷
	درصد	۵/۸	۱۱/۸	۴۶/۶	۲۵/۹	۹/۹	
میانگین کل						۲/۸۷	

مطابق جدول شماره ۴ داده‌های مربوط به اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات(ICT) نشان می‌دهند که میانگین کل شاخص‌های اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات از دید گردشگران برابر است با ۲/۸۷می باشدو از آنجایی که حد متوسط در طیف کل شاخص فن آوری اطلاعات و ارتباطات برابر ۳ می باشد، لذا میزان میانگین حاصله، تا حدودی پایین از متوسط ۳ می باشد. به عبارتی دیگر، در نگاه گردشگران، شهر کاشان در حدود متوسط به پایینی دارای سیستم فن آوری اطلاعات کارآمد جهت استفاده گردشگران می باشند. در میان ۶ زیرشاخص اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات(ICT) شاخص های(تجهیز اماکن تاریخی به اینترنت پرسرعت،تجهیز اماکن تاریخی به دستگاه های پرداخت الکترونیک،تجهیز اماکن تاریخی به وب سایت های به روز جهت ارائه خدمات و تبلیغات رسانه ای و وب سایت های معرفی اماکن تاریخی همگی میانگین پایین تر از حد متوسط (۳) از نظر گردشگران بدست آورده اند واز وضعیت نامطلوبی برخوردارند .

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

جدول (۵). وضعیت شهر کاشان از نظر شاخص اصل مدیریت خوب گردشگری

		بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	میانگین
ضعف مدیریت در اجرای پروژه های گردشگری در توسعه گردشگری	فراوانی	۴۷	۱۰۹	۱۵۹	۶۳	۴	۳/۳۵
	درصد	۱۲/۳	۲۸/۵	۴۱/۶	۱۶/۵	۱	
ضرورت سرمایه گذاری بخش خصوصی در توسعه گردشگری	فراوانی	۹۳	۱۶۷	۷۳	۲۹	۲۰	۳/۷۴
	درصد	۲۴/۳	۴۳/۷	۱۹/۱	۷/۶	۵/۲	
برنامه ریزی بودن، قانونمند بودن و آینده نگر بودن گردشگری شهر کاشان	فراوانی	۳۰	۱۵۱	۱۴۸	۲۰	۳۳	۳/۳۳
	درصد	۷/۹	۳۹/۵	۳۸/۷	۵/۲	۸/۶	
رضایتمندی از برخورد متولیان اماکن تاریخی	فراوانی	۴۴	۷۳	۱۵۴	۹۹	۱۲	۳/۱۰
	درصد	۱۱/۵	۱۹/۱	۴۰/۳	۲۵/۹	۳/۱	
به کارگیری افراد راهنما جهت شناساندن اماکن تاریخی به گردشگران	فراوانی	۲۳	۱۱۹	۱۲۱	۸۹	۳۰	۳/۰۴
	درصد	۶	۳۱/۲	۳۱/۷	۲۳/۳	۷/۹	
انتقاد پذیری و توجه مدیران به انتقادات گردشگران	فراوانی	۳۰	۸۸	۱۱۸	۹۹	۴۷	۲/۸۸
	درصد	۷/۹	۲۳	۳۰/۹	۲۵/۹	۱۲/۳	
میانگین کل					۳/۲۴		

بر اساس جدول شماره ۵ داده‌های مربوط به اصل مدیریت خوب گردشگری نشان می‌دهند که میانگین کل شاخص‌های اصل مدیریت خوب گردشگری از دید گردشگران برابر است با ۳/۲۴. از آنجایی که حد متوسط در طیف کل شاخص مدیریت خوب گردشگری برابر ۳ می باشد، لذا این میزان میانگین حاصله تا حدودی بالاتر از متوسط ۳ می باشد. به عبارتی دیگر، از نظر گردشگران، شهر کاشان از منظر مدیریت گردشگری از وضعیت نسبتاً مطلوبی برخوردار می باشد و مدیران و مسئولین گردشگری این شهر با استفاده از قدرت مدیریت خویش در راستای توسعه گردشگری شهر گام بر می دارند. در مجموع، ارزیابی زیر شاخص های اصل مدیریت خوب گردشگری، حکایت از این مسئله دارد که اکثر زیرشاخص این اصل به جز زیرشاخص انتقادپذیری و توجه مدیران به انتقادات گردشگران، میانگین بالاتر از حد متوسطی کسب کرده است. با این حال زیرشاخص ضرورت سرمایه گذاری بخش خصوصی در توسعه گردشگری و ضعف مدیریت در اجرای پروژه های گردشگری نسبت به سایر زیر شاخص ها از میانگین

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

بالاتری برخوردار بوده که حاکی از تمایل گردشگران به حضور سرمایه گذاران بخش خصوصی در امر توسعه گردشگری به علت ضعف مدیریت فعلی گردشگری در این مسیر است.

شاخص توسعه گردشگری شهر کاشان

در یک جمع بندی کلی، شاخص کل اصول توسعه گردشگری (TDS) برای شهر کاشان مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج آن در جدول شماره ۶ بیان شده است.

جدول شماره ۶: شاخص کل توسعه گردشگری شهر کاشان

شاخص توسعه گردشگری	فراوانی	دامنه تغییرات	مینیمم	ماکسیمم	میانگین	انحراف معیار
	۳۸۲	۵۵	۴۵	۱۰۰	۳/۱۰	۹/۹۹

بنابر یافته‌ها، میانگین کل شاخص توسعه گردشگری ۳/۱۰ می باشد. از آنجایی که حد متوسط در شاخص کل توسعه گردشگری برابر ۳ می باشد، لذا میانگین حاصله از شاخص کل توسعه گردشگری بالاتر از حد متوسط می باشد. به عبارتی دیگر از نظر گردشگران شهر کاشان، شاخص توسعه گردشگری در این شهر از وضع مطلوبی برخوردار است.

با توجه به یافته های حاصل از پیمایش گردشگران بازدید کننده از اماکن تاریخی- فرهنگی و تفریحی شهر کاشان، سه شاخص از شاخص های توسعه گردشگری پایدار (TDS) (اصل آسایش، اصل رقابت پذیری و اصل مدیریت خوب گردشگری) و نیز شاخص کل توسعه گردشگری در شهر کاشان میانگینی بالاتر از میانگین نظری و یک شاخص (اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات) میانگینی پایین تر از میانگین نظری بدست آوردند.

ارزیابی اصل آسایش

در جدول شماره ۷ نتایج آزمون t تک نمونه ای برای تحلیل وضعیت اصل آسایش در شهر کاشان از نظر گردشگران ارائه شده است.

جدول (۷). نتایج آزمونt برای تحلیل وضعیت آسایش در شهر کاشان از نظر گردشگران

شاخص	مقدار آزمون (مبنای مقایسه) =۳					
	t	df	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان تفاوت= ۹۵ درصد	
					بالا	پایین
اصل آسایش	۵/۸۱۰	۳۸۱	۰/۰۰۰	۰/۱۳۷	۰/۱۸	۰/۰۹

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

از منظر اصل آسایش، یافته های توصیفی نشان دادند که میانگین اصل آسایش (۳/۱۳) از مقدار متوسط ۳ بالاتر می باشد. به دلیل مثبت بودن تفاوت میانگین این شاخص می توان گفت که شهر کاشان از نظر گردشگران ویژگی های یک شهر توریسم پذیر در زیرشاخص آسایش را در بر دارد و شاخص های اجتماعی، اقتصادی و زیر ساختی لازم جهت جذب توریسم را از نظر گردشگران دارا می باشد. لازم به ذکر است که با توجه به میزان خطای کمتر از ۰/۰۵، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت وضعیت مشاهده شده به جامعه آماری تحقیق قابل تعمیم می باشد. به عبارتی دیگر، یافته های استنباطی در قالب آماره t تک راهه نشان می دهد که میانگین محاسبه شده در نمونه با تفاوت میانگین ۰/۱۳۷ بالاتر از حد متوسط می باشد .

ارزیابی اصل رقابتی بودن

در (جدول ۸) نتایج آزمون t تک نمونه ای برای تحلیل وضعیت اصل رقابتی بودن در شهر کاشان از نظر گردشگران ارائه شده است.

جدول (۸). نتایج آزمونt برای تحلیل وضعیت اصل رقابتی بودن در شهر کاشان از نظر گردشگران

شاخص	مقدار آزمون (مبنای مقایسه) =۳					
	t	df	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان تفاوت= ۹۵ درصد	
					بالا	پایین
اصل رقابتی بودن	۵/۹۲۸	۳۸۱	۰/۰۰۰	۰/۱۸۵	۰/۲۵	۰/۱۲

از منظر اصل رقابت پذیری، یافته های توصیفی نشان دادند که میانگین اصل رقابت پذیری، ۳/۱۸ می باشد که از مقدار نظری ۳ بالاتر می باشد. به دلیل مثبت بودن تفاوت میانگین این شاخص، می‌توان گفت که شهر کاشان از نظر گردشگران شرایط لازم را برای ایجاد رقابت با سایر مناطق گردشگری فراهم آورده است. این شهر از نظر شاخص ظرفیت پذیری قابل رقابت با شهرهای توریسم پذیر مجاور خود باشد. لازم به ذکر است که با توجه به میزان خطای کمتر از ۰/۰۵، با اطمنیان ۹۹ درصد می‌توان گفت وضعیت مشاهده شده به جامعه آماری تحقیق قابل تعمیم می باشد. به عبارتی دیگر، یافته های استنباطی در قالب آماره t تک راهه نشان می دهد که میانگین محاسبه شده در نمونه با تفاوت میانگین ۰/۱۸ ، بالاتر از حد میانگین نظری می باشد (مقدار تی برابر با ۵/۹۲۸ و ضریب معناداری برابر با ۰/۰۰ بدست آمد). بدین

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

ترتیب شهر کاشان در مقایسه با سایر مناطق به علت وجود پتانسیل های تاریخی – فرهنگی و زیرساختی لازم، از قابلیت رقابت پذیری بالایی برخوردار است.

ارزیابی اصل مدیریت خوب گردشگری

در (جدول ۹) نتایج آزمون t تک نمونه ای برای تحلیل وضعیت اصل مدیریت خوب گردشگری در شهر کاشان از نظر گردشگران ارائه شده است.

جدول (۹). نتایج آزمونt برای تحلیل وضعیت اصل مدیریت خوب گردشگری در شهر کاشان از نظر گردشگران

شاخص	مقدار آزمون (مبنای مقایسه) =۳					
	t	df	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان تفاوت= ۹۵ درصد	
					بالا	پایین
اصل مدیریت خوب گردشگری	۶/۸۳۷	۳۸۱	۰/۰۰۰	۰/۱۸۵	۰/۳۱	۰/۱۷

از منظر اصل مدیریت خوب گردشگری، یافته های توصیفی نشان دادند که میانگین اصل مدیریت گردشگری، ۳/۱۸ می باشد که از مقدار نظری ۳ بالاتر می باشد. به دلیل مثبت بودن تفاوت میانگین این شاخص، می‌توان گفت که از نظر گردشگران، شهر کاشان با توجه به داشتن مدیران و متولیان کاردان، قانونمند و آینده نگر در امر گردشگری، شرایط لازم را برای توسعه گردشگری فراهم آورده است. لازم به ذکر است که با توجه به میزان خطای کمتر از ۰/۰۵، با اطمنیان ۹۹ درصد می‌توان گفت وضعیت مشاهده شده به جامعه آماری تحقیق قابل تعمیم می باشد. به عبارتی دیگر، یافته های استنباطی در قالب آماره t تک راهه نشان می دهد که میانگین محاسبه شده در نمونه با تفاوت میانگین ۰/۱۸۵، بالاتر از حد میانگین نظری می باشد.

ارزیابی اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات

در (جدول۱۰) نتایج آزمون t تک نمونه ای برای تحلیل وضعیت اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات در شهر کاشان از نظر گردشگران ارائه شده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

جدول (۱۰). نتایج آزمونt برای تحلیل وضعیت اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات در شهر کاشان از نظر گردشگران

شاخص	مقدار آزمون (مبنای مقایسه) =۳					
	t	df	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان تفاوت= ۹۵ درصد	
					بالا	پایین
اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات	-۴/۳۱۶	۳۸۱	۰/۰۰۰	-۰/۱۳۰	-۰/۰۷	-۰/۱۹

از منظر اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات، یافته های توصیفی نشان دادند که میانگین اصل فن آوری اطلاعات و و ارتباطات، ۲/۸۷ می باشد که از مقدار متوسط نظری (۳) پایین تر می باشد. به دلیل منفی بودن تفاوت میانگین این شاخص، می‌توان ذکر کرد که شهر کاشان از نظر فن‌آوری اطلاعات و دسترسی آن در ارائه خدمات به گردشگران از ضعف هایی برخوردار می باشد. با توجه به میزان خطای کمتر از ۰/۰۵، با اطمنیان ۹۹ درصد می توان گفت وضعیت مشاهده شده به جامعه آماری تحقیق قابل تعمیم می باشد. به عبارتی دیگر، یافته های استنباطی در قالب آماره t تک راهه نشان می دهد که میانگین محاسبه شده در نمونه با تفاوت میانگین ۰/۱۳۰- پایین تر از حد متوسط می باشد.

شاخص کل توسعه گردشگردی

در (جدول)۱۱ نتایج آزمون t تک راهه برای تحلیل وضعیت شاخص توسعه گردشگری در شهر کاشان از نظر گردشگران ارائه شده است.

جدول (۱۱). نتایج آزمونt برای تحلیل وضعیت شاخص توسعه گردشگری در شهر کاشان از نظر گردشگران

شاخص	مقدار آزمون (مبنای مقایسه) =۱۲					
	t	df	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان تفاوت= ۹۵ درصد	
					بالا	پایین
شاخص توسعه گردشگری(TDS)	۵/۱۸۸	۳۸۱	۰/۰۰۰	۰/۴۳۲	۰/۵۹۶۷	۰/۲۶۸۷

همانگونه که پیش از این ملاحظه شد میانگین کلی شاخص توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران برابر با ۱۲/۴۳ بود که بالاتر از حد میانگین فرضی ۱۲ می باشد. بدین ترتیب شاخص های توصیفی نشان دادند که وضعیت شاخص های توسعه گردشگری در شهر کاشان

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

مطلوب و به عبارتی در حد متوسط به بالا می باشد. این مسئله به واسطه آزمون t تک نمونه مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به اینکه مقدارP-Value برای شاخص کل توسعه گردشگری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرض H0 مبنی بر این که میانگین این شاخص کوچکتر و یا مساوی ۱۲ می‌باشد، رد می‌شود و فرضیه‌ی H1 مبنی بر اینکه میانگین شاخص توسعه گردشگری بیشتر از ۱۲ می‌باشد، پذیرفته می‌شود. به عبارتی دیگر، یافته های استنباطی در قالب آماره t تک راهه نشان می دهد که میانگین محاسبه شده در نمونه با تفاوت میانگین ۰/۴۳۲، بالاتر تر از حد متوسط نظری می باشد.

نتیجه گیری و پیشنهادات

آنچه از مباحث مطرح شده و نیـز از تحلیل نتایج آماری مطالعات میدانی در پژوهش مورد مطالعه می‌توان استنباط کرد، در درجهٔ نخسـت، جایگاه شاخص های گردشگری در محدوده مورد مطالعه می باشد که یافته های تحقیق نشان داد که در مجموع وضعیت شهر کاشان به لحاظ تمامی شاخص‌های توسعه گردشگری (به استثناء اصل فن آوری اطلاعات و ارتباطات) در جایگاه نسبتاً مطلوبی قرار دارد. همچنین میانگین شاخص کل توسعه گردشگری حکایت از وضعیت مطلوب این شاخص از نظر گردشگران دارد.

بر اساس منابع نظری و مراحل پژوهش و با توجه به شاخص های توسعه گردشگری (TDS) پیشنهادات ذیل در راستای توسعه گردشگری شهر کاشان می تواند ارائه گردد :

اصل رقابت پذیری

شهر کاشان با توجه به رقابت گردشگری با شهرهایی مانند یزد، اصفهان، به دلیل عدم مرکز استان بودن، علی رغم مشکلات زیاد، پتانسیل بهتری در تنوع گردشگری دارد بنابراین، ایجاد تبلیغات موثر گردشگری شهر کاشان در شناساندن فرهنگ و تاریخ این شهر به گردشگران و جذب توریسم و در نهایت ایجاد رقابت میان این منطقه و سایر مناطق مجاور به نظر راهکار مناسبی می باشد.

اصل مدیریت گردشگری

تنوع مدیریت در بخش گردشگری و اختلافا بین سازمان های مربوطه مشکلات ایجاد نموده که با یکپارچگی و توسعه مدیریت کیفیت در تمام فعالیت های مرتبط با گردشگری، مشارکت فعالانه نهادهـای عمومـی، خصوصی و مردم نهاد مرتبط بـا گردشگری در فرایند تصمیم گیری گردشگری کاشان، می توان مشکلات این بخش را برطرف نمود.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

اصل فن آوری اطلاعات

یکی از مهمترین مشکلات شهر کاشان در بخش گردشگری نبود زیرساخت ICT در مقاصد گردشگری می باشد مثل عدم دسترسی به عابر بانک ، یا نبود کارت خوان در این مقاصد، بنابراین می توان در این بخش به راهکارهای زیر پرداخت: تقویت زیرساخت های فن آوری اطلاعات، افزایش سرمایه گذاری در صنعت گردشگری کاشان با تدوین برنامه هـای اجرایی انگیزشی که پروژه هایی با توجیه اقتـصادی، مـالی و اجتمـاعی بـه سرمایه گذاران ارایه کند و ارتقای عملکرد مراکز اطلاع رسانی کاشان جهت ارایه اطلاعات مطلوب از قابلیت ها و جاذبه های گردشگری خارجی و داخلی با تأکید بر پایگاه های اطلاع رسانی اینترنتی.

اصل آسایش

به دلیل کوتاه بودن فصل گردشگری در کاشان و از طرف دیگر معطوف کردن گردشگری کاشان در مسیرها و مقاصد خاص گردشگری مانند: خانه های تاریخی خاص، شهرهای قمصر و نیاسر، شاهد ازدحام گردشگری در فصل خاص و در مکان های خاص می باشیم، بنابراین در این زمینه نیازمند راهکارهای زیر هستیم: ایجاد یک مسیر مشخص گردشگری منطقه کاشان جهـت بهره مندی گردشگران از قابلیت های تـاریخی، طبیعـی و فرهنگی منطقه کاشان و توزیع گردشگران در سراسر منطقه کاشان در هر سال متفاوت با سال های قبل، ارتقای عملکرد خدمات و کیفیت میزبانی از گردشگران داخلی و خارجـی شامل غذا، سلامت و بهداشت، حمل و نقل، اسکان و فضاهای عمومی

منابع و ماخذ

۱- اسماعیل زاده، حسن و صرافی، مظفر و توکلی نیا، جمیلـه(۱۳۹۰). **تحلیلی بر رویکرد گردشگری در اجتماعات محلی**، مجله علـوم محیطی، سال نهم، شماره دوم، ص: ۱۴۲-۱.

۲- افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود، پورطاهری، مهدی،(۱۳۸۹)، **فرآیند بومی سازی ها شاخص ی توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران**، پژوهش های روستایی، شماره ۴،ص ۴۱-۱.

۳- بهرامی، حسین، علیرضا نادری خورشیدی و تقی کثیری نژاد(۱۳۸۹)، **چیستی و چرایی برنامه ریزی راهبردی و بررسی الگوهای رایج آن**، دوماهنامه ی توسعه انسانی پلیس،س ۷ ،ش ۳۳، صص۱۱-۳۲،

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

۴- بهزادفر مصطفی، زمانیان روزبه (۱۳۸۶). **کاربرد تصمیم سازی چندمعیاره فرآیند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه ریزی گردشگری**، نمونه موردی شهرستان نیشابور ، نشریه بین المللی علوم مهندسی ، جلد ۱۸ ، شماره ۵.

۵- بیگی فیروزی، اله‌یار (۱۳۹۰). **تدوین استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و فرآیند تحلیل شبکه‌ای(ANP)** ، دانشگاه سیستان و بلوچستان، دانشکده مدیریت و اقتصاد، گروه مدیریت بازرگانی-مدیریت تحول،

۶- رحمانی، بیژن، مجید شمس و ساناز حاتمی‌فر. (۱۳۸۹)، **امکان‌سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل SWOT**، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی ،ش ۳، صص ۱۳-۲۵ .

۷- رضوانی، علی اصغر. (۱۳۸۹)، **جغرافیا و صنعت توریسم**، انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران، چاپ هشتم ، صفحه۱۰۴- ۱۰۸.

۸- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و داوود مهدوی.(۱۳۸۵)، **راهکارهای توسعه‌ی گردشگری دهستان لواسان کوچک با استفاده از مدل SWOT**، فصلنامه مدرس علوم انسانی، د۱۰،ش۲،صص۱-۳۰.

۹- شرکت مشاور شهر و خانه، مهندسان مشاور شهرساز، معمار، برنامه ریز،(۱۳۸۷)، **کلیات طرح جامع و مبانی نظری توسعه گردشگری استان اصفهان**، سازمان میراث فرهنگی ، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان، صفحه ۱.

۱۰- شرکت مهندسین مشاور نقش جهان-پارس.(۱۳۸۹)، **طرح توسعه و عمران (جامع) شهر کاشان**، مطالعات منطقه ای و حوزه نفوذ، جلد اول،صفحه ۹۹.

۱۱- شرکت مهندسین مشاور نقش جهان-پارس.(۱۳۸۹)، **طرح توسعه و عمران (جامع) شهر کاشان**، مطالعات منطقه ای و حوزه نفوذ، جلد اول،صفحه ۹۹ .

۱۲- فرهودی، رحمت‌الله و محمود شورچه و حسین صبوری .(۱۳۸۹)، **برآورد اثر تغییرات فصلی بر درآمد گردشگری معبد آناهیتا با تحلیل رگرسیونی**، فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره هشتم، شماره ۱۷، صفحه ۴۶.

۱۳- مطیعی لنگرودی، سید حسن و شریفی، انور و رضائیه آزادی، مریم.(۱۳۹۲)، **امکان سنجی توسعه گردشگری در نواحی روستایی از دیدگاه گردشگران(بخش تخت**

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]

سلیمان شهرستان تکاب)، فصلنامه چشم انداز جغرافیایی در مطالعات انسانی، سال هشتم، شماره ۲۴، ص: ۱۷- ۱.

14- Briedenhann J:wickens E. 2004.**Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream.tourism managemen**t:www.elsever.com/locate/tourman.p.1.

15- Brundtland G. H., (1997). **Personlig korrespondanse (Personal correspondence**) medforf. 4. mars.

16- Fazenda, N. and Da silva, F.N. and Costa, C. (2010). **Douro Valley Tourism Plan; The plan as part of a sustainable tourist destination development**. process,Journal of World Hospitality and tourism, vol.2, No.4, pp: 428-440

17- Fokiali, P. and Xanthakou, Y. and Tatlidil, E. and Kaila, M. (2006). **Tourism and sustainable development strategies in RHODES**: The Awareness Of The Local Socities, Journal of Ege Academic Review, vol.6, No.2, pp: 25-46..

18- Hall, C. M. (1994). **Tourism and politics: policy**, Power and Place. Chichester:Wiley.

19- Higham, J. & M. Lueck .2002, "**Urban Ecotourism: A Contradiction in Terms**?" Journal of Ecotourism, 1, Pp. 36-59,.

20- Holjevac, IA (2003) "**Managing the Quality of Sports Tourism Products and Services Guidelines for Croatia**", Tourism Review, Vol. 58 Issue:2 , pp.35-37,

21- Lankford, S.V. & D.R. Howard, 1994 ."**Developing a Tourism Impact Attitude Scale**", Annals of Tourism Research, 21(1), Pp. 121-139,.

22- Reihanian, A. & Beinti Mahmood, N.Z. & Kahrom, E. & Wan Hin, T. (2012). **Sustainable tourismdevelopment strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran**. Tourism Management Perspectives 4: 223- 228. anese tour guides, African Journal of Business Management, vol.5, No.4, pp: 1325- 1333.

23- Sinclair, D. and Jayawardena, C. (2003). **The development of sustainable tourism in the Guianas,** International Journal of Contemporary Hospitality Management, vol.5, Iss.7, pp: 402-407.

24- Unwto (2007). **An introduction to destination Management,World tourism organization**. www.pub,Unwto.org. P.1.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.46.7.7]