

ادراک گردشگران از سطح کیفیت خدمات در شهر کاشان

دکتر براتعلی خاکپور^۱، مجتبی روستا^۲، سیددانا علی‌زاده^۳ و امیر اشنویی^۴

چکیده

گردشگری و تفریح در ذات خود از جمله فعالیت‌هایی است که کمترین وابستگی را به تکنولوژی آلاینده دارد. توسعه خدمات جهانگردی نه فقط اصالت‌های منطقه‌ای را برجسته می‌نماید بلکه، از حاصل آن در حفظ و ساماندهی این اصالت‌ها و نیز در بوجود آوردن توازن بهینه بین منابع و طرز استفاده مناسب از آن برای حفظ و نگهداری و رشد و توسعه منابع طبیعی و ملی بهره جست. مقاله حاضر با هدف یافتن پاسخ به این سؤال که آیا امکانات و خدمات فراهم آمده برای گردشگران جوابگوی نیاز آنهاست و ادراک آنان از کیفیت خدمات مطلوب می‌باشد؟ در این مقاله نوع تحقیق، کاربردی - توسعه‌ای است و روش بررسی آن اسنادی و پیمایشی است. محدوده مورد مطالعه، شهرستان کاشان است که اطلاعات موردنیاز از طریق اطلاعات کتابخانه‌ای و مطالعات پیمایشی از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. براساس نتایج به دست آمده، می‌توان گفت که شهرستان کاشان از لحاظ گردشگری از موقعیت نسبتاً مناسبی برخوردار و گردشگران از محیط گردشگری بوجود آمده تاحدودی زیادی رضایت داشته و تصور ذهنی مثبتی نسبت به آن دارند. نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف نیز مؤید همین امر است.

کلیدواژگان: توان‌ها و جاذبه‌ها، گردشگری، کیفیت خدمات، شهرستان کاشان.

۱. دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد

۲. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و مدرس دانشگاه پیام نور

۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه خوارزمی

۴. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و مدرس دانشگاه پیام نور

مقدمه

گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است و بسیاری از کشورها از این طریق توانسته‌اند بر بسیاری از مشکلات اقتصادی خود از قبیل پایین بودن سطح درآمد سرانه، فراوانی بیکاری و کمبود درآمدهای ارزی خود فایز آیند (صدر موسوی و دخیلی، ۱۳۸۳: ۹۲). گردشگری به علت خصلت بین رشته‌ای خود قابلیت نگرش‌های متفاوت را دارا است و این خود سبب ارائه تعاریف بسیاری از آن شده است. تعاریف مختلف گردشگری هریک برگرفته از موضوعات موردنظر در مطالعات گردشگری هستند که هر کدام از آن‌ها از ابعاد مختلف (جغرافیایی، فاصله، اجتماعی، اقتصادی و...) گردشگری را توصیف می‌کند. اولین نوشته‌ها راجع به گردشگری بر ابعاد تاریخی این پدیده تمرکز داشته‌اند (Bridges, 1959:125) و با گذر زمان تغییرات زیادی نسبت به کارکرد های گردشگری و تعاریف موجود آن حاصل شد به طوری که در دهه‌های اخیر اهمیت گردشگری در سطح بین‌المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ در آمد ارزی همواره به طور بی‌سابقه‌ای در حال افزایش بوده است (Tomas, pigozzi and Sambrook, 2005). به طور کلی می‌توان گفت که امروزه رویکرد به گردشگری در اقتصاد جهانی به عنوان یک پارامتر بسیار مهم در روند پویایی اقتصاد محلی است، به گونه‌ای که در مقیاس محلی سعی می‌شود که با جذب گردشگر در چارچوب عرضه محصول گردشگری که پردازش شده هر محیط می‌باشد روندی مستمری را از جریان درآمد و ایجاد اشتغال حاصل شود. این در حالی است که امروزه تجدید ساختار اقتصادی در پی تقاضاهای فزاینده برای درآمد و اشتغال میل به مصرف محیط در قالب امر اقتصادی و فرهنگی دارد. یکی از شیوه‌های مصرف محیط، گردشگری است که با عرضه محیط برای مصرف گردشگران به تبع درآمد و اشتغال ایجاد می‌نماید (Briedenhann, 2004:71).

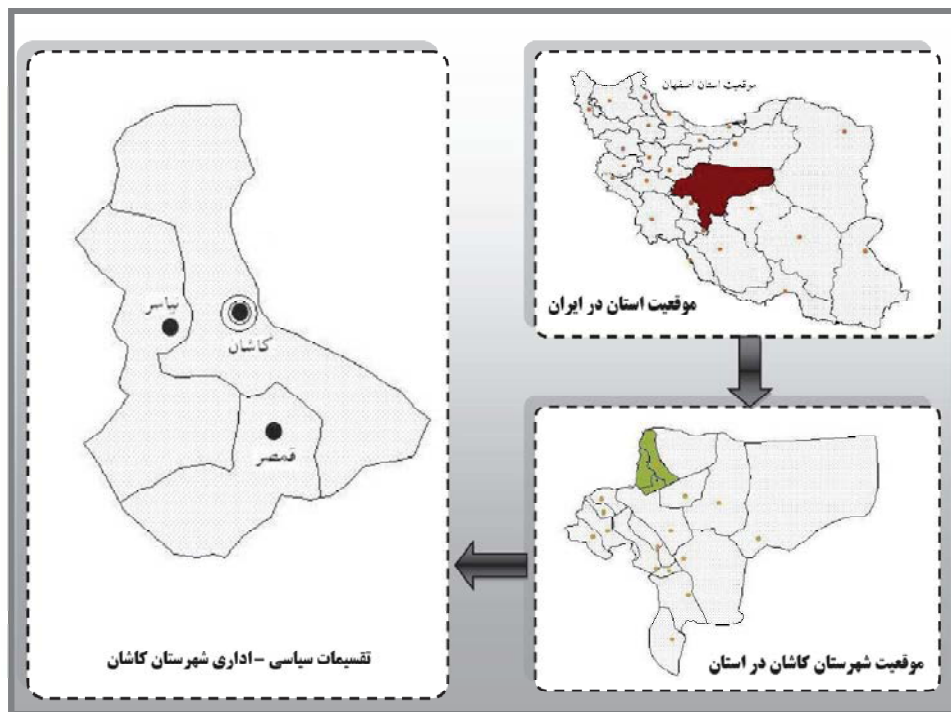
اما عاملی که می‌تواند تأثیرات اقتصادی گردشگری را افزایش داده و میزان اشتغال را افزایش دهد، توجه و تقویت عوامل و پارامترهای شکل‌دهنده محیط گردشگری و میزان رضایت‌مندی گردشگران از این وضعیت است. برای فهم هرچه بهتر این موضوع شهرستان کاشان که به عنوان نگینی در دل کویر و یکی از قدیمی‌ترین مراکز سکناى بشر ماقبل تاریخ است و همچنین دارای جاذبه‌های گردشگری فراوانی، بالخصوص آثار فرهنگی و تاریخی متعددی است (حمیدی‌نژاد، ۱۳۸۵: ۱۰) انتخاب شد تا با توجه به تأثیرات مهمی که گردشگری در زمینه توسعه نواحی و

مناطق از خود به جای می‌گذارد، نقش توان‌های گردشگری شهرستان کاشان در جهت توسعه آن مورد بررسی قرار گرفته شود. در این راستا، پژوهش حاضر در پی آن است که عوامل شکل‌دهنده محیط گردشگری و میزان رضایت‌مندی گردشگران از این محیط را مورد سنجش قرار داده و اینکه آیا به نسبت محیط گردشگری موجود (خوب یا ضعف) و میزان رضایت‌مندی گردشگران از این محیط (کم یا زیاد)، را بررسی کند. بدین منظور فرضیه زیر مطرح شد:

”بین ادراک گردشگران از خدمات ارائه شده و کیفیت خدمات رابطه وجود دارد.“

معرفی منطقه مورد مطالعه

شهرستان کاشان با جمعیتی بالغ بر ۳۲۴ هزار نفر و به وسعت ۸۵۰۰ هکتار در ۵۱ درجه و ۲۷ دقیقه طول شرقی و ۳۳ درجه و ۵۹ دقیقه عرض شمالی قرار دارد. کاشان از شمال به کویر مرکزی و دریاچه نمک و شهرستان آران و بیدگل و از جنوب به شهرستان‌های نطنز، میمه و از مشرق به بخش کویرات و از مغرب به شهرستان دلیجان از توابع استان مرکزی محدود است. نواحی شمال شرقی کاشان را دشت کویر احاطه کرده (فرخ‌یار، ۱۳۷۵) ولی وجود آبدی‌ها و شهرهایی چون قمصر، قهرود، جوشقان، نیاسر، برزک، کله، ارمک، رهق، ازناوه، اردهال، استرک و... و ده‌ها آبدی خوش آب و هوای دیگر در دامنه‌ها و ارتفاعات کرکس با مناظر زیبایی طبیعی و آب و هوای بیلابلی و کوهستانی در انتظار مسافران و میهمانان شهر تاریخی کاشان است (پورمدنی، ۱۳۸۱). کاشان از شهرستان‌های استان اصفهان و در شمال استان واقع است و دارای ۳ بخش و ۶۷ روستا است (شکل ۱). فاصله این شهر تا تهران ۲۳۰ کیلومتر، تا قم ۹۵ کیلومتر و تا اصفهان ۲۰۲ کیلومتر می‌باشد. کاشان، با قرار داشتن بر روی زنجیره بزرگ راه‌های کشور و واقع بر سر راه اصلی ارتباطی شهر و استان‌های شرقی و شمالی و غربی کشور، با شهرها و استان‌های مرکزی، جنوب و جنوب شرقی، دارای موقعیت ممتازی می‌باشد (شاطریان، ۱۳۸۸: ۱۰).



شکل ۱: موقعیت شهرستان کاشان

مواد و روش‌ها

روش پژوهش حاضر، روش اسنادی و پیمایشی است. با استفاده از روش اسنادی، ابعاد مفهومی و نظری موضوع بررسی شده و از روش پیمایشی نیز برای بررسی چگونگی توزیع و روابط بین متغیرهای وابسته و مستقل استفاده شده است. در روش پیمایشی، پس از گردآوری اطلاعات با استفاده از ابزار پرسشنامه و پردازش داده‌ها با نرم‌افزار SPSS، با توجه به سطح سنجش متغیرها از روش‌های آماری توصیفی (جدول توزیع فراوانی) و آماره‌ی استنباطی (آزمون ناپارامتریک آماری کولموگروف - اسمیرنوف) استفاده شده است.

برای تعیین روایی این تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. در واقع آلفای کرونباخ نشانگر انسجام درونی و همسازی داخلی گویه‌ها به شمار می‌رود. در این تحقیق میزان آلفای محاسبه شده (۰/۸۸) عدد مطلوبی است و می‌توان گفت که دقت لازم برای احراز پایایی سازه‌ها در پرسشنامه به کار گرفته شده و گویه‌های طراحی شده برای سنجش متغیرها با یکدیگر

همبستگی درونی دارند.

در تحقیق حاضر با توجه به کثرت مراجعان، سعی شد از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بهره گرفته شود و همچنین به علت عدم دسترسی به واریانس جامعه و در نظر داشتن حداقل خطای نوع اول ۵ درصد؛ تعداد حداقل نمونه یعنی ۱۹۵ در نظر گرفته شد که پس از توزیع درصد بالاتری از این میزان، تعداد پرسشنامه‌های قابل استفاده ۲۴۱ مورد بود که نتایج حاصل از این تعداد استنتاج شده است.

جاذبه‌های گردشگری شهرستان کاشان

منابع و جاذبه‌های گردشگری در تمامی بخش‌های برنامه‌ریزی و مدیریتی صنعت گردشگری اهمیت بالایی دارند. ویژگی‌ها و مشخصه‌های منابع و جاذبه‌ها در یک مکان اساس توسعه گردشگری را مهیا می‌سازد (بهزادفرد و زمانیان، ۱۳۸۷: ۹۰). بر این اساس باید گفت که جاذبه‌ها هسته مرکزی محصول گردشگری و وزنه متعادل‌کننده مابین عرضه و تقاضای گردشگری هستند (Gartner, 1966). بنابراین برای فراهم کردن بستر مناسب جهت توسعه امر گردشگری، شناسایی این جاذبه‌ها در مرحله اول و برنامه‌ریزی برای توسعه آن‌ها در مراحل بعد ضرورت دارد. در این بین شهر کاشان از جمله شهرهایی است که دارای جاذبه‌های قابل قبولی در زمینه گردشگری است. بر این اساس لازم است به مهمترین جاذبه‌های گردشگری شهر کاشان اشاره شود. جاذبه‌های اصلی گردشگری کاشان را می‌توان به دو گروه عمده تقسیم نمود که هر یک از این گروه‌ها خود به گروه‌های فرعی تری تقسیم می‌شوند.

الف. جاذبه‌های طبیعی^۱: به کلیه پدیده‌های طبیعی که در پهنه جغرافیایی یک سرزمین قرار گرفته‌اند و انسان در شکل‌گیری آن‌ها دخالت نداشته است و به نوعی برای گردشگر می‌تواند جالب توجه باشد جاذبه‌های طبیعی گویند. ویژگی اصلی این دسته از جاذبه‌ها؛ چشم‌اندازهای بدیعی است، که سبب آرامش روحی انسان و احساس رضایت می‌شود (رضوانی، ۱۳۸۷: ۱۹). این دسته از جاذبه‌ها شامل کوهستان‌ها، قله معروف، غارها، یخچال‌ها، جنگل‌ها، چشمه‌های آب معدنی و ... هستند.

جدول ۱: میزان توان‌های طبیعی گردشگری در شهرستان کاشان به تفکیک نوع آن

نوع	کوه و قله	چشمه	ییلاق	کویر	دریاچه نمک	غار	جمع
تعداد	۲	۶	۱۰	۱	۱	۱	۲۱

ب. جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی^۱: کلیه پدیده‌های انسان ساخت که مورد توجه گردشگر است و فرهنگ و تمدن انسان در شکل‌گیری و تکامل آن دخالت داشته است که شامل آثار و ابنیه تاریخی (آثار باستانی و تاریخی، اماکن متبرکه، آرامگاه‌ها، معماری سکونتگاه‌های انسانی)، مراسم سنتی - مذهبی، موزه‌ها و... می‌شود (جعفری پناه، ۱۳۸۰).

جدول ۲: میزان توان‌های تاریخی - فرهنگی گردشگری در شهرستان کاشان

نوع	مسجد	بقعه	مدرسه	بازار	حمام	آب انبار	کاروانسرا	مناره و قلعه	مناره و خانه و باغ	موزه	آتشکده و شهر باستانی	جمع
تعداد	۱۳	۲۲	۴	۱	۷	۵	۵	۲	۱۴	۲	۳	۷۸

با توجه به دو جدول فوق‌الذکر، در شهرستان کاشان ۹۹ فضا را می‌توان تشخیص داد که این فضاها جزء فضاهای گردشگری به حساب می‌آیند. از این فضاها، ۲۳ جاذبه جزء فضاهای طبیعی و ۷۸ جاذبه جزء فضاهای تاریخی و فرهنگی محسوب می‌شوند. از مهمترین جاذبه‌های طبیعی می‌توان از چشمه سلیمانیه فین، غار ریئس در نیاسر، کوههای کرکس، دریاچه نمک و... نام برد. جداول (۱ و ۲) نشان می‌دهند که بیشتر فضاهای گردشگری شهرستان کاشان از نوع تاریخی و فرهنگی است (نراقی، ۱۳۸۴) که آن هم در داخل خود شهر کاشان واقع شده است. از آنجا که شهرستان کاشان یک شهر کویری با آب و هوای خشک است باعث شده که این شهرستان دارای جاذبه‌های طبیعی کمتری باشد و اکثر جاذبه‌های طبیعی آن در حومه شهر در قمصر، نیاسر و برزک و ابیانه واقع شده است.

زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری

گردشگری بزرگترین محرک اجتماعی در تاریخ زندگی بشر است که می‌تواند منشأ عمیق‌ترین اثرات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی باشد. صنعت گردشگری، امروزه به نسبت میزان سرمایه‌گذاری و صرف هزینه‌ها نسبت به صنایع دیگر، بیشترین درآمد را ایجاد می‌کند و فارغ از اثرات تخریبی زیست محیطی، منبعی لایزال و تمام ناشدنی است. به بیان دیگر گردشگری از پویاترین بخش‌های اقتصادی جهان است که براساس پیش بینی سازمان جهانی گردشگری^۱ در چند سال آینده از لحاظ درآمد، در رأس همه صنایع موجود در دنیا خواهد بود و بزرگترین بخش تجارت بین‌الملل را به خود اختصاص خواهد داد. گردش اقتصادی این بخش، حجم عظیمی از مبادلات تجاری بین‌المللی را به خود اختصاص داده است و کشورهای مختلف با آگاهی از درآمد سرشار گردشگری، اهمیت ویژه‌ای برای گسترش این بخش از اقتصاد جهانی قائل شده‌اند (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۶: ۲۱).

در این بین عوامل مختلفی در جذب مزیت‌های اقتصادی گردشگری دخالت دارند؛ یکی از مهمترین این عوامل زیرساخت‌های گردشگری هستند. زیرساخت‌های گردشگری شامل فضاهای اقامتی و پذیرایی، تأسیسات حمل‌ونقل و ارتباطی و انواع مختلف خدمات و... می‌شود. لیکن مهمترین زیرساخت‌های گردشگری فضاهای اقامتی و تأسیسات حمل‌ونقل به‌شمار می‌آید. مراکز اقامتی اشکال مختلفی دارند که هتل‌ها، پانسیون‌ها، کمپ‌ها، چادرها، ویلاها، کلبه‌ها و واحدهای آپارتمانی را شامل می‌شود (منشی‌زاده، ۱۳۷۶: ۷۴).

در ایران هتل‌های درجه‌بندی شده از یک ستاره تا پنج ستاره در سال ۸۵، تعداد ۶۴۳ باب بوده است که تعداد ۲۹۱۵۹ اتاق و ۶۰۳۱۰ تخت دارا بوده‌اند (مرکز ملی آمار، ۱۳۸۶) که از این تعداد، ۸ واحد اقامتی آن در شهرستان کاشان قرارداد که ۲۲۸ اتاق و ۴۸۳ تخت را شامل می‌شود (سازمان رفاهی تفریحی شهرداری کاشان، ۱۳۸۶: ۲۵). به عبارت دیگر ۱/۸ درصد از هتل‌های کل کشور و ۰/۸ درصد از تخت‌های کل کشور در شهرستان کاشان واقع شده است. به لحاظ نحوه قرارگیری فضاهای اقامتی باید گفت که فقط یکی از این فضاها در خارج شهر کاشان (واقع در قمصر) قرار دارد و بقیه در داخل شهر واقع شده‌اند که این امر نشان‌دهنده توان بیشتر

و مطلق شهر کاشان در جذب گردشگران نسبت به مناطق اطراف خود است. به عبارت دیگر بیشترین تعداد فضاهای اقامتی در شهر کاشان وجود دارد و همین نکته نشان‌دهنده توان بهتر جذب توریست و ایفای نقش بهتری در خدمات‌دهی نسبت به بقیه نقاط شهرستان می‌باشد. شهر کاشان در سال ۱۳۸۵ دارای ۵ هتل و ۳ مهمانپذیر بوده است. با توجه به آمار اعلام شده توسط مسئولین ذیربط مبنی بر حضور یک میلیون و دویست هزار گردشگر در ایام نوروز ۱۳۸۷ به شهرستان کاشان (سازمان رفاهی تفریحی شهرداری، ۱۳۸۷) ظرفیت فضاهای اقامتی شهر که مجموعاً ۴۳۸ تخت بوده است، به هیچ‌وجه پاسخگوی نیاز گردشگران نیست. به طوری که در ایام نوروز ۱۳۸۷، ۸۰ درصد از مسافران نوروزی در پارک‌ها، مدارس و خانه‌های استیجاری شخصی اقامت گزیدند (همان منبع).

جدول ۳: مقایسه ظرفیتی اقامتی ایران و کاشان

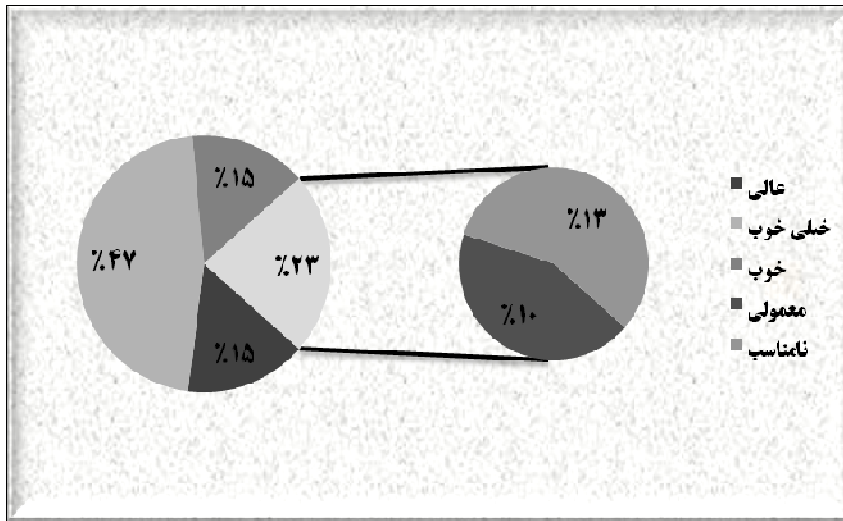
واحد اقامتی	هتلها	تعداد تخت	تعداد اتاق
ایران	۶۴۳	۲۹۱۵۹	۶۰۳۱۰
کاشان	۸	۲۲۸	۴۸۳

ماخذ: مرکز آمار ایران و سازمان رفاهی تفریحی شهرداری کاشان.

سنجش نگرش گردشگران از پارامترهای شکل‌دهنده محیط گردشگری

۱. خدمات پذیرائی

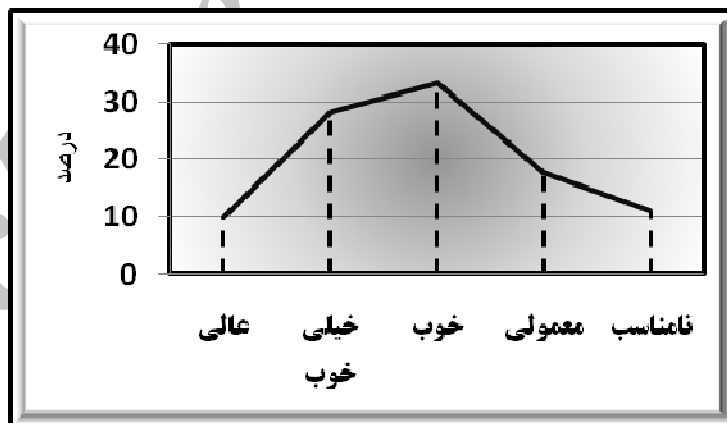
نظرسنجی از گردشگران راجع به وضعیت خدمات پذیرایی منطقه، ۱۵ درصد از گردشگران وضعیت خدمات پذیرایی را عالی، ۴۷ درصد خیلی خوب، ۱۵ درصد خوب، ۱۰ درصد معمولی، ۱۳ درصد نامناسب بوده که بیانگر وضعیت تقریباً مناسب امکانات پذیرایی در شهر است.



نمودار ۱: سنجش نگرش از گردشگران راجع به وضعیت خدمات پذیرایی

۲. اقامت گردشگران

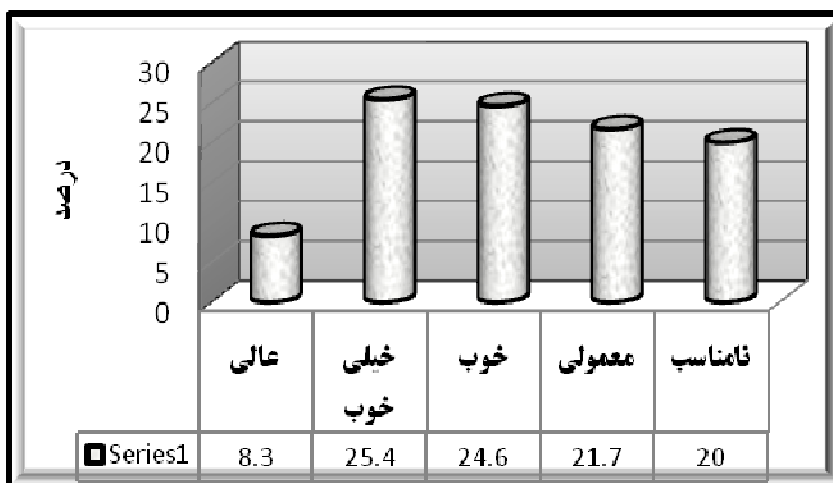
در ارتباط با وضعیت مکان اقامت در مکان گردشگری نتایج حاصله از نظرسنجی گردشگران به ترتیب ۹/۸ درصد عالی، ۲۸/۲ درصد خیلی خوب، ۳۳/۳ درصد خوب، ۱۷/۷ درصد معمولی، ۹ درصد نامناسب ارزیابی کرده‌اند.



نمودار ۲: سنجش نگرش از گردشگران راجع به وضعیت مکان اقامت

۳. خدمات حمل و نقل

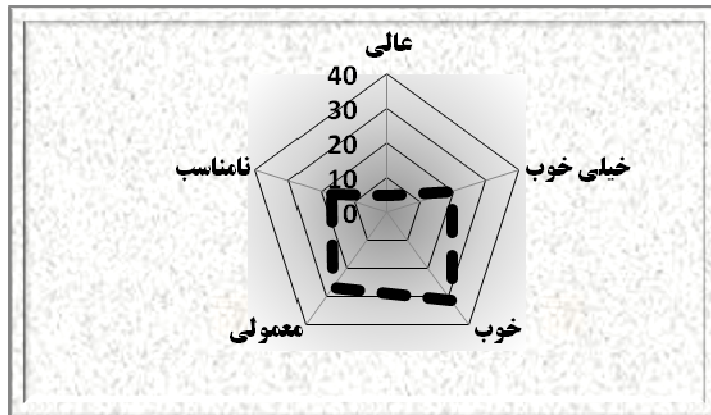
در رابطه با وضعیت حمل و نقل مکان گردشگری؛ ۸/۳ درصد از گردشگران وضعیت حمل و نقل را عالی، ۲۵/۴ درصد خیلی خوب، ۲۴/۶ درصد خوب، ۲۱/۷ درصد از گردشگران معمولی، ۲۰ درصد از گردشگران نامناسب بیان داشته‌اند که بیانگر وضعیت نسبتاً مطلوب امکانات حمل و نقل در این منطقه است.



نمودار ۳: سنجش نگرش از گردشگران راجع به وضعیت حمل و نقل

۴. تبلیغات گردشگری

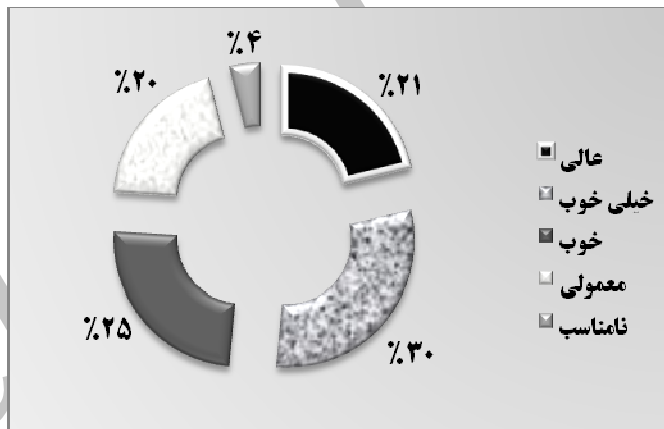
سنجش نگرش از گردشگران در رابطه با وضعیت تبلیغات منطقه در غالب (بروشور، کاتالوگ، پوستر...) نتایج به ترتیب: ۵ درصد از گردشگران وضعیت تبلیغات را عالی، ۱۹/۶ درصد از گردشگران خیلی خوب، ۳۱/۴ درصد خوب، ۲۶/۹ درصد از گردشگران تبلیغات در رابطه با منطقه را معمولی، ۱۷/۱ درصد از گردشگران تبلیغات را نامناسب دانسته‌اند. بنابراین بیش از یک‌دوم از گردشگران وضعیت تبلیغات منطقه را نامناسب عنوان کرده‌اند.



نمودار ۴: سنجش نگرش از گردشگران راجع به تبلیغات گردشگری در مورد منطقه

۵. اطلاعات گردشگری

در مورد اطلاعات گردشگری از منطقه سنجش نگرش به عمل آمده از گردشگران این نتایج را داشته است؛ ۲۱ درصد از گردشگران گزینه عالی، ۳۰/۳ درصد از گردشگران خیلی خوب، ۲۵ درصد از گردشگران خوب، ۲۰ درصد معمولی، ۴ درصد نامناسب بوده است.

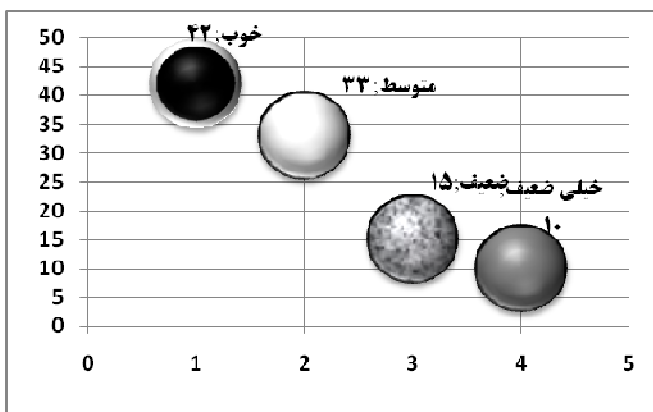


نمودار ۵: سنجش نگرش از گردشگران راجع به اطلاعات گردشگری از منطقه

۶. وضعیت دسترسی

طی نتایج به عمل آمده ۲۵ درصد از گردشگران وضعیت دسترسی را خیلی ضعیف و ضعیف و

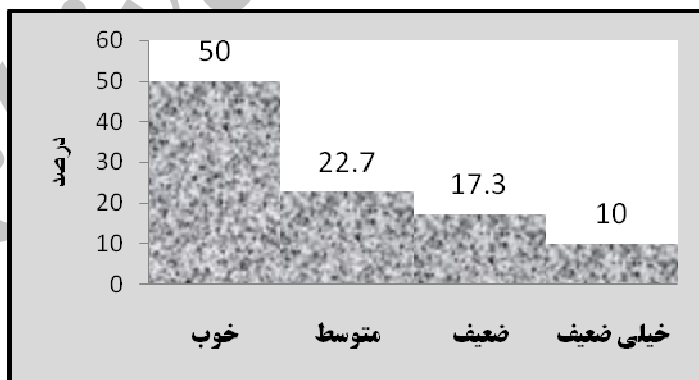
۷۵ درصد از کل گردشگران و جمعیت نمونه راههای دسترسی را متوسط و خوب ارزیابی کرده‌اند. با توجه به اینکه بیشترین درصد فراوانی نسبی از گردشگران راههای دسترسی را متوسط و خوب ارزیابی کرده‌اند و از دیگر سو، تعداد کمی از گردشگران وضعیت راهها را ضعیف و خیلی ضعیف را ارزیابی کرده‌اند.



نمودار ۶: سنجش نگرش از گردشگران راجع به اطلاعات وضعیت دسترسی

۷. قیمت‌ها

به علت آنکه در یک کلیت زمینه‌های ارزیابی برای تجربه گردشگری مهیا باشد لازم آمد تا در این قسمت نیز سنجش نگرش گردشگران پیرامون قیمت‌ها در این منطقه انجام گیرد که نتایج آن در نمودار (۷) نشان داده شده است.



نمودار ۷: سنجش نگرش گردشگران پیرامون قیمت‌ها

براساس نتایج به دست آمده، ۷۰/۷۲ درصد از گردشگران وضعیت و میزان قیمت محصولات و خدمات ارائه شده را خوب و متوسط ارزیابی کرده‌اند و ۲۷/۳ درصد آنها نیز قیمت خدمات و محصولات مختلف را بسیار ضعیف و ضعیف بیان کرده‌اند. این در حالی است که هیچ یک از گردشگران وضعیت قیمت‌ها را عالی ارزیابی نکرده‌اند.

آزمون فرضیه

جدول (۴) نتایج حاصل از آزمون فرضیه تحقیق به کمک نرم‌افزار SPSS با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود مقدار sig کمتر از ۰/۵ است. لذا در سطح خطای ۵ درصد می‌توان گفت که فرضیه تحقیق پذیرفته می‌شود. بنابراین، بین اهمیت و ادراک گردشگران از دریافت خدمات اداره شده رابطه وجود دارد.

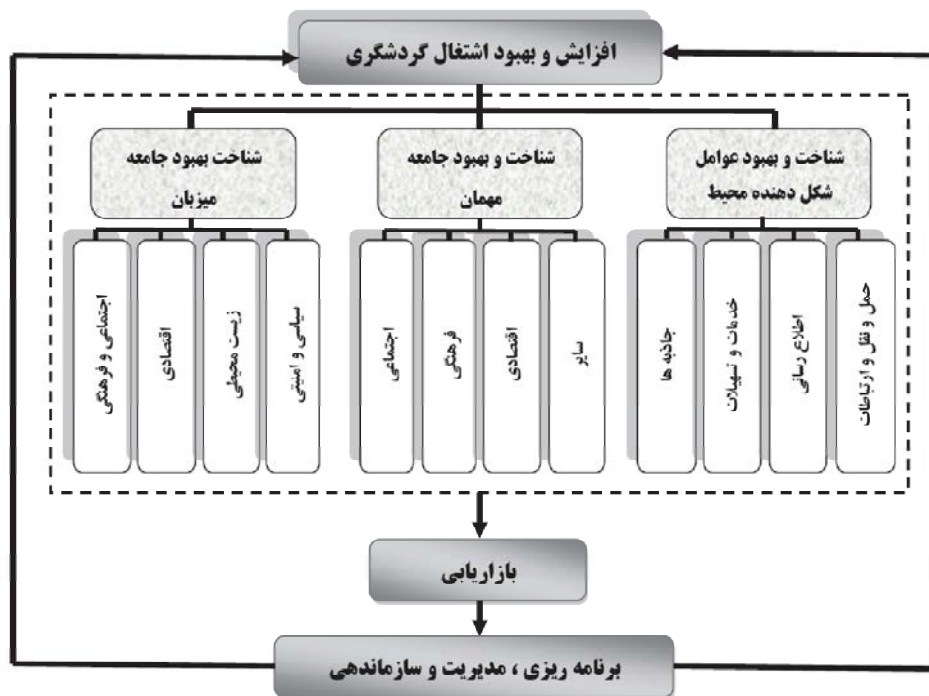
جدول ۴: رابطه ادراک گردشگران و کیفیت خدمات ارائه شده

متغیر	ادراک گردشگران (P)	اهمیت (I)	شکاف (P-I)	آماره آزمون (Z)	سطح معناداری (sig)
کیفیت خدمات	۲/۵۷	۳/۴۱	۰/۸۹۶	۰/۹۳۵	۰/۰۰۰

نتیجه‌گیری

امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه ای و چه در سطح بین المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. آگاهی جوامع از این که گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه‌ای در اختیار اقتصاد یک کشور یا منطقه قرار می‌دهد، باعث شده است که گردشگری مفهوم بسیار گسترده‌ای در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کرده و به‌عنوان یک صنعت تلقی شود. بر این اساس می‌توان گفت که گردشگری نقش مهمی در اقتصاد جوامع ایفا می‌کند و شناسایی دقیق بازار، رمز توسعه آن بوده؛ و اگرچه گردشگری یک فعالیت بین‌المللی است؛ اما بسیاری از افراد و سازمان‌ها در بازار محلی یا ملی در این بخش اشتغال دارند و در نتیجه گردشگری داخلی در چرخه اقتصاد ملی جایگاه عظیمی دارد. در این بین شناخت و تقویت محیط گردشگری می‌تواند تأثیر چشم‌گیری بر افزایش اشتغال در گردشگری و تأثیرات مثبت اقتصادی آن داشته باشد.

شهرستان کاشان از جمله مکان‌های گردشگری است که دارای پتانسیل‌های گردشگری فراوانی بوده و مهمتر از آن اینکه گردشگران تصویر ذهنی قبلی و مثبتی از آن دارند. این شهرستان به لحاظ کیفی، جاذبه‌های بسیار غنی و متعدد، دارد. در مجموع می‌توان گفت که شهرستان کاشان محیط گردشگری قابل قبولی را شکل داده است. اما در این محیط، به نسبت سطح مطلوب گردشگری آن، اشتغال مورد انتظار را برآورد نکرده و سطح اشتغال در گردشگری در سطح پایین‌تری قرار دارد؛ عوامل مختلفی در بروز این شرایط دخیل است که مهمترین آن را می‌توان در ضعف مدیریت و سازماندهی گردشگری دانست. چرا که گردشگری سازمان یافته و نظام وار که می‌توان آن را گردشگری مدرن نامید محصول و نتیجه شناخت گردشگری و شناخت فرایند مدیریت شهری است. به‌طور کلی بهبود گردشگری و اشتغال در این صنعت را می‌توان مطابق شکل زیر نشان داد:



شکل ۲: مدل برنامه ریزی گردشگری

Archive of

منابع

۱. بهزادفرد، مصطفی و روزبه زمانیان (۱۳۸۷)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری، نمونه موردی: شهرستان نیشابور، نشریه بین‌المللی علوم مهندسی دانشگاه علم و صنعت ایران، جلد ۱۹، شماره ۶؛
۲. پورمدنی، حسین‌علی (۱۳۸۱)، راهنمای سیاحتی کاشان، انتشارات مرسل، کاشان؛
۳. جعفری‌پناه، محمد (۱۳۸۰)، مطالعه و برنامه‌ریزی جاذبه‌های توریستی شهر ابرکوه در راستای توسعه ساختار فضایی آن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه یزد؛
۴. حمیدی‌نژاد، محمد (۱۳۸۵)، جاذبه‌های گردشگری در کاشان، انتشارات نجم الهدی، تهران؛
۵. رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷)، توسعه گردشگری روستائی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران، تهران؛
۶. رنجیریان، بهرام و محمد زاهدی (۱۳۸۶)، شناخت گردشگری، انتشارات چهار باغ، اصفهان؛
۷. زنگی‌آبادی، علی؛ جمال محمدی و دیبا زیرک‌باش (۱۳۸۵)، تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۸؛
۸. سازمان رفاهی تفریحی شهرداری کاشان (۱۳۸۷)، گزارش ستاد نوروزی سازمان رفاهی تفریحی، منتشر نشده؛
۹. سازمان میراث فرهنگی (۱۳۸۴)، آمار بازدیدکنندگان روزانه از موزه‌ها و اماکن تاریخی در شهر کاشان، گزارش منتشر نشده؛
۱۰. شاطریان، محسن (۱۳۸۸)، تحولات فضایی جمعیت شهرستان کاشان در نیم سده اخیر، انتشارات دعوت، تهران؛
۱۱. صدر موسوی، میرستار و جواد دخیلی (۱۳۸۳)، درآمدی بر برنامه‌ریزی تفریحگاه‌های گردشگری، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، شماره پیاپی ۱۷، دانشگاه تبریز؛
۱۲. صدر موسوی، میرستار، جواد دخیلی (۱۳۸۶)، ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، مجله پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۳۹؛
۱۳. فرخ یار، حسین (۱۳۷۵)، بهشتی در حاشیه کویر کاشان، انتشارات مرسل، کاشان؛
۱۴. کیانمهر، محمدولی (۱۳۷۲)، نگرشی به صنعت جهانگردی مطالعات مدیریت، شماره ۱۲؛
۱۵. مدهوشی، مهرداد و نادر ناصرپور (۱۳۸۲)، ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۲۷؛
۱۶. مرکز آمار ایران (۱۳۸۶)، سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵؛
۱۷. مستوفی‌الممالکی، رضا و سکینه فرمانی (۱۳۸۸)، ارزیابی کیفیت خدمات جهانگردی در واحدهای

- اقامتی شهر شیراز، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، سال اول، پیش شماره ۲، صص ۴۴-۳۵؛
۱۸. مکیان، نظام‌الدین، بنی‌محمود نادری (۱۳۸۲)، بررسی گردشگری خارجی در شهرستان یزد، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۶۲؛
۱۹. منشی‌زاده، رحمت‌الله (۱۳۷۶)، جهانگردی، انتشارات مسعی، تهران؛
۲۰. نراقی، حسن (۱۳۷۴)، آثار تاریخی کاشان و نطنز، ناشر آثار مفاخر فرهنگی، تهران؛
21. Ashworth, J, and B. Thomas (1999), Pattern of seasonality in employment in tourism in the UK, *Applied Economics Letters*, 6;
22. Atilgan, e., Akinci, s., aksoy, s., (2003), Mapping service quality in the tourism. *Industry managing service quality*, 13 (5), 412- 422;
23. Bridges, J.G. (1959), a Short History of Tourism, in H.P Sales, *Travel and Tourism Encyclopedia*, London;
24. Briedenhann, Jenny and Eugenia Wickens (2004), Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream? *Tourism management*, vol.25;
25. Coltman, Michael M. (1989), an Introduction to Travel and Tourism: An International Approach, Van Nostrand Reinhold;
26. Gartner, William C. (1966), *The Tourism Development Principles, Processes and Policies*, London, New York, Paris, Van Nostrand Reinhold.
27. Thomas R., Pigozzi B. and Sambrook R, (2005), *Tourist Carrying Capacity Measures: Crowding*.