

مقاله پژوهشی

راهبرد کالبدی- فضایی گردشگری شهری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان

حسین قمری^۱، نفیسه مرصوصی^{۲*}، اسماعیل علی اکبری^۳

۱. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۳. استاد گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

(دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۰۵ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۶)

Physical-Spatial Strategies of Urban Tourism with a Participatory Approach in Kashan Region

Hossein Ghamari¹, Nafiseh Marsousi^{2*}, Ismail Ali Akbari³

1. Ph.D. Student in Geography and Urban Planning, Payame Noor University, Tehran, Iran

2. Assistant Professor, Department of Geography, Payame Noor University, Tehran, Iran

3. Professor, Department of Geography, Payame Noor University, Tehran, Iran

(Received: 24/Feb/2021)

Accepted: 26/Apr/2021)

Abstract

Despite the international importance of cooperative tourism and the global effort to attract income through tourists, tourism is not booming in different regions of Iran, including the Kashan region, due to various reasons. The purpose of the present research is to study the physical-spatial strategy of urban tourism with a participatory approach in Kashan region. The research is applied in terms of subject and descriptive and analytical in terms of method. The techniques used are: SWOT strategic analysis model and quantitative planning matrix model. The independent research variable is tourism and the dependent research variable is physical and spatial development. This research seeks to answer the question, "What are the potentials and limitations of the physical-spatial strategy of tourism with a participatory approach in Kashan region?". The results obtained from tourists, citizens, university professors, administrators, and experts show that, according to the public, the most important weaknesses of the research are the lack of a written program in the field of public participation, low participation spirit and weak government supervision, and the most important strength of the research is the existence of suitable tourism infrastructures (in relation to other cities in the country, not in relation to the global scale). Also, according to the respondents, the lack of clarity about the role of people's participation in the country's tourism plans and, of course, the plans of the Kashan region, and the lack of economic stability, are the most important perceived threats to tourism. The set of these factors is shown in the form of a matrix. This matrix shows the priority of each of the strengths, weaknesses, threats and opportunities. In the matrix, the internal strategic factors got a final score of 1.82, which is not only smaller than 2.5 but also smaller than 2. As a result, despite the existence of tourist attractions in Kashan region, due to many problems, people's participation for the physical-spatial development of tourism is not satisfactory.

Keywords: Physical-Spatial Strategy, Participatory Approach, Urban Tourism, Kashan Region.

چکیده

با وجود اهمیت گردشگری مشارکتی در صحنه بین‌المللی و تلاش جهانی برای جذب درآمد از طریق گردشگر در مناطق مختلف ایران از جمله منطقه کاشان، بنا به دلایل مختلف، گردشگری رونق زیادی ندارد. هدف از انجام این تحقیق، مطالعه راهبردی کالبدی - فضایی گردشگری شهری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان است. تحقیق از نظر موضوع، کاربردی و از نظر روش، توصیفی و تحلیلی و تکنیک‌های مورد استفاده، مدل تحلیل استراتژیک SWOT و مدل ماتریس برنامه‌ریزی کمی است. متغیر مستقل تحقیق، گردشگری و متغیر وابسته تحقیق، توسعه کالبدی و فضایی نامیده می‌شود. این تحقیق درصدد پاسخ به این سؤال است که «پتانسیل‌ها و محدودیت‌های راهبرد کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان کدام است؟». نتایج به‌دست‌آمده از جانب نمونه‌ای تحقیق (گردشگران، شهروندان، استادان دانشگاه، مدیران، کارشناسان) نشان می‌دهد از نظر مردم، مهم‌ترین نقاط ضعف تحقیق، نداشتن برنامه مدون در زمینه مشارکت مردمی، روحیه مشارکت پایین و نظارت دولتی ضعیف و مهم‌ترین نقطه قوت تحقیق، وجود زیرساخت‌های مناسب گردشگری (به نسبت سایر شهرهای کشور نه به نسبت مقیاس جهانی) است. همچنین از نظر پاسخگویان، مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌های گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان و عدم ثبات اقتصادی، مهم‌ترین تهدیدهای متصور برای گردشگری است. مجموعه این عوامل که در قالب یک ماتریس نشان داده شده، نشان می‌دهد که اولویت با کدام گروه از نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت است. در ماتریس عوامل راهبردی داخلی نمره نهایی ۱/۸۲ و همان‌طور که ملاحظه می‌شود عدد به‌دست‌آمده نه تنها از عدد ۲/۵ بلکه از عدد ۲ نیز کوچک‌تر است. در نتیجه علی‌رغم وجود جاذبه‌های گردشگری در منطقه کاشان به دلیل مشکلات فراوان، مشارکت مردمی برای توسعه کالبدی - فضایی گردشگری در وضعیت رضایت بخشی نیست.

واژه‌های کلیدی: راهبرد کالبدی- فضایی، رویکرد مشارکتی، گردشگری شهری، منطقه کاشان.

مقدمه

فضایی، قرارگیری کاشان در مرکز کشور، وجود راه‌های مطمئن، امنیت بالا و زیبایی ظاهری شهر به نسبت بسیاری از شهرهای کشور سبب شده که سالانه میلیون‌ها نفر از کاشان بازدید نمایند، وجود جاذبه‌های فراوان یکی از دلایل جذب این همه گردشگری است. جدول ۱ جاذبه‌ها گردشگری کاشان را نشان می‌دهد.

جدول ۱. جاذبه‌های گردشگری کاشان

کانون گردشگری	جاذبه‌های گردشگری
شهر کاشان	خانه‌های تاریخی، بازار، باغ فین کاشان و ...
آران و بیدگل	کویر مرنجاب
شهر نیاسر	آبشار نیاسر، غار دست‌کند و ...
شهر قمصر	مراسم گلاب‌گیری
شهر نوش‌آباد	غار دست‌کند
مشهد اردهال	مراسم قالی‌شویی
نطنز	ابیانه سایر جاذبه‌ها

صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از متنوع‌ترین و بزرگ‌ترین صنایع در جهان، یکی از مهم‌ترین منابع درآمد و ایجاد فرصت‌های شغلی برای بسیاری از کشورهای دنیا است. به علت اهمیت اقتصادی روزافزون و اهمیتی که برنامه‌ریزان به این صنعت می‌دهند، بنابراین یکی از موتورهای توسعه است. چون گردشگری امروزه یکی از پایه‌های اصلی اقتصاد جهان به‌شمار می‌رود. زیرا با ایجاد بالاترین میزان ارزش‌افزوده به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم می‌تواند بر سایر فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی تأثیر بگذارد. جالب است بدانیم که در تقسیم‌بندی جهانی پس از نفت و خودروسازی، صنعت گردشگری در رده سوم قرار می‌گیرد. (اخوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۳)

این صنعت موجبات آشنایی مردم با دیگر فرهنگ‌ها، نژادها، اقوام، سرزمین‌ها و گویش‌ها شده است. از نظر اقتصادی به‌عنوان یک منبع تأمین درآمد محسوب می‌شود. به همین سبب، مناطق مختلف جهان با داشتن امکانات گوناگون و جاذبه‌های متنوع، در پی جذب و جلب جهانگردان به سوی خویش هستند.

در واقع، امروزه گردشگری در جهان در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه، از صنعت گردشگری به‌عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند، زیرا با ویژگی‌های خاص خود، صنعتی پویا با آینده‌ای روشن خواهد بود. سرمایه‌گذاری در این صنعت روبه افزایش است تا جایی که از نظر اقتصاددانان، گردشگری را قبل از هر چیزی مسئله‌ای اقتصادی می‌دانند. به‌طوری‌که کارشناسان با تأکید بر جنبه‌های مختلف گردشگری، نقش آن را در پویایی اقتصادی فضاهای جغرافیایی و توسعه کالبدی - فضایی جامعه میزبان بسیار مهم دانسته‌اند و می‌کوشند تا با شناخت ابعاد اقتصادی گردشگری، راه‌های توسعه را در این افق بررسی کنند (ابراهیمی، ۱۳۹۶: ۷۵).

با وجود اهمیت گردشگری در صحنه بین‌المللی و تلاش جهانی برای جذب درآمد از طریق گردشگر، در ایران بنا به دلایل مختلف، گردشگری رونق زیادی ندارد. نمونه بارز این موضوع، شهرهای منطقه کاشان است. این شهرها دارای انواع مختلف جاذبه‌های گردشگری همچون اکوتوریسم، گردشگری زیارتی، گردشگری تاریخی و فرهنگی، کویرنوردی و گردشگری ورزشی هستند. علاوه بر این جاذبه‌های کالبدی -

ولی با وجود این جاذبه‌ها بنا به گفته اکثر کارشناسان، شهر کاشان و مناطق اطراف آن در زمینه کالبدی - فضایی تا دسترسی به توسعه پایدار فاصله زیادی دارند. در واقع برای دستیابی به اصول توسعه پایدار در گردشگری مخصوصاً در زمینه کالبدی - فضایی باید مواردی از جمله: استفاده پایدار از منابع، عدم مصرف بیش از حد و اتلاف منابع، حفظ تنوع، برنامه‌ریزی، حمایت از نظام اقتصاد محلی، مشارکت جوامع محلی درخصوص گردشگری، مشاوره با افراد ذی‌نفع و عامه مردم، آموزش‌های گردشگری، مسئولیت بازاریابی صنعت گردشگری و انجام تحقیق و پژوهش درحوزه گردشگری مورد توجه قرار گیرد (محللاتی، ۱۳۸۱: ۲۴).

نتایج بررسی آمارهای موجود، نشان می‌دهد که در ماه اردیبهشت که مهم‌ترین ماه از نظر گردشگری در کاشان است، بیش از ۷۰ درصد از افرادی که وارد منطقه می‌شوند، نمی‌توانند در فضای مناسبی اسکان یابند و در فضاهای غیرمعمول مثل مدرسه یا پارک اقامت می‌کنند. همچنین با وجودی که در این ماه هتل‌ها، رستوران‌ها، آشپزخانه‌ها و سایر غذاخوری‌های شهر با حداکثر ظرفیت مشغول به کار هستند، باز هم بیش از ۳۰ درصد از گردشگران شهری، خود مجبور به تهیه غذا می‌شوند. همچنین در خصوص حمل‌ونقل، تقریباً تنها ۱۰ درصد از حمل و نقل به فضاهای گردشگری توسط بخش دولتی انجام می‌شود و سایر حمل و نقل‌ها توسط بخش خصوصی و خود

مفهوم پایداری در توسعه با بسترسازی برای بهبود محیط‌زیست ممکن می‌شود که بهبود در زیرساخت‌ها و مسکن شهری و توزیع متناسب و عادلانه تسهیلات و خدمات شهری را به همراه آورد. بنابراین، بهبود محیط‌زیست را می‌توان یکی از محورهای اصلی توسعه پایدار شهری دانست که افزایش امنیت انسانی و رضایتمندی اجتماعی را امکان‌پذیر می‌سازد (صادقیان و دیگران، ۱۳۹۰).

توسعه پایدار شهری این امکان را به وجود می‌آورد تا ضمن بهبود ساختارهای کالبدی، فضایی، اجتماعی و فرهنگی، راهکارهایی را برای بهبود محیط‌زیست شهری فراهم می‌کند (صدر موسوی و دیگران، ۱۳۹۴).

یکی از راهکارهایی توسعه کالبدی_ فضایی به شکل مناسب رونق گردشگری شهری است. از نظر سازمان جهانی گردشگری، در تعریف گردشگری به «مجموعه فعالیت‌های فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک‌شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می‌کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی‌شود» اشاره شده است (صابری و دیگران، ۱۳۹۷).

گردشگری نقشی اساسی در توسعه اقتصادی، کالبدی - فضایی، فرهنگی و اجتماعی دارد. البته امروز تأکید بر گردشگری اجتماع‌محور است این نوع گردشگری در تقابل با گردشگری انبوه و بزرگ‌مقیاسی است که تنها توسط شرکت‌های بزرگ کنترل و اداره می‌شود و بهره محدودی برای جامعه میزبان دارد. در گردشگری انبوه، جامعه میزبان در شغل‌های دست‌پایین و با درآمد ناچیز گماشته می‌شوند اما در گردشگری اجتماع‌محور، توسعه گردشگری محلی به‌صورت خلاقانه با مشارکت افراد و گروه‌های مختلف جامعه میزبان، مالکان کسب و کارهای کوچک، مشوقان انجمن‌های محلی و دولت‌ها انجام می‌شود (Popescu, 2010: 69).

امروزه گردشگری و صنعت جهانگردی منبع درآمد بسیاری از کشورها محسوب می‌شود و بسیاری از آن‌ها از این منبع درآمد برای ایجاد اشتغال، رشد بخش خصوصی و حرکت در مسیر توسعه اقتصادی و بازسازی فضایی و کالبدی شهرهای خود استفاده می‌کنند (Hall, 2012; 272).

گردشگری انواع مختلفی دارد که یکی از آن‌ها گردشگری بومی نام دارد. گردشگری بومی، رویکردی در گردشگری است که در آن نیازها و خواسته‌های ساکنان محلی را در فرایند برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری در نظر می‌گیرد. بومی کردن

گردشگران انجام می‌شود. به‌گونه‌ای که اگر فرد خودرو مناسب نداشته باشد، امکان بازدید از جاذبه‌های گردشگری بسیار کم می‌شود (نیازی و لاجوردی، ۱۳۸۹: ۳۴۵).

مطالعه این موارد نشان می‌دهد که یکی از عوامل اصلی فاصله‌گیری شهرستان کاشان در خصوص کالبدی_ فضایی از دستیابی به اصول و شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری، میزان مشارکت پایین شهروندان در روند تهیه برنامه‌ها و اجرای طرح‌های مرتبط با گردشگری است. به همین سبب این تحقیق به بررسی رهیافت‌های کالبدی_ فضایی گردشگری شهری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان و پاسخ به این سؤال است: «پتانسیل‌ها و محدودیت‌های راهبرد کالبدی_ فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان کدام است؟».

در بازبینی به ادبیات پژوهش در این حوزه موضوعاتی از این دست قابل توجه است. ابتدا در حوزه پژوهش‌های شهری، ساخت و سیمای شهر از یک سو و حرکات، عملکردها و پویایی شهر یا مکان جغرافیایی مفروض از سوی دیگر، سازنده حیات کالبدی آن هستند. بنابراین، می‌توان «توسعه کالبدی یک شهر» یا «گسترش فیزیکی شهر» را این‌گونه تعریف کرد که به افزایش کمی و کیفی کاربری‌ها و فضاهای کالبدی (مسکونی، تجاری، مذهبی، ارتباطی و ...) یک شهر را در ابعاد افقی و عمودی که در طول زمان انجام می‌گیرد، می‌توان عنوان توسعه فیزیکی اطلاق کرد (اخوان و دیگران، ۱۳۹۲).

فضا به‌خودی‌خود مفهوم واضحی ندارد. این مفهوم معنایی به‌مراتب گسترده‌تر از تعریف نسبتاً ساده فضای فیزیکی یا طبیعی دارد (خادم‌الحسینی و دیگران، ۱۳۹۷). گروهی از صاحب‌نظران همچون رابرت کریر، فضای شهری را به‌عنوان ساخت شهر مطالعه می‌کنند؛ گروهی همچون کامیلوسیتته، از حوزه زیبایی‌شناسی به موضوع می‌نگرند و برخی نیز مانند گیدنز، فضای شهری را از منظر اکولوژی اجتماعی بررسی می‌نمایند (شرقی و دیگران، ۱۳۹۴).

توسعه کالبدی_ فضایی نیز در ادبیات مختلف توسط پژوهشگران مورد استفاده قرار گرفته است که یکی از آن‌ها توسعه پایدار شهری است. توسعه پایدار شهری رابطه نزدیکی با محیط‌زیست شهری دارد. به‌گونه‌ای که توسعه پایدار را می‌توان بهبود ساختار شهری دانست که بهبود زیست‌محیطی را نیز به همراه دارد. بر این اساس توسعه پایدار شهری، توسعه انسانی پایدار را نیز به همراه می‌آورد که به شکل‌گیری سرمایه‌های اجتماعی و ایجاد عدالت اجتماعی کمک می‌کند.

بسیاری از محققان در این زمینه تحقیقات گسترده‌ای انجام داده‌اند. به‌طور نمونه بیشمی و محمودی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان بررسی میزان مشارکت شهروندان در طرح‌های گردشگری (مطالعه موردی منطقه ۲۲ شهر تهران) می‌نویسند توسعه گردشگری را نمی‌توان صرفاً با مسائل اقتصادی و کالبدی مورد مطالعه قرارداد، بلکه برای پیشرفت گردشگری ضرورت دارد نیروهای یدی، فکری بومی و محلی منطقه در تهیه طرح‌های شهری تأثیر داشته باشند. مسئول فراهم نمودن زمینه‌های مشارکت در امور گردشگری، نهادهای شهری مانند شهرداری و سایر ارگان‌های دولتی هستند. متأسفانه به دلیل عدم وجود زمینه مشارکت مردم در تهیه طرح‌ها در منطقه ۲۲ تهران، میزان اثرگذاری مردم در تهیه طرح‌ها بسیار ناچیز و تقریباً معادل صفر است. درحالی‌که مردم خود بسیار علاقه‌مند هستند در زمینه گردشگری مشارکت داشته باشند زیرا مردم منطقه ۲۲ تهران به مزایای صنعت گردشگری کاملاً آشنا هستند (بیشمی و محمودی، ۱۳۹۴: ۲۲).

فریبرز عارف (۲۰۱۱) در مطالعه‌ای در مورد تأثیر مشارکت بر گردشگری شهری در شیراز می‌نویسد احساس جامعه می‌تواند با افزایش مشارکت محلی، تأثیر کاتالیزوری در توسعه صنعت گردشگری داشته باشد. به عبارت دیگر، در صورتی‌که جامعه احساس نماید که مشارکت وی باعث رونق گردشگری می‌شود با سرمایه‌گذاری اقتصادی سبب ایجاد فضاهای مناسب گردشگری می‌شود. همچنین مردم در صورتی‌که بدانند مفید هستند با فکر خود می‌توانند به تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان کمک کنند (Aref, F, 2011:20).

وان دریا دو اونتسو (۲۰۱۹) در مورد تأثیر مشارکت در گردشگری شهری در کشورهای آفریقایی می‌نویسند در آفریقا شهروندان تقریباً هیچ‌گونه مشارکتی در خصوص گردشگری ندارند. اگر جایی هم از نظرات آن‌ها استفاده شده است، یک نوع فریب و دروغ بوده است. نکته دیگر که باید توجه داشت آنکه در آفریقا هر چه میزان توسعه اقتصادی بیشتر باشد، میزان مشارکت مردمی در گردشگری و توریسم بیشتر است، به عبارت دیگر در مناطقی با قابلیت‌های اقتصادی ضعیف، داده‌های موجود در مورد میزان مشارکت مردمی در گردشگری بسیار چالش‌برانگیز است (Wondirad, A., & Ewnetu, B 2019:104).

هوو زانگ و فوجی وارا (۲۰۱۳) در یک مطالعه در مورد تأثیر مشارکت در گردشگری شهری در ژاپن می‌نویسند، معمولاً متخصصان و دانشجویان رشته‌های گردشگری دارای فکر در

گردشگری یا آنچه از آن به‌عنوان گردشگری بومی یاد می‌شود، عبارت است از تطابق گردشگری با محیط‌زیست و محیط فرهنگی هر مکان. در این رهیافت نگرشی دوسویه از جریان گردشگری وجود دارد؛ از یک سو گردشگری بومی شامل عمل و عکس‌العمل گردشگران است و از دیگر سو، اندازه و وسعت و دامنه عملکردی گردشگری را نشان می‌دهد (حیدری چپانه، ۱۳۸۹: ۷۸).

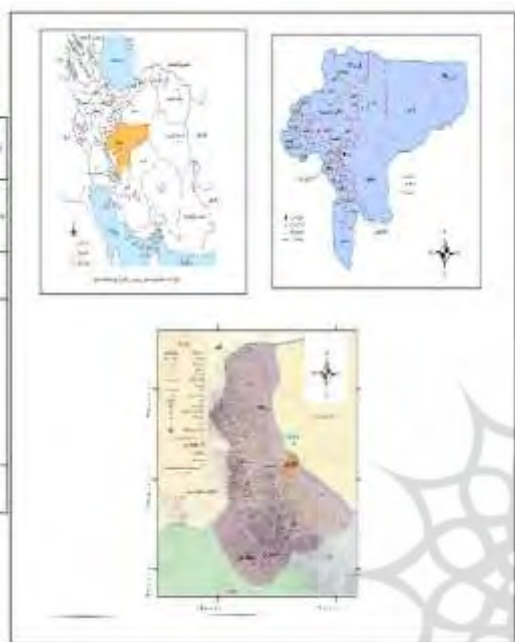
گردشگری محلی نوعی دیگر از گردشگری است که افراد بیشتر در محل زندگی خود یا نقاط نزدیک به محل سکونت خود به گردشگری می‌پردازند. میزان درآمد حاصل از این نوع گردشگری در برخی از نقاط به بیش از پنج برابر گردشگری خارجی می‌رسد (توکلی انگوت و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۷۳).

نوع دیگر از گردشگری که در این تحقیق بیشتر با آن روبرو هستیم گردشگری شهری است. گردشگری شهری، یکی از مهم‌ترین و پیچیده‌ترین فعالیت‌های فضایی و مکانی انسان در جامعه شهری است. به نظر صاحب‌نظران، گردشگری شهری یک فرصت بزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را برای شهرها به وجود می‌آورد که این فرصت نقش بسیار مؤثری در ارتقاء کیفیت زندگی شهروندان در ابعاد مختلف می‌تواند ایفا کند. در واقع این صنعت در جامعه شهری به‌عنوان فعالیت چهارم زندگی شهرنشینی، بر اساس اختصاص دادن فضاهای خاص برای گذران اوقات فراغت و نیازهای مختلف تفریحی، میراثی، تاریخی است که امروزه نقش بسیار مهمی در ساختارهای فضایی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی به شکل مثبت و منفی از طریق رفت و آمد گردشگران داخلی و خارجی به خود اختصاص داده است (بیرانوندزاده و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۰۱).

علاوه بر این گردشگری شهری با ارزش‌های محیطی، میراث فرهنگی و تاریخی هر شهر ارتباطی تنگاتنگ دارد که از این منظر توجه به استقلال این امر در طرح‌های توسعه و عمران شهری ضروری به نظر می‌رسد. باید توجه کرد که گردشگری شهری و کیفیت و کمیت آن یکی از شاخص‌های مهم توسعه و عمران شهری به شمار می‌آید اما در کل برای تحقق گردشگری شهری در شهرها می‌بایست گردشگاه و مجموعه‌های گردشگاهی درون شهری و برون شهری و حومه‌ای به تناسب به وجود آید و تسهیلات گردشگری نیز در یک شهر به تناسب طیف گردشگران فراهم شود (ابراهیم‌پور و دیگران، ۱۳۹۶).

گردشگری شهری ارتباط محکمی با مشارکت دارد، چنانچه

فصول و ایام سال برای سفر مناسب است. نواحی شمال و شرق کاشان را دشت کویر احاطه کرده است. کاشان از شهرهای استان اصفهان بوده که در شمال آن واقع شده و دارای ۳ بخش و ۶۷ روستا است. شکل ۱، موقعیت و محدوده مورد مطالعه را نشان می‌دهد.



شکل ۱. موقعیت و محدوده مورد مطالعه

داده‌ها و روش کار

هدف از انجام تحقیق مطالعه راهبرد کالبدی- فضایی گردشگری شهری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان است. تحقیق از نوع هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی و تحلیلی و روش تجربه و تحلیل اطلاعات، کمی و کیفی است. جامعه آماری پژوهش، متخصصان گردشگری کاشان، شهروندان منطقه کاشان و گردشگرانی است که به منطقه کاشان می‌آیند. دوره زمانی تحقیق از سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰ بوده است. روشی تحقیق، محتوایی و پایایی آن با استفاده از آلفای کرون باخ ۰/۹۵ تعیین شده است. تعداد نمونه آماری برای شهروندان ۳۸۱ نفر، برای گردشگران ۳۹۵ نفر و برای متخصصان ۸۰ نفر به دست آمده است. تکنیک‌های تحقیق سوات و ماتریس برنامه‌ریزی کمی هستند. متغیر مستقل تحقیق گردشگری و متغیر وابسته تحقیق توسعه کالبدی - فضایی و روش جمع‌آوری اطلاعات، اسنادی و پیمایشی است.

مورد نحوه مدیریت گردشگری هستند. طبقه متوسط و ثروتمند نیز از طریق احداث رستوران‌ها، هتل‌ها، پاساژها و مغازه‌های مرتبط به گردشگری کمک می‌کنند. طبقه عادی مردم هم می‌توانند از طریق اجاره دادن خانه و یا از طریق جابجایی مسافران کمک زیادی به توسعه گردشگری و کاهش هزینه‌های گردشگری نمایند. (Wu, L., Zhang, J., & Fujiwara, A. 2013:2).

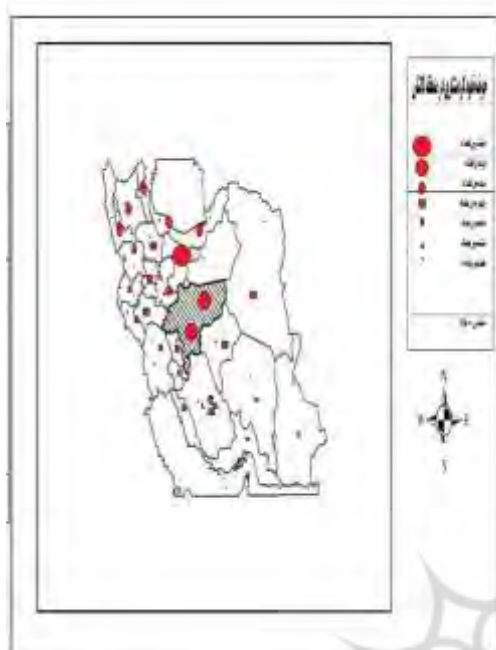
آلگری، ماتوو پو (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای تأثیر مشارکت در گردشگری شهری در اسپانیا، در دوره زمانی ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۰ نشان می‌دهد که میزان هزینه‌ها و مخارج زندگی شهروندان اسپانیایی و تأثیرات بیکاری و کاهش رونق اقتصادی، میزان مسافرت شهروندان اسپانیایی را کاهش داده است. اما شهروندان مشارکت بیشتری را برای جلب گردشگر به شهر خود داشته‌اند (Alegre, J. at all, 2013:37).

محمدتقی رهنمایی (۱۳۸۲) در مطالعه خود می‌نویسد، نظام مدیریت گردشگری در ایران مشکلات عدیده‌ای دارد. وی دلایل این مشکلات را ساده‌اندیشی، علم‌گریزی، خوش‌باوری و عدم مدیریت در زمینه گردشگری می‌داند. همچنین وی مشکل دیگر گردشگری ایران را عدم مشارکت مؤثر مردمی می‌داند. (رهنمایی و دیگران، ۱۳۸۲: ۳۵)

مطالعه فرقان دوست‌حقیقی، رضوانی و هاشمی سلیمانی (۱۳۸۸) نشان می‌دهد که نوع مشارکت ایرانیان در موضوع گردشگری مشارکت غیرفعال است که بدترین نوع مشارکت در امور اجتماعی است (فرقان دوست و دیگران، ۱۳۸۸: ۷۶).

مناطق شهری ایران، از دیرباز تاکنون، مراکزی قدرتمند برای جذب جمعیت در کشور بوده و به تناسب، الگوهای فضایی مختلفی شکل داده است. بر اساس روند توسعه مراکز سکونتگاهی در سال‌های اخیر، می‌توان گفت سکونتگاه‌ها نیز در تشکیل ساختار فضایی منطقه، نقش مؤثری بازی کرده و مسیرهای ارتباطی قوی به تشکیل چنین الگویی منجر شده است (داداش‌پور و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۱۷). منطقه جغرافیایی کاشان شامل شهرستان‌های کاشان، آران و بیدگل، نطنز و اردستان است. این منطقه از نظر جغرافیایی ویژگی‌های همگنی دارند. در طرح‌های مختلف، از این منطقه با نام استان اصفهان شمالی یا استان گلستان نام برده شده است (نیازی و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۶۶). شهرستان کاشان با جمعیتی نزدیک به ۴۰۰ هزار نفر و حدود ۵۰۰۰ کیلومتر مربع وسعت، در طول ۵۱ درجه و ۲۷ دقیقه شرقی و عرض ۳۳ درجه و ۵۹ دقیقه شمال جغرافیایی قرار دارد. کاشان با آب و هوایی متنوع در اکثر

استان‌های غیر هم‌جوار نیز می‌شود. شکل ۳ حوزه نفوذ گردشگری کاشان را نشان می‌دهد.



شکل ۳. حوزه نفوذ گردشگری کاشان

ارزیابی پتانسیل‌ها و محدودیت‌های کالبدی- فضایی گردشگری

نتایج پرسش‌نامه‌های استخراج‌شده به‌صورت دلفی در اختیار گروهی از متخصصان، گردشگران و شهروندان قرار داده شده است و از آن‌ها خواسته‌شده با استفاده از تکنیک طوفان فکری و سوات فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف راهبرد کالبدی- فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان را شناسایی نموده و استراتژی‌های متناسب با آن را تدوین نمایند.

پس از بررسی پرسش‌نامه‌ها و استخراج نتایج آن‌ها و تحلیل محتوای مطالب آن‌ها، مهم‌ترین نقاط قوت و ضعف راهبرد کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان در قالب تکنیک SOWT استخراج شده و در جدول ۲ نمایش داده شده است.

روش اسنادی متکی بر مطالعات کتابخانه‌ای و جستجو در شبکه جهانی اینترنت و روش‌های پیمایشی، مبتنی بر پرسش- نامه محقق ساخته است. شکل ۳، مدل تجربی تحقیق را نشان می‌دهد.



شکل ۲. مدل تجربی تحقیق

شرح و تفسیر نتایج

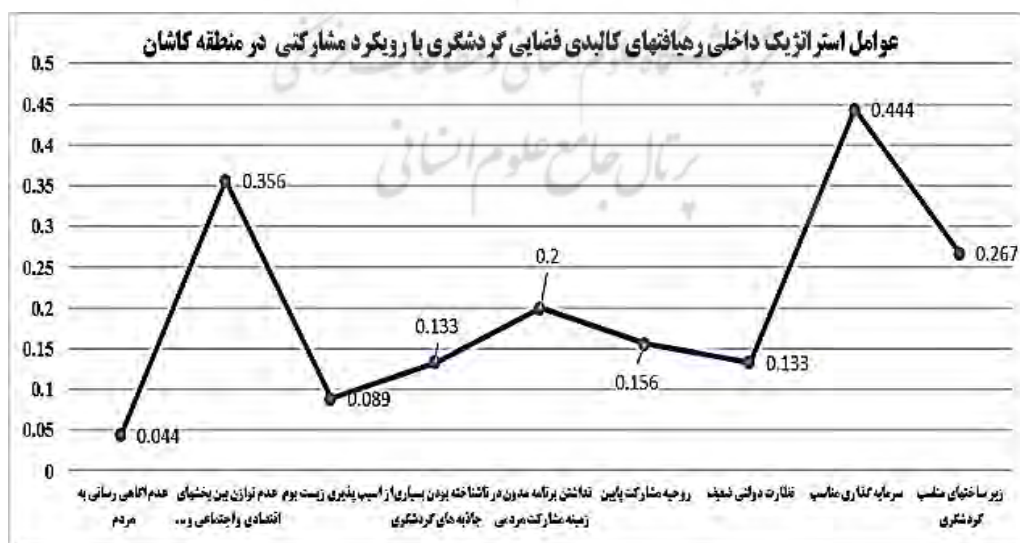
بر اساس بررسی‌های انجام گرفته حوزه نفوذ شهر کاشان با حوزه نفوذ گردشگری شهر تطابق ندارد زیرا بسیاری از گردشگران منطقه کاشان از محدوده‌ای خارج از استان‌های هم‌جوار وارد منطقه کاشان می‌شوند. در مطالعه‌های مختلفی که انجام شده، بیشترین میزان گردشگر منطقه در درجه اول از استان تهران و البرز، سپس مردم خود منطقه کاشان، استان اصفهان، استان‌های شمالی (شامل گلستان، مازندران و گیلان)، استان‌های شمال غرب شامل (استان‌های زنجان، قزوین، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و ارومیه) و سپس سایر نقاط ایران هستند. بنابر این حوزه نفوذ گردشگری کاشان؛ شامل

جدول ۲. عوامل استراتژیک داخلی راهبرد کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان

عوامل استراتژیک داخلی	محورها	رتبه	امتیاز (نمره)	امتیاز نهایی (نمره نهایی)
عدم آگاهی‌رسانی به مردم عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی و... آسیب‌پذیری زیست‌بوم ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری	ضعف	۲	۱	۰/۰۴۴
			۸	۰/۳۵۶
			۲	۰/۰۸۹
			۳	۰/۱۳۳
نداشتن برنامه مدون در زمینه مشارکت مردمی روحیه مشارکت پایین نظارت دولتی ضعیف	ضعف اساسی	۱	۹	۰/۰۲
			۷	۰/۱۵۶
			۶	۰/۱۳۳
سرمایه‌گذاری مناسب زیرساخت‌های مناسب گردشگری	قوت اساسی	۴	۵	۰/۴۴۴
			۴	۰/۲۶۷
جمع			۴۵	۱/۸۲

مشارکت پایین و نظارت دولتی ضعیف نیز ناراضی بوده‌اند. با توجه به اهمیت این سه عامل، با نظر متخصصان این عوامل در محور نقاط ضعف اساسی قرار گرفته‌اند. در زمینه پوشش بیمه‌ای و سرمایه‌گذاری مناسب، مردم تا حدودی رضایت داشته‌اند، لذا این عوامل با نظر متخصصان، گردشگران و شهروندان در محور عوامل ضعف قرار گرفته‌اند و وزن ۲ گرفته‌اند. مردم از سه عامل، نداشتن برنامه مدون در زمینه مشارکت مردمی، روحیه

همچنین شکل ۴ مستخرج از جدول ۲ نشان می‌دهد مردم از چهار عامل، عدم آگاهی‌رسانی به مردم، عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی، آسیب‌پذیری زیست‌بوم و ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری ناراضی بوده‌اند، لذا این عوامل با نظر متخصصان، گردشگران و شهروندان در محور عوامل ضعف قرار گرفته‌اند و وزن ۲ گرفته‌اند. مردم از سه عامل، نداشتن برنامه مدون در زمینه مشارکت مردمی، روحیه



شکل ۴. وزن عوامل استراتژیک داخلی

قرار دارد. وضعیت سرمایه‌گذاری مناسب با توجه به اهمیت این مورد در رتبه ۵ قرار گرفته است. زیرساخت‌های مناسب گردشگری در رتبه ۴ قرار گرفته است. عدم آگاهی‌رسانی به مردم، آسیب‌پذیری زیست‌بوم و ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری در رتبه یک تا ۳ قرار گرفته‌اند شکل ۵ رتبه عوامل استراتژیک داخلی را نشان می‌دهد.

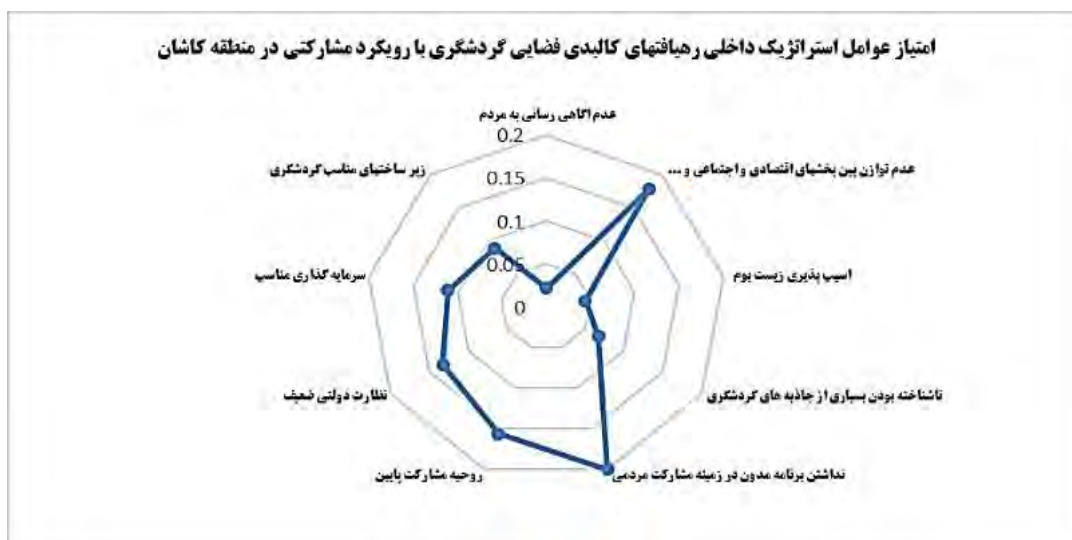
از سوی دیگر در بین عوامل استراتژیک داخلی، نداشتن برنامه مدون در زمینه مشارکت مردمی دارای رتبه ۹ است. از نظر متخصصان اهمیت این مورد از تمامی موارد بیشتر است. عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی دومین عامل پراهمیت است. این عامل در رتبه ۸ قرار گرفته است. روحیه مشارکت پایین با توجه به اهمیت فوق‌العاده‌ای که دارد، در رتبه ۷ قرار گرفته است. نظارت ضعیف و ناعادلانه دولت در رتبه ۶



شکل ۵. رتبه عوامل استراتژیک داخلی

همچنین شکل ۵، مستخرج از جدول ۱- نشان می‌دهد در میان عوامل استراتژیک داخلی نداشتن برنامه مدون در زمینه مشارکت مردمی با شاخص 0.02 بالاترین امتیاز را به دست آورده است. این عامل $1/1$ برابر عامل دوم و $1/3$ برابر عامل سوم دارای امتیاز است. عامل عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی با شاخص $0.8/17$ دومین عامل پراهمیت است. این عامل $1/1$ برابر عامل سوم و $1/3$ برابر عامل چهارم دارای امتیاز است. روحیه مشارکت پایین در زمینه مشارکت با شاخص 0.156 سومین عامل پراهمیت است. این عامل $1/2$ برابر عامل چهارم و $1/4$ برابر عامل پنجم دارای امتیاز است. نظارت ضعیف و ناعادلانه دولت با شاخص 0.133 چهارمین عامل پراهمیت محسوب می‌شود. این عامل $1/2$ برابر عامل پنجم و $1/4$ برابر عامل ششم دارای امتیاز است. عامل

سرمایه‌گذاری مناسب پانجمین عامل پراهمیت است. این عامل $1/2$ برابر عامل ششم و $1/7$ برابر عامل هفتم دارای امتیاز است. زیرساخت‌های مناسب گردشگری با شاخص 0.089 ششمین عامل پراهمیت است. این عامل $1/3$ برابر عامل هفتم و 2 برابر عامل هشتم دارای امتیاز است. عامل ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری با شاخص 0.67 هفتمین عامل پراهمیت محسوب می‌شود. این عامل $1/4$ برابر عامل هشتم و 3 برابر عامل نهم دارای امتیاز است. عامل آسیب‌پذیری زیست‌بوم با شاخص $0.4/0.4$ هشتمین عامل پراهمیت است. این عامل 2 برابر عامل نهم دارای امتیاز است شکل ۶ امتیاز عوامل استراتژیک داخلی رهیافت‌های کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان را نشان می‌دهد.



شکل ۶. امتیاز عوامل استراتژیک داخلی رهیافت‌های کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان

مشارکت مردمی با شاخص $0/2$ چهارمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل $1/2$ برابر عامل پنجم و $1/5$ برابر عامل ششم دارای امتیاز محسوب می‌شود. روحیه مشارکت پایین پنجمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل $1/1$ برابر عامل ششم و هفتم دارای امتیاز است. عامل نظارت ضعیف دولت با شاخص $0/133$ ششمین و هفتمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شوند. این عوامل $1/5$ برابر عامل هشتم و 3 برابر نهم دارای امتیاز هستند. عامل آسیب‌پذیری زیست‌بوم با شاخص $0/089$ هشتمین پرامتیاز می‌باشد. این عامل 2 برابر عامل نهم دارای امتیاز است شکل ۷_ عوامل استراتژیک داخلی در زمینه امتیاز نهایی را نشان می‌دهد.

مطالعه عوامل استراتژیک داخلی در زمینه راهبرد کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان نشان می‌دهد عامل سرمایه‌گذاری مناسب با شاخص $0/44$ بیشترین امتیاز نهایی را به دست آورده است. این عامل $1/2$ برابر عامل دوم و $1/7$ برابر عامل سوم دارای امتیاز نهایی است. عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی با شاخص $0/356$ دومین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل $1/3$ برابر عامل سوم و $1/7$ برابر عامل چهارم دارای امتیاز است. زیرساخت‌های مناسب گردشگری با امتیاز $0/267$ سومین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل $1/3$ برابر عامل چهارم و $1/8$ برابر عامل چهارم دارای امتیاز است. نداشتن برنامه مدون در زمینه



شکل ۷. عوامل استراتژیک داخلی در زمینه امتیاز نهایی

درزمینه راهبرد کالبدی - فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان در کشور وجود دارد در قالب تکنیک SOWT استخراج شده و در جدول ۳ نشان داده است.

ارزیابی عوامل استراتژیک خارجی رهیافت‌های کالبدی - فضایی گردشگری

پس از بررسی پرسش‌نامه‌ها و استخراج نتایج آن‌ها و تحلیل محتوای مطالب آن‌ها مهم‌ترین عوامل استراتژیک خارجی که

جدول ۳. عوامل استراتژیک خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) در زمینه رهیافت‌های کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان

عوامل استراتژیک داخلی	محورها	وزن (ضریب)	رتبه	امتیاز(نمره)	امتیاز نهایی(نمره نهایی)
عدم حمایت از بخش خصوصی موازی کاری اداری	تهدید	۲	۳	۰.۳/۰.۸	۰/۱۶۷
			۴	۰.۱/۱۱	۰.۲۲/۲
ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی نداشتن دهکده گردشگری	تهدید اساسی	۱	۷	۰.۴/۱۹	۰.۴/۱۹
			۶	۰/۱۶۷	۰/۱۶۷
عوامل استراتژیک داخلی	محورها	وزن (ضریب)	رتبه	امتیاز(نمره)	امتیاز نهایی(نمره نهایی)
مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌ها گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان	تهدید اساسی		۵	۰/۱۳۹	۰/۱۳۹
			۸	۰.۲۲/۲	۰.۲۲/۲
نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان	فرصت	۳	۲	۰/۰.۲۸	۰.۳/۰.۸
وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان	فرصت اساسی	۴	۲	۰/۰.۵۶	۰.۲۲/۲
جمع			۳۶	۱/۰.۰۰	۱۱۷/۴

همچنین شکل ۸، مستخرج از جدول ۳ نشان می‌دهد در میان عواملی که به عنوان عوامل استراتژیک خارجی محسوب می‌شوند. عامل عدم حمایت از بخش خصوصی و موازی کاری اداری میزان ناراضی‌های بالایی داشته است که با توجه به اهمیت آن‌ها از نظر متخصصان در محور تهدیدها قرار گرفته و وزن ۲ گرفته‌اند. چهار عامل ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی، نداشتن دهکده گردشگری، مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌های گردشگری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان و وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی

فراوان نیز ناراضی‌های بسیار بالایی داشته‌اند. اهمیت این موارد در محور تهدیدهای اساسی وزن ۱ گرفته‌اند. عامل نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان از محدود عواملی بوده که مردم نسبتاً از آن رضایت داشته‌اند. البته این عامل با نظر متخصصان در محور قوت‌های قرار گرفته است. عامل وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان از دیگر عواملی است که مردم از آن رضایت نسبی داشته‌اند. این عامل با نظر متخصصان در محور نقاط قوت اساسی قرار گرفته و وزن ۴ گرفته است. شکل ۸ وزن عوامل استراتژیک خارجی را نشان می‌دهد.



شکل ۸. وزن عوامل استراتژیک خارجی

های منطقه کاشان و عدم ثبات اقتصاد بیشترین اهمیت را داشته‌اند. درحالی‌که عامل نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان و وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان اهمیت کمتری دارند. شکل ۹، رتبه عوامل استراتژیک خارجی را نشان می‌دهد.

در میان رتبه عوامل استراتژیک خارجی وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان با رتبه ۸ بیشترین نقش را دارد. پس از این ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی، نداشتن دهکده گردشگری، مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌ها گردشگری کشوری و بالطبع طرح-



شکل ۹. رتبه عوامل استراتژیک خارجی

ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی با شاخص $0/194$ دومین امتیاز برتر را به دست آورده است. این شاخص $1/2$ برابر شاخص اول و $1/3$ برابر شاخص چهارم دارای امتیاز است. نداشتن دهکده گردشگری با شاخص $0/167$ دارای سومین امتیاز است. این شاخص $1/2$ برابر عامل چهارم و $1/4$ برابر عامل پنجم دارای امتیاز است. مشخص

ازسوی دیگر، از میان عوامل استراتژیک خارجی در زمینه راهبرد کالبدی_ فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان، وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان با شاخص $0/22/2$ بیشترین امتیاز را به دست آورده است. این شاخص $1/1$ برابر شاخص دوم و $1/4$ برابر شاخص سوم دارای امتیاز است.

عدم حمایت از بخش خصوصی ششمین عامل پرامتیاز است. این عامل $1/3$ برابر عامل هفتم و $2/6$ برابر عامل هشتم دارای امتیاز است. عامل وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان با شاخص $0/56$ هفتمین عامل پرامتیاز است. این عامل 2 برابر عامل هشتم دارای امتیاز است. شکل ۷ امتیاز عوامل استراتژیک خارجی در خصوص عوامل استراتژیک خارجی را نشان می‌دهد.

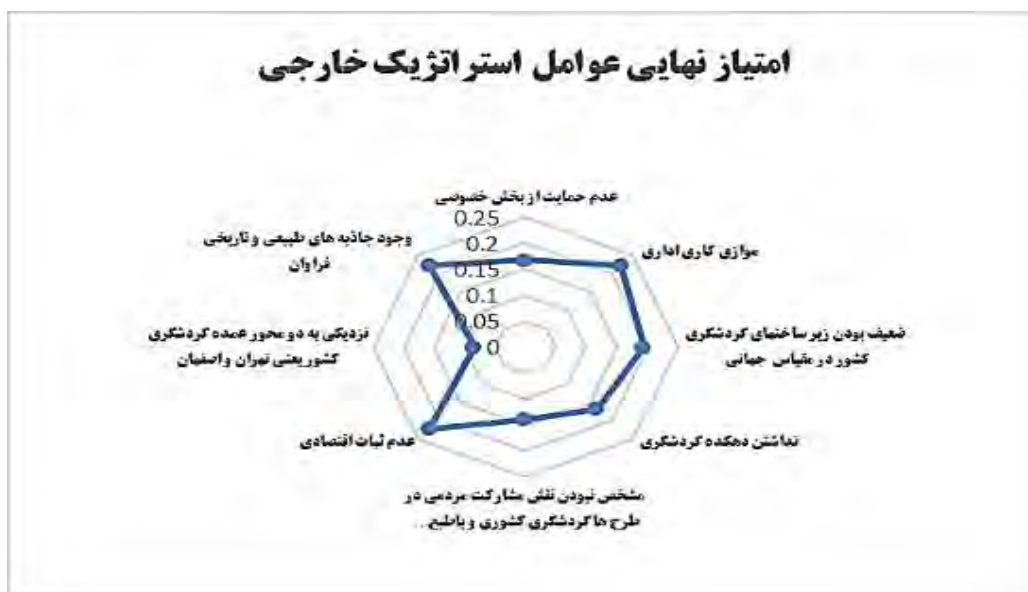
نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌های گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان با شاخص $0/139$ چهارمین عامل است. این شاخص $1/4$ برابر شاخص پنجم و $1/8$ برابر شاخص ششم دارای امتیاز است. موازی کاری اداری با شاخص $0/111$ پنجمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل $1/3$ برابر عامل ششم و 2 برابر عامل هفتم دارای امتیاز است (شکل ۱۰).



شکل ۱۰. امتیاز عوامل استراتژیک خارجی در زمینه عوامل استراتژیک خارجی

عامل عدم حمایت از بخش خصوصی و نداشتن دهکده گردشگری پنجمین و ششمین عوامل پرامتیاز محسوب می‌شوند. این عوامل $1/2$ برابر عامل هفتم و $2/4$ برابر عامل هشتم امتیاز دارد. عامل مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌های گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان با شاخص $0/139$ هفتمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل $1/7$ برابر عامل هشتم دارای امتیاز است. شکل ۱۱ امتیاز نهایی عوامل استراتژیک خارجی در زمینه رهیافت‌های کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکت را نشان می‌دهد.

در میان عوامل استراتژیک خارجی در زمینه راهبرد کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان، شاخص عامل وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان با شاخص $0/222$ بیشترین امتیاز را به دست آورده است. این عامل فاصله اندکی با عامل دوم یعنی موازی کاری اداری و عامل سوم یعنی وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان دارد. عامل ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی با شاخص $0/194$ چهارمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل $1/2$ برابر عامل پنجم و ششم دارای امتیاز است.



شکل ۱۱. امتیاز نهایی عوامل استراتژیک خارجی در زمینه رهیافت‌های کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکت

احساس مشارکت در گردشگری را ندارند. لذا توسعه گردشگری به شکل کامل اتفاق نیفتاده است.

در ماتریس عوامل استراتژیک خارجی نیز نمره نهایی ۱۷/۴ است. پایین‌تر بودن عدد از ۲/۵ و حتی ۲ نشان می‌دهد که تهدیدهای بسیاری در مشارکت مردمی در کشور وجود دارد. با توجه به شرایط بحرانی مشارکت اجتماعی در توسعه کالبدی _ فضایی گردشگری کاشان انتخاب استراتژی‌هایی افزایش میزان مشارکت مردمی در اولویت است. از آنجا که ماتریس از یک خط عمودی شماره‌گذاری شده و یک خط افقی شماره‌گذاری شده تشکیل شده است؛ خط عمودی نشان‌دهنده عوامل استراتژیک خارجی و خط افقی نشانگر عوامل استراتژیک داخلی است. دو عدد به‌دست‌آمده از عوامل استراتژیک داخلی و خارجی روی شکل ۱۲ نشان داده شده و توسط دو خط به یکدیگر متصل می‌شوند. نقطه‌ای که دو خط به یکدیگر متصل می‌شوند نشان‌دهنده استفاده از توانمندی‌ها برای استفاده از فرصت‌ها است. این نقطه نشان‌دهنده آن است که در زمینه راهبرد کالبدی _ فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان باید استراتژی تدافعی (WT) در نظر گرفته شود. شکل ۱۲ ماتریس عوامل داخلی و خارجی را نشان می‌دهد.

تحلیل ماتریس عوامل داخلی و خارجی

پس از شناخت وضعیت راهبرد کالبدی _ فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی مردم در منطقه کاشان و کشور و نشان دادن نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهایی موجود در این زمینه، مجموعه این عوامل در قالب یک ماتریس نشان داده شده است. پاسخ این ماتریس درخور این پرسش است که اولویت با کدام‌یک از گروه از نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت است. در ماتریس عوامل استراتژیک داخلی نمره نهایی ۱/۸۲ است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود عدد به‌دست‌آمده نه‌تنها از عدد ۲/۵ بلکه از عدد ۲ نیز کوچک‌تر است.

بنابراین علی‌رغم وجود جاذبه‌های گردشگری در منطقه کاشان به دلیل مشکلات فراوان، مشارکت مردمی برای توسعه کالبدی _ فضایی گردشگری در وضعیت رضایت‌بخشی نیست. این نتایج مباحث نظری تحقیق را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد عدم توجه به مشارکت شهروندان در گردشگری، سبب نارضایتی می‌شود. البته ذکر این نکته ضروری است که رابطه میان مشارکت اجتماعی و درآمدهای اقتصادی نیز در عدم مشارکت جدی مردم دخیل می‌باشد. براین اساس همان‌طور که از فریرز عارف در مباحث نظری ذکر شد، در شهر کاشان مردم



شکل ۱۲. ماتریس عوامل داخلی و خارجی

و محدودیت‌ها مناسب‌ترین راهبردهای کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان در قالب تکنیک دلفی با استفاده از نتایج پرسش‌نامه نگارش شده است. جدول ۴، راهبردهای رهیافت‌های کالبدی- فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان را نشان می‌دهد.

راهبردهای کالبدی- فضایی گردشگری

پس از بررسی پرسش‌نامه‌ها و استخراج نتایج آن‌ها و تحلیل محتوای مطالب آن‌ها و نگارش پتانسیل‌ها، محدودیت‌ها و چشم‌انداز راهبرد کالبدی- فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان، در این بخش متناسب با پتانسیل‌ها

جدول ۴. راهبردهای رهیافت‌های کالبدی فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان

گروه‌ها	راهبردهای بخش مطالعات رهیافت‌های کالبدی- فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان
WO	ایجاد تعادل و هماهنگی میان باورها و ارزش‌های فرهنگی اجتماعی شهروندان با ارزش‌های گردشگران
ST	ارائه برنامه مدون در طرح‌های بالادستی گردشگری و طرح‌های اجرایی گردشگری در زمینه مشارکت مردمی با استفاده از نظر نخبگان، کارشناسان، گردشگران و شهروندان
SO	اولویت دادن به سرمایه انسانی و مادی مردمی برای توسعه کالبدی- فضایی جاذبه‌های گردشگری
WT	اولویت قرار دادن توسعه جامعه‌محور (مردم محور) به جای توسعه دولت‌محور برای افزایش کارآمدی کالبدی فضایی گردشگری و کاهش بوروکراسی اداری و موازی کاری‌های موجود
	تبدیل کاشان به قطب گردشگری کشور از طریق ایجاد برنامه‌های مدون گردشگری مشارکتی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی و جایگزینی آن با طرح‌های گردشگری دولتی و سلسله مراتبی

فرهنگی و زیست‌محیطی و جایگزینی آن با طرح‌های گردشگری دولتی و سلسله مراتبی که باید در اولویت قرار بگیرند. این موضوع از طریق ماتریس استراتژی کمی (QSPM) مورد پاسخگویی قرار می‌گیرد.

به منظور تعیین استراتژی‌ها، نقاط قوت مرتبط در جدول ۵ تهیه و تنظیم شده که استراتژی‌های گروه WT را در زمینه، نقاط قوت و نقاط ضعف نشان می‌دهد.

اکنون پرسش اینجاست که کدام یک از استراتژی‌های گروه WT که عبارت‌اند از: ۱- در اولویت قرار دادن توسعه جامعه‌محور (مردم محور) به جای توسعه دولت‌محور برای افزایش کارآمدی کالبدی- فضایی گردشگری و کاهش بوروکراسی اداری و موازی کاری‌های موجود؛ ۲- تبدیل کاشان به قطب گردشگری کشور از طریق ایجاد برنامه‌های مدون گردشگری مشارکتی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی،

جدول ۵. استراتژی‌های گروه WT در زمینه نقاط قوت و نقاط ضعف

استراتژی‌های گروه WT				
اولویت قرار دادن توسعه جامعه‌محور (مردم محور) به جای توسعه دولت‌محور برای افزایش کارآمدی کالبدی فضایی گردشگری و کاهش بوروکراسی اداری و موازی کاری‌های موجود				
رتبه	وزن (ضریب)	نمره جذابیت	جمع نمره جذابیت	عوامل تعیین کننده
۳	۲	۰/۰۷	۰/۱۳	عدم آگاهی‌رسانی به مردم
۸	۲	۰/۱۸	۰/۳۶	عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی و...
۲	۲	۰/۰۴	۰/۰۹	آسیب‌پذیری زیست‌بوم
۱	۲	۰/۰۲	۰/۰۴	ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری
۹	۱	۰۰/۲	۰۰/۲	نداشتن برنامه مدون مشارکت مردمی
۶	۱	۰/۱۳	۰/۱۳	روحیه مشارکت پایین
۷	۱	۰/۱۶	۰/۱۶	نظارت دولتی ضعیف
۵	۴	۰/۱۱	۰/۴۴	سرمایه‌گذاری مناسب
۴	۳	۰/۰۹	۰/۲۷	زیرساخت‌های مناسب گردشگری

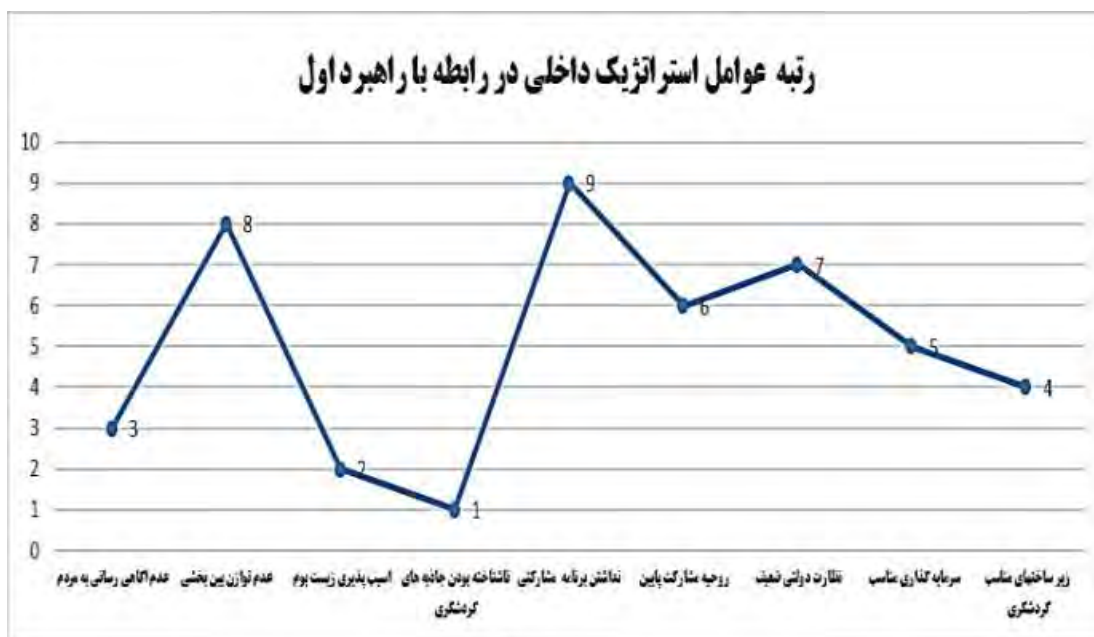
ادامه جدول ۵، استراتژی‌های گروه WT در زمینه نقاط قوت و نقاط ضعف را نشان می‌دهد.

ادامه جدول ۵. استراتژی‌های گروه WT در زمینه نقاط قوت و نقاط ضعف

استراتژی‌های گروه WT				
اولویت قرار دادن توسعه جامعه‌محور (مردم محور) به جای توسعه دولت‌محور برای افزایش کارآمدی کالبدی فضایی گردشگری و کاهش بوروکراسی اداری و موازی کاری‌های موجود				
رتبه	وزن (ضریب)	نمره جذابیت	جمع نمره جذابیت	عوامل تعیین کننده
۱	۲	۰/۰۲	۰/۰۴	عدم آگاهی‌رسانی به مردم
۷	۲	۰/۱۶	۰/۳۱	عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی و...
۴	۲	۰/۰۹	۰/۱۸	آسیب‌پذیری زیست‌بوم
۲	۲	۰/۰۴	۰/۰۹	ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری
۹	۱	۰۰/۲	۰۰/۲	نداشتن برنامه مدون مشارکت مردمی
۶	۱	۰/۱۳	۰/۱۳	روحیه مشارکت پایین
۳	۱	۰/۰۷	۰/۰۷	نظارت دولتی ضعیف
۵	۴	۰/۱۱	۰/۴۴	سرمایه‌گذاری مناسب
۸	۳	۰/۱۸	۰/۵۳	زیرساخت‌های مناسب گردشگری

رتبه ۵/۰، زیرساخت‌های مناسب گردشگری با رتبه ۴/۰، عدم مشارکت مردم با رتبه ۳/۰، آسیب‌پذیری زیست‌بوم با رتبه ۲ و ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری در رتبه ۱ قرار گرفته‌اند. شکل ۱۳، رتبه عوامل استراتژیک داخلی را در ارتباط با راهبرد اول نشان می‌دهد.

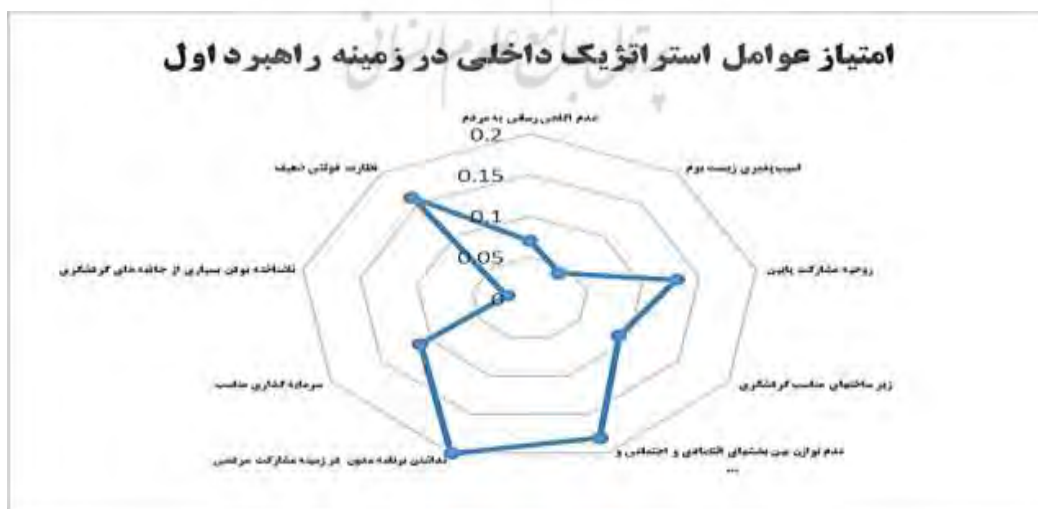
بر اساس جدول ۵، از نظر متخصصان، نداشتن برنامه مدون مشارکت مردمی، بیشترین ارتباط را با راهبرد اول دارد و رتبه ۹ را به دست آورده است. عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی دومین عامل مرتبط را با راهبرد اول بوده و رتبه ۸ پذیرفته است. نظارت دولتی ضعیف با رتبه ۷/۰، روحیه مشارکت پایین با رتبه ۶/۰، وضعیت سرمایه‌گذاری مناسب با



شکل ۱۳. رتبه عوامل استراتژیک داخلی در راهبرد اول

پرامتیاز محسوب می‌شود. این شاخص ۱/۱ برابر عامل پنجم و ۱/۵ برابر عامل ششم امتیاز دارد. سرمایه‌گذاری مناسب پنجمین عامل پرامتیاز و شاخص این عامل ۰/۱۱ است. این عامل ۱/۲ برابر عامل ششم و ۱/۵ برابر عامل هفتم امتیاز دارد. زیرساخت‌های مناسب گردشگری با شاخص ۰/۰۷ هفتمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل ۱/۸ برابر عامل هشتم و ۳/۵ برابر عامل نهم امتیاز و ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری با شاخص ۰/۰۴ هشتمین عامل پرامتیاز است. این عامل ۲ برابر عامل نهم امتیاز دارد. شکل ۱۴ امتیاز عوامل استراتژیک داخلی در تعیین راهبرد اول را نشان می‌دهد.

در شکل ۱۴ مستخرج از جدول ۵، نشان می‌دهد از میان عوامل استراتژیک داخلی مرتبط با راهبرد اول، نداشتن برنامه مدون مشارکت مردمی با شاخص ۰/۲ بیشترین امتیاز را به دست آورده است. این عامل ۱/۱ برابر عامل دوم و ۱/۲ برابر عامل سوم امتیاز دارد. عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی با شاخص ۰/۱۸ دومین عامل پرامتیاز است. این عامل ۱/۱ برابر عامل سوم و ۱/۴ برابر عامل چهارم امتیاز دارد. نظارت دولتی ضعیف با شاخص ۰/۱۶ سومین عامل پرامتیاز است. این عامل ۱/۲ برابر عامل چهارم و ۱/۵ برابر عامل پنجم امتیاز دارد. روحیه مشارکت پایین با شاخص ۰/۱۳ چهارمین عامل



شکل ۱۴. امتیاز عوامل استراتژیک داخلی در راهبرد اول

محسوب می‌شود. این عامل ۱/۴ برابر عامل پنجم و ۲ برابر عامل ششم امتیاز نهایی دارد. عدم آگاهی‌رسانی به مردم و وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان با شاخص ۰/۱۳ ششمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل ۱/۵ برابر عامل هفتم و حدود ۲ برابر عامل هشتم امتیاز نهایی دارد. زیرساخت‌های مناسب گردشگری با شاخص ۰/۰۹ هفتمین عامل پرامتیاز و این عامل ۱/۳ برابر عامل هشتم و ۲/۲ برابر عامل نهم امتیاز دارد. نظارت دولتی ضعیف با شاخص ۰/۰۷ هشتمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل حدود ۲ برابر عامل نهم امتیاز دارد. شکل ۱۵، امتیاز نهایی عوامل استراتژیک داخلی، راهبرد اول را نشان می‌دهد.

در میان عوامل استراتژیک داخلی، زیرساخت‌های مناسب گردشگری ۰/۵۳ بیشترین امتیاز را به دست آورده است. این عامل ۱/۲ برابر عامل دوم و ۱/۷ برابر عامل سوم امتیاز نهایی دارد. عامل سرمایه‌گذاری مناسب با شاخص ۰/۴۴ دومین عامل پرامتیاز است. این عامل ۱/۴ برابر عامل سوم و ۲/۲ برابر عامل چهارم امتیاز نهایی دارد. عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی با شاخص ۰/۳۱ سومین شاخص پرامتیاز است. این شاخص ۱/۵ برابر عامل چهارم و ۱/۶ برابر عامل پنجم امتیاز نهایی دارد. نداشتن برنامه مدون مشارکت مردمی با شاخص ۰/۰۲ چهارمین عامل پرامتیاز است. این عامل ۱/۱ برابر عامل پنجم و ۱/۵ برابر عامل ششم دارای امتیاز نهایی است. آسیب‌پذیری زیست‌بوم با شاخص ۰/۱۸ چهارمین عامل پرامتیاز



شکل ۱۵. امتیاز نهایی عوامل استراتژیک داخلی در زمینه راهبرد اول

استراتژی‌های گروه WT فرصت‌ها و تهدیدها

جدول ۶. راهبردهای مرتبط با فرصت‌ها و تهدیدها را نشان می‌دهد.

استراتژی‌های گروه WT				
اولویت قرار دادن توسعه جامعه‌محور (مردم محور) به جای توسعه دولت‌محور برای افزایش کارآمدی کالبدی فضایی گردشگری و کاهش بوروکراسی اداری و موازی کاری‌های موجود				
عوامل تعیین‌کننده	رتبه	وزن (ضریب)	نمره جذابیت	جمع نمره جذابیت
ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی	۳	۲	۰/۰۸	۰/۱۷
موازی کاری اداری	۲	۲	۰/۰۶	۰/۱۱
عدم حمایت از بخش خصوصی	۱	۱	۰/۰۳	۰/۰۳

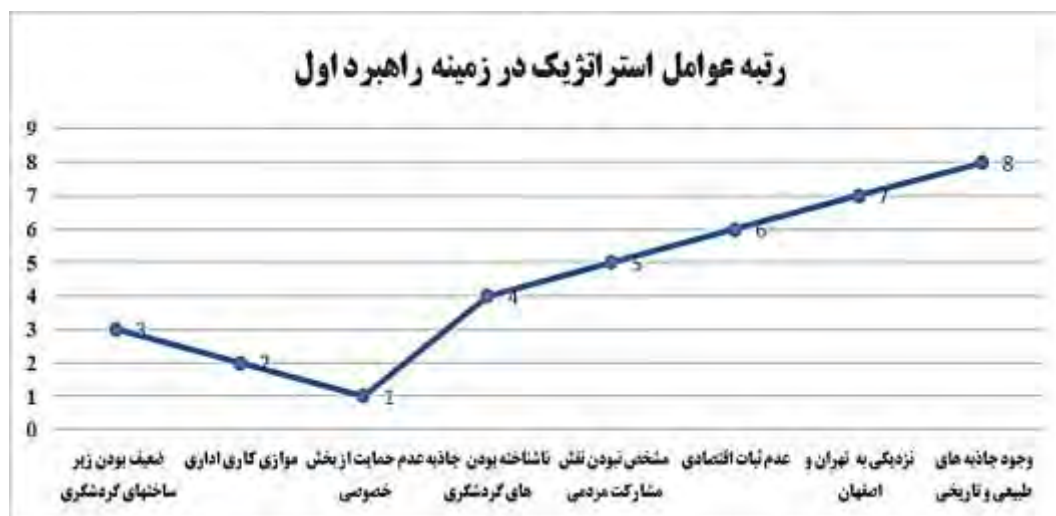
۰/۱۱	۰/۱۱	۱	۴	ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری
۰/۱۴	۰/۱۴	۱	۵	مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌ها گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان
۰/۱۷	۰/۱۷	۱	۶	عدم ثبات اقتصادی
۰/۵۸	۰/۱۹	۳	۷	نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان
۰/۸۹	۰/۲/۲	۴	۸	وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان
۳/۴۶			جمع	

ادامه جدول ۶. استراتژی‌های گروه WT فرصت‌ها و تهدیدها

استراتژی‌های گروه WT				
تبدیل کاشان به قطب گردشگری کشور از طریق ایجاد برنامه‌های مدون گردشگری مشارکتی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی و جایگزینی آن با طرح‌های گردشگری دولتی و سلسله‌مراتبی				
عوامل تعیین‌کننده	رتبه	وزن (ضریب)	نمره جذابیت	جمع نمره جذابیت
ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی	۱	۲	۰/۰۶	۰/۰۶
موازی کاری اداری	۴	۲	۰/۰۶	۰/۲/۲
عدم حمایت از بخش خصوصی	۸	۱	۰/۰۳	۰/۲/۲
ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری	۷	۱	۰/۰۳	۰/۱۹
مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌ها گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان	۶	۱	۰/۰۳	۰/۱۷
عدم ثبات اقتصادی	۵	۱	۰/۰۳	۰/۱۴
نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان	۳	۳	۰/۰۸	۰/۵/۲
وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان	۲	۴	۰/۱۱	۰/۲/۲
جمع				۳/۴۶

عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان و ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری در رتبه‌های بعدی قرار دارند. شکل ۱۶، رتبه عوامل استراتژیک راهبرد اول را نشان می‌دهد.

در میان عوامل استراتژیک خارجی، وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان، بالاترین رتبه را به دست آورده است. بعد از وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان نزدیکی به دو محور



شکل ۱۶. رتبه عوامل استراتژیک در راهبرد اول

و مشکلات ناشی از آن با امتیاز $۰/۱۴$ چهارمین عامل پرامتیاز و این عامل $۱/۳$ برابر عامل پنجم و $۱/۷$ برابر عامل ششم دارایی امتیاز است. این عامل نمایشگر گفته‌های وان دریادو اونتو در مورد عدم مشارکت و آگاهی مردم افریقا در روند برنامه‌ریزی اجر و تهیه طرح‌های گردشگری می‌باشد که در ایران نیز کم‌وبیش وجود دارد.

موازی کاری اداری، عامل پرامتیاز دیگر است. این عامل $۱/۳$ برابر عامل ششم و $۱/۸$ برابر عامل هفتم امتیاز دارد. ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی اداری، هفتمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل ۲ برابر عامل هشتم امتیاز دارد. شکل ۱۳، امتیاز عوامل استراتژیک خارجی راهبرد اول را نشان می‌دهد.

شکل ۱۷ مستخرج جدول ۵، امتیاز عوامل استراتژیک خارجی نشان می‌دهد که عامل وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان با شاخص $۰/۲/۲$ بالاترین امتیاز را به دست آورده است. این عامل $۱/۱$ برابر عامل دوم امتیاز دارد. عامل نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان با شاخص $۰/۱۹$ دومین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل $۱/۱$ برابر عامل سوم و $۱/۳$ برابر عامل چهارم امتیاز دارد.

عامل بی‌ثباتی اقتصادی با شاخص $۰/۱۷$ در رتبه سوم قرار دارد. این عامل $۱/۲$ برابر عامل چهارم و $۱/۵$ برابر عامل پنجم امتیاز دارد. عامل مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌های گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان



شکل ۱۷. امتیاز عوامل استراتژیک خارجی در راهبرد اول

مورد ضعف کالبدی فضایی گردشگری در کاشان، علی‌رغم وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی در این منطقه است.

عامل مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌ها گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان با شاخص ۰/۱۴ پنجمین عامل پرامتیاز است. این عامل ۰.۱ برابر عامل ششم و هفتم امتیاز دارد. موازی کاری اداری و ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی ششمین و هفتمین عامل پرامتیاز و این عوامل حدود ۴ برابر عامل هشتم امتیاز دارند.

این دو عامل تأییدکننده یافته‌های رهنمایی است که در بخش مبانی نظری در مورد ضعف مشارکت مردمی و موازی کاری در بخش گردشگری ایران گفته شد. شکل ۱۸ امتیاز نهایی عوامل استراتژیک خارجی در راهبرد اول را نشان می‌دهد.

شکل ۱۸، مستخرج از جدول ۵، نشان می‌دهد در میان عوامل استراتژیک خارجی مرتبط با راهبرد اول، عامل وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان با شاخص ۰/۸۹ بیشترین امتیاز نهایی را به دست آورده است. این عامل ۱/۵ برابر عامل دوم و ۵ برابر عامل سوم امتیاز دارد. نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان با شاخص ۰/۵۸ دومین عامل پرامتیاز نهایی است. این عامل ۴/۲ برابر عامل سوم و چهارم امتیاز نهایی دارد.

عامل ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی و وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان با شاخص ۰/۱۲ سومین و چهارمین امتیاز نهایی دارند. این دو عامل ۱/۲ برابر عامل پنجم و ۱/۶ برابر عامل موازی کاری اداری امتیاز نهایی است.

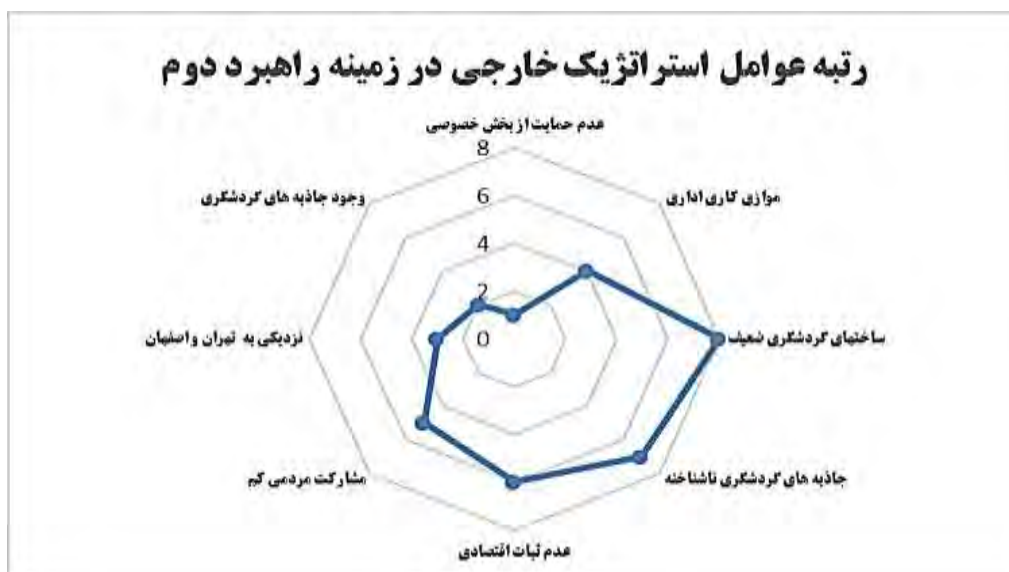
ضعف این دو عامل تأییدی بر مطالعه نیازی و لاجوردی در



شکل ۱۸. امتیاز نهایی عوامل استراتژیک خارجی در راهبرد اول

تاریخی فراوان نیز رتبه پنجم را به دست آورده است. عامل موازی کاری اداری، نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان، وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان و عدم حمایت از بخش خصوصی، عواملی هستند که رتبه‌های پایین‌تر را به دست آورده‌اند. شکل ۱۹، رتبه عوامل استراتژیک خارجی را در راهبرد دوم نشان می‌دهد.

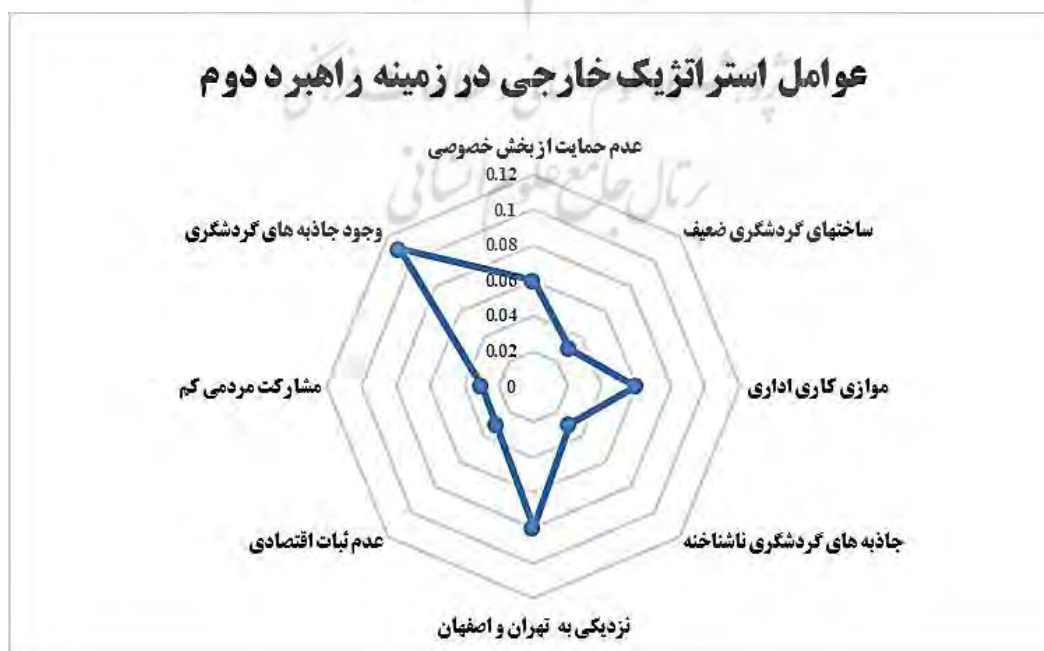
شکل ۱۹ مستخرج از جدول ۵ نشان می‌دهد در میان عواملی که به‌عنوان عوامل استراتژیک خارجی بیان شده‌اند در راهبرد دوم ضعیف زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی بالاترین رتبه را به دست آورده است. نداشتن دهکده گردشگری و مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌های گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان رتبه‌های بعدی را به دست آورده‌اند. وجود جاذبه‌های طبیعی و



شکل ۱۹. رتبه عوامل استراتژیک خارجی در راهبرد دوم

پرامتیاز محسوب می‌شوند. این عوامل ۲ برابر عوامل پنجم و ششم دارای امتیاز هستند. ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی و مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌ها گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان و وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان هرکدام با شاخص 0.03 از نظر امتیازی کمترین امتیاز را دارند. شکل ۲۰، امتیاز عوامل استراتژیک خارجی را در راهبرد دوم نشان می‌دهد.

شکل ۱۹، امتیاز عوامل استراتژیک خارجی نشان می‌دهد در میان عوامل، عامل وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان با شاخص 0.11 بیشترین اهمیت را داراست. این عامل $1/3$ برابر عامل دوم و حدود ۲ برابر عامل سوم امتیاز دارد. عامل نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان با شاخص 0.08 دومین عامل پرامتیاز است. این عامل $1/2$ برابر عامل سوم و چهارم امتیاز دارد. عامل عدم حمایت از بخش خصوصی و موازی کاری اداری با شاخص 0.06 سومین عامل



شکل ۲۰. امتیاز عوامل استراتژیک خارجی در راهبرد دوم

پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل ۱/۱ برابر عامل ششم و ۱/۳ برابر عامل هفتم امتیاز نهایی دارد. عامل مشخص نبودن نقش مشارکت مردمی در طرح‌های گردشگری کشوری و بالطبع طرح‌های منطقه کاشان با شاخص ۰/۱۷ ششمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل ۱/۲ برابر عامل هفتم و حدود ۳ برابر عامل هشتم امتیاز نهایی دارد. عدم ثبات اقتصادی با شاخص ۰/۱۴ ششمین عامل پرامتیاز محسوب می‌شود. این عامل ۴۰ برابر عامل هشتم امتیاز دارد. شکل ۲۱ امتیاز نهایی عوامل استراتژیک خارجی در راهبرد دوم را نشان می‌دهد.

شکل ۲۰ مستخرج از جدول ۵، نشان می‌دهد در میان عوامل استراتژیک خارجی در راهبرد دوم عامل نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور یعنی تهران و اصفهان با شاخص ۰/۵۲ بیشترین امتیاز نهایی را به دست آورده است. این عامل ۱/۱ برابر عامل دوم و سوم امتیاز نهایی دارد. عوامل موازی کاری اداری، ضعیف بودن زیرساخت‌های گردشگری کشور در مقیاس جهانی، وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان با شاخص ۰/۲۲ در رتبه‌های دوم تا چهارم قرار دارند. عامل ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری با شاخص ۰/۱۹ چهارمین عامل



شکل ۲۱. امتیاز نهایی عوامل استراتژیک خارجی در راهبرد دوم

پرسش شوندگان در منطقه، عدم آگاهی‌رسانی به مردم، عدم توازن بین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی، آسیب‌پذیری زیست‌بوم و ناشناخته بودن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری را از یک سو و نداشتن برنامه مدون مشارکت مردمی، روحیه مشارکت پایین و نظارت دولتی ضعیف را بعنوان مهمترین نکات ضعف مطرح می‌نمایند. در مقابل نکاتی را همچون سرمایه‌گذاری اقتصادی مناسب خصوصی و زیرساخت‌های مناسب گردشگری (به نسبت سایر شهرهای کشور نه به نسبت مقیاس جهانی) را بعنوان قوت مطرح کرده‌اند. همچنین پرسش شوندگان تهدیدهای متصور را از یک سو ناشی از عدم حمایت از بخش خصوصی و موازی کاری اداری،

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش در پی این پرسش که «پتانسیل‌ها و محدودیت‌های راهبرد کالبدی- فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان کدام است؟»

برای پاسخگویی به این پرسش، نتایج پرسش‌نامه استخراج شده به صورت دلفی در اختیار گروهی از متخصصان، گردشگران و شهروندان قرار داده و از آن‌ها خواسته شده با استفاده از تکنیک سوات فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف رهیافت‌های کالبدی- فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان را شناسایی نموده و استراتژی‌های متناسب با آن را تدوین نمایند.

برای استفاده از فرصت‌ها است. این نقطه نشان‌دهندهٔ رهیافت‌های کالبدی_ فضایی گردشگری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان با استراتژی تدافعی (WT) همراه است. قرار گرفتن اعداد بر روی موقعیت تدافعی تأکید دوباره بر این موضوع است که مشارکت مردمی در منطقه کاشان برای توسعه کالبدی و فضایی گردشگری در وضعیت خوبی قرار ندارد.

در این تحقیق راهکارها در سه بخش کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت تعیین شده‌است. در راهکارهای کوتاه مدت، افزایش ظرفیت پذیرایی هتل‌ها، آشپزخانه‌ها، مدارس و سایر امکانات بخش خصوصی (با توجه به نسبتاً قدرتمند بودن بخش خصوصی در کاشان) از یک سو و افزایش ظرفیت حمل‌ونقل از طریق برنامه‌ریزی دقیق‌تر توسط شهرداری و فرمانداری‌ها و سایر نهادهای مرتبط در منطقه‌ها سوی دیگر ضروری است.

در راهکارهای میان‌مدت، اولویت با توسعه جامعه‌محور (مردم محور) به‌جای توسعه دولت‌محور برای افزایش کارآمدی کالبدی فضایی گردشگری است. برای اجرای این راهکار، باید در میان‌مدت آگاهی مردم منطقه کاشان در زمینه گردشگری و تأثیر مشارکت در افزایش درآمدها و آبادانی منطقه افزایش یابد. در راهکارهای بلندمدت، طرح ریزی برنامه‌های مدون گردشگری مشارکتی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی با کمک نهادهای علمی موجود در منطقه همچون دانشگاه کاشان، دانشگاه آزاد و سایر نهادهای مربوط و جایگزینی برنامه‌های گردشگری مردمی با طرح‌های گردشگری دولتی است.

منابع

ابراهیم‌پور، حبیب، بابایی، یاور و سخندان، الناز (۲۰۱۷). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه موردی: شهر سرعین). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۶(۲۲)، ۱۱۸-۱۴۳.

ابراهیمی، عبدالحمید (۱۳۷۷). تأثیر صنعت جهانگردی بر متغیرهای اقتصادی، محیطی، فرهنگی و اجتماعی ایران، *مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی جمهوری اسلامی ایران*، سازمان آزاد کیش، کیش.

اخوان‌صراف، احمدرضا، حسینی، سید اسعد و هاشم‌الحسینی سیدرضا (۱۳۹۲). بررسی نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه و کیفیت پایدار گردشگری شهری مورد مطالعه شهرستان اصفهان، *همایش ملی معماری پایدار و توسعه*

ضعف زیرساخت‌های گردشگری کشور، کمبود نقش مشارکت مردمی در طرح‌های گردشگری کشوری و از سوی دیگر عدم ثبات اقتصادی، فرصت متصور برای برای گردشگری در منطقه کاشان مطرح می‌نمایند. در ادامه نزدیکی به دو محور عمده گردشگری کشور تهران و اصفهان و وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی را بعنوان فرصت اساسی متصور برای فراوان می‌دانند.

در ماتریس عوامل استراتژیک داخلی علی‌رغم وجود جاذبه‌های گردشگری در منطقه کاشان به دلیل مشکلات فراوان مشارکت مردمی برای توسعه کالبدی_ فضایی گردشگری در وضعیت رضایت بخشی نیست. زیرا به دلیل نامناسب بودن ساختار اقتصادی اجتماعی، مشخص نبودن جایگاه مشارکت مردمی در توسعه گردشگری و اهمیت ندادن دستگاه‌های ذی‌ربط به گردشگری، شاهد نوعی دلسردی سرمایه‌گذاران در توسعه کالبدی_ فضایی گردشگری هستیم.

نتایج حاصل شده بار دیگر مؤید این نظر وان در یادو اوتنو است که در کشورهای جهان سوم میزان مشارکت، نحوه مشارکت و آگاهی در زمینه‌های مختلف مشارکت در گردشگری شهری وجود ندارد به همین سبب دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری در جهان سوم امکان‌پذیر نیست.

البته ذکر این نکته ضروری است، هنگامی که منافع اقتصادی وجود داشته مردم سعی نموده‌اند مشارکت خودجوشی را در گردشگری داشته باشند. به عبارت دیگر، نبود رابطه میان مشارکت اجتماعی و درآمدهای اقتصادی نیز در عدم مشارکت جدی مردم دخیل است.

در ماتریس عوامل استراتژیک خارجی نتایج نشان می‌دهد که تهدیدهای بسیاری در مشارکت مردمی در کشور وجود دارد. عدم رسیدگی و توجه به این نقاط تهدید می‌تواند سبب کاهش جاذبه‌های گردشگری شود، زیرا همان‌طور که تجربه بیان نموده است، هر چه میزان مشارکت مردم در توسعه گردشگری موفقیت‌آمیزتر باشد، توسعه گردشگری و بخش‌های ذی‌ربط آن مانند توسعه کالبدی_ فضایی افزایش خواهد یافت.

نتایج تحلیل، بر روی ماتریس سوات انتقال یافته است. از آنجا که ماتریس از یک خط عمودی شماره‌گذاری شده و یک خط افقی شماره‌گذاری شده تشکیل شده است. خط عمودی نشان‌دهندهٔ عوامل استراتژیک خارجی و خط افقی نشان‌دهندهٔ عوامل استراتژیک داخلی است. دو عدد به‌دست آمده از عوامل استراتژیک داخلی و خارجی روی شکل نشان داده شده و توسط دو خط به یکدیگر متصل می‌شوند. نقطه‌ای که دو خط به یکدیگر متصل می‌شوند نشان‌دهندهٔ استفاده از توانمندی‌ها

شهری، بوکان،
<https://civilica.com/doc/213955>
 اسماعیل، علی اکبری و بنفشه، اسماعیلی (۱۳۹۵). توسعه گردشگری بومی و پایداری نظام سکونتگاهی حاشیه کویر. پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور.
 بیرانوندزاده، مریم و رستم گورانی، ابراهیم (۱۳۸۹). نقش گردشگری شهری در توسعه پایدار شهرها: شهر خرم آباد، نخستین همایش توسعه شهری پایدار، تهران، قطب علمی توسعه شهری پایدار.
<https://civilica.com/doc/96986>
 بیشمی، بهار و محمودی، مصطفی (۱۳۹۴). بررسی میزان مشارکت شهروندان در طرح های گردشگری (مطالعه موردی: منطقه ۲۲ شهر تهران). نشریه گردشگری شهر، ۱(۱)، ۹۱-۱۰۳.
 توکلی انگوت، سخاوت، غایب زاده، شهرزاد، مرادی، سیمین (۱۳۹۲). برگزاری بازی های بومی، محلی و رونق صنعت گردشگری ورزشی، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان، انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه،
<https://civilica.com/doc/248149>
 تولایی، سیمین، سلیمانی، محمد، جهانی، دولت آباد، رحمان، جهانی و دولت آباد، اسماعیل (۱۳۹۶). نقش مشارکت جوامع محلی در صنعت گردشگری پایدار (مطالعه موردی: سرعین). نشریه: پژوهش های جغرافیایی انسانی (پژوهش های جغرافیایی)، ۴۹(۱)، ۹۵-۱۱۳.
 حیدری چپانه، رحیم (۱۳۹۶). مبنای برنامه ریزی صنعت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.
 خادم حسینی قاسمی، سعیده و محق، حسین (۱۳۹۷). بررسی معماری محله سنتی بازار کاشان از زاویه بنا و فضای شهری، کنفرانس بین المللی عمران، معماری و مدیریت استان شدن کاشان، دانشگاه کاشان.

توسعه شهری در ایران، تهران، دانشگاه صنعتی مراغه با همکاری دانشگاه تبریز-دانشگاه شهید مدنی آذربایجان،
<https://civilica.com/doc/846747>
 شرقی، علی و صالحی کوسالاری، فرزانه (۱۳۹۴). هویت معماری در بناهای مسکونی گذشته و بررسی شاخصه های هویت ایرانی در معماری امروز (نمونه های موردی: خانه طباطبایی ها و خانه شریفی ها)، اولین کنگره بین المللی زمین، فضا و انرژی پاک، اردبیل، دانشگاه محقق اردبیلی،
<https://civilica.com/doc/456467>
 صابری، امیر، توکلی نیا، جمیله، رضویان، محمدتقی و قادری، اسماعیل (۱۳۹۷). بررسی تأثیر گردشگری بر توسعه اقتصادی و اجتماعی شهر کاشان. برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۹(۳۶)، ۳۴-۱.
 صادقیان، هادی، حسن پور، امید و خدابخشی، سیده لیلا (۱۳۹۰). توریسم شهری و نقش آن در توسعه پایدار شهری، همایش گردشگری و توسعه پایدار، همدان، دانشگاه آزاد اسلامی همدان واحد
<https://civilica.com/doc/127017>،
 صدرموسوی، میرستار و مرجان لو، اسماعیل (۱۳۹۴). جایگاه گردشگری مشارکت محور در توسعه پایدار گردشگری، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان،
<https://civilica.com/doc/384836>
 ضیایی، محمود، سعیدی، علی اصغر و تراب احمدی، مژگان (۱۳۹۱). جایگاه گردشگری در نظام آموزش عالی ایران. مجله مطالعات مدیریت گردشگری، ۷(۱۷)، ۶۱-۸۶.
 محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۱). درآمدی بر جهانگردی. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
 نیازی، محسن، لاجوردی، سیدعلیرضا (۱۳۸۹). طرح پژوهشی استان شدن کاشان، دانشگاه کاشان.

Alegre, J., Mateo, S., & Pou, L. (2013). Tourism participation and expenditure by Spanish households: The effects of the economic crisis and unemployment. *Tourism Management*, 39(1), 37-49.
 Aref, F. (2011). Sense of community and participation for tourism development. *Life Science Journal*, 88(1), 20-25.

Hall, Prentice (2013). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Edition: 1st Publisher: Prentice Hall, SBN: 0-582-32028-3. 272.
 Wondirad, A., & Ewnetu, B. (2019). Community participation in tourism development as a tool to foster

- sustainable land and resource use practices in a national park milieu. *Land use policy*, 88(1), 104-155.
- Wu, L., Zhang, J., & Fujiwara, A. (2013). Tourism participation and expenditure behaviour: Analysis using a scobit based discrete-continuous choice model. *Annals of Tourism Research*, 40(1), 1-17.
- Popescu, R. I., & Corbos, R. A. (2010). The role of urban tourism in the strategical development of Brasov area. *Theoretical and empirical researches in urban management*, 5.7(16), 69-85.

