Lorestan University

Online ISSN: 2717-2325

Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas

Journal homepage: http://www.gsma.lu.ac.ir



Research Paper

Explain the managerial requirements for development and its role in the sustainability of the city of Hamedan

Hamed Mostalizadeh[a,*], **Mostafa Khabazi Chaloshtori**[b]

[a] Master's Degree in Geography and Urban Planning, Faculty of Social Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran
[b] Assistant Professor of Geography & Urban Planning, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.

ARTICLE INFO

Article history:
Received: 22 May 2022;
Accepted: 29 July 2022
Available online 06 August 2023

Keywords:
Management Requirements, Tourism Development, Sustainability, Hamedan.

ABSTRACT

Today, urban management has evolved, and cities are being managed for the greater well-being of citizens. Urban management plays an important role in the success of urban development plans and projects. This issue is especially important in relation to sustainable development. In this regard, cities are considered as tourist destinations due to their natural, historical and other attractions, which have positive and negative economic and social effects, and ... follows, to create a balance in this area, it is necessary to provide management requirements for tourism development to provide a basis for the sustainability of the city. In this regard, the purpose of this study is to explain the management requirements for tourism development and its role in the sustainability of the city of Hamedan. The present research is fundamental, applied and has an interpretive and analytical nature and in terms of method, is in the group of qualitative and quantitative research. For data analysis, Grand Theory and Models (FBMW), Combined Model (FSORA, FCOPRAS), and Expert Choice software were used. The results in the qualitative part of the research showed that the requirements (integrated tourism management, promotion of decentralized approach (bottom to top), use of specialized forces, formulation of a specific legal framework, change of management view in the field of tourism, model design Compatible with the tourism environment of Hamedan), was suggested by experts, and among the requirements, the promotion of a decentralized approach (top-down) with a weight of 0.190, has the highest rank. Furthermore, in the quantitative part of the results of correlation test for the relationship between the two variables (management requirements and sustainability of Hamedan), showed that there is a significant and positive relationship between these two variables, and among the dimensions of stability studied, the economic dimension with the amount 71.11, social with a weight of 70.87, physical and environmental with a weight of 70.45, respectively, have the highest and lowest impact of the management requirements of tourism development.

1. Introduction

Hamedan city is also in Hamedan province with its cultural, historical characteristics and the type of local activity originating from its natural environment and geographical location due to the abundance of tourist attractions, such as the amazing Ali Sadr Cave, Abu Ali Sina Tomb, Baba Taher Tomb, Ganjnameh Tourist Village, Ganjnameh Inscriptions, Ganjnameh Waterfall, Hagmatane Hill), and Unspoiled cultural attractions, such as traditional rituals, local dances and world-renowned handicrafts, can become an important destination. Tourism at the level of the province, the country, and even international. However, Hamadan tourism faces many problems and has fundamental weaknesses in the

Corresponding Author.
Email Adresses: hamed_iut.1986@yahoo.com (H. Mostalizadeh), mostafakhabazi@uk.ac.ir (M. Khabazi Chaloshtori).

To cite this article:
Mostalizadeh H. Khakbazi Chaleshtery, M. (2023), Explain the managerial requirements for development and its role in the sustainability of the city of Hamedan. Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas, 4(14), 1-22

Doi:10.52547/gsma.4.2.1

management departments, and according to the management weaknesses in this city, the development of tourism, like any other systematic function, requires strong management requirements. Is to develop the tourism industry in interaction with other economic sectors, while making the best use of the existing opportunities by overcoming the limitations and bottlenecks in the development of urban tourism. Therefore, in order to achieve sustainability, the city of Hamedan needs to formulate management requirements in the tourism sector that will maintain the ecological integrity and bring economic and development benefits for the urban areas of Hamedan. In this regard, the present article examines the explanation of management requirements for the development of tourism and its role in the sustainability of Hamedan city, and by using a qualitative and quantitative approach, it investigates the following questions:

What are the set of management requirements for Hamedan tourism development from the point of view of experts? And which one has the most importance?

What is the relationship between the management requirements of tourism development and the sustainability of Hamadan city? And which of the dimensions of sustainability has the most impact from management requirements.

2. Methodology

In terms of purpose, the current research is fundamental and applied and has an interpretative and analytical nature, and in terms of method, it is in the group of qualitative and quantitative researches. Grand theory method and models (FBMW, and combined model (FSORA, FCOPRAS) and Expert choice software were used for data analysi .

4. Discussion

The results in the qualitative part of the research showed that the requirements (integrated tourism management, promotion of decentralized approach (bottom to top), use of specialized forces, formulation of a specific legal framework, change of management view in the field of tourism, model design Compatible with the tourism environment of Hamedan), was suggested by experts, and among the requirements, the promotion of a decentralized approach (top-down) with a weight of 0.190, has the highest rank. Furthermore, in the quantitative part of the results of correlation test for the relationship between the two variables (management requirements and sustainability of Hamedan), showed that there is a significant and positive relationship between these two variables, and among the dimensions of stability studied, the economic dimension with the amount 71.11, social with a weight of 70.87, physical and environmental with a weight of 70.45, respectively, have the highest and lowest impact of the management requirements of tourism development.

5. Conclusion

Management requirements are one of the influential factors in the development and improvement of the sustainability of Hamadan city. Management requirements for tourism development are the main and life-giving factor of any organization related to tourism. In other words, the main spirit of the current century is based on an accepted value system that takes place through management requirements. In this regard, the management of tourism development, regarding the development of tourism and its sustainability estimation, needs to consider the economic usefulness and the social, physical and environmental consequences of tourism.

Acknowledgments

Management Requirements, Tourism Development, Sustainability, Hamedan.

سال چهارم، شماره دوم (پیاپی ١٤)، تابستان ١٤٠٢، ٢٢-١.



شاپای الکترونیکی: ٢٣٢٥-٢٧١٧

فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی

http://www.gsma.lu.ac.ir

دانشگاه لرستان

مقاله پژوهشی

تبیین الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری و نقش آن در پایداری شهر همدان

حامد مستعلی‌زاده *[1]؛ مصطفی خبازی چالشتری [2]

*[1] کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

[2] دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات وعلوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

چکیده

امروزه مدیریت شهری تحول یافته است، و شهرها برای رفاه و آسایش بیشتر شهروندان مدیریت می‌شوند. مدیریت شهری، نقش مهمی در موفقیت برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری، به عهده دارد. این موضوع، به خصوص در ارتباط با توسعه پایدار بیشتر اهمیت می‌یابد، در این راستا، شهرها به علت دارا بودن جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و .. از مقاصد گردشگری محسوب می‌شوند، که آثار مثبت و منفی اقتصادی و اجتماعی و ... را به دنبال دارد، برای ایجاد تعادل در این زمینه، لازم است الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری فراهم گردد تا زمینه‌ای را برای پایداری شهر فراهم نماید. در این راستا، هدف پژوهش حاضر، تبیین الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری و نقش آن در پایداری شهر همدان می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف، بنیادی و کاربردی و دارای ماهیت تفسیری و تحلیلی و از نظر روش، در گروه پژوهش‌های کیفی و کمی قرار دارد. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از روش گراند تئوری و مدل‌های (FBMW، و مدل ترکیبی (FCOPRAS ،FSORA)، و نرم‌افزار Expert choice ، استفاده شد. نتایج در بخش کیفی پژوهش نشان داد، از سوی متخصصان الزامات (مدیریت یکپارچه گردشگری، ترویج رویکرد نامتمرکز (پایین به بالا)، بهره‌گیری از نیروهای متخصص، تدوین یک چارچوب قانونی مشخص، تغییر نگاه مدیریت در حوزه گردشگری، طراحی الگوی سازگار با محیط گردشگری همدان)، از سوی متخصصان پیشنهاد گردیده شد، و از بین الزامات مطرح شده، ترویج رویکرد نامتمرکز (بالا به پایین) با وزن به دست آمده ۰/۱۹۰، بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده است. در ادامه نیز در بخش کمی نتایج آزمون همبستگی به منظور ارتباط بین دو متغیر (الزامات مدیریتی و پایداری شهر همدان)، نشان داد که بین این دو متغیر ارتباط معنادار و مثبتی وجود دارد، و از بین ابعاد پایداری مورد مطالعه، بعد اقتصادی با مقدار ۷۱/۱۱، اجتماعی با مقدار وزن ۷۰/۸۷، فیزیکی و محیطی با مقدار وزن ۷۰/٤٥، به ترتیب بیشترین و کمترین میزان تاثیرپذیری را از الزامات مدیریتی توسعه گردشگری به خود اختصاص داده‌اند.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله:
۱۴۰۱/۰۳/۰۱

پذیرش نهایی:
۱۴۰۱/۰۵/۰۷

تاریخ انتشار:
۱۴۰۲/۰۵/۱۵

واژگان کلیدی:
الزامات مدیریتی، توسعه گردشگری، پایداری، شهر همدان.

* **نویسنده مسئول:**

پست الکترونیک نویسندگان: hamed_iut.1986@yahoo.com (ح. مستعلی زاده)؛ mostafakhabazi@uk.ac.ir (خبازی چالشتری، م.)

نحوه استنادهی به مقاله: مستعلی زاده، حامد. خبازی چالشتری، مصطفی. (۱۴۰۲). تبیین الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری و نقش آن در پایداری شهر همدان. فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی. سال چهارم، شماره ۲ (۱۴)، صص ۲۲-۱.

Doi:10.52547/gsma.4.2.1

۱. مقدمه

در سال ۲۰۱۶ میلادی ۵۴/۵ درصد جمعیت جهان در شهرها سکونت داشته و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰ جمعیت شهرنشین دنیا ۵۰/۵۵ میلیارد نفر (۶۰ درصد جمعیت کره زمین) برسد (United Nations, 2016:23; Sadidi et al., 2016: 201)، این افزایش جهانی ضریب شهرنشینی، توجه به توسعه پایدار شهری را به یکی از مهمترین دغدغه‌های مدیران و مسئولان شهری تبدیل نموده است؛ چنانکه امروزه در اکثر جوامع شهری توجه به توسعه پایدار مورد تاکید هست و دیدگاه‌ها و روش‌های مختلفی برای آن ارائه شده است که بر حسب شرایط هر جامعه، می‌توان از آن استفاده نمود (Nasr, 2016,Maleki et al, 2023). در این راستا، لازمه دسترسی به توسعه پایدار شهری، توسعه گردشگری می‌باشد.

در کشورهای جهان از گردشگری به منزله کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه نواحی یاد شده است (Sharply, 2002: 233). امروزه، در کشورهای در حال توسعه، مثل ایران، برای ایجاد توسعه همه جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی، نیازمند استفاده از همه امکانات و قابلیت‌ها هستیم (Khavariyan Garmsir et al, 2013). اقتصاددانان، صنعت گردشگری را پس از صنعت نفت و خودروسازی، سومین پدیده اقتصادی پویا و روبه رشد می‌دانند (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲: ۲۷). از این رو، توسعه گردشگری به منزله مجموعه فعالیت‌های اقتصادی در تقویت بنیان‌های جوامع به خصوص از جنبه اقتصادی تاثیر بسزایی دارد (Lankford and Howard, 1994: 122)، به گونه‌ای که امروزه توسعه و ارتقای گردشگری به طور وسیعی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، پذیرفته شده و در دستور کار دولت قرار گرفته است (Ko and Stewart, 2002: 523). در این راستا، همه کشورها اعم از توسعه یافته، در حال توسعه و توسعه نیافته‌ها پذیرفته‌اند که هر توسعه‌ای تنها با برنامه‌ریزی امکان‌پذیر است. این موضوع، به خصوص در ارتباط با توسعه پایدار بیشتر اهمیت می‌یابد. توسعه گردشگری پایدار به دلیل اهمیت آن و آثار بالقوه مثبت و منفی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست محیطی که به همراه دارد، بدون برنامه‌ریزی امکان‌پذیر نخواهد بود. به طور کلی برنامه‌ریزی قادر است نقش کلیدی در حل تضادهایی که این توسعه می‌تواند ایجاد نماید، ایفا کند (Taghvayi & Safarabadi, 2011). توسعه گردشگری از یک سو می‌تواند آثار مثبت اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و حتی زیست‌محیطی در جامعه داشته باشد، و از سوی دیگر، آثار منفی در ابعاد مختلف، به خصوص در بعد زیست‌محیطی، به دنبال داشته باشد. ایجاد تعادل در این زمینه به گونه‌ای که آثار مثبت بیش از آثار منفی باشد، نیازمند اتخاذ سیاست‌های اصولی از طریق فرایند برنامه‌ریزی و مدیریت است (Khaksar, 2003: 52).مدیریت در بخش گردشگری در بسیاری از کشورها، به منزله نمادی از هویت فرهنگی، طبیعی، انسانی و از بخش‌های مهم اقتصادی محسوب می‌شود. از این رو، پایداری در شهر، مستلزم توجه نظام‌مند به الزامات مدیریتی توسعه گردشگری می‌باشد.

ایران نیز بدون شک یکی از سرزمین‌های مستعد گردشگری به دلیل دارا بودن انواع جاذبه‌های متنوع طبیعی، چشم‌اندازهای بی‌نظیر، تنوع گونه‌های جانوری و گیاهی، وجود چهار فصل متنوع با موقعیت‌های اقلیمی و جغرافیایی خاص، آثار ثبت شده میراث ملی و میراث جهانی و ...، جزء ده کشور برتر منابع گردشگری دنیا قرار گرفته است (Zangi Abadi et al, 2006: 40). که امروزه در حوزه مدیریت گردشگری کشورهای در حال توسعه و از جمله ایران مطرح است؛ تعداد مراجع و نهادهای مختلف مسئول در حوزه‌ی گردشگری با تاثیرپذیری از قوانین متعدد موجود است. مدیریت گردشگری در ایران با مشکلات عدیده‌ای، همچون عدم همکاری و هماهنگی بین سازمان‌های درگیر گردشگری، کمبود قوانین کافی و نبود استاندارد و مقررات لازم، تداخل و همپوشانی در کنار یکدیگر، مشکلات و هزینه‌هایی را برای گردشگران و مدیریت گردشگری به وجود آورده است. کمال مطلوب این است که گردشگری به عنوان عنصری از برنامه‌ای فراگیر، برای توسعه منطقه‌ای برنامه‌ریزی شود و آن را به شیوه‌های کنترل شده، مدیریت پایدار و بر اساس برنامه‌ریزی عقلایی توسعه داده و مدیریت نمود (Dorzadeh Mehr et al, 2020, 39).

شهر همدان نیز در استان همدان با داشتن ویژگی‌های فرهنگی، تاریخی و نوع فعالیت بومی نشات گرفته از محیط طبیعی و موقعیت جغرافیایی آن به دلیل فراوانی جاذبه‌های گردشگری، همچون (غار شگفت‌انگیز علیصدر، آرامگاه ابوعلی سینا، آرامگاه باباطاهر، دهکده توریستی گنجنامه، کتیبه‌های گنجنامه، آبشار گنجنامه، تپه هگمتانه)، و ...جاذبه‌های فرهنگی بکر، مانند آیین‌های سنتی،

رقص‌های محلی و صنایع دستی با شهرت جهانی، می‌تواند به یک مقصد مهم گردشگری در سطح استان و کشور و حتی بین‌المللی تبدیل شود، اما گردشگری همدان با مشکلات عدیده‌ای روبر هست و دارای ضعف‌های اساسی در بخش‌های مدیریتی می‌باشد و به تبعیت از ضعف‌های مدیریتی در این شهر، توسعه گردشگری همانند هر کارکرد نظام‌مند دیگر، نیازمند الزامات مدیریتی قوی است تا ضمن بهره‌گیری مطلوب از فرصت‌های موجود با غلبه بر محدودیت‌ها و تنگناهای فراروی گسترش گردشگری شهری، صنعت گردشگری را در تعامل با سایر بخش‌های اقتصادی توسعه دهد. بنابراین شهر همدان به منظور دستیابی به پایداری، نیازمند تدوین الزاماتی مدیریتی در بخش گردشگری می‌باشد که یکپارچگی بوم‌شناختی را حفظ کند و منافع اقتصاد و توسعه برای مناطق شهری همدان به همراه داشته باشد. در این راستا، نوشتار حاضر به بررسی تبیین الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری و نقش آن در پایداری شهر همدان پرداخته شده است، و با استفاده از رویکرد کیفی و کمی به بررسی و کنکاش سئوالات ذیل می‌باشد:

- مجموعه الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری شهر همدان از دیدگاه متخصصان چه می‌باشند؟ و کدام یک بیشترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده است؟
- بین الزامات مدیریتی توسعه گردشگری و پایداری شهر همدان چه ارتباطی وجود دارد؟ و کدام یک از ابعاد پایداری بیشترین میزان تاثیرپذیری را از الزامات مدیریتی به خود اختصاص داده است؟

در راستای پژوهش حاضر، مطالعات اندکی در سطح داخلی و خارجی صورت گرفته، ولیکن در این قسمت از پژوهش، به مطالعاتی که همسو و همخوانی با پژوهش حاضر دارند، پرداخته شده است:

Zargham& Morovati Shrif Abadi (2018)، در پژوهشی تحت عنوان، گردشگری دینی، الزامات، راهبردها و پیامدها، به این نتایج دست یافتند، عوامل علی اثرگذار بر توسعه گردشگری دینی کشور در قالب مدیریت جاذبه‌ها و رویدادها، مدیریت تبلیغات، توسعه زیرساخت‌ها و خدمات لازم متناسب با نیاز گردشگری دینی ورودی، و عوامل مداخله‌گر شامل: قوانین و مقررات و تدوین سیاست‌های کلان گردشگری دینی شناسایی شد. شرایط زمینه‌ای نیز شامل: شرایط فرهنگی و شرایط اقتصادی، راهبردها نیز شامل: بازاریابی، بهبود اوضاع زیست‌محیطی، منابع انسانی و آموزش، تعامل بخش دولتی و خصوصی به منظور توسعه گردشگری دینی، داشتن نگاه سیستمی، جذب سرمایه‌گذار تعیین شد. پیامدها نیز شامل: افزایش مدت ماندگاری گردشگران دینی، تقویت انگیزه اصلی گردشگران دینی، افزایش تعداد گردشگران و افزایش درآمد حاصل از ورود گردشگران دینی به کشور می‌باشد. Rakhshmah et al, (2019)در پژوهشی تحت عنوان، بررسی نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری مطالعه موردی: شهر یاسوج، به این نتایج دست یافتند، مولفه‌های مدیریت شهری از عوامل تاثیرگذار در شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری است. هر چند مدیریت شهری توانسته است تا حدی از انتظارات توسعه پایدار را محقق سازد، اما در بسیاری از موارد ناموفق عمل کرده است یکی از شرط‌های اساسی دستیابی به توسعه‌ی پایدار گردشگری نیازمند برنامه‌ریزی سازمان‌یافته در تمام سطوح است. Dorzadeh Mehr et al (2020)، در پژوهشی تحت عنوان، تبیین راهبردهای توسعه گردشگری شهری با تاکید بر مدیریت یکپارچه مورد پژوهی: شهر چابهار، به این نتایج دست یافتند، طبق نتایج ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک، راهبرد تدافعی برای مدیریت گردشگری شهر چابهار انتخاب شد، همچنین به منظور حل مشکلات پیش‌رو با هدف تحقق مدیریت یکپارچه گردشگری شهر چابهار و بهبود وضع موجود مدیریت گرشگردی مواردی از جمله: تشکیل شورای هماهنگی از طرف نهادهای محلی جهت هماهنگی بین سازمان‌ها، هماهنگی نهادهای درگیر مدیریت گردشگری شهری، تمرکززدایی از وظایف نهاد‌های درگیر و متولی مدیریت گردشگری به سوی تمرکزگرایی در شورای هماهنگی و ... پیشنهاد شد. Moinian Miandoab (2020)، در پژوهشی تحت عنوان، الزامات مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری با تاکید بر اقتصاد (مورد مطالعه: شهر میاندوآب)، به این نتایج دست یافتند، راهبردهای قابل قبول در برنامه‌ریزی گردشگری پایدار شهر میاندوآب، در اولویت اول راهبردهای محافظه‌کارانه است. Naimabadi & Javan (2021)، در پژوهشی تحت عنوان، واکاوی موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان، با استفاده از روش تحقیق به صورت کیفی و کمی و با استفاده از تئوری زمینه‌ای و مدل FARAS، به این نتایج دست یافتند؛ موانعی از جمله: عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص، بازاریابی نامناسب، تقلید از

الگوهای ناسازگار با محیط‌های شهری، مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری، مشکلات نظام اداری و خط مشی، عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان‌های مرتبط، عدم مطلوبیت زیرساخت‌ها و زیربناهای فیزیکی، عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص را استخراج شد، که با استفاده از مدل آراس فازی، به ترتیب موانع عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان‌های مرتبط با مقدار وزن ۰/۴۹۰، مشکلات نظام اداری و خط مشی با مقدار وزن ۰/۴۸۸،تقلید از الگوهای ناسازگار با محیط‌های شهری با مقدار وزن ۰/۴۷۷، مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری و عدم مطلوبیت زیرساخت‌ها و زیربناهای فیزیکی با مقدار وزن ۰/۴۶۷، بازاریابی نامناسب با مقدار وزن ۴۶۳ /۰، عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص با مقدار وزن ۰/۴۵۸، بیشترین و کمترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده اند.

Litvin et al (2018)، در پژوهشی تحت عنوان، نمای گذشته-نگر از واژه‌های الکترونیکی مدیریت گردشگری، به این نتایج دست یافتند که EWOM وعده خود را برای تبدیل شدن به تاثیر عمده در صنعت میهمان‌نوازی گردشگری بر عهده گرفته است و همچنان در آینده نقش اساسی در بازاریابی گردشگری خواهد داشت. آریانی (۲۰۱۸)، در پژوهشی تحت عنوان، شهر یکپارچه به عنوان الگویی برای موج نو گردشگری شهری، به این نتایج دست یافت، شهرها برای بازدیدکنندگان و گردشگران توسعه یافته‌اند، شهرها به رقابت می‌پردازند، امکانات و خدمات را توسعه می‌دهند تا بهترین شهر را برای گردشگران به ارمغان آورند. در این راستا، توسعه یکپارچه گردشگری شهری کلیدی برای ایجاد پارادایم جدید گردشگری شهری است. Grah et al (2020)، در پژوهشی تحت عنوان، مدیریت توسعه پایدار گردشگری شهری: مورد لیوبلیانا، به این نتایج دست یافتند، لیوبلیانا نیاز به تاکید بیشتری بر پایداری دارد، و بین توسعه پایدار گردشگری شهری و مدیریت ارتباط معنادار و مثبتی وجود دارد.

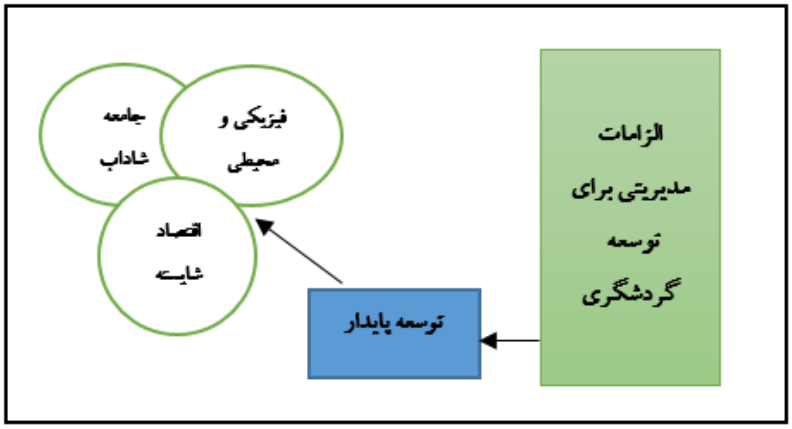
امروزه گردشگری، سومین صنعت اقتصادی در جهان شناخته می-شود (Oila et al, 2012: 569). از نظر بیشتر مردم، عبارت گردشگری بر سفرهای تفریحی دلالت می‌کند و از نظر سازمان گردشگری یعنی مسافرت با اهداف مختلف به استثنای سفر به منظور کار، مهاجرت و فعالیت‌های محلی و منطقه-ای(Hajinekhad et al, 2013: 110). در عصر حاضر، گردشگری یکی از عوامل موثر در گسترش روابط میان ملت‌ها به شمار می‌رود و به منزله ایجاد کننده فرصت‌های شغلی در بخش اقتصادی و ایجاد تعاملات اجتماعی-فرهنگی مطرح می‌شود (Pouramad et al, 2013: 2).

در این راستا، مفهوم گردشگری شهری، از دهه ۱۹۸۰ وارد فهرست تحقیقات شده است(Ditari, 2005: 3). نواحی شهری به دلیل آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند، اغلب مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند (Timothy and Wall, 1995: 6). شهرها به لحاظ داشتن تاریخ طولانی و استمرار نمادهای باستانی، تاریخی و فرهنگی، ارزش‌های ملی هر کشوری به حساب می‌آیند(Rastegar et al, 2011: 156). در واقع، چون شهرها جاذبه‌های متنوع و بزرگی از قبیل موزه‌ها، بناهای یادبود، تئاترها، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی‌ها، مراکز خرید و مناطقی که معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور را دارند(Khaksepari et al, 2013: 132)، و از سوی دیگر به دلیل پایین‌بودن هزینه و زمان جابجایی برای دستیابی به مقاصد گردشگری، در نتیجه گردشگران بسیاری را جذب می‌کنند (Cooper et al, 1998: 42). بنابراین، گردشگری شهری عبارت است از مسافرت به شهرها به انگیزه‌های مختلف بر اساس جذابیت‌های مختلف و امکانات تسهیلاتی که شهر دارد و در شخص ایجاد جذابیت می‌کند (Law, 1996: 25). به طور کلی و عمده، توریسم شهری دو انگیزه و هدف اصلی را دنبال می‌کند که عبارت است از اهداف تجاری و اهداف فرهنگی (Ghorbani et al, 2013: 33). تخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری، وجود زیرساحت‌های مناسب شهری و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و مانند این‌ها است. دومین شرط برای تضمین موفقیت سیاست توسعه گردشگری شهری، تنسیق و آمایش جاذبه‌های شهر و ایجاد تسهیلات و امکاناتی است که دسترسی به جاذبه‌ها را بیش از پیش آسان کند (Ditari, 2005: 3). یکی از مهمترین عوامل موثر در توسعه گردشگری در هر منطقه، چگونگی مدیریت این فعالیت‌ها است.

مفهوم مدیریت شهری در تعاریف کل‌نگر از مفهوم صرف اداره امور شهر فراتر است و با ساختارهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مرتبط و نقش فعالی در توسعه‌ی شهر پیدا می‌کند. در این نگرش، مدیریت شهری، مسئولیتی استراتژیک است که نتایج و پیامدهای عملیاتی نیز به همراه دارد و به این علت، تعامل آن با حوزه‌های

قدرت، سیاست، اجتماع و اقتصاد شهری اجتناب‌ناپذیر است (MC Gill, 1998: 31). مدیریت شهری عبارت است از سازماندهی عوامل و منابع برای پاسخگویی به نیازهای ساکنان شهر، هدف کلان مدیریت شهری ایجاد محیطی قابل زندگی برای همه همراه با عدالت اجتماعی، کارایی اقتصادی و پایداری زیست‌محیطی ست (Sarafi et al, 2000: 81). مدیریت فرایند به کارگیری امور و کارآمد منابع مادی و انسانی در برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات و هدایت و کنترل است(Satari & Zabihi, 2009: 111). مدیریت شهری به همه نهادها، سازمان‌ها و افرادی گفته می‌شود که به صورت رسمی و غیررسمی در فرایند مدیریت شهری اثرگذار هستند، مدیریت شهر فقط شهرداری یا شورای شهر نیست، بلکه هر عنصری که در فرایند مدیریت شهری، اثرگذار است در این حیطه قرار دارد (Lotfi, 2009: 105). مقوله مدیریت بخش لاینفک هر نوع برنامه‌ریزی است و شاید رکن اصلی آن باشد، از این رو می‌توان گفت، برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، هماهنگی، کنترل و اصلاح برنامه‌ها، عناصر اصلی چرخه مدیریت گردشگری محسوب می‌شوند. در واقع مدیریت سنجش عملی برنامه‌ریزی گردشگری را شامل می‌شود که طی آن باید با استفاده از ابزارهای مناسب به اهداف از پیش تعیین شده خود دست یابد (Elliott, 1977: 116). مدیریت در برگیرنده یک نگرش نظام‌مند است که در آن پویایی گردشگری در چهارچوب عرضه و تقاضا با تاکید بر پایداری مدتظر قرار می‌گیرد. بنابراین مدیریت گردشگری پایدار در خصوص توسعه گردشگری و برآورد پایداری آن نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی گردشگری است(Papoli Yazdi & Saghayi, 2006: 196).

در این راستا، به منظور نشان دادن نحوه ارتباط الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری و نقش آن در پایداری شهر بر پایه یک مدل مفهومی، ابعاد و شاخص‌های توسعه پایدار شهری بیان می‌شود. همانگونه که در شکل (۱) مشاهده می‌شود، این مدل ترکیب چهار بعد اصلی توسعه، یعنی جامعه (جامعه شاداب)، اقتصاد (اقتصاد شایسته)، فیزیکی و محیطی (کالبد و محیط زیست)، و نقش مدیریت به عنوان میانجی تشکیل یافته است. از آنجایی که هدف از ترکیب این سطوح با یکدیگر رسیدن به توسعه پایدار است، در ابتدای امر لازم است تعادل و پایداری در هر یک از این چهار بعد اصلی مشخص می‌شود (WHO, 2001: 121). حد نیاز مقوله‌های پایداری، تعادل و کیفیت در هر یک از این ابعاد با توجه به هویت آن بعد به صورت ویژه‌ای جلوه یافته است. یعنی همانگونه که در شکل (۱) ملاحظه می‌شود، اولا جامعه باید شاداب باشد، یعنی مفهوم مدنیت را در خود درک کرده باشد. به عبارت دیگر، مردم از زندگی در آن اجتماع راضی باشند و در حالی که مشارکت گسترده‌ای در اداره امور دارند، مفهوم حقوق شهروندی و برابری در روح آن اجتماع نجلی یافته باشد. محیط قابل زیست نیز نشان از تعادل و کیفیت اکوسیستم‌های محلی مانند هوا، آب، خاک و غیره داشته، و از بهبود محیط کالبدی نیز برخوردار باشد و نحوه ارتباط انسان و طبیعت را مشخص می‌سازد و بر پایداری منابع و ظرفیت محیط تاکید دارد. در نهایت اقتصاد (شایسته) نیز به معنی در جریان بودن حداقل درصدی از درآمدهای عام اقتصادی در جامعه است، که قابلیت برخورد بنیادی و اساسی با نیازهای اولیه و روزمره ساکنان را داشته باشد. بر اساس مدل مفهومی، توسعه شهری پایدار تنها در صورتی دست یافتنی است که همپوشانی چهار به چهار این سطوح به صورت سازمان‌یافته و متعادل صورت پذیرفته و مفاهیم مشخص شده در شکل (۱) را تداعی نماید (Shahabia, 2004: 12). بدین ترتیب گردشگری شهری مانند هر پدیده دیگر در صورتی می‌تواند باعث توسعه پایدار شهر شود که در راستای الزامات مدیریتی توسعه گردشگری که بدان اشاره گردیده، باشد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۲. روش تحقیق

پژوهش حاضر، از نظر هدف، بنیادی و کاربردی و دارای ماهیت تفسیری و تحلیلی و از نظر روش، در گروه پژوهش‌های کیفی و کمی قرار دارد. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از روش گراند تئوری[۱] (به **منظور** مجموعه الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری)، و مدل‌های (FBMW، و نرم‌افزار Expert choice (منظور رتبه‌بندی و میزان اهمیت هر یک از الزامات مدیریتی،)، و مدل ترکیبی (FSORA، FCOPRAS)، (رتبه-بندی هر یک از ابعاد پایداری با تاکید بر میزان تاثیرپذیری‌شان از الزامات مدیریتی)، استفاده شد. در بخش کمی پژوهش، ابزار پژوهش، پرسشنامه می‌باشد که بر اساس مبانی نظری و مطالعات متعدد، شاخص‌های تحقیق در ابعاد (اقتصادی، اجتماعی، فیزیکی و محیطی) استخراج شد و در قالب پرسشنامه منعکس شد. جدول (۱)، روایی پرسشنامه‌ها نیز به وسیله متخصصان و اساتید مورد تایید قرار گرفت و پایایی آنها نیز بر اساس آزمون آلفای کرونباخ، برای هر یک از ابعاد (اقتصادی با مقدار ۰/۸۷، اجتماعی با مقدار ۰/۸۳، فیزیکی و محیطی با مقدار ۰/۸۰) تعیین شد، که مقدار آلفای بدست آمده، گویای پایایی قابل قبول هر یک از پرسشنامه‌ها می‌باشد. قابل ذکر است، جامعه نمونه در دو بخش کمی و کیفی شامل افراد متخصص در حوزه مطالعاتی (گردشگری و برنامه‌ریزی شهری) می‌باشند که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۲۵ نفر انتخاب گردیده شد.

در ابتدای این پژوهش از رویکرد سیستماتیک اشتروس و کوربین برای نظریه داده بنیاد استفاده شد. از آنجا که نظریه زمینه‌یابی، مبتنی بر روشی کاملا استقرایی بود؛ لذا پژوهش‌گر بجای آزمودن نظریه‌های موجود، خود به تدوین یک نظریه می‌پردازد. بنابراین، متغیرهای مورد بررسی بر اساس چارچوب نظری و بر اساس مقوله‌ها شناسایی و اکتشاف شد. نظریه برخاسته از داده‌ها (مبتنی بر زمینه) یکی از روش‌های شناخته شده پژوهش کیفی بود که برای نخستین بار توسط گلیزر و اشتراوس (۱۹۶۷) بنیان نهاده شد. معمولاً پژوهش‌گرانی به این روش روی آوردند که موضوع مورد مطالعه آن‌ها در مطالعات قبلی مورد غفلت قرار گرفته یا به طور سطحی به آن توجه نشد (Mertens, 2007: 212-225). روش گردآوری اطلاعات به دو صورت مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای و تحقیقات میدانی (مصاحبه)، بود. لذا از مصاحبه عمیق بدون ساختار مبتنی بر مطالعه اکتشافی بهره گرفته شد. تحلیل داده‌ها در این روش، با استفاده از سیستم کدگذاری باز (شناسایی مقوله‌ها)، کدگذاری محوری (پروردن مقوله‌ها) و کدگذاری انتخابی یا گزینشی (انتخاب نهایی مقوله‌ها) انجام شد(Glaser, 2017: 45) .مراحل اجرای تئوری داده بنیاد به شرح ذیل بود:

مرور بازنگری: در این مرحله مقدمه‌ای برای ورود به عملیات تحلیل محسوب شد، برای جلوگیری از داوری شخصی در هنگام ترتیب داده‌ها، مصاحبه‌های ضبط شده، یادداشت‌های شخصی که در طی تحقیق توسط پژوهشگر انجام می‌شد، جمع‌آوری و مورد بازنگری و اصلاح قرار داده شد. این کار به عدم دخالت عقاید و ارزش‌های پژوهشگر در امر تحلیل کمک نمود.

گام اول: استخراج داده‌های معنایی (کدگذاری باز): کدگذاری باز یک بخش از تجزیه و تحلیل بود که شامل شناسایی، نام‌گذاری، دسته‌بندی و تشریح پدیده‌های موجود میان داده‌ها شد. این مرحله هدف، درک مفاهیم مستتر در گفته‌های مصاحبه شونده بود. نام برخی از مفاهیم از دانش پیشین گرفته شده و نام برخی مفاهیم ابداع شده توسط پژوهشگر و یا ذکر شده توسط مشارکت کنندگان و معطوف به داده‌های موجود اضافه شد.

کدگذاری ثانویه و شکل‌دهی مقولات: در مرحله بعد، کدهای اولیه به علت فراوانی آنها به کدهای ثانویه تبدیل شد (کدهای اولیه در قالب طبقه‌های مشابه قرار گرفت). چند کد ثانویه تبدیل به یک کد مفهومی شد.

گام دوم: استخراج مقوله‌ها و مضامین اصلی (کدگذاری محوری): در این مرحله برقرای رابطه بین طبقه‌های تولید شده (در مرحله کدگذاری باز) انجام شد.

گام سوم: مرحله نظریه‌پردازی (کدگذاری انتخابی): مقولات به دست آمده در فرایند ساخت نظریه زمینه‌ای، خط سیر داستانی از الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری محسوب شد.

در این پژوهش نمونه‌گیری تا مرحله اشباع (کفایت) نظری پیش رفت؛ نمونه‌گیری از نوع غیراحتمالی به صورت نمونه‌گیری

[۱] - Grounded Theory

هدفمند بود. در مجموع ۲۵ مصاحبه عمیق صورت گرفت. مصاحبه‌ها (بین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه) ضبط و یادداشت و بلافاصله پیاده شد.

جدول ۱. شاخص‌های تحقیق

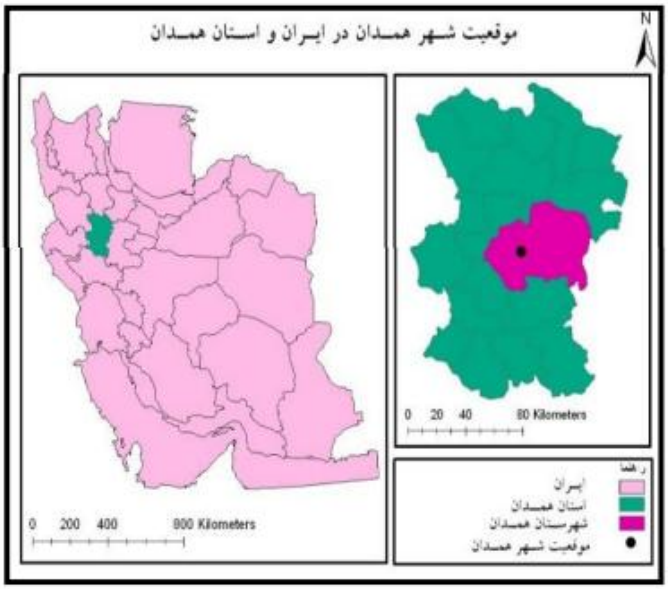
ابعاد توسعه	شاخص
اقتصادی	افزایش پس‌انداز
	ارتقای سلامت ناشی از کار
	ارتقای رضایت شغلی
	ارتقای امید به آینده شغلی
	ارتقای رضایت از درآمد
	توسعه سرمایه‌گذاری خصوصی در شهر
	توسعه سرمایه‌گذاری بخش دولتی در شهر
	افزایش عرضه نیروی کار
	ایجاد بازارهای نو برای فروش محصولات داخلی
	گسترش صادرات پنهان در شهر
اجتماعی	افزایش جذب جمعیت
	سرزندگی و شادابی عمومی بر اثر حضور گسترده گردشگران
	ارتقای کیفیت زندگی ساکنان
	تقویت غرور جامعه میزبان و روحیه همبستگی
	جلوگیری از بین رفتن ارزش‌ها و سنت‌های محلی
	بهبود آگاهی ساکنان
	احیای هنرها و سنت‌های دستی و محلی
	افزایش مشارکت اجتماعی
	ارتقای سرمایه اجتماعی
فیزیکی و محیطی	توسعه تسهیلات جدید و زیرساخت‌های شهری
	حفاظت از میراث باستانی
	نوسازی و مرمت ساختمانها و سایت‌های تاریخی موجود در شهر
	تغییر نوع استفاده از ساختمان‌های قدیمی بر اساس نیازهای جدید
	توجه به پاکیزگی سایت‌های گردشگری
	افزایش آگاهی ساکنان از محیط طبیعی و فرهنگی
	ارتقای روش‌های جمع‌آوری و دفع فاضلاب
	کاهش تخریب و فرسایش خاک
	بهبود مکان‌یابی واحدهای مسکونی
	کاهش آلودگی منابع آب، خاک، هوا

منبع: Lea, 1988 ، Hall and Page, 2001،Harseel, 1994, Hatami Nekhad & Sharifi, 2015, Shahabiyan, 2010

۲. ۱. معرفی محدوده مورد مطالعه

شهر همدان از نظر موقعیت سیاسی در بخش مرکزی در شهرستان همدان واقع شده، شرقی‌ترین نقطه شهر همدان ۴۹ درجه و ۲۷ دقیقه، غربی‌ترین آن ۴۸ درجه و ۲۰ دقیقه از نصف‌النهار گرینویچ فاصله دارد و در حدفاصل ۳۴ درجه و ۳۵ دقیقه، تا ۳۵ درجه عرض شمالی واقع شده است. این شهر، با وسعتی حدود ۶۲۵۳ هکتار، در سال ۱۳۹۵، دارای جمعیتی برابر با (۶۵۱۸۲۱) نفر بوده است.

محدوده‌ی مورد مطالعه کل شهر همدان می‌باشد که در برگیرنده ۴ منطقه، ۱۲ ناحیه و ۷۵ محله است.



شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه، منبع: نگارندگان، ۱۴۰۱

۳. یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

در ابتدا خلاصه‌ای از اطلاعات جمعیت‌شناختی (جنسیت، سن، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی، شغل) مصاحبه‌شوندگان آمده است. از میان ۲۵ نفر متخصص، ۲۱ نفر مرد و ۴ نفر زن بودند. دامنه سنی آنها نیز از ۳۰ سال تا ۶۰ سال و میانگین سنی نیز ۴۰ سال بود. رشته تحصیلات همه ۲۵ نفر (برنامه‌ریزی شهری و گردشگری) می‌باشد. همچنین قابل ذکر است، از میان ۲۵ مشارکت کننده، ۱۵ نفر از مشارکت‌کنندگان اساتید دانشگاه‌های (همدان، استان همدان)، ۱۰ نفر از متخصصان در سازمان‌های شهری از جمله:شهرداری، استانداری، فرمانداری، گردشگری و میراث فرهنگی، می‌باشند.

یافته‌های کیفی

مجموعه الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری با استفاده از تئوری زمینه‌ای

در جدول (۲)، نتایج کدگذاری باز بر اساس کد ثانویه، کد-های مفهومی و مقولات ارایه شده است، (۳۹)، کد مفهومی از سوی متخصصان در راستای الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری پیشنهاد گردیده شد.

جدول ۲. مفهوم‌سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز)

ردیف	مفاهیم (کدگذاری باز)	ردیف	مفاهیم (کدگذاری باز)
۱	مشارکت تعاملانه و رودرو با شهروندان	۲۱	تعامل هر چه بیشتر ارگان‌های مختلف با یکدیگر به منظور شناسایی جاذبه-های مهم گردشگری همدان
۲	همکاری نزدیک با گروه‌های جمعیتی مختلف به منظور شناسایی نیازهای بومی و خاص منطقه در راستای توسعه گردشگری	۲۲	شناسایی افراد خبره سازمان‌ها و واگذاری مسئولیت‌ها
۳	توسعه طرح های گردشگری با تعاملات اجتماعی جوان محور و با راهبری جوانان	۲۳	بهره‌گیری از تفکر سیستمی در سازمان‌های مرتبط با گردشگری
۴	تشکیل کمیته‌ای از شهرداری، شورای شهر و ارگان‌های مربوطه گردشگری	۲۴	انسجام سازمانی بین سازمان های مرتبط گردشگری
۵	تشکیل کمیته‌ای از سرمایه‌گذاران و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها	۲۵	کارایی و اثربخشی سازمان‌هی مرتبط با گردشگری

۶	تشکیل کمیته‌ای به منظور شناسایی جاذبه‌های مهم گردشگری	۲۶	شفافیت در حوزه گردشگری
۷	برنامه‌ریزی منسجم در حوزه گردشگری	۲۷	پاسخگویی مدیران
۸	در نظر گرفتن گردشگری به عنوان یکی از محورهای اصلی توسعه شهری همدان	۲۸	ظرفیت‌سازی و توانمندسازی سازمان‌های مرتبط به گردشگری
۹	ضعف در قوانین مرتبط با گردشگری	۲۹	اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی بیشتر از طریق گسترش گردشگری
۱۰	تدقین نظام ارتباطی حقوقی میان دولت، شهرداری و بخش خصوصی (آژانس‌ها، هتل‌ها، سامانه‌های حمل و نقل و ...) از طریق تدوین لوایح قانونی مودر نیاز	۳۰	ظرفیت صنعت گردشگری برای رونق اقتصادی و کسب درآمدهای نفتی
۱۱	ایجاد سازوکاری برای انسجام و هماهنگی میان سازمان‌ها و نهادهای متولی گردشگری در شهر همدان و بهره‌برداری از تمامی ظرفیت‌های موجود	۳۱	نگاه ویژه مسئولین به صنعت گردشگری با توجه به شرایط اقتصادی و رشد بیکاری در شهر همدان
۱۲	توجه مدیریت شهری همدان به موضوع گردشگری شهری با ایجاد ستاد گردشگری	۳۲	تاکید بر موضوع بهبود اقتصاد همدان از طریق ظرفیت‌های داخلی با انتخاب شعار سال‌های اخیر
۱۳	عدم رویکرد سیاسی و رویه سلیقه‌ای حاکم بر مدیریت شهری	۳۳	افزایش انگیزه بخش‌های دولتی برای برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری
۱۴	عدم توسعه اندیشه‌های مسلط بر مدیریت شهری در یک دوره	۳۴	ایجاد علاقمندی و افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری
۱۵	ایجاد بسترهای انسانی متخصص در حوزه گردشگری	۳۵	استفاده از نیروهای متخصص دانشگاهی در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری
۱۶	افزایش برگزاری دوره‌های کاربردی و تخصصی و تهیه محتوای آموزشی در حوزه گردشگری فعالیت‌ها و خدمات با تمرکز بر نیازهای دانشی و مهارتی نیروی انسانی سازمان‌های مرتبط با گردشگری	۳۶	پیروی نکردن از الگوی گردشگری سایر شهرها و استان‌های دیگر
۱۷	ارائه برنامه گردشگری متناسب با مناطق شهری همدان، و نیازهای شهر	۳۷	اطلاع‌رسانی مسئولان به مردم محلی در رابطه با تصمیم‌گیری مدیریت شهری راجع به توسعه گردشگری شهری
۱۸	ارائه چشم‌انداز گردشگری همدان بر اساس توسعه اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی	۳۸	افزایش نظارت مردم محلی بر تصمیم‌گیری مسئولان شهر در راستای توسعه گردشگری
۱۹	نهادهای قانونی مشخص و مسئول برای گردشگری	۳۹	افزایش نظرخواهی از مردم محلی قبل و بعد از انجام هر پروژه و برنامه‌ای در زمینه گردشگری
۲۰	قواعد و مقررات مناسب و تفکر نظامند و نهادینه برای مدیریت		

منبع: نگارندگان تحقیق، ۱۴۰۱

جدول۳. واحدهای معنایی استخراج شده از مصاحبه‌ها

ردیف	واحد معنایی	شاهد مثال	ردیف	واحد معنایی	شاهد مثال
۱	تقویت مشارکت	مشارکت تعاملانه و رودرو با شهروندان	۶	هماهنگی بین عوامل اجرایی	تعامل هر چه بیشتر ارگان‌های مختلف با یکدیگر به منظور شناسایی جاذبه‌های مهم گردشگری همدان
		همکاری نزدیک با گروههای جمعیتی مختلف به منظور شناسایی نیازهای بومی و خاص منطقه در راستای توسعه گردشگری			شناسایی افراد خبره سازمان‌ها و واگذاری مسئولیت-ها
		توسعه طرح های گردشگری با تعاملات اجتماعی جوان محور و با راهبری جوانان			بهره‌گیری از تفکر سیستمی در سازمان‌های مرتبط با گردشگری
		کارایی و اثربخشی سازمان‌هی مرتبط با گردشگری			انسجام سازمانی بین سازمان های مرتبط گردشگری

۲	حکمروایی نوین شهری	شفافیت در حوزه گردشگری	۷	تشکیل کمیته تخصصی گردشگری	تشکیل کمیته‌ای از شهرداری، شورای شهر و ارگان‌های مربوطه گردشگری
		پاسخگویی مدیران			تشکیل کمینه‌ای از سرمایه‌گذاران و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها
		ظرفیت‌سازی و توانمندسازی سازمان‌های مرتبط به گردشگری			تشکیل کمیته‌ای به منظور شناسایی جاذبه‌های مهم گردشگری
		اطلاع‌رسانی مسئولان به مردم محلی در رابطه با تصمیم‌گیری مدیریت شهری راجع به توسعه گردشگری شهری			توجه مدیریت شهری همدان به موضوع گردشگری شهری با ایجاد ستاد گردشگری
		افزایش نظارت مردم محلی بر تصمیم‌گیری مسئولان شهر در راستای توسعه گردشگری			
		افزایش نظرخواهی از مردم محلی قبل و بعد از انجام هر پروژه و برنامه‌ای در زمینه گردشگری			
۳	قوانین و مقررات در حوزه گردشگری	برنامه‌ریزی منسجم در حوزه گردشگری	۸	نگاه ویژه مدیریت به حوزه گردشگری	اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی بیشتر از طریق گسترش گردشگری
		در نظر گرفتن گردشگری به عنوان یکی از محورهای اصلی توسعه شهری همدان			ظرفیت صنعت گردشگری برای رونق اقتصادی و کسب درآمدهای نفتی
		ضعف در قوانین مرتبط با گردشگری			نگاه ویژه سئولین به صنعت گردشگری با توجه به شرایط اقتصادی و رشد بیکاری در شهر همدان
		تدقین نظام ارتباطی حقوقی میان دولت، شهرداری و بخش خصوصی (آژانس‌ها، هتل‌ها، سامانه‌های حمل و نقل و ...) از طریق تدوین لوایح قانونی مودر نیاز			تاکید بر موضوع بهبود اقتصاد همدان از طریق ظرفیت‌های داخلی با انتخاب شعار سال‌های اخیر
		ایجاد سازوکاری برای انسجام و هماهنگی میان سازمان‌ها و نهاد-های متولی گردشگری در شهر همدان و بهره‌برداری از تمامی ظرفیت‌های موجود			افزایش انگیزه بخش‌های دولتی برای برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری
		نهادهای قانونی مشخص و مسئول برای گردشگری			
		قواعد و مقررات مناسب و تفکر نظامند و نهادینه برای مدیریت			
۴	دوری از هر گونه دیدگاه سیاسی	عدم رویکرد سیاسی و رویه سلیقه‌ای حاکم بر مدیریت شهری			ایجاد علاقمندی و افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری
		عدم توسعه اندیشه‌های مسلط بر مدیریت شهری در یک دوره	۹	توسعه نیروی متخصص در حوزه گردشگری	ایجاد بسترهای انسانی متخصص در حوزه گردشگری
۵	طراحی الگوی بومی گردشگری همدان	ارائه برنامه گردشگری متناسب با مناطق شهری همدان، و نیازهای شهر			افزایش برگزاری دوره‌های کاربردی و تخصصی و تهیه محتوای آموزشی در حوزه گردشگری فعالیت-ها و خدمات با تمرکز بر نیازهای دانشی و مهارتی نیروی انسانی سازمان‌های مرتبط با گردشگری
		ارائه چشم‌انداز گردشگری همدان بر اساس توسعه اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی			استفاده از نیروهای متخصص دانشگاهی در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری
		پیروی نکردن از الگوی گردشگری سایر شهرها و استان‌های دیگر			

منبع: نگارندگان تحقیق، ۱۴۰۱

مطابق نتایج در جدول (۳)، ۹ واحدهای معنایی: (هماهنگی بین عوامل اجرایی، حکمروایی نوین شهری، تقویت مشارکت، تشکیل کمیته تخصصی گردشگری، توسعه نیروی متخصص در حوزه گردشگری، قوانین و مقررات در حوزه گردشگری، نگاه ویژه مدیریت به حوزه گردشگری، طراحی الگوی بومی گردشگری همدان)، از سوی متخصصان پیشنهاد گردیده شد.

جدول ٤. مقوله‌ها و مضامین اصلی

ردیف	مقوله	واحد معنایی
۱	مدیریت یکپارچه گردشگری	هماهنگی بین عوامل اجرایی
		حکمروایی نوین شهری
۲	ترویج رویکرد نامتمرکز (پایین به بالا)	تقویت مشارکت
۳	بهره‌گیری از نیروهای متخصص	تشکیل کمیته تخصصی گردشگری
		توسعه نیروی متخصص در حوزه گردشگری
۴	تدوین یک چارچوب قانونی مشخص	قوانین و مقررات در حوزه گردشگری
۵	تغییر نگاه مدیریت در حوزه گردشگری	دوری از هر گونه دیدگاه سیاسی
		نگاه ویژه مدیریت به حوزه گردشگری
۶	طراحی الگوی سازگار با محیط گردشگری همدان	طراحی الگوی بومی گردشگری همدان

منبع: نگارندگان تحقیق، ۱۴۰۱



شکل ۳. مدل پارادایمیک الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری همدان، منبع: نگارندگان تحقیق، ۱۴۰۱

یافته‌های کمی

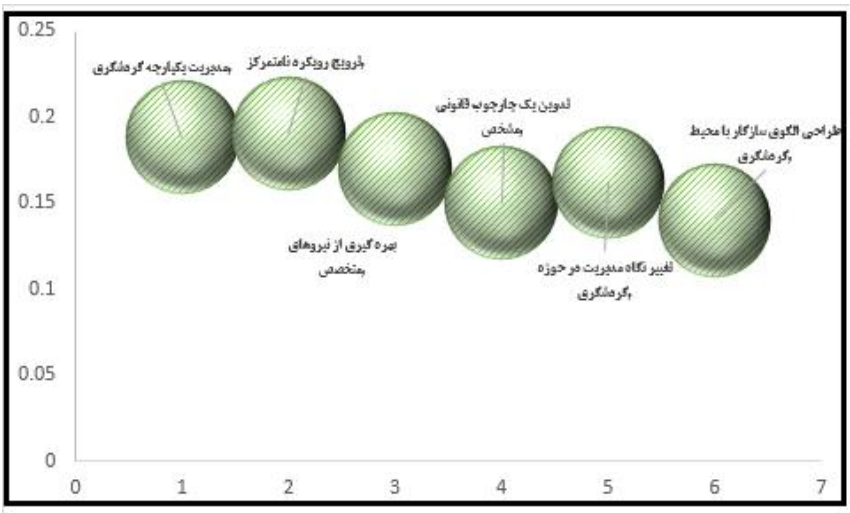
در ادامه نیز به منظور رتبه‌بندی و میزان اهمیت هر یک از الزامات مدیریتی، پرسشنامه‌ای تدوین و در میان متخصصان توزیع شد، اطلاعات به دست آمده نیز با استفاده از نرم‌افزار Expert choice، و مدل FBMW، تجزیه و تحلیل قرار گرفته شد. نتایج به شرح جدول (۵) می‌باشد.

جدول ۵. وزن نهایی هر یک از الزامات و واحدهای معنایی آن

ردیف	الزامات مدیریتی	اوزان الزامات	واحد معنایی	اوزان کلی واحدها
۱	مدیریت یکپارچه گردشگری	۰/۱۸۸	هماهنگی بین عوامل اجرایی	۰/۰۸۷
			حکمروایی نوین شهری	۰/۰۸۳
۲	ترویج رویکرد نامتمرکز (پایین به بالا)	۰/۱۹۰	تقویت مشارکت	۰/۰۸۶
۳	بهره‌گیری از نیروهای متخصص	۰/۱۷۰	تشکیل کمیته تخصصی گردشگری	۰/۰۸۴

			توسعه نیروی متخصص در حوزه گردشگری	۰/۰۸۵
۴	تدوین یک چارچوب قانونی مشخص	۰/۱۵۰	قوانین و مقررات در حوزه گردشگری	۰/۰۸۱
۵	تغییر نگاه مدیریت در حوزه گردشگری	۰/۱۶۲	دوری از هر گونه دیدگاه سیاسی	۰/۰۷۹
			نگاه ویژه مدیریت به حوزه گردشگری	۰/۰۸۳
۶	طراحی الگوی سازگار با محیط گردشگری همدان	۰/۱۴۰	طراحی الگوی بومی گردشگری همدان	۰/۰۸۵

منبع: نگارندگان تحقیق، ۱۴۰۱



شکل ٤. رتبه‌بندی و میزان اهمیت هر یک از الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری، منبع: نگارندگان تحقیق، ۱۴۰۱

مطابق نتایج نرم افزار Expert choice، در بین الزامات مطرح شده، الزام ترویج رویکرد نامتمرکز (پایین به بالا با وزن به دست آمده ۰/۱۹۰، بالاترین رتبه، و الزامات مدیریت یکپارچه گردشگری با وزن ۰/۱۸۸، بهره‌گیری از نیروهای متخصص با وزن ۰/۱۷۰، تغییر نگاه مدیریت در حوزه گردشگری با مقدار وزن ۰/۱۶۲، تدوین یک چارچوب قانونی مشخص با وزن ۰/۱۵۰، طراحی الگوی سازگار با محیط گردشگری همدان با وزن ۰/۱۴۰، به ترتیب رتبه‌های دوم تا ششم را به خود اختصاص داده‌اند. در ادامه نیز، نتایج مدل FBMW، نشان داد، در الزام مدیریت یکپارچه گردشگری (واحد معنایی: هماهنگی بین عوامل اجرایی با وزن ۰/۰۸۷ بالاترین رتبه و واحد حکمروایی نوین شهری با وزن ۰/۰۸۳ پایین‌ترین رتبه)، در الزام ترویج رویکرد نامتمرکز (واحد معنایی: تقویت مشارکت با وزن ۰/۰۸۶)، در الزام بهره‌گیری از نیروهای متخصص (واحدهای معنایی: تشکیل کمیته تخصصی گردشگری با وزن ۰/۰۸۴ پایین‌ترین رتبه و توسعه نیروی متخصص در حوزه گردشگری با وزن ۰/۰۸۵ بالاترین رتبه)، در الزام تدوین یک چارچوب قانونی مشخص (واحد معنایی: قوانین و مقررات در حوزه گردشگری با وزن ۰/۰۸۱)، در الزام تغییر نگاه مدیریت در حوزه گردشگری (واحدهای معنایی: دوری از هر گونه دیدگاه سیاسی با وزن ۰/۰۷۹ پایین‌ترین رتبه و نگاه ویژه مدیریت به حوزه گردشگری با وزن ۰/۰۸۳ بالاترین رتبه)، در الزام طراحی الگوی سازگار با محیط گردشگری همدان (واحد معنایی: طراحی الگوی بومی گردشگری همدان با وزن ۰/۰۸۵) به خود اختصاص داده‌اند.

حال در ادامه، به بررسی نقش الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری در پایداری شهر همدان پرداخته شد، به منظور

ارتباط بین این دو متغیر، از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد، نتایج به شرح جدول (۶) می‌باشد.

جدول ٦. میزان همبستگی بین الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری و پایداری شهر همدان

ابعاد توسعه	شاخص	متغیر مستقل	میزان همبستگی	سطح معنی‌دار
اقتصادی	افزایش پس‌انداز	الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری	۰/۵۴۲	۰/۰۰۰
	ارتقای سلامت ناشی از کار		۰/۵۱۳	۰/۰۰۰
	ارتقای رضایت شغلی		۰/۵۰۹	۰/۰۰۰
	ارتقای امید به آینده شغلی		۰/۵۵۴	۰/۰۰۰
	ارتقای رضایت از درآمد		۰/۵۳۲	۰/۰۰۰
	توسعه سرمایه‌گذاری خصوصی در شهر		۰/۵۲۱	۰/۰۰۰
	توسعه سرمایه‌گذاری بخش دولتی در شهر		۰/۵۰۹	۰/۰۰۰
	افزایش عرضه نیروی کار		۰/۴۹۸	۰/۰۰۰
	ایجاد بازارهای نو برای فروش محصولات داخلی		۰/۴۴۳	۰/۰۰۰
	گسترش صادرات پنهان در شهر		۰/۵۳۴	۰/۰۰۰
اجتماعی	افزایش جذب جمعیت		۰/۵۲۲	۰/۰۰۰
	سرزندگی و شادابی عمومی بر اثر حضور گسترده گردشگران		۰/۵۱۰	۰/۰۰۰
	ارتقای کیفیت زندگی ساکنان		۰/۵۰۰	۰/۰۰۰
	تقویت غرور جامعه میزبان و روحیه همبستگی		۰/۵۶۴	۰/۰۰۰
	جلوگیری از بین رفتن ارزش‌ها و سنت‌های محلی		۰/۵۵۴	۰/۰۰۰
	بهبود آگاهی ساکنان		۰/۵۶۴	۰/۰۰۰
	احیای هنرها و سنت‌های دستی و محلی		۰/۵۱۲	۰/۰۰۰
	افزایش مشارکت اجتماعی		۰/۵۴۴	۰/۰۰۰
	ارتقای سرمایه اجتماعی		۰/۵۴۳	۰/۰۰۰
فیزیکی و محیطی	توسعه تسهیلات جدید و زیرساخت‌های شهری		۰/۵۵۴	۰/۰۰۰
	حفاظت از میراث باستانی		۰/۵۳۲	۰/۰۰۰
	نوسازی و مرمت ساختمانها و سایت‌های تاریخی موجود در شهر		۰/۵۳۲	۰/۰۰۰
	تغییر نوع استفاده از ساختمان‌های قدیمی بر اساس نیاز-های جدید		۰/۵۵۴	۰/۰۰۰
	توجه به پاکیزگی سایت‌های گردشگری		۰/۵۳۲	۰/۰۰۰
	افزایش آگاهی ساکنان از محیط طبیعی و فرهنگی		۰/۵۶۵	۰/۰۰۰
	ارتقای روش‌های جمع‌آوری و دفع فاضلاب		۰/۵۳۲	۰/۰۰۰
	کاهش تخریب و فرسایش خاک		۰/۵۵۲	۰/۰۰۰
	بهبود مکان‌یابی واحدهای مسکونی		۰/۵۱۳	۰/۰۰۰
	کاهش آلودگی منابع آب، خاک، هوا		۰/۵۱۰	۰/۰۰۰

منبع: نگارندگان تحقیق، ۱۴۰۱

مطابق جدول (۶)، بین الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری و پایداری شهر همدان، ارتباط معنادار و مثبتی در سطح ۰/۰۰۰، کوچکتر از (۰/۰۵)، مشاهده شد. حال در ادامه به منظور رتبه‌بندی هر یک از ابعاد پایداری با تاکید بر میزان

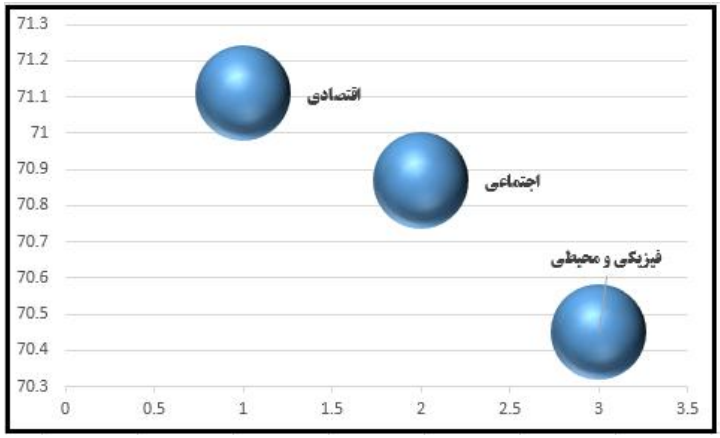
تاثیرپذیری‌شان از الزامات مدیریتی، از مدل (تلفیقی FSORA، FCOPRAS)، استفاده شد، با توجه به اینکه جداول این مدل زیاد می‌باشد، در این مقاله به جدول نهایی اکتفا شد.

جهت تحلیل نتایج جدول (۷)، یک شاخص کیفی پیشنهاد شده است که به کمک آن می‌توان نقش الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری را در هر یک از ابعاد پایداری شهر همدان به صورت کیفی تعیین نمود. بر این اساس اگر بین (۰/۳۰ –۰/۰۰) باشد، بعد مربوطه در وضعیت قرمز و سطح کیفیت ضعیف قرار دارد. اگر بین (۰/۳۰ –۰/۴۰) باشد، بعد مربوطه در وضعیت قرمز و سطح کیفیت نسبتا ضعیف می‌باشد. اگر بین (۰/۶۰–۰/۴۰)، باشد، آنگاه بعد در وضعیت زرد و سطح کیفیت متوسط، و اگر بین (۰/۶۰ تا ۰/۷۰) باشد، آنگاه بعد در وضعیت زرد و سطح کیفیت نسبتا خوب قرار دارد. اگر بین (۰/۷۰ –۰/۸۰)، باشد، آنگاه وضعیت بعد سبز و سطح کیفیت آن خوب می‌باشد، و اگر بین (۰/۸۰ – ۰/۹۰)، باشد، بعد مربوطه در وضعیت سبز و سطح کیفیت خوب، و در نهایت اگر بین (۰/۹۰ –۰/۱۰۰)، باشد، بعد در وضعیت سبز و سطح کیفیت آن ممتاز خواهد بود.

جدول ۷. امتیازات کسب شده در ابعاد پایداری

ابعاد پایداری	امتیاز کسب شده (Q_L)	بیشینه امتیاز (Q^{MAX})	کمینه امتیاز (Q^{MIN})	فاصله بین Q^{MIN} و Q^{MAX}	امتیاز از ۱۰۰
اقتصادی	۱۳/۵۶۴	۱۴/۲۳۴	۱۲/۰۹۸	۲/۱۳۶	۷۱/۱۱
اجتماعی	۱۳/۳۲۱	۱۴/۰۹۸	۱۲/۲۱۳	۱/۸۸۵	۷۰/۸۷
فیزیکی و محیطی	۱۳/۰۵۴	۱۴/۲۴۳	۱۲/۶۷۵	۱/۵۶۸	۷۰/۴۵
امتیاز نهایی	۳۹/۹۳۹	۴۲/۵۷۵	۳۶/۹۸۶	۵/۵۸۹	۷۱/۴۵

منبع: نگارندگان تحقیق، ۱۴۰۱



شکل ۵. میزان تاثیرپذیری هر یک از ابعاد پایداری از الزمات مدیریتی، منبع: نگارندگان تحقیق، ۱۴۰۱

مطابق نتایج جدول (۷)، در بین ابعاد توسعه، به ترتیب بعد اقتصادی با مقدار ۷۱/۱۱، اجتماعی با مقدار وزن ۷۰/۸۷،

فیزیکی و محیطی با مقدار وزن ۷۰/۴۵، به ترتیب، بیشترین و کمترین میزان تاثیرپذیری را از الزامات مدیریتی توسعه گردشگری به خود اختصاص داده‌اند.

مطابق نتایج جدول (۷)، در بین ابعاد توسعه، به ترتیب بعد اقتصادی با مقدار ۷۱/۱۱، اجتماعی با مقدار وزن ۷۰/۸۷، فیزیکی و محیطی با مقدار وزن ۷۰/۴۵، به ترتیب، بیشترین و کمترین میزان تاثیرپذیری را از الزامات مدیریتی توسعه گردشگری به خود اختصاص داده‌اند.

۴. بحث و نتیجه‌گیری

برای دستیابی به موفقیت در توسعه شهری، تدوین الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری یکی از عوامل موثر می‌باشد. توسعه شهری بدون الزامات مدیریتی گردشگری، موفقیتی را در بر نخواهد داشت و نبود آن باعث مسائل و مشکلات اجتماعی، اقتصادی و محیطی برای جامعه شهری همدان می-شود. در این راستا در بخش کیفی پژوهش، از دیدگاه متخصصان بر اساس تئوری زمینه‌ای، الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری که شامل: (مدیریت یکپارچه گردشگری، ترویج رویکرد نامتمرکز (پایین به بالا)، بهره‌گیری از نیروهای متخصص، تدوین یک چارچوب قانونی مشخص، تغییر نگاه مدیریت در حوزه گردشگری، طراحی الگوی سازگار با محیط گردشگری همدان)، می‌باشد، پیشنهاد شد.

مدیریت یکپارچه گردشگری: تجربه چند سال توسعه گردشگری در ایران و شهرهایی از جمله همدان، بیان‌کننده ناکارآمدی الگوهای یک بعدی ناموزون و اقتداگرایانه برای گردشگری است. از این رو، ضرورت بازنگری در بینش‌ها و الگوهای حاکم بر گردشگری از بعد مدیریتی بیش از پیش احساس می‌شود. در این راستا از دیدگاه متخصصان (الزاماتی از جمله: کارایی و اثربخشی سازمان‌ها، شفافیت در حوزه گردشگری، پاسخگویی مدیران، ظرفیت‌سازی و توانمندسازی سازمان‌های مرتبط با گردشگری، اطلاع‌رسانی مسئولان به مردم محلی در رابطه با تصمیم‌گیری مدیریت شهری، افزایش نظارت مردم محلی بر تصمیم‌گیری مسئولان شهری، افزایش نظرخواهی از مردم محلی) بسیار ضروری می‌باشد. همچنین قابل ذکر است، بیشتر اوقات شاهد تعارض میان سازمان‌ها و دستگاه‌های دخیل در امر گردشگری در شهر همدان هستیم که هر کدام در راستای منافع سازمانی خود موضوع گردشگری را بررسی و نسبت به توسعه آن اقدام می‌کنند، که این امر مشکلات گسترده را در بخش گردشگری ایجاد می-کند، بنابراین از موارد موثر در توسعه گردشگری در بخش مدیریت یکپارچه گردشگری، انسجام سازمانی بین سازمان-های مرتبط با گردشگری می‌باشد. دومین الزام مدیریتی از سوی متخصصان، **ترویج رویکرد نامتمرکز (پایین به بالا) در بخش گردشگری** می‌باشد. همواره در شهرهای ایران از جمله همدان، بسیاری از سازمان‌ها رویه و اهداف خود را بر اساس رویکرد متمرکز (بالا به پایین) پیش می‌برند، با گذشت چندین سال و اطلاع از مزیت‌های نظام برنامه‌ریزی غیرمتمرکز، ولیکن همچنان این مسئله روز به روز تشدید می‌شود، به طوری که حضور ساکنین محلی در بسیاری از پروژه‌های مرتبط با گردشگری کمرنگ‌تر شده است، در این راستا، از دیدگاه متخصصان لازم است، مدیریت شهر همدان طرح‌های گردشگری را با تعاملات اجتماعی جوان محور و با راهبری جوانان پیش ببرد و همکاری نزدیک با گروه‌های جمعیتی مختلف به منظور شناسایی نیازهای بومی و خاص منطقه در راستای توسعه گردشگری اتخاذ گرداند.

در ادامه نیز الزام **بهره‌گیری از نیروهای متخصص** پیشنهاد شد، در بسیاری از سازمان‌های مرتبط با گردشگری، نیروهای متخصص و آموزش دیده به ندرت دیده می‌شوند، و افراد بسیاری استخدام این سازمان‌ها هستند که هیچ‌گونه ربطی به گردشگری و برنامه‌ریزی شهری ندارند، لذا از دیدگاه متخصصان لازم است، بسترهای انسانی متخصص در حوزه گردشگری با تاکید بر افراد تحصیل‌کرده دانشگاهی در سازمان‌های شهری همدان صورت گیرد، همچنین دوره‌های کاربردی و تخصصی نیز با محوریت گردشگری با توجه به نیازهای جامعه محلی و شهری برگزار شود، و همچنین در کنار ایجاد بسترهای انسانی متخصص لازم است، کمیته‌های تخصصی گردشگری که ترکیبی از (شهرداری، شورای شهر و ارگان‌های مربوط به گردشگری)، و کمیته‌ای به منظور

شناسایی جاذبه‌های مهم گردشگری، کمیته‌ای از سرمایه-گذاران و اعضای هیئت هلمی دانشگاه‌ها، و یک ستاد گردشگری) تشکیل شود.

چهارمین الزام مدیریتی پیشنهاد شده از سوی متخصصان، **تدوین یک چارچوب قانونی مشخص** می‌باشد، که از سوی متخصصان مواردی از جمله (در نظر گرفتن گردشگری به عنوان یکی از محورهای اصلی توسعه شهر همدان، تدقین نظام ارتباطی حقوقی میان دولت، شهرداری و بخش خصوصی) از طریق تدوین لوایح قانونی، ایجاد سازوکاری برای انسجام و هماهنگی بین سازمان‌ها، ایجاد نهادهای قانونی مشخص و مسئول، و قواعد و مقررات مناسب و تفکر نظامند و نهادینه برای مدیریت در بخش گردشگری) باید در نظر گرفته شود. دیگر الزام پیشنهاد شده از سوی متخصصان در بخش مدیریت، **تغییر نگاه مدیریت در حوزه گردشگری**، می-باشد. در بسیاری از سازمان‌های شهری از جمله گردشگری، منحل شدن بسیاری از طرح‌های گردشگری، حاکی از رویکرد سیاسی و رویه سلیقه‌ای حاکم بر مدیریت شهری می‌باشد، و یا به عبارتی توسعه اندیشه‌های مسلط بر مدیریت شهری در یک دوره می‌باشد، به طوری که با تغییر مدیر سازمان، تمام طرح‌ها و پروژه‌های گردشگری مرتبط با مدیر قبلی منحل و طرح‌های جدید جایگزین می‌شوند.

آخرین الزام مدیریتی پیشنهاد شده از سوی متخصصان، **طراحی الگوی سازگار با محیط گردشگری همدان** می‌باشد. بسیاری از طرح‌های گردشگری در بسیاری از شهرها از جمله شهر همدان، برگرفته از سایر شهرها و حتی کشورهای مشابه با ایران می‌باشد، به طوری که هر شهری با توجه به نیاز-های خاص خود، امکانات، ظرفیت‌ها و توانمندی‌ها، همچنین ضعف‌های خود، طرح‌های گردشگری خاص خود را می‌طلبد، طرح‌های برگرفته از سایر شهرهای دیگر، بدون توجه به ابعاد اجتماعی، اقتصادی و محیطی شهر، جزء نافرجامی در گردشگری چیزی در برندارد. بنابراین، از دیدگاه متخصصان، طراحی الگوی سازگار با محیط گردشگری همدان می‌تواند از الزام‌های مدیریتی برای توسعه گردشگری محسوب گردد.

در ادامه نیز در بخش یافته‌های کمی، نتایج نشان داد، الزام ترویج رویکرد نامتمرکز (پایین به بالا) با وزن به دست آمده ۰/۱۹۰، بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده است، دلیل اهمیت این الزام نسبت به سایر الزام‌های پیشنهادی، این است که تا زمانی که رویکرد مدیریتی در گردشگری به سمت متمرکز (بالا به پایین) پیش رود، دیگر الزامات مطرح شده نتایج مطلوبی را در برنخواهند داشت، به عبارت دیگر، تمرکز بر یک بینش جاه‌طلبانه و بر اساس حکومت شهری، دیگر الزامات (مدیریت یکپارچه گردشگری، بهره‌گیری از نیروهای متخصص، تدوین یک چارچوب قانونی مشخص، تغییر نگاه مدیریت در حوزه گردشگری، طراحی الگوی سازگار با محیط گردشگری همدان)، به مسیر درست و مطلوبی در راستای توسعه گردشگری دست نخواهند یافت.

همچنین نتایج نیز نشان داد که بین الزاماتی مدیریتی پیشنهاد شده از سوی متخصصان و پایداری شهر همدان در ابعاد (اقتصادی، اجتماعی، محیطی-فیزیکی) ارتباط معنادار و مثبتی مشاهده شد. به عبارت دیگر، زمانی که مدیریت شهری همدان هر یک از الزامات مدیریتی را با محوریت (رویکرد نامتمرکز)، پیش ببرد، به مرور شاهد توسعه اقتصادی در بخش‌های (اشتغال، افزایش فرصت‌های شغلی، ایجاد درآمد برای جامعه میزبان و ....)، توسعه اجتماعی در بخش‌های (افزایش مشارکت، سرمایه اجتماعی، کاهش مهاجرت، افزایش جمعیت و ....)، توسعه فیزیکی و محیطی در بخش‌های (کاهش آلودگی آب، خاک و هوا، و ...) خواهیم بود، به طوری که بعد اقتصادی بیشترین میزان تاثیرپذیری را از الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری به خود اختصاص خواهد داد.

در یک جمع‌بندی نهایی می‌توان گفت، الزامات مدیریتی از عوامل تاثیرگذار در توسعه و بهبود پایداری شهر همدان است. الزامات مدیریتی برای توسعه گردشگری، عامل اصلی و حیات‌بخش هر سازمان مرتبط با گردشگری است. به عبارت دیگر، روح اصلی قرن حاضر بر مبنای یک نظام ارزشی پذیرفته شده است که از طریق الزامات مدیریتی، صورت می‌گیرد. در این راستا، مدیریت توسعه گردشگری، در خصوص توسعه گردشگری و برآورد پایداری آن، نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی و فیزیکی و محیطی گردشگری است. در نهایت در راستای نتایج به دست آمده، راهکارهای ذیل نیز پیشنهاد گردیده شد:

- پیشنهاد می‌گردد، برای توسعه الزامات مدیریتی در بخش توسعه گردشگری، سازمان‌هایی که از منافع گردشگری بهره‌مند می‌شوند بیش‌ترین مشارکت را داشته و بخشی از درآمدهای حاصل از گردشگری خود را برای رفاه و ارائه خدمات گردشگری اختصاص دهند، تا نقش موثری در توسعه پایدار شهر همدان ایفا نمایند، این امر نیازمند مشارکت تمامی سازمان‌ها، ادارت و نهادهای دولتی و یا غیردولتی و مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری در این زمینه است.
- برای جلوگیری از انجام فعالیت‌های موازی، ارائه خدمات به گردشگران و توسعه پایدار گردشگری، و ... یکپارچگی مدیریت گردشگری الزامی است. برای دستیابی به این امر، شناسایی و معرفی اماکن گردشگری از طریق رسانه‌های عمومی، استفاده از مسئولان و کارشناسان خبره و آشنا با گردشگری، تقویت، ایجاد و توسعه زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل در زمینه‌ی گردشگری، تقویت و ایجاد فضاهای اقامتی و گردشگری، مشارکت بخش خصوصی و عمومی ، استفاده از مدیران تحصیل-گرده و آگاه به مسائل گردشگری، و ... پیشنهاد می-شود.

فهرست منابع

1. Ariani, V. 2018. Integrated city as a model for a new wave urban tourism. Friendly City 4 ‘From Research to Implementation for Better Sustainability’. Earth and Environmental Science 126 (2018) 012187 doi:10.1088/1755-1315/126/1/012187.
2. Cooper, C., J. Fletcher, D. Gilbert, S. Wanhill & R. Shepherd .1998. Tourism: Principles and Practice, 2nd Ed. New York: Longm.
3. Dinari, A. 2014. Urban tourism in Iran and the world, Mashhad. Press of Mashhad University. (In Persian).
4. Doorzadeh Mehr, A.Rahimi, A. Shahbeeiki, M. 2020. Explaining Urban Tourism Development Strategies with Emphasis on Integrated Management (Case Study: Chabahar City). Journal of Geography urban and regional Studies. V.9. N. 33. PP: 37-52. . (In Persian).
5. Elliott, J. 1977. Tourism, politics and public Sector Management, London: Routledge. Environmental sustainability&18-Furtado, J. I. (2000), Economic development
6. Glaser, B. 2017. Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research. Rutledge.
7. Grah, B. Dimovski, V. Peterlin, J. 2020. Managing Sustainable Urban Tourism Development: The Case of Ljubljana. Sustainability. Received: 26 November 2019; Accepted: 15 January 2020; Published: 21 January 2020
8. Hall, C.M. Page, S.J. 2001. The Geography of Tourism and Recreation, Routledge, London.
9. Hajinejad, A. Portaheri, M. 2021. The effects of commercial tourism on the physical spatial development of urban areas Case study: Baneh city. Journal of human geographical research. No. 70. pp. 109-91. (In Persian).
10. Hataminejad, H. Sharifi, A. 2015. Examines the role of urban tourism development on sustainable urban development (Case study: Sanandaj). Journal of Urban Tourism. V. 2. N. 1. PP: 61-74. (In Persian).
11. Ko, D.W. & W.P. Stewart, "A Structural Equation Model of Residents’ Attitudes for Tourism Development", Tourism Management, 23(5), Pp. 521-530, 2002.
12. Khaksar, A. 2003. The role of planning in the development of sustainable tourism, a collection of articles on policies and tourism development programs in the Islamic Republic of Iran, Tehran. Allameh Tabatabaei University. (In Persian).

13. Khavarian garmsiri. A, Stavers, Z h. M, Strategic Planning of Urban Tourism Development with use SOAR Strategic Model (case study Taft city). MJSP 2013; 17 (3):127-143. (In Persian).
14. Law, Ch. 1996. Urban tourism attraction visitors to large cities, mansell, London, publishing limited.
15. Lea, J. 1988. Tourism and Development in the Third Word, London and New York, Routledge.
16. Litvin, S. W. Goldsmith, R. E. Pan, B. 2018. A retrospective view of electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management, International Journal of Contemporary Hospitality Management, ISSN: 0959-6119.
17. Maleki, M., Asadi, M., Naghadehi, S.Z., Khosravi, A., Wang, J., Stewart, I.D. and Shakeryari, M., 2023. Detecting local climate zone change and its effects on PM10 distribution using fuzzy machine learning in Tehran, Iran. Urban Climate, 49, p.101506.
18. Mc. Gill, R. 1998. Urban management in developing countries, cities, vol. 15, No. 6.-
19. Mertens D.M. 2007. Transformative paradigm: Mixed methods and social justice. Journal of Mixed Methods Research, 1 (3): 212-225.
20. Madhoshi, M. Naserpour, N. 2003. Evaluation of obstacles to the development of tourism industry in Lorestan province. Commercial Research Quarterly, No. 28, pp. 25-58. (In Persian).
21. Moinian Miandoab, Gh. Fathi, B. Moinian, P. 2020. Urban management requirements in sustainable tourism development with an emphasis on economics (Case study: Miandoab city). Geography and human relationship. V. 2. N. 8. PP: 449-471. (In Persian).
22. Naimabadi, N. Javan, F. 2021. Analysis of barriers to tourism policy in the urban environments of Guilan Province. Journal of Urban Environmental Policy Vol 1, No 3, autumn 2021 p ISSN: 2783-3496 - e ISSN: 22783- 3909. (In Persian).
23. Papli Yazdi, M. H. Saqai, M. 2015. Tourism (nature and concepts). Tehran, Samit Publications. (In Persian).
24. Rakhshmah, A.Rakhshah, A. Kaslayi, A. 2019. Investigating the role of urban management in the sustainable development of tourism, a case study: Yasouj city. Zagros Landscape Geography and Urban Planning Quarterly. Volume 11. Number 42. pp. 45-60. (In Persian).
25. Rastegar, M. Gholami, M. Zamani, M. Moghadm, M. 2011. Analysis of factors affecting the development of sustainable urban tourism using SWAT model, case study, Zanjan. Proceedings of the International Conference on Tourism Management and Sustainable Development. Marvdasht, pp. 148-160. (In Persian).
26. Ghorbani, H. Ahmadi, S. Marafatniya, S. 2013. The role of urban management in the sustainable development of Bushehr tourism. Payam Sabz Monthly, No. 12, pp. 33-37. . (In Persian).
27. Oila, M. Mrrtines, K. Gabriel, L. 2012. Tourism Management in Urban Region: Brazile Vest Urban Region", Journal of Sustainable Tourism, Vol. 29,Pp. 567- 569
28. Sadidi, J., Maleki, M., Rahmati, M. and TAVAKKOLI, S.M., 2016. Investigating the Role of Faults in the Establishment and Survival of Settlements using Remote Sensing and Geographic Information System (GIS). The Case of Sahneh County in Iran. Journal of Settlements and Spatial Planning, 7(2), pp.201-206.
29. Sattari Sarbangholi, H. Zabihi, H. 2009. Observation of Urban Management Concepts of the Holy Prophet Mohammad (PBUH) in the city of Medina, the Splendid Manifestation of Urban

Management in Islamic cities. The Journal of Productivity Management. V. 3. N. 10. PP' 105-146. (In Persian).

30. Sarafi, M. 2000. Concept of basics and challenges of urban management. Urban Management Quarterly, No. 2. Organization of Municipalities and Rural Districts of the country, Tehran. Publications of the Organization of Municipalities of the country. . (In Persian).
31. Sharpley, R. 2002. Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus, Tourism Management, No. 23, pp.233- 344.
32. Shahabian, P. 2010. Investigating the role of urban tourism in the sustainable development of the city. PhD Thesis, Islamic Azad University of Science and Research. (In Persian)
33. Taghvayi, M. Safarabadi, A. 2011. The role of urban management in achieving sustainable development of urban tourism in the city of Kermanshah. Aria regions geographic studies. Volume 2. Issue 4. PP. 35-52. (In Persian)
34. Timothy, D. J. Wall, G. 1995. Tourist Accommodation in an Asian historic city, The Journal of Tourism Studies, 6(2): 23-24.
35. UNEP (United Nations Environment Programme). 2019. Sustainable Coastal Tourism, Regional Activity Centre (PAP/RAC).
36. World Tourism Organization, Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook. 2004. World Tourism Organization, Madrid.
37. Zharghm Borojoni, H. Moravati Sharifabadi, A. 2018. Religious tourism, requirements, strategies and consequences. Scientific and Research Quarterly of Islamic Management, year 26, N. 2, pp. 213-237. (In Persian)