



بررسی نگرش مدیران برای توسعه‌ی گردشگری شهری؛ نمونه موردی: شهر خرم‌آباد

علی موحد^۱

Movahed_a@scu.ac.ir

صدیقه دولت‌شاه^۲

چکیده:

امروزه از گردشگری شهری به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه‌ی اقتصادی- اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان یاد می‌شود، به همین دلیل مسئولان شهری و امور گردشگری سعی در ارتقاء و گسترش آن دارند. در این میان نقش مدیران به عنوان تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان اهمیت بسیاری دارد.

این پژوهش درصدد بررسی نقش مدیریت در توسعه‌ی گردشگری شهری خرم‌آباد است. روش پژوهش در این تحقیق توصیفی- پیمایشی است و نوع پژوهش کاربردی- نظری می‌باشد. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و میدانی، و در تجزیه و تحلیل داده‌های کمی از روش‌های استنباطی و نرم افزار SPSS استفاده شده است.

هدف از پژوهش بررسی زمینه‌های مدیریت در توسعه‌ی گردشگری شهری خرم‌آباد است و مشخص می‌کند مدیران این شهر چه نگرشی درباره‌ی توسعه‌ی گردشگری دارند و نتایج تحقیق نشان داد؛ رویکرد مدیریت شهری خرم‌آباد در این رابطه مثبت و مطلوب نیست. ضعف‌های موجود در نگرش مدیران زمینه‌ی عدم توسعه‌ی گردشگری را فراهم ساخته است. با تغییر نظر مدیران (با دوره‌های آموزشی) می‌توان زمینه‌های توسعه و ارتقای گردشگری را در شهر خرم‌آباد فراهم ساخت.

کلیدواژه‌ها: گردشگری شهری- ظرفیت‌های گردشگری- مدیران شهری- شهر خرم‌آباد.



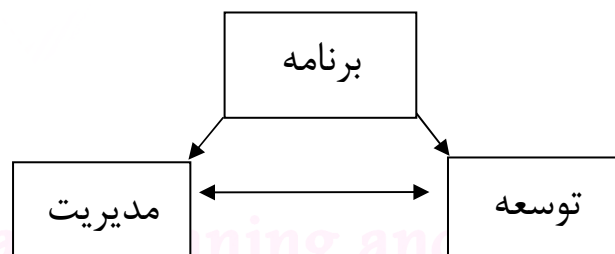
۱- مقدمه

امروزه از گردشگری شهری به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی-اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان یاد می‌کنند و به همین دلیل مسئولان امور گردشگری و شهری در پی ارتقاء و گسترش آن برآمده‌اند. لیکن این ارتقاء و گسترش، خود مستلزم ایجاد شرایط ویژه ساختاری، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و مدیریتی است. با توجه به آثار و فواید بسیار صنعت گردشگری پرداختن به گردشگری شهری می‌تواند در کاهش بسیاری از مشکلات نظیر بیکاری، رکود صنایع محلی و ... مؤثر باشد و می‌تواند به نظام مدیریت شهرها در جهت افزایش توان اقتصادی شهر و به تبع آن افزایش درآمد سازمان‌های اداره کننده شهر (شورای شهر و شهرداری‌ها) منجر شود و آن‌ها را در اجرای درست و به هنگام طرح‌های توسعه شهری یاری رساند. ضمن اینکه از بعد فرهنگی و اجتماعی نیز به احیا یا تقویت هویت ملی، انسجام فرهنگی، تبادل فرهنگی و تعامل فرهنگی و حفاظت از ارزش‌های فرهنگی در شهرها کمک نمایند.

با توجه به رشد سریع شهرنشینی در ایران و دچار شدن شهرها به مشکلات زیست محیطی، اجتماعی-اقتصادی و روانی، شهروندان در حال حاضر موضوع برنامه‌ریزی برای گذراندن اوقات فراغت، توسعه و تجهیز فضاهای تفریحی گردشگری در مقیاس درون و برون شهری به ضرورت اجتماعی و مدیریتی مهمی تبدیل شده است. یکی از مهم‌ترین عوامل گردشگری در هر منطقه چگونگی مدیریت این فعالیت‌هاست. مدیریت در برگیرنده‌ی یک نگرش نظام‌مند است که در آن پویایی گردشگری در چارچوب عرضه و تقاضا با تأکید بر پایداری مدنظر قرار گیرد. (ملائی توانی، ۱۳۸۶: ۴۴).

نقش و ارتباط مدیریت در ساختار نظام‌مند برنامه‌ریزی دارای اهمیت است. رابطه میان برنامه‌ریزی، توسعه و مدیریت می‌تواند، منجر به تحقق اهداف، پیشینه کردن منافع و کمینه سازی اثرات زیان بار گردشگری گردد (شکل شماره ۱).

شکل شماره ۱: رابطه میان برنامه‌ریزی، توسعه و مدیریت



3rd Urban Planning and Management Conference
20-21 April 2011 IRAN
منبع: تولایی، ۱۳۸۶: ۱۷۳

دست یافتن به توسعه گردشگری به عواملی نظیر ساختارهای سازمانی و مدیریتی، برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی، قوانین و مقررات گردشگری و جذب سرمایه‌گذاری وابسته است. برای ایجاد توسعه‌ی پایدار و مناسب صنعت گردشگری وجود یک مدیریت منسجم ضرورت دارد. در این میان وحدت نظر و هماهنگی بین بخش دولتی و بخش خصوصی حائز اهمیت است.

برای تضمین موفقیت گردشگری حمایت مقامات دولتی لازم است. هر چند شاید کسانی که سازمان‌های دولتی را اداره می‌کنند، در ابتدا بر میزان مطلوبیت افزایش تعداد گردشگران توافق داشته باشند، اما ممکن است زمانی که کار نیاز به منابع مالی و یا سایر منابع داشته باشد، رویکرد مقامات نیز تغییر کند. (کلاب، ۱۳۸۹: ۵۷)

حکومت‌ها و دولت‌مردان بیش از پیش تلاش دارند که گردشگری، آثار و آینده‌ی آن را کاملاً بشناسند و درک کنند و به این وسیله، نقش موثری در این صنعت ایفا نمایند (پیرس ۱۹۹۵، هال و جنکیز ۱۳۸۲: ۱۵) در این میان نقش دولت در گردشگری معمولاً چندین مسؤلیت را بر عهده دارد از جمله: هماهنگی سیاست‌ها، برنامه‌ریزی، تهیه آمار و انجام پژوهش، تعیین استانداردها و مقررات صنعت



گردشگری، ایجاد انگیزه‌های سرمایه‌گذاری، انجام برخی از خدمات بازاریابی برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی برای گردشگری، ساخت و گسترش تأسیسات زیربنایی و بخش خصوصی مسئول توسعه‌ی تجاری و احداث و اداره محل اقامت گردشگران و ارائه تسهیلات و دیگر خدمات گردشگری و بازاریابی برای این اماکن و تسهیلات است. (ناصرپور، ۱۳۸۲: ۲۸)؛ بنابراین نقش دولت و مدیران دولتی در صنعت گردشگری غیر قابل انکار و نسبت به بخش خصوصی تعیین کننده است.

یکی از اساسی‌ترین فعالیت دولت‌ها طراحی و تدوین سیاست‌های عمومی و کلان است. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به هنگام طراحی و تدوین برنامه‌ها و سیاست‌ها، به گردشگری به عنوان ابزاری مؤثر در روند توسعه توجه خاصی مبذول می‌شود. (لی، ۱۹۸۸، پیرس ۱۹۹۲، ریشتر ۱۹۸۹، ویلیامز و شاو ۱۹۸۸، فرنچ ۱۹۹۴، هال ۱۹۹۵) در این میان نقش مدیران به عنوان سیاستگذاران و تصمیم گیران و از سوی دیگر به عنوان مجریان طرح‌ها و سیاست‌ها دارای اهمیت فوق العاده است.

هال معتقد است در زمینه‌ی سیاست گردشگری بویژه فرایند سیاستگذاری کار چندانی صورت نگرفته است. در واقع مفهوم سیاست عمومی به طور کامل درک نشده است. (هال ۱۹۹۵، هال و جنکیز، ۱۳۸۲: ۱۲) اندرسن سیاست عمومی را سیاست‌هایی که توسط مجموعه‌ها و مقامات دولتی تدوین می‌شود، می‌داند (اندرسن ۱۹۸۴: ۳) دای هر آنچه حکومت‌ها انتخاب می‌کنند که انجام دهند یا ندهند تعریف می‌کند. (دای ۱۹۹۲: ۲) هال و جنکیز در جمع‌بندی از تعاریف ارائه شده از سیاست عمومی اذعان دارند که سیاست عمومی توسط حکومت یا دولت‌مردان تهیه و تدوین می‌گردد. این سیاست با توجه بر منبع آن نه اثر آن بر مردم عمومی نامیده می‌شود. (هال و جنکیز، ۱۳۸۲: ۱۷)

مدیریت برای ایفای درست نقش خود در سیاست‌های عمومی نیازمند شرایطی است. در این مدیریت کار آمد گردشگری به چند عنصر نهادی نیازمند است که به آنها اشاره می‌شود:

الف: ساختارهای سازمانی، بویژه دفاتر گردشگری دولتی و اتحادیه‌های گردشگری بخش خصوصی، اما باید توجه داشت که مناسب ترین انواع ساختارهای سازمانی عمومی و خصوصی برای گردشگری باید با شرایط خاصی در هر کشور یا منطقه سازگار باشد.

ب: قوانین و مقررات مربوط به گردشگری از قبیل تعیین استانداردها و صدور مجوز برای هتل‌ها و آژانس‌های مسافرتی و تفریحی.

ج: برنامه‌های آموزشی و کارآموزی و مؤسسات آموزشی جهت آماده نمودن افراد برای کار در امور گردشگری.

د: فراهم بودن سرمایه‌ی مالی به منظور توسعه‌ی جاذبه‌ها، تسهیلات، خدمات و تأسیسات زیربنایی و ایجاد سازوکارهایی برای جلب سرمایه‌گذاری.

ه: تدوین برنامه‌های بازاریابی و تبلیغات جهت شناساندن کشور و منطقه به گردشگران و ایجاد تسهیلات و خدمات اطلاع رسانی در مناطق و قصد گردشگری.

ی: ایجاد تسهیلات مسافرتی (شامل اخذ ویزا)، گمرک و ارائه دیگر خدمات و امکانات در مبادی ورودی و خروجی کشور.

این نهادها با توجه به شرایط هر کشور یا منطقه در اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری ممکن است با موانعی برخورد کند. یک مدیریت منسجم و کارآمد باید توانایی شناسایی این موانع و قابلیت انعطاف و گذشتن از آنها را داشته باشد. (ناصرپور، ۱۳۸۲؛ ۳۱).

برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه‌ی گردشگری شهری با توجه به اهداف و اصول توسعه‌ی پایدار گردشگری، دانشی میان رشته‌ای به حساب می‌آید، که به همکاری رشته‌های گوناگون علمی و همکاری بخش‌ها و نهادهای گوناگون مسئول در توسعه و عمران شهری نیازمند است. جوهر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری، شامل تعیین سیاست‌های عمومی و راهبردی، شناسایی منابع و عوامل مؤثر در توسعه‌ی گردشگری و استفاده‌ی بهینه و پایدار از آنها است. که در راستای تأمین نیازهای فراغتی همه‌ی شهروندان و بازدیدکنندگان در



مقیاس محلی، ملی و بین‌المللی به کار می‌رود. بنابراین محور اصلی برنامه ریزی و مدیریت گردشگری شهری، تعیین سلسله مراتب برنامه‌ریزی گردشگری و تدوین سیاست‌ها و روش‌های نگهداری به ظرفیت منابع گردشگری مربوط می‌شود. در این میان مدیریت شهری نقش بسیار مهم و مؤثری بر عهده خواهد داشت (ملایی توانی، ۱۳۸۶؛ ۴۵). در این میان نباید از نقش مدیران و کارشناسان در حوزه مدیریت شهری و گردشگری غافل شد. نیروی انسانی کارآمد و متخصص نیروی محرک برای توسعه هر بخش محسوب می‌شود. هم‌چنین برنامه‌ریزی و هماهنگی و نظارت از عناصر مهم در ساختار مدیریت است که با توجه به ویژگی‌های فردی، ارزشی و علمی بویژه نگرش فردی مدیریت قابل بررسی است. به طوری که نگرش مثبت مدیران و کارشناسان به مقوله‌ی گردشگری بسیاری از مسائل ساختاری و سازمانی را در چارچوب وظایف سازمانی حل می‌نماید و در صورت عدم گرایش فردی یا جمعی مدیران، اولین مانع و عدم تحقق برنامه‌های گردشگری مدیر و سازمان تحت نظارتش خواهد بود و توسعه‌ی گردشگری محقق نخواهد شد. با توجه به نقش مهم مدیران در توسعه گردشگری این موضوع مورد توجه قرار گرفته و این پژوهش در صدد بررسی نگرش مدیران شهری خرم‌آباد برای توسعه گردشگری برآمده است.

۲- روش تحقیق

روش پژوهش در این مقاله توصیفی-تحلیلی با هدف بررسی زمینه‌های مدیریت برای توسعه‌ی گردشگری شهری در خرم‌آباد است. با توجه به موضوع مورد بررسی، از روش توصیفی به بررسی وضع موجود پرداخته و تصویری کلی از قلمرو تحقیق و همچنین منطقه مورد مطالعه ارائه شده است. در روش تحلیلی نیز با تکیه بر مطالعات توصیفی و مشاهدات عینی و با بررسی نتایج حاصل از پرسشنامه توزیعی به صورت نمونه‌گیری تصادفی میان مدیران میانی، معاونین و کارشناسان ارشد، سازمان‌ها و ادارات مرتبط با گردشگری بر اساس طیف‌بندی لیکرت پرداخته شده است. در این پژوهش به دلیل عدم همکاری مدیران اصلی از مدیران میانی و معاونین و کارشناسان ارشد که شناخت مناسبی از گرایش‌های فردی و سازمانی مدیران ارشد شهر دارند، استفاده شده است.

الف- جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری در این پژوهش شامل: مدیران میانی، معاونین و کارشناسان ارشد ادارات و سازمان‌های دولتی مرتبط با صنعت گردشگری می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول $n = \frac{Z^2}{E^2} Pq$ استفاده شده است. با استفاده از روش احتیاطی (بازرگان و همکاران، ۱۳۷۹؛ ۱۸۷) نسبت حجم نمونه تعدیل شد. این تعداد با استفاده از فرمول $n' = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$ تعدیل گردید. با توجه به قانون راسکو که حجم نمونه بیشتر از ۳۰ و کمتر از ۵۰۰ را برای اکثر پژوهش‌ها مناسب می‌داند (سکاران، ۱۳۸۰؛ ۳۳۴). و این توضیح که وقتی حجم نمونه از ۳۰ بیشتر می‌شود توزیع آماره به سمت توزیع نرمال حرکت می‌کند. برای تعیین حجم نمونه انتخابی از هر طبقه از فرمولهای $n_h = n \cdot f_h$, $f_h = \frac{N_h}{N}$ استفاده می‌شود. (ناصرپور، ۱۳۸۲؛ ۸۸). تعداد نمونه انتخابی در ادارات و سازمان‌ها در جدول (۲۹) به تفکیک بیان شده است.



جدول شماره ۱: توزیع فراوانی تعداد مدیران، معاونین و کارشناسان ارشد در سازمانهای مرتبط

ردیف	سازمان	تعداد مدیران، معاونین	$\frac{N_h}{N} F_h =$	$n_h = n \cdot F_h$
۱	فرهنگ و ارشاد اسلامی	۴	.۰۹۳	$۳۵ \times ۰/۰۹۳ \cong ۳$
۲	میراث فرهنگی	۱۳	.۳۰۲	$۳۵ \times ۰/۳۰۲ \cong ۱۰$
۳	صدا و سیما	۹	.۲۰۹	$۳۵ \times ۰/۲۰۹ \cong ۷$
۴	شهرداری	۵	.۱۱۶	$۳۵ \times ۰/۱۱۶ \cong ۴$
۵	فرمانداری	۴	.۰۹۳	$۳۵ \times ۰/۰۹۳ \cong ۳$
۶	استانداری	۱۰	.۲۳۲	$۳۵ \times ۰/۲۳۲ \cong ۸$
جمع		N= ۴۳		n=۳۵

ب- روایی و پایایی داده‌ها:

برای بررسی روایی چند پرسشنامه به صورت بررسی اجمالی به تعدادی از اعضای نمونه آماری داده شده و از آن‌ها درخواست شده تا ابهامات و نقاط ضعف پرسشنامه را با توجه به هدف پرسشنامه مشخص نمایند و از این طریق بسیاری از ابهامات رفع گردید. برای میزان پایایی داده‌های تحقیق از آلفای کرونباخ استفاده شده است. یکی از روش‌های محاسبه‌ی قابلیت اعتماد، استفاده از فرمول کرونباخ است. این روش برای محاسبه‌ی هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه‌ها یا آزمون‌هایی که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند به کار می‌رود (بازرگان و همکاران، ۱۳۸۳؛ ۱۶۹). بررسی نشان می‌دهد که با توجه به میزان پایایی (آلفای کرونباخ) ۳۴ متغیر مورد مطالعه در این پرسشنامه برابر با ۰/۶۷۶ بدست آمده است؛ بنابراین اعتبار این پرسشنامه قابل قبول است.

3rd Urban Planning and Management Conference

۳- یافته‌های پژوهش

شهر خرم‌آباد از نخستین سکونتگاه‌های مردم ایران به شمار می‌رود. غارهای مسکون دره‌ی خرم‌آباد از جمله غارهای یافته، پاسنگر، گنجی، گرارجه و اشکفت قمری حاوی آثار زندگی انسان غارنشین در دوره‌های موسترین^۳، بارادوستی^۴ و زارزی^۵ است. قدمت این دره ۴۰ الی ۵۰ هزار سال می‌باشد (قاسمی، ۱۳۷۵؛ ۹). هم‌اکنون این شهر نقش مرکزیت استان لرستان را به خود اختصاص داده است و محل تصمیم‌گیری، قدرت و تولید است و به حوزه‌ی خود خدمات و نظارت دارد. علی‌رغم این که شهر خرم‌آباد به دلیل پیشینه‌ی تاریخی، میراث فرهنگی غنی، اقلیم مناسب و دارای استعدادهای فراوان در زمینه‌ی، توسعه و رونق صنعت گردشگری است و از این نظر در مقایسه با سایر مناطق کشور از جایگاه مناسبی برخوردار است؛ اما تاکنون به جایگاه واقعی خود نرسیده است. علاوه بر این شهر خرم‌آباد به علت قرارگیری بر سر راه شمال به جنوب به لحاظ جذب گردشگر موقت دارای موقعیت استثنایی است. شهر خرم‌آباد به عنوان بخشی از

^۳ mostrine
^۴ Baradusty
^۵ Zarzy



سرزمین ایران، دارای جاذبه‌های فراوان گردشگری است. مطالعه و شناسایی قابلیت های گردشگری آن و برنامه‌ریزی لازم در این خصوص، می‌توان توسعه گردشگری را فراهم ساخت.

بررسی آمار توصیفی اخذ شده از ۴۳ نمونه (جدول شماره ۱) نشان می‌دهد ۸/۶ درصد مجرد و ۹۱ /۴ درصد متأهل می‌باشند و میانگین سن در بین مدیران و معاونین و کارشناسان ارشد سازمان‌های مرتبط با گردشگری کمتر از ۴۰ سال می باشد. به طوری که وضعیت سنی در فرمانداری میانگین سن ۴۴/۳۳، استانداری ۴۱، شهرداری ۴۳/۵۰، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی ۳۱/۵۰، میراث فرهنگی و گردشگری ۳۳/۳۰، صدا و سیما ۳۷، و میانگین سن در کل سازمانها ۳۷/۹۴ می باشد. بنابراین مدیران انتخاب شده تجربه لازم را از نظر سابقه سنی برای اظہار نظر دارا می‌باشد.

جدول شماره ۲: میانگین و انحراف معیار سن مدیران، معاونین و کارشناسان ارشد

سازمان ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
فرمانداری	۳	۴۴/۳۳	۷/۴
استانداری	۸	۴۱	۷/۴
شهرداری	۴	۴۳/۵	۸/۷
اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی	۲	۳۱/۵	۰/۷
میراث فرهنگی و گردشگری	۱۰	۳۳/۳	۴/۶
صدا و سیما	۷	۳۷	۳/۷
کل	۳۴	۳۷/۹	۷

الف- میزان تحصیلات:

بررسی میزان تحصیلات مدیران و معاونین سازمان‌های مورد پژوهش نشان می دهد، از مجموع کل پاسخ‌دهندگان ۲۱ نفر لیسانس و ۱۴ نفر فوق لیسانس یا بالاتر و در مجموع ۶۰ درصد لیسانس و ۴۰ درصد فوق لیسانس و بالاتر می‌باشند. سطح قابل قبول سطوح تحصیلات برای اظهار نظر علمی در خصوص موضوع مناسب است. از سوی دیگر زمینه‌ی برای دوره‌های آموزشی مرتبط با گردشگری نیز فراهم است.

بر اساس جدول شماره ۴ و ۵ بررسی نظرات در ارتباط با توانایی علمی مدیران برای توسعه‌ی گردشگری نشان می‌دهد، ۵۴ درصد پاسخ‌گویان اعتقاد به توانایی مدیران موجود برای توسعه گردشگری دارند. بر اساس جدول شماره ۹ تخصص مدیران شهری در رابطه با گردشگری ضعیف است؛ به طوری که فراوانی تجمعی خیلی کم، کم و متوسط ۸۴/۸ درصد است و گرایش مدیران به توسعه ی گردشگری شهری پائین است؛ به طوری که فراوانی تجمعی خیلی کم، کم و متوسط ۹۷/۱ درصد است.



جدول شماره ۳: وضعیت تحصیلات مدیران، معاونین و کارشناسان ارشد

سازمان								
کل	صدا و سیما	میراث فرهنگی و گردشگری	اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی	شهرداری	استانداری	فرمانداری	میزان تحصیلات	
۲۱	۴	۷	۲	۳	۳	۲	تعداد	کارشناسی
۶۰	۵۷/۱	۷۰	۶۶/۷	۷۵	۳۷/۵	۶۶/۷	درصد در سازمان	
۱۴	۳	۳	۱	۱	۵	۱	تعداد	کارشناسی ارشد و بالاتر
۴۰	۴۲/۹	۳۰	۳۳/۳	۲۵	۶۲/۵	۳۳/۳	درصد در سازمان	
۳۵	۷	۱۰	۳	۴	۸	۳	تعداد	کل
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد در سازمان	

جدول شماره ۴: نظرات مدیران در ارتباط با توسعه گردشگری

انحراف معیار	میانگین	تعداد	عنوان
۰.۹۰۶	۴.۳۴	۱۵۲	توانایی علمی مدیران شهری برای توسعه گردشگری شهری
۰.۹۱۴	۲.۴	۸۴	توانایی مدیران شهری و فراهم نمودن زمینه‌ی لازم برای توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد
۰.۸۵۲	۲.۲۶	۷۹	نقش مدیران در ارائه راهبرد گردشگری شهر خرم‌آباد و تبدیل شهر به قطب گردشگری
۱.۰۲۵	۲.۳۶	۷۸	تخصص مدیران شهری در رابطه با گردشگری
۰.۹۷۴	۲.۱۴	۷۵	مدیران شهری و گرایش به توسعه گردشگری شهری

جدول شماره ۵: بررسی نظر مدیران در خصوص توانایی علمی در ارتباط با توسعه گردشگری

درصد فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	توانایی علمی مدیران شهری برای توسعه گردشگری شهری
۸/۶	۸/۶	۳	کم
۱۱/۴	۲/۹	۱	متوسط
۴۵/۷	۳۴.۳	۱۲	زیاد



۱۰۰	۵۴/۳	۱۹	خیلی زیاد
	۱۰۰	۳۵	کل

جدول شماره ۶: بررسی نظر مدیران در خصوص زمینه‌های لازم برای توسعه گردشگری

مدیران شهری و فراهم نمودن زمینه‌ی لازم برای توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
خیلی کم	۷	۲۰	۲۰
کم	۹	۲۰/۷	۴۵/۷
متوسط	۱۸	۵۱/۴	۹۷/۱
خیلی زیاد	۱	۲/۹	۱۰۰
کل	۳۵	۱۰۰	

جدول شماره ۷: نقش مدیران در ارتباط با طرح‌های توسعه گردشگری

نقش مدیران در ارائه راهبرد گردشگری شهر خرم‌آباد و تبدیل شهر به قطب گردشگری	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
خیلی کم	۷	۲۰	۲۰
کم	۱۴	۴۰	۶۰
متوسط	۱۲	۳۴/۳	۹۴/۳
زیاد	۲	۵/۷	۱۰۰
کل	۳۵	۱۰۰	

جدول شماره ۸: تخصص مدیران در ارتباط با توسعه گردشگری

تخصص مدیران شهری در رابطه با گردشگری	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
خیلی کم	۸	۲۲/۹	۲۴/۲
کم	۱۰	۲۸/۶	۵۴/۵
متوسط	۱۰	۲۸/۶	۸۴/۸



۱۰۰	۱۴/۳	۵	خیلی زیاد
	۹۴/۳	۳۳	داده گمشده
	۵/۷	۳۵	کل

جدول شماره ۹: گرایش فردی مدیران به توسعه گردشگری

درصد فراوانی تجمعی	درصد فراوانی	فراوانی	مدیران شهری و گرایش به توسعه گردشگری شهری
۳۷.۱	۳۷/۱	۱۳	خیلی کم
۵۱.۴	۱۴/۳	۵	کم
۹۷.۱	۴۵/۷	۱۶	متوسط
۱۰۰	۲/۹	۱	زیاد
	۱۰۰	۳۵	کل

ب- گرایش به توسعه گردشگری مدیران

در این بخش با استفاده از آزمون خی دو، وجود رابطه میان فعالیت‌های مدیران شهری (شهر خرم‌آباد) و گرایش به توسعه گردشگری مورد سنجش قرار گرفته است. نتایج مربوط به جدول توافقی و آزمون خی دو در جداول ۱۰ و ۱۲ نشان داده شده است، مقادیر سطح معنی‌داری آزمون (۰/۰۷۳) و مقدار آمار آزمون (۳/۲۲۵) در سطح $\alpha = 0/05$ رابطه‌ی معنی‌داری بین فعالیت‌های مدیران شهر خرم‌آباد و گرایش به توسعه‌ی گردشگری وجود ندارد. البته مقدار سطح معنی‌داری (۰/۰۶۲) مربوط به ضریب همبستگی کندال در جدول ۱۱ نیز مؤید این مطلب است. بنابراین تاکنون مدیران شهر خرم‌آباد گرایش مثبتی به توسعه گردشگری نداشته‌اند. در جداول ۸ و ۹ نیز دیدگاه سازمان‌ها را در رابطه با فعالیت‌های مدیران و گرایش به توسعه‌ی گردشگری مقایسه شده است. آمار توصیفی فعالیت مدیران در جدول شماره ۸ فعالیت مدیران در رابطه با گردشگری متوسط بوده است. در جدول ۹ گرایش به توسعه‌ی گردشگری ۵/۷ خیلی کم، ۳۴/۳ کم، ۴۵/۷ متوسط و ۱۴/۳ زیاد بوده است. مشاهده می‌شود که گرایش به توسعه‌ی گردشگری گزینه زیاد ۱۴/۳ درصد بوده است و نتیجه می‌گیریم که مدیران شهر خرم‌آباد گرایش چندانی به توسعه‌ی گردشگری نداشته‌اند.

جدول شماره ۱۰: آزمون خی دو جهت اثبات رابطه بین فعالیت مدیران و توسعه گردشگری

مقدار	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	
۳/۲۲۵	۱	۰/۰۷۳	پیوند خطی - خطی



		۳۱	تعداد
--	--	----	-------

جدول شماره ۱۱: ضریب همبستگی کنдал جهت اثبات رابطه بین فعالیت مدیران و توسعه گردشگری

ضریب همبستگی کنдал		فعالیت‌های مدیران	گرایش به توسعه گردشگری
فعالیت‌های مدیران	ضریب همبستگی	۱	۱۳۰۶
	سطح معنی داری	۰	۱۰۶۲
	تعداد	۳۱	۳۱
گرایش به توسعه گردشگری	ضریب همبستگی	۱۳۰۶	۱
	سطح معنی داری	۱۰۶۲	۰
	تعداد	۳۱	۳۵

جدول شماره ۱۲: مقایسه دیدگاه سازمان‌ها در رابطه با فعالیت مدیران

کل	سازمان						فعالیت‌های مدیران در گردشگری	
	صدا و سیما	میراث فرهنگی و گردشگری	فرهنگ و ارشاد اسلامی	شهرداری	استانداری	فرمانداری		
خیلی کم	تعداد	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱
	درصد در سازمان	۰	۰	۰	۲۵	۰	۰	۳/۲
کم	تعداد	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۴
	درصد در سازمان	۲۵	۰	۵۰	۲۵	۱۲/۵	۰	۱۲/۹
متوسط	تعداد	۱	۷	۰	۱	۷	۲	۱۸
	درصد در سازمان	۲۵	۷۰	۰	۲۵	۸۷/۵	۶۶/۷	۵۸/۱
زیاد	تعداد	۲	۳	۱	۱	۰	۱	۸
	درصد در سازمان	۵۰	۳۰	۵۰	۲۵	۰	۳/۳۳	۲۵/۸
کل	تعداد	۴	۱۰	۲	۴	۸	۳	۳۱



۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

جدول ۱۳: مقایسه دیدگاه سازمان در رابطه با گرایش به توسعه گردشگری

کل	سازمان						گرایش به توسعه گردشگری
	فرمانداری	استانداری	شهرداری	اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی	میراث فرهنگی و گردشگری	صدا و سیما	
خیلی کم	تعداد	۰	۰	۰	۰	۱	۲
	درصد در سازمان	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۱۰	۵/۷
کم	تعداد	۰	۳	۱	۲	۳	۱۲
	درصد در سازمان	۰/۰	۳۷/۵	۲۵	۶۶/۷	۳۰	۳۴/۳
متوسط	تعداد	۱	۴	۲	۰	۶	۱۶
	درصد در سازمان	۳۳/۳	۵۰	۵۰	۰/۰	۶۰	۴۵/۷
زیاد	تعداد	۲	۱	۱	۱	۰	۵
	درصد در سازمان	۶۶/۷	۱۲/۵	۲۵	۳۳/۳	۰/۰	۱۴/۳
کل	تعداد	۳	۸	۴	۳	۱۰	۳۵
	درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول شماره ۱۴: پیشنهادات مدیران، معاونین و کارشناسان ارشد شهری برای توسعه گردشگری شهری

عنوان	در محل جاذبه ها امکانات رفاهی ایجاد شود	فرهنگ سازی	جذب اعتبارات دولتی	استفاده از مدیران متخصص	برگزاری دوره های آموزشی برای افراد سازمانها	ایجاد اماکن تفریحی و اقامتی	حفظ و احیاء بناهای تاریخی	تبلیغ جاذبه های گردشگری شهری	ایجاد زیرساخت های گردشگری
تعداد	۴	۴	۸	۱۱	۳	۱۱	۳	۹	۶

علاوه بر سؤالات بسته با طیف لیکرت، سوال های باز جهت اظهار نظر در پرسشنامه گنجانده شده بود، یکی از این سوال ها در ارتباط با نظر پیشنهادی آنها برای توسعه گردشگری بود. با بررسی پیشنهادهای کارشناسان و مدیران، مشخص می گردد که تناسب جالبی بین



پیشنهادها و نتایج پژوهش مانند استفاده از مدیران متخصص وجود دارد به طوری که یکی پیشنهادهای آنها به کارگیری مدیران متخصص بازمینه گردشگری است. (جدول شماره ۱۴)

۴- نتیجه گیری

امروزه از گردشگری شهری به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی- اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان یاد می کنند و به همین دلیل مسؤلان امور گردشگری و شهری در پی ارتقاء و گسترش آن برآمده اند. لیکن این ارتقاء و گسترش، خود مستلزم ایجاد شرایط ویژه ساختاری، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و مدیریتی است. یکی از مهمترین عوامل گردشگری در هر منطقه چگونگی مدیریت این فعالیت هاست. مدیریت در برگرفته ی یک نگرش نظام مند است که در آن پویایی گردشگری در چارچوب عرضه و تقاضا با تأکید بر پایداری مدنظر قرار می گیرد. حکومت ها و دولت مردان بیش از پیش تلاش دارند که گردشگری، آثار و آینده ی آن را کاملاً بشناسند و درک کنند و به این وسیله، نقش مؤثری در این صنعت ایفا نمایند. در این میان نقش دولت در گردشگری که معمولاً چندین مسؤلیت را بر عهده دارد از جمله: هماهنگی سیاست ها، برنامه ریزی، تهیه آمار و انجام پژوهش، تعیین استانداردها و مقررات صنعت گردشگری، ایجاد انگیزه های سرمایه گذاری، انجام برخی از خدمات بازاریابی برنامه ریزی و آموزش نیروی انسانی برای گردشگری، ساخت و گسترش تأسیسات زیربنایی و بخش خصوصی مسؤل توسعه ی تجاری، احداث و اداره محل اقامت گردشگران و ارائه تسهیلات و دیگر خدمات گردشگری و بازاریابی برای این اماکن و تسهیلات است. بنابراین نقش دولت و مدیران دولتی در صنعت گردشگری غیر قابل انکار و تعیین کننده است.

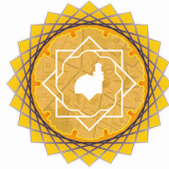
بررسی ما نشان داد که ضعف مدیران شهری نسبت به توسعه ی گردشگری مشهود است. بطوری که مشخص گردید بین مدیران شهری و توسعه ی گردشگری رابطه معنی داری وجود ندارد. یعنی هر چه مدیران شهری گرایش به گردشگری نداشته باشند گردشگری نیز در خرم آباد کمتر توسعه پیدا می کند و یکی از دلایل عدم توسعه ی گردشگری شهری در خرم آباد، عدم گرایش مدیران به توسعه گردشگری است. (جدول شماره ۹) یکی از عوامل مهم در عدم گرایش مدیران به گردشگری، عدم تخصص مدیران با گردشگری است. (جدول شماره ۸) بررسی نظرات مدیران میانی، معاونین و کارشناسان ارشد در شهر خرم آباد بیان کننده ضعف مدیران در رابطه با توسعه گردشگری است.

با توجه به نتیجه بدست آمده می توان نتیجه گرفت که رویکرد مدیریت شهری خرم آباد در رابطه با توسعه ی گردشگری مثبت نمی باشد و ضعف های موجود را در نگرش مدیران می توان جستجو کرد و لذا زمینه عدم توسعه ی گردشگری را فراهم ساخته است. با تغییر نظر مدیران با استفاده از برگزاری کارگاه و دوره های کوتاه مدت و بلندمدت و تغییر ساختار و جابجایی برخی مدیریت های کلیدی می توان زمینه ی ایجاد طرح و برنامه برای توسعه ی گردشگری را در شهر خرم آباد فراهم ساخت.



منابع

- ۱- البیوت، جمیز (۱۳۷۹). مدیریت توریسم. ترجمه: مهدی جمشیدیان، اکبر مهدی پور. اصفهان: مانی و سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان اصفهان.
- ۲- اورباس لی، آیلین کوئدلین (۱۳۸۰). «برگ موفق در توسعه گردشگری»، ترجمه: حیات عامری، مجله شهرداری‌ها، شماره ۳۳.
- ۳- بازرگان، عباس و همکاران (۱۳۸۳). روشهای تحقیق در علوم رفتاری. چاپ نهم. تهران: آگاه.
- ۴- باستیه، ژان، برناردزر (۱۳۷۷). شهر. ترجمه: علی اشرفی. چاپ اول. تهران: دانشگاه هنر.
- ۵- پاپلی یزدی، محمد حسین. رجبی، حسین (۱۳۸۲). نظریه‌های شهر و پیرامون. چاپ اول. تهران: سمت.
- ۶- پاپلی یزدی، محمد حسین. سقایی (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). چاپ اول. تهران: سمت.
- ۷- تولایی، سیمین (۱۳۸۶). مروری بر صنعت گردشگری. چاپ اول. تهران: دانشگاه تربیت معلم.
- ۸- دلاور، علی (۱۳۸۵). روش تحقیق در روان شناسی و علوم تربیتی. چاپ بیستم. تهران: ویرایش.
- ۹- دیناری، احمد (۱۳۸۴). گردشگری شهری در ایران و جهان. چاپ اول. تهران: الیاس.
- ۱۰- رهنمایی، محمد تقی (۱۳۸۱). «توسعه گردشگری فرصتی جدید برای مدیریت شهری». مجله شهرداری‌ها، سال چهارم، شماره ۴۳.
- ۱۱- سکاران، اوما (۱۳۸۰). روشهای تحقیق در عملیات. ترجمه: محمد صائبی و محمود شیرازی، چاپ اول. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی تهران.
- ۱۲- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری. چاپ اول تهران: سمت.
- ۱۳- کردی، محمد (۱۳۸۱). «برنامه‌ریزی توریسم شهری با تأکید بر توسعه پایدار (شهر تبریز)» پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی تهران.
- ۲۱- کلاب بوتینا (۱۳۸۹). بازاریابی گردشگری برای شهرها با تأکید بر برند گذاری و رویدادهای ویژه برای جذب گردشگران. ترجمه علی موحد و کهزادی و ایزدی، در دست چاپ. تهران.
- ۱۴- لقایی، حسنعلی. محمدزاده، حمیده (۱۳۷۸). «مقدمه‌ای بر مفهوم توسعه شهری پایدار و نقش برنامه‌ریزی شهری». مجله هنرهای زیبا، شماره ۶، تهران.
- ۱۵- ملائی توانی، علی (۱۳۸۶). «مدیریت توریسم شهری در تنکابن». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شهید بهشتی. تهران.
- ۱۶- مهدیزاده، جواد (۱۳۷۹). «راهکارهای توسعه گردشگری شهری در ایران». مجلس و پژوهش. سال ۱۱، شماره ۴۴.
- ۱۷- موحد، علی (۱۳۸۱). «بررسی و تحلیل الگوی فضایی گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر اصفهان». رساله دکتری. دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- ۱۸- _____ (۱۳۸۶). گردشگری شهری، چاپ اول. محل نشر: دانشگاه شهید چمران.



۲۰- ناصر پور، نادر. (۱۳۸۲). «بررسی و تبیین موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران

۱۹- هال، کالین مایکل. جنکینز. (۱۳۸۲). سیاست‌گذاری جهانگردی. ترجمه محمد اعرابی و ایزدی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

منابع لاتین:

- ۲۲- Anderson. (۱۹۸۴). J.E. *public policy making*, ۳rd, New York: CBS College Publishing.,
- ۲۳- Camayni .(۱۹۹۸). *Roberto and other, Towards sustainable city policy*. Ecological Economics, vol. ۲۴.,
- ۲۴- Chrisryan and Stephen page.(۲۰۰۰). *tourism management towards the new millennium*. NJ prentice – Hall.: *Englewood Cliffs*. ۲۵- Dye t .(۱۹۹۲). *understanding public policy ۱th edn* . gohnuiley sons: ۲۶- Gartner, William.(۱۹۹۶). *tourism Development, principles, processes, policies*. New York Taylor and Francis,.:Gunn. Clare A.(۱۹۹۴). *tourism planning*. New York ۲۷
- ۲۸- Hall C.M . (۱۹۹۵). *Introduction to tourism in Australia: Impacts planning and development*. ۲nd edn , Melbourne: longman Cheshire.
- ۲۹- Higham(۲۰۰۵). *games, sport tourism destinations issues*. opportunities analysis
- ۳۰- law Christopher m.(۲۰۰۰). “the tourist city review”. *urban studies* , vole: no: ۷
- ۳۱- orbasll aylin.(۲۰۰۰). *tourists in historic towns, urban conservation and heritage management*. London: E ۸ spon,
- ۳۲- pearce Douglas G. (۲۰۰۱). “an integrative frame work for urban tourism research”. *Annals of tourism research* -۳۲ vol. ۲۸, no. ۴.
- ۳۳- Rossana Galdini.(۲۰۰۷). *Tourism and the City: opportunity for regeneration*.
- ۳۴- Ruetsche Judith. (۲۰۰۶). *Urban Tourism: What Attracts visitors to cities*.
- ۳۵- Scott Noel. (۲۰۰۵). *Urban Tourism and Environmental Issues*. the University of Queensland.