

## بررسی علی‌زیرساخت‌های گردشگری و رقابت مکانی مقصدهای گردشگری در مناطق خشک، مطالعه موردی: کویر مرنجاب\*

فاطمه السادات افصح حسینی - دانشجوی دکتری شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران

حسین ذبیحی<sup>۱</sup> - دانشیار شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران

لعل‌جهانشاهلو - استادیار شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۸/۱۲

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۴/۱۲

### چکیده

پژوهش حاضر به بررسی علی‌زیرساخت‌های گردشگری و رقابت مکانی مقصدهای گردشگری در مناطق خشک می‌پردازد. از آنجا که رقابت‌پذیری در مقصد گردشگری به‌عنوان یک مفهوم نسبی، پیچیده، و چندبعدی که بر پایه نظریه پورتر قرار دارد، در حال تبدیل شدن به یک علاقه رو به رشد در میان پژوهش‌گران گردشگری می‌باشد و دارای مفاهیم مهم برای سیاست‌گذاران می‌باشد، هدف پژوهش، شناخت و اولویت‌بندی زیرساخت‌هایی است که بر رقابت مکانی مقصد تأثیر می‌گذارند. روش پژوهش کمی می‌باشد که پرسشنامه‌ای بر اساس مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت تنظیم و با استفاده از روش تحلیل مسیر تحلیل می‌شود. نوآوری پژوهش در این است که رقابت‌پذیری در مقصد گردشگری کویرها به علت دیرتر آغاز شدن آن‌ها جدیدتر می‌باشد و اهمیت مطالعه بر روی آن‌ها واضح است. نتیجه پژوهش این است که زیرساخت‌های اقامتی، امنیتی و حمل‌ونقل بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته (رقابت مکانی) دارند، از این رو کیفیت زیرساخت حمل‌ونقل بر رقابت مکانی تأثیر مثبت دارد و فرضیه پژوهش تأیید می‌گردد. پیشنهاد پژوهش این است که به این مسئله که عوامل رقابت‌پذیری مکانی به لحاظ تصمیم و اهمیت مختلف هستند و وابسته به مقصد خاص می‌باشند توجه شود و بر اساس آن برنامه‌ریزی صورت پذیرد.

واژه‌های کلیدی: رقابت‌پذیری مکانی، مقصد گردشگری، زیرساخت، کویر مرنجاب.

\* این مقاله برگرفته از رساله دکتری خانم فاطمه السادات افصح حسینی در رشته شهرسازی به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم در دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران می‌باشد که با حمایت مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهری شهرداری تهران انجام گرفته است.

Email: h.zabihi@srbiau.ac.ir

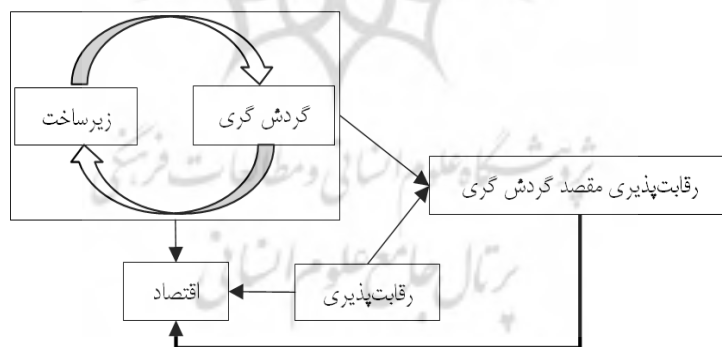
۱. نویسنده مسئول

## مقدمه

در حال حاضر یکی از منابع اصلی درآمد کشورهای جهان توسعه یافته و در حال توسعه صنعت گردشگری می باشد (زیاری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۶۷). کشور ایران انواع اقلیم های طبیعی را دارا می باشد. درصد بالایی از آن را مناطق خشک تشکیل می دهند که شامل نواحی مختلف کویری و بیابانی می شوند. در مناطق خشک ایران تعداد بسیار زیادی کویر وجود دارد که بزرگ ترین آن ها دشت کویر یا کویر مرکزی است که بزرگ ترین کویر جهان است. در جهت رونق اقتصادی، یکی از مهم ترین موارد تمرکز بر روی بحث گردشگری می باشد. مبحث رقابت پذیری مقصدهای گردشگری مورد توجه بسیاری از پژوهشگران قرار گرفته است و افزایش توان رقابتی مقصدها را از اهداف مهم برمی شمارند که منجر به رونق اقتصاد ملی می شود. مدل های مختلفی از رقابت پذیری در مقصد ارائه شده است که بر مدل الماس پورتر استوار است. نظریه پورتر، به ویژه وقتی گردشگری در کشورهای در حال توسعه مورد بررسی قرار می گیرد، پیشنهاد می گردد. چهار مؤلفه رقابت پذیری عبارتند از: اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، محیطی و مکانی. مؤلفه مکانی رقابت پذیری شهری شامل شاخص های متعددی است که زیرساخت از جمله آن ها می باشد. به منظور فراهم آمدن شرایط مناسب گردشگری تحقق عواملی ضروری است که یکی از آن ها وجود زیرساخت های مناسب می باشد. از نماگرهای مهم در ارزیابی توسعه گردشگری، رشد ظرفیت تأسیسات اقامتی و زیرساخت های گردشگری است (ملک و کلانتری، ۱۳۹۳: ۵۴؛ به نقل از وارثی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۳۸). ازدحام فرودگاه و راه یا خدمات ضعیف هتل می تواند مقصد را برای بازدیدکنندگان بالقوه دارای جذابیت کمتر بکند (Mihalic, 2000: 67). مسئله ای که در ارتباط با رقابت مقصدهای گردشگری وجود دارد، این است که با توجه به این که رقابت در دنیای معاصر یک امر ضروری می باشد، شناسایی عواملی که بتوان آن ها را به عنوان معیارهای رقابت پذیری در مقصدهای گردشگری مطرح نمود دارای اهمیت است. گردشگری کویر زیرشاخه ای از اکوتوریسم است که امروزه به شکل چشم گیری در جهان در حال گسترش است (علیقلی زاده فیروزجایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۰۲؛ به نقل از سلامی و غلامی، ۱۳۹۰: ۳۱). گردشگری در کویر در مقایسه با گردشگری در دیگر مقصدها دیرتر شروع شد. یکی از دلایل این تأخیر را می توان نبود زیرساخت های لازم برشمرد. از این رو تمرکز بر روی موضوع زیرساخت های گردشگری در کویر در کشور ایران که بخش بزرگی از این کشور را در بر گرفته است، از ضروریات می باشد. هدف اصلی این پژوهش بررسی علی زیرساخت های گردشگری و رقابت مکانی مقصدهای گردشگری در کویر مرنجاب می باشد. سؤال مرتبط با پژوهش عبارت است از: کدام زیرساخت های مرتبط با مکان و با چه اولویتی، رقابت پذیری مکانی مقصد گردشگری را تعیین می کند؟ فرضیه کلی در نظر گرفته شده پژوهش که مورد آزمون قرار خواهد گرفت عبارت است از: کیفیت زیرساخت ها بر رقابت پذیری مکانی مقصد تأثیر مثبت می گذارند.

خلیجی و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله ای که به بررسی مدل های تصمیم گیری چند معیاره در ارزیابی قابلیت های گردشگری در استان سمنان پرداخته اند، پیشنهاد توجه بیشتر به نظر گردشگران در توسعه زیرساخت های گردشگری به عنوان مصرف کنندگان نهایی؛ توجه بیشتر به شهرستان هایی که زیرساخت های گردشگری پایین تری دارد و ارائه برنامه زمان بندی در توسعه آن ها را مطرح نمودند. بایندور و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله ای به بررسی مدیریت پایدار گردشگری در شهر بجنورد پرداخته اند، با توجه به یافته های پژوهش پیشنهاد شده است که زیرساخت های گردشگری (هتل، متل، اقامتگاه و ...) جهت جذب گردشگران فراهم شود. ضرابی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله ای به تحلیل زیرساخت های گردشگری در مقصد اکوتوریستی بند ارومیه پرداخته اند و نتیجه حاصل شده از پژوهش ایشان این بود که به دلیل فقدان زیرساخت ها، امکانات و تسهیلات گردشگری، ماهیت اکولوژیکی منطقه شکننده بود. میرحسینی و نوجوان (۱۳۹۳) در مقاله ای که به تدوین مدل استراتژیک و رویکرد پایدار گردشگری در مناطق کویری استان یزد پرداخته اند راهبردهایی را در جمع بندی کار خود ذکر کرده اند که از جمله راهبردهای ارائه شده این تحقیق در جهت توسعه پایدار گردشگری، بهبود

وضعیت زیرساخت‌ها و امکانات مرتبط با گردشگری می‌باشد. سلطانی و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای که راهبردهای توسعه گردشگری را از دیدگاه ارائه‌کنندگان خدمات دهنده در استان آذربایجان غربی بررسی نموده‌اند، ضعف زیرساخت‌ها را از جمله عوامل و موانع بازدارنده توسعه بخش خدمات مرتبط با گردشگری و گردشگران می‌دانند. جمعه پور و نماینده (۱۳۹۱) در مقاله‌ای توان‌های اکوتوریستی و ظرفیت برد گردشگری کویر مرند کاشان را مورد ارزیابی قرار داده‌اند و نتیجه ایشان این بوده است که به دلیل نبود زیرساخت‌های مناسب برای گردشگری کویر، تاکنون اقداماتی اساسی در ارتباط با این نوع گردشگری در این منطقه صورت نگرفته است. رضوانی و مرادی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای به امکان‌سنجی توسعه گردشگری با رویکرد سیستمی در روستاهای حاشیه کویر میقان اراک پرداخته‌اند، در نتیجه این تحقیق آمده است که در حال حاضر تقاضای بالفعل برای گردشگری در منطقه ضعیف است. ولی در صورت بازاریابی و تبلیغات لازم و نیز تجهیز و توسعه زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری می‌توان انتظار داشت که منطقه مطالعاتی به دلیل نزدیکی با شهر اراک می‌تواند به یک مقصد مهم گردشگری در سطح منطقه‌ای و ملی تبدیل شود. حسن‌پور و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله‌ای که در شهداد، مرند-بند ریگ-مصر-فرحزاد کار کرده‌اند، به تعیین ظرفیت پذیرش گردشگری این مناطق پرداخته و در نتیجه این تحقیق آمده است که در مناطق مورد مطالعه به دلیل عدم وجود امکانات، خدمات و زیرساخت‌های لازم و همچنین نیروی انسانی مناسب جهت مدیریت و ارائه خدمات گردشگری به گردشگران، ظرفیت پذیرش مؤثر در سطح پایینی قرار گرفته است. صدر موسوی و دخیلی کهنمویی (۱۳۸۶) در مقاله‌ای به ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری کندوان، قلعه بابک و شرفخانه استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که توزیع زیرساخت‌های گردشگری در سطح منطقه، به‌طور مناسب انجام نشده است؛ گزارش رقابت‌پذیری جهانی در سال ۲۰۱۳ رتبه گردشگری ایران در میان ۱۴۰ کشور را ۹۸ اعلام کرد. این گزارش نشان می‌دهد که شرایط بسیار بدی برای زیرساخت‌ها وجود دارد، به‌طوری‌که زیرساخت گردشگری دارای رتبه ۱۳۳ می‌باشد.



شکل شماره ۱. مدل پژوهش - رابطه گردشگری، رقابت‌پذیری و رقابت‌پذیری مقصد گردشگری با اقتصاد

## مبانی نظری

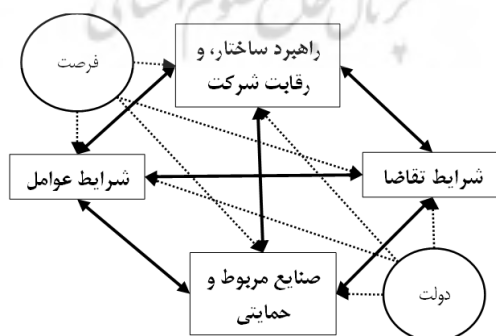
مجمع اقتصاد جهانی<sup>۱</sup>، در جستجوی جواب برای این سؤال است که چرا بعضی کشورها به‌طور موفقیت‌آمیزی در حال توسعه هستند، در حالی که سایرین عقب می‌مانند. همچنین رقابت‌پذیری را به‌عنوان "مجموعه‌ای از نهادهای، خط‌مشی‌ها، و عواملی که سطح بهره‌وری یک کشور را تعیین می‌کند" تعریف می‌کند (WEF, 2013a:4). دیکشنری انگلیسی Oxford Compact رقابت‌پذیری را این‌گونه تعریف می‌کند: "دارا بودن یک میل قوی برای پیروز شدن" (UNHABITAT, 2013:3). رقابت‌پذیری تلاش و کسب سودآوری طولانی‌مدت است (Buhalis, 2000).

رقابت‌پذیری مرتبط است با "توانایی مقصد برای ایجاد و یکپارچه‌سازی محصولات ارزش‌افزوده‌ای است که منابع خود را درحالی که موقعیت بازار را نسبت به رقیبان نگه می‌دارند، حفظ می‌کند (Hassan,2000:239). رقابت‌پذیری به‌طور گسترده به‌عنوان یک عامل مهم در ایجاد رونق اقتصاد ملی در نظر گرفته می‌شود ( Durand et al,1998; European Commission,1994; Fagerberg,1988; Fajnzylber,1988; His Majesty's Treasury,1983; Krugman,1994; Newall,1992; OECD,2000; Scott & Lodge, 1985; The Economist,1994)، از آنجایی که استاندارد زندگی و درآمد واقعی را توسط ارائه کالاها و خدمات با بعضی مزایای نسبی بهبود می‌بخشد (Ritchie & Crouch,1999). اولین مطالعه مهم رقابت‌پذیری متعلق به سمپوزیوم پژوهشی بود که توسط مدرسه کسب‌وکار هاروارد در ۱۹۸۵ حمایت شد. مطالعه رقابت‌پذیری به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای طی ۳۰ سال گذشته گسترش یافته است (UNHABITAT,2013:7). تنوع رو به رشدی از مطالعات تجربی مانند مطالعات نظریه‌ای که طی دهه گذشته منتشر شد، به‌ویژه روی رقابت‌پذیری شهری و منطقه‌ای متمرکز شد ( Porter,1995; OECD,2006a; Begg,2002; Boddy & Parkinson,2004; Buck et al,2005). در ادبیات گردشگری، مفهوم مقصد گردشگری (TD<sup>۱</sup>) هم به‌مثابه سامانه‌ای از جاذبه‌ها و هم یک محدوده جغرافیایی شامل جاذبه‌ها و بر پایه محدوده نیازهای مشتریان میانی یا نهایی تعریف شده است (توحیدلو و ضرغام بروجنی، ۱۳۹۰: ۳۱؛ به نقل از (Buhalis,2000; Leiper,1979; Smith,1988). مقصد گردشگری ترکیبی است از جاذبه‌ها، زیرساخت، حمل‌ونقل و خدمات مهمان‌نوازی (Mill & Morrison,1992). مقصدهای گردشگری مناطق جغرافیایی، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی هستند که خدمات یکپارچه‌ای را برای بازدیدکنندگان بالقوه فراهم می‌کنند. به‌عبارت‌دیگر، مقصدهای گردشگری ترکیبی از محصولات گردشگری است که تجربه یکپارچه‌ای را به گردشگران ارائه می‌دهد (Vlahović,2010). مقصدهای گردشگری به‌عنوان نواحی جغرافیایی به‌درستی تعریف‌شده موردتوجه قرار می‌گیرند، مانند یک قاره، یک کشور، یک شهر، یک شهرک، یک جزیره، یا مکان‌هایی با چشم‌اندازهای طبیعی یا برجسته (Kozak et al,2009). تصویر مقصد گردشگری به لحاظ راهبردی نه‌تنها در طراحی طرح‌های بازاریابی مناسب، بلکه درک رفتارهای گردشگری گردشگران اهمیت دارد (Echtner & Ritchie,1991). از دهه ۱۹۸۰ به بعد، پژوهشگران نشان دادند که تصویر مقصد گردشگری یک مفهوم بالارزش است که به توضیح تصمیم گردشگران درباره مقصدها کمک می‌کند (Baloglu & McCleary,1999; Rodríguez del Bosque & San Martín,2008). از این‌رو، تصویر بر روند تصمیم‌گیری و نیت‌های رفتاری آینده تأثیر می‌گذارد (Barroso et al,2007; Bigné, Sánchez & Sánchez,2001; Chi & Qu,2008). تصویر مقصد اغلب به‌عنوان برداشت یا ادراک مکان‌ها توصیف می‌شود (Echtner & Ritchie,1991). رقابت‌پذیری مقصد گردشگری (TDC<sup>۲</sup>) به‌عنوان یک مفهوم نسبی، پیچیده، و چندبعدی که بر پایه نظریه پورتر (۱۹۹۰) قرار دارد، در حال تبدیل شدن به یک علاقه رو به رشد در میان پژوهشگران گردشگری می‌باشد و دارای مفاهیم مهم برای سیاست‌گذاران می‌باشد (Chon & Mayer,1995; Ritchie & Crouch,1999,2000; Gooroochurn & Sugiyarto,2005; Hong,2009; Faulkner et al,1999; Hassan,2000; Dwyer et al,2000). رقابت‌پذیری مقصد گردشگری توانایی ایجاد، یکپارچه کردن و ارائه تجربیات گردشگری، شامل کالاها و خدمات ارزش‌افزوده‌ای است که از نظر گردشگران مهم است. این تجربیات مقصد را تقویت می‌کند، و به آن کمک می‌کند که یک موقعیت بازار خوب نسبت به دیگر مقصدها را نگه دارد (Hong,2008:6). رقابت‌پذیری در مقصد گردشگری توانایی مقصد برای جذب و راضی کردن گردشگران (Enright & Newton,2004; Tsai et al,2009) و ارائه محصولات و خدمات بهتر در مقایسه با دیگر مقصدها می‌باشد و

1 . Tourism Destination

2 . Tourism Destination Competitiveness

هدف نهایی آن ثابت نگه‌داشتن و افزایش درآمد واقعی ساکنان می‌باشد (Dwyer & Kim, 2003). همچنین توانایی یک مقصد برای ایجاد و یکپارچه کردن محصولات ارزش‌افزوده‌ای که سهم بازار و موقعیتش را نسبت به دیگر مقصدهای رقابتی تقویت می‌کند (Hassan, 2000). رقابت‌پذیری مقصد گردشگری، توانایی یک مقصد در افزایش برآمد گردشگری، و به‌طور روزافزونی جذب بازدیدکننده است درحالی‌که تجربیات راضی‌کننده و به‌یادماندنی را برایشان ایجاد می‌کند و آن را به یک روش سودمندانه انجام می‌دهد، رفاه ساکنان مقصد را افزایش و سرمایه طبیعی مقصد را برای نسل‌های آینده حفظ می‌کند (Ritchie & Crouch, 2003). این مفهوم بارونق اقتصادی ساکنان یک کشور همبسته می‌باشد (Buhalis, 2000; Ritchie & Crouch, 1999). همچنین یک رنج وسیعی را در برمی‌گیرد که تعیین کمیت آن دشوار است؛ از این رو، اندازه‌گیری رقابت‌پذیری در مقصد گردشگری مختلف است و وابسته به سال پایه، کشور مبدأ، واحد تحلیل، و دورنمای تحلیل‌گران می‌باشد (Ritchie & Crouch, 1999; Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). آزادی و آسانی حرکت مسافران در دنیا باعث می‌شود که گردشگری و رقابت‌پذیری در مقصد گردشگری به‌طور قوی توسط جهانی‌سازی تحت تأثیر واقع شود (Nasser, 2012: 78). اندازه‌گیری سطح رقابت‌پذیری گردشگری در سطح ملی و صنعت گردشگری با این حقیقت که سفر و گردشگری در حال تبدیل شدن به یک نیروی توسعه غالب در خیلی از کشورها هستند تقویت می‌شود (Petrović-Randjelović & Miletić, 2012: 80). نیاز هست که موقعیت رقابتی مقصدهای گردشگری تحلیل و شناخته شوند؛ این امر به صنعت گردشگری و دولت‌های مربوط کمک می‌کند تا قوت‌ها و ضعف‌های خود را برای افزایش یا تقویت رقابت‌پذیری خود بشناسند (Dwyer et al, 2000; Gomezelj & Mihalič, 2008; Ritchie & Crouch, 2000). نظریه رقابتی بودن شهرها، شرکت‌ها، منطقه‌ها و مانند آن (مقاصد گردشگری و ...)، برگرفته از نظریه مایکل پورتر، استاد دانشگاه هاروارد است (دیک، ۱۳۹۳: ۷۴). وی یک نظریه رقابت‌پذیری جدید، که مدل "الماس رقابت‌پذیری ملی" نام دارد را در سال ۱۹۹۰ معرفی کرد. مدل وی شامل هم لایه‌های چندبعدی اقتصاد با تأکید بر روی زمینه مدیریت و راهبرد است، و نه تنها بر روی رقابت بین اقتصادهای ملی، بلکه بر روی رقابت بین، و رقابت‌پذیری صنایع خاص در مکان‌های مختلف تمرکز دارد. طبق نظریه پورتر، ملت‌ها برای موفق شدن در صنایع یا بخش‌های صنعتی، جایی که الماس رقابت‌پذیری ملی مطلوب‌ترین باشد، محتمل‌ترین هستند. این الماس چهار مؤلفه وابسته به هم دارد: (۱) شرایط عوامل، (۲) شرایط تقاضا، (۳) صنایع مربوط و حمایتی، و (۴) راهبرد، ساختار، و رقابت شرکت. علاوه بر این، دو عامل خارجی وجود دارند: فرصت و دولت (شکل ۲) (Porter, 1990a: 127).



شکل شماره ۲. نمودار عوامل رقابت‌پذیری ملی؛ (منبع: Porter, 1990a: 127)

برای اندازه‌گیری و توضیح رقابت‌پذیری مقصدها، مدل‌های مختلفی ایجاد شدند و توسعه یافتند (Buhalis, 2000; Ritchie & Crouch, 1999; updated by Crouch, 2011; Dwyer & Kim, 2003; Hassan, 2000;

(Poon, 1993). این مدل‌ها دارای عناصر (شاخص‌های) مختلفی هستند که برای اندازه‌گیری رقابت‌پذیری به کار می‌رود. مدلی بیهینه و جهانی برای رقابت‌پذیری که بتواند برای همه مقصدها به کار برود و همچنین اندازه رقابت‌پذیری را تأیید کند وجود ندارد (Omerzel & Mihalic, 2008). این که چه مدلی انتخاب شود، اهمیتی ندارد، دشواری اصلی جمع‌آوری داده و اطلاعات مناسبی است که به‌طور جامع همه جنبه‌های مرتبط با رقابت‌پذیری را به دست آورد (Perles- Ribes et al, 2011). چارچوب پورتر، به‌ویژه وقتی گردشگری در کشورهای در حال توسعه مورد بررسی قرار می‌گیرد، پیشنهاد می‌گردد (De Holan & Phillips, 1997:781). بسیاری از مدل‌های رقابت‌پذیری مقصد (Ritchie & Crouch, 1999; Dwyer & Kim, 2003; Enright & Newton, 2004, 2005). نظریه خود را بر مبنای نظریه پورتر پایه‌گذاری می‌کنند و آن را با چارچوب رقابت‌پذیری مقصدهایشان ترکیب می‌کنند که قادر است عوامل چندگانه رقابت‌پذیری را در نظر بگیرد (Hampton et al, 2015:3)، این مدل‌ها زیرساخت را به‌عنوان یکی از عناصر خود معرفی می‌کنند. همچنین لازم به ذکر است که توسعه گردشگری خود موجب توسعه تجهیزات و زیرساخت‌های لازم نیز می‌شود (زیاری و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۸). از آنجاکه نمونه موردی در کشور ایران که کشوری در حال توسعه است در نظر گرفته شده است، نظریه این پژوهش بر پایه مدل پورتر با تأکید زیرساخت است و شاخص‌ها بر همین اساس تنظیم گشته‌اند.

## روش پژوهش

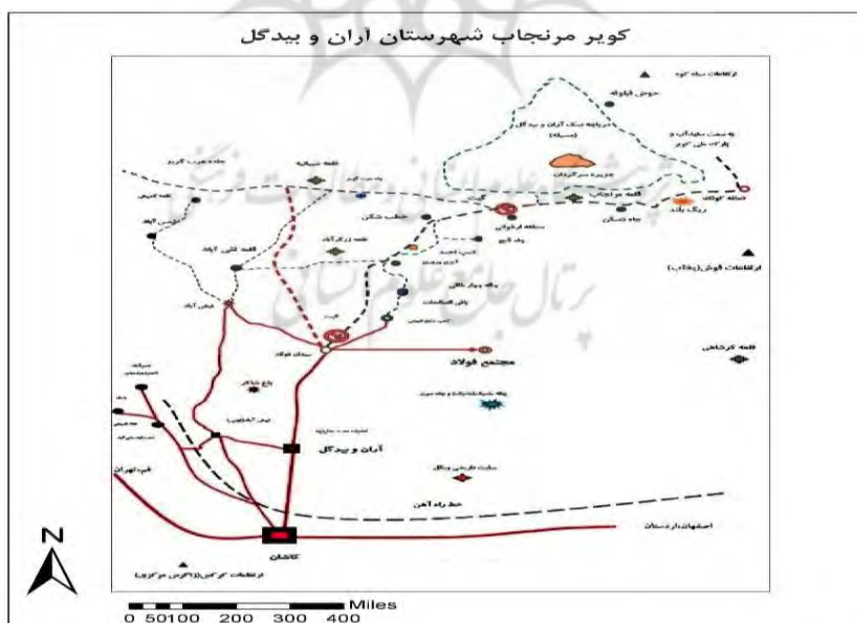
روش پژوهش کمی و با استفاده از روش تحلیل مسیر تحلیل انجام گرفته است. ابتدا تعدادی پرسشنامه توسط تعدادی پاسخ‌دهنده آزمون شد. سپس پرسشنامه نهایی برای یک حجم نمونه ۶۷ نفری از جامعه آماری گردشگران کویر مرنجاب (با روش نمونه‌گیری ساده تصادفی) ارسال شد. در روش تحلیل مسیر به ازای هر متغیر پنهان حداقل ۱۰ و حداکثر ۲۰ نمونه موردنیاز می‌باشد (کلانتری، ۱۳۸۵، به نقل از Kline, 1989) که با توجه به وجود ۴ متغیر پنهان (شکل ۵)، عدد نمونه بین ۴۰ و ۸۰ می‌باشد که حد وسط آن عدد ۶۰ می‌باشد که به جهت افزایش اطمینان کمی بیشتر از حد وسط و عدد ۶۷ در نظر گرفته شد. بعضی شاخص‌ها ساده یا بازنویسی شدند و سپس دوباره در میان پاسخ‌دهندگان توزیع شد. پرسشنامه مشتمل بر پرسش‌هایی است که در دو بخش طرح شده‌اند: بخش نخست، پرسش‌هایی درباره ویژگی‌های فردی و میزان ارتباط با صنعت گردشگری را در برمی‌گیرد؛ بخش دوم پرسش‌هایی است راجع به دیدگاه افراد درباره زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری. از رهیافت داده منتشر شده ثانویه برای این پرسشنامه استفاده شد، یعنی از افراد دارای اطلاعات در زمینه گردشگری و دارای اطلاعات قابل توجه از آنچه که یک مقصد گردشگری را رقابتی می‌سازد پرسش به عمل آمد تا بتوانند نقطه نظرات مفید برای تحلیل‌ها ارائه دهند. همچنین روایی و پایایی پرسشنامه‌ها نیز آزمون شد. شاخص‌ها: به این علت که رقابت‌پذیری را نمی‌توان به‌طور مستقیم اندازه‌گیری کرد، مطالعات، شاخص‌هایی را برای این منظور به کار برده‌اند. تنوعی از شاخص‌ها توسط پژوهشگران پیشنهاد داده شده‌اند. بعضی وابسته به ورودی‌ها، بعضی وابسته به خروجی‌ها و بعضی وابسته به ابزار هستند. تعریف یک سری شاخص‌های عینی و ذهنی که بتواند برای کمی کردن سطح رقابت‌پذیری مقصدها کاربردی باشد، لازم است (Dwyer & Chulwon, 2003). بدین منظور منابعی مورد بررسی قرار گرفت که مهم‌ترین آن عبارت است از: شاخص رقابت‌پذیری مسافرت و گردشگری (TTCI): این شاخص که توسط WEF معرفی شده است شامل چهار زیر شاخص می‌باشد که عبارت‌اند از (WEF, 2017: xiv):  
 خطامشی سفر و گردشگری و شرایط توانمندی<sup>۲</sup>، منابع طبیعی و فرهنگی<sup>۳</sup>، توانمندی محیط<sup>۴</sup>، زیرساخت<sup>۵</sup>، زیرساخت

- 1 . Travel & Tourism Competitiveness Index
- 2 . T & T Policy and Enabling Conditions
- 3 . Natural and Cultural Resources
- 4 . Enabling Environment
- 5 . Infrastructure

حمل و نقل هوایی، زیرساخت زمینی و آبی، زیرساخت خدمات گردشگری؛ پایایی پرسشنامه برای کل متغیرها ۰/۹۸۹ می‌باشد و از آنجایی که هرچقدر تعداد متغیرها بالاتر باشد احتمال بالا بودن آلفای کرونباخ نیز بیش‌تر است، از این‌رو آلفای کرونباخ برای هر زیرساخت به‌صورت جداگانه مورد آزمون قرار گرفت و پایایی همه متغیرها تأیید شد (بعضی با آلفای بالا و بعضی نیز با کمی اغماض)، برای نشان دادن تأثیرگذاری کلی و جزئی متغیرهای زیرساخت بر رقابت‌پذیری مکانی از مدل تحلیل مسیر استفاده شد.

### محدوده مورد مطالعه

کویر مرنجاب آران و بیدگل در شمال شهرستان آران و بیدگل در استان اصفهان قرار دارد (شکل ۳). این کویر از شمال به دریاچه نمک آران و بیدگل، از غرب به کویر مسیله و دریاچه‌های نمک حوض سلطان و حوض مره، از شرق به کویر بند ریگ و پارک ملی کویر و از جنوب به شهرستان آران و بیدگل محدود می‌شود. امنیت، اعتدال نسبی، تنوع جاذبه‌های گردشگری، تنوع گونه‌های جانوری و پوشش گیاهی مناطق کویری فضای مناسبی را جهت گردشگری و سرمایه‌گذاری در این منطقه فراهم نموده است و گردشگران بسیاری را به این منطقه می‌کشاند. کویر مرنجاب یکی از زیباترین نقاط کویری ایران محسوب می‌شود. تپه‌های شنی بلند و جنگل‌های تاغ جلوه زیبایی به این منطقه بخشیده است. دریاچه نمک آران و بیدگل و جزیره سرگردان از دیگر نقاط دیدنی منطقه محسوب می‌شوند. جاذبه‌ها و توان یا ظرفیت‌های کویر مرنجاب را می‌توان به‌طور کلی به ۵ دسته تقسیم کرد (کردوانی، ۱۳۸۶: ۳۲۶): ورزشی؛ رالی، ماراتن صحرا، بالن‌سواری، دوچرخه‌سواری، شن‌سواری و شترسواری؛ تاریخی؛ کاروان‌سرای مرنجاب (شامل قنات و استخر مرنجاب) و چاه دستکن؛ طبیعی؛ تپه‌های شنی و ریگ‌زار، دریاچه نمک، جزیره سرگردان، جنگل تاغ؛ درمانی؛ شن‌درمانی، آب‌درمانی، پوست‌درمانی و روان‌درمانی؛ پژوهشی؛ نجوم، کانی‌شناسی، جانور و گیاه‌شناسی خاص کویر.

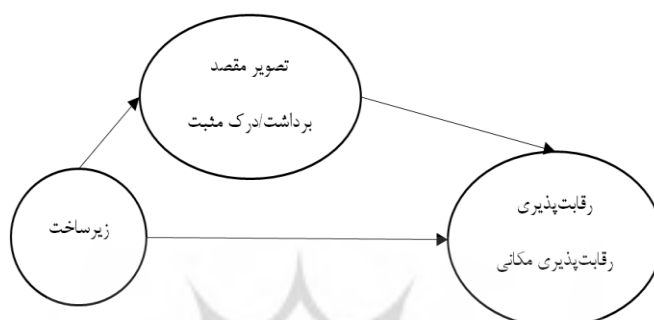


شکل شماره ۱. موقعیت محدوده مورد مطالعه

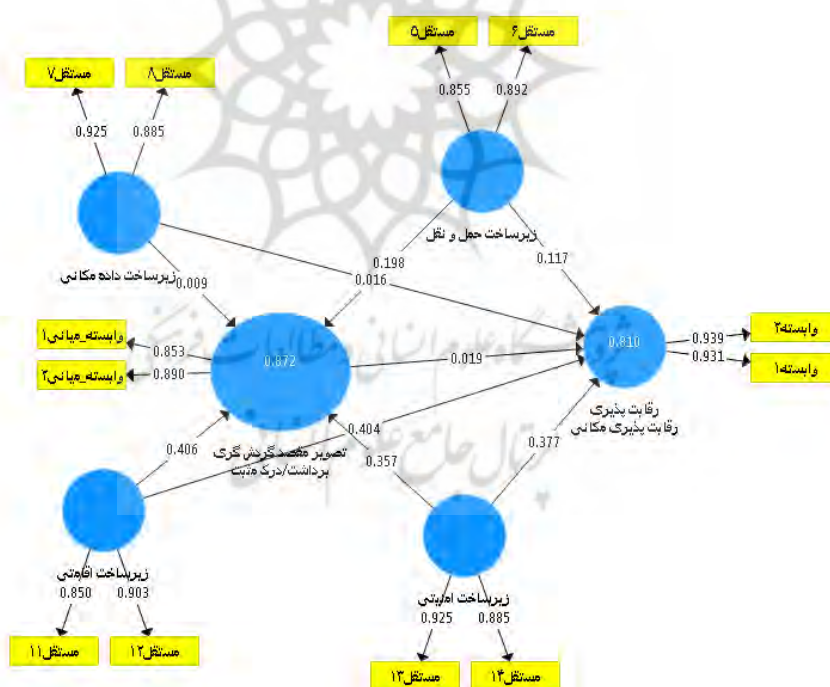
### بحث و یافته‌ها

تعداد ۶۶٪ از پاسخ‌دهندگان زن و ۳۴٪ مرد بوده‌اند. اکثر پاسخ‌دهندگان جوان می‌باشند، تا ۳۵ سال (۴۲٪)، ۳۹٪ در رنج سنی ۳۶ تا ۵۰ سال، و ۱۹٪ بالای ۵۰ سال می‌باشند. در مورد شغل پاسخ‌دهندگان می‌توان گفت که ۴۹٪ کارگزار

گردشگری، ۱۸٪ دارای شرکت حمل و نقل، ۳٪ هتل دار/رستوران دار، ۳۰٪ تحصیل کرده/دانشجوی گردشگری می‌باشند که از منطقه مورد مطالعه اطلاعات در دسترس داشته‌اند. همچنین سطح تحصیلات ایشان عبارت است از: ۳٪ ابتدایی، ۴٪ راهنمایی، ۲۳٪ کارشناسی، ۵۵٪ کارشناسی ارشد و ۵٪ دکتری بوده است. در این پژوهش از نوع مدل دارای متغیر میانی استفاده شده است. رقابت‌پذیری مکانی به‌عنوان متغیر وابسته، تصویر مقصد به‌عنوان متغیر وابسته میانی و زیرساخت‌ها به‌عنوان متغیر مستقل فرض گردید. الگوی علی پیشنهادی روابط بین متغیرهای پژوهش، مدل نظری پیش‌فرض محقق در شکل ۴ و الگوی علی پیشنهادی روابط بین متغیرهای پژوهش، مدل تجربی حاصل از پژوهش که با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS انجام گرفته است، در شکل ۵ دیده می‌شود.



شکل شماره ۴. الگوی علی پیشنهادی روابط بین متغیرهای پژوهش، مدل نظری پیش‌فرض محقق



شکل شماره ۵. الگوی علی پیشنهادی روابط بین متغیرهای پژوهش

هر بیضی نشان‌دهنده یک متغیر پنهان و هر مستطیل نشان‌دهنده یک متغیر قابل مشاهده است. از هر متغیر پنهان (بیضی) به هر متغیر قابل مشاهده (مستطیل) پیکانی وجود دارد که با نماد  $\lambda$  نشان داده می‌شود. به  $\lambda$  وزن‌های عاملی یا بار عاملی گفته می‌شود. طبق گفته کلاین بارهای عاملی بزرگ‌تر از  $0/3$  نشان‌دهنده بااهمیت بودن رابطه است. در این پژوهش کل وزن‌های عاملی به‌دست‌آمده بالای  $0/3$  می‌باشند و نشان از انتخاب درست و صحت متغیرهای قابل مشاهده



می‌باشد. ضریب مسیر نشان از تأثیر یک متغیر بر متغیر دیگر دارد؛ هرچه حجم نمونه بزرگ‌تر باشد، احتمال این‌که ضرایب مسیر معنی‌دار شوند، بیش‌تر است. ضریب مسیر بین دو متغیر پنهان وابسته ( $\beta$ ) و ضریب مسیر بین متغیر پنهان مستقل و وابسته ( $\gamma$ )، از لحاظ مقدار، علامت و معنی‌داری مورد بررسی قرار می‌گیرند و اگر آماده  $t$  در سطح معنی‌داری  $0/05$  از مقدار بحرانی  $1/96$  بزرگ‌تر باشد، ضریب مسیر معنادار است. و در مورد اندازه اثر آن می‌توان گفت که به‌عنوان مثال مقادیر  $0/02$ ،  $0/15$  و  $0/35$  به ترتیب بیانگر اثر ضعیف، متوسط و قوی هستند. از این‌رو:

زیرساخت اقامتی با بتای  $0/406$  دارای ارتباط معناداری با تصویر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) می‌باشد. همچنین زیرساخت اقامتی با بتای  $0/404$  دارای ارتباط معناداری با رقابت‌پذیری (رقابت‌پذیری مکانی) می‌باشد. این زیرساخت در مجموع بالاترین اثر را بر تصویر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) دارد و میزان این اثر یک اثر قوی به شمار می‌رود. زیرساخت امنیتی با بتای  $0/377$  دارای ارتباط معناداری با تصویر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) می‌باشد. همچنین زیرساخت امنیتی با بتای  $0/357$  دارای ارتباط معناداری با رقابت‌پذیری (رقابت‌پذیری مکانی) می‌باشد. زیرساخت امنیتی در مجموع در رتبه دوم از نظر اثرگذاری بر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) قرار دارد و میزان این اثر یک اثر قوی به شمار می‌رود. زیرساخت حمل‌ونقل با بتای  $0/198$  دارای ارتباط معناداری با تصویر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) می‌باشد. همچنین زیرساخت حمل‌ونقل با بتای  $0/117$  دارای ارتباط معناداری با رقابت‌پذیری (رقابت‌پذیری مکانی) می‌باشد. و این زیرساخت در رتبه سوم از لحاظ اثرگذاری بر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) دارد و میزان این اثر یک اثر متوسط به شمار می‌رود. در تحلیل مسیر، برای ارزیابی مدل از آماره  $R^2$  استفاده می‌شود که در داخل بیضی‌ها نشان داده می‌شود. این آماره مقدار واریانس متغیر وابسته را نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل توانسته‌اند آن را تبیین کنند. در واقع،  $R^2$  نشان‌دهنده این است که مدل تا چه اندازه برازنده مجموعه‌ای از داده‌ها است. از این‌رو، هرچقدر مقدار  $R^2$  بالاتر باشد، مدل قوی‌تر است و برعکس مقدار پایین  $R^2$  دلالت بر ضعف مدل دارد که باید مدل دیگری بین متغیرها ساخته بشود که تبیین‌کننده واریانس بیش‌تری باشد. به‌عنوان مثال،  $0/19$ ،  $0/33$  و  $0/67$  به ترتیب ضعیف، متوسط و قابل توجه در نظر گرفته می‌شوند. در پژوهش حاضر، میزان  $R^2$  برای مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) برابر با  $0/872$  و میزان  $R^2$  برای رقابت‌پذیری (رقابت‌پذیری مکانی) برابر با  $0/810$  می‌باشد که نشان از قوی بودن مدل دارد. با استفاده از نرم‌افزار SPSS به آزمون فرضیه (کیفیت زیرساخت‌ها بر رقابت‌پذیری مکانی مقصد تأثیر مثبت می‌گذارند) پرداخته می‌شود. زیرساخت‌هایی که دارای وزن بیش‌تری می‌باشند و همچنین در تحلیل مسیر نیز سنجیده شدند مورد بررسی قرار می‌گیرند، یعنی زیرساخت‌های اقامتی، امنیتی و حمل‌ونقل و نتایج حاصل عبارت‌اند از:

فرضیه اول: ارتباط زیرساخت اقامتی و رقابت‌پذیری مکانی

فرض ۱: کیفیت زیرساخت اقامتی بر رقابت‌پذیری مکانی مقصد تأثیر مثبت می‌گذارد.  $M \leq 3$

فرض ۰: کیفیت زیرساخت اقامتی بر رقابت‌پذیری مکانی مقصد تأثیر مثبت نمی‌گذارد.  $M > 3$

جدول شماره ۰۱. آزمون تی تک نمونه‌ای جهت آزمون فرضیه اول

	ارزش تست*					
	t	df	Sig. (2-tailed)	تفاوت میانگین	سطح اطمینان ۹۵٪	
					بالا	
مستقل ۱۱	۳۱/۴۹۶	۶۶	۰/۰۰۰	۳/۰۱۵	۲/۷۳	۳/۲۹
مستقل ۱۲	۲۴/۱۶۵	۶۶	۰/۰۰۰	۳/۳۵۸	۳/۰۸	۳/۶۴

با توجه به این‌که مقدار  $t$  به‌دست‌آمده ( $21/496$  و  $24/165$ ) از آزمون از مقدار بحرانی  $1/96$  بالاتر است، از این‌رو فرض

صفر رد و فرض ۱ در سطح اطمینان ۰/۹۵٪ و با توجه به این که حد بالای آن بالاتر از عدد ۳ می باشد، در سطح معناداری پذیرفته می شود. از این رو، کیفیت زیرساخت اقامتی بر رقابت مکانی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه دوم: ارتباط زیرساخت امنیتی و رقابت پذیری مکانی

فرض ۱: کیفیت زیرساخت امنیتی بر رقابت پذیری مکانی مقصد تأثیر مثبت می گذارد.  $M \leq 3$

فرض ۰: کیفیت زیرساخت امنیتی بر رقابت پذیری مکانی مقصد تأثیر مثبت نمی گذارد.  $M > 3$

جدول شماره ۲. آزمون تی تک نمونه ای جهت آزمون فرضیه دوم

ارزش تست = ۰						
t	df	Sig. (2-tailed)	تفاوت میانگین	سطح اطمینان ۹۵٪		
				پایین	بالا	
مستقل ۱۳	۲۸/۲۰۳	۶۶	۰/۰۰۰	۳/۴۶۳	۳/۲۲	۳/۷۱
مستقل ۱۴	۲۱/۳۶۴	۶۶	۰/۰۰۰	۲/۹۴۰	۲/۶۷	۳/۲۲

با توجه به این که مقدار t به دست آمده (۲۱/۳۶۴ و ۲۸/۲۰۳) از آزمون از مقدار بحرانی  $+1/96$  بالاتر است، از این رو فرض صفر رد و فرض ۱ در سطح اطمینان ۰/۹۵٪ و با توجه به این که حد بالای آن بالاتر از عدد ۳ می باشد، در سطح معناداری پذیرفته می شود. از این رو کیفیت زیرساخت امنیتی بر رقابت مکانی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه سوم: ارتباط زیرساخت حمل نقل و رقابت پذیری مکانی

فرض ۱: کیفیت زیرساخت حمل و نقل بر رقابت پذیری مکانی مقصد تأثیر مثبت می گذارد.  $M \leq 3$

فرض ۰: کیفیت زیرساخت حمل و نقل بر رقابت پذیری مکانی مقصد تأثیر مثبت نمی گذارد.  $M > 3$

جدول شماره ۳. آزمون تی تک نمونه ای جهت آزمون فرضیه سوم

ارزش تست = ۰						
t	df	Sig. (2-tailed)	تفاوت میانگین	سطح اطمینان ۹۵٪		
				پایین	بالا	
مستقل ۵	۲۱/۲۶۶	۶۶	۰/۰۰۰	۳/۰۰۰	۲/۷۲	۳/۲۸
مستقل ۶	۲۴/۳۰۷	۶۶	۰/۰۰۰	۳/۳۸۸	۳/۱۱	۳/۶۷

با توجه به این که مقدار t به دست آمده از آزمون (۲۴/۳۰۷ و ۲۱/۲۶۶) از مقدار بحرانی  $+1/96$  بالاتر است، از این رو فرض صفر رد و فرض ۱ در سطح اطمینان ۰/۹۵٪ و با توجه به این که حد بالای آن بالاتر از عدد ۳ می باشد، در سطح معناداری پذیرفته می شود. از این رو کیفیت زیرساخت حمل و نقل بر رقابت مکانی تأثیر مثبت دارد.

## نتیجه گیری

با توجه به وزن در نظر گرفته شده برای شاخص ها که توسط صاحب نظران نهایی گردید، با اهمیت ترین آن ها که عبارت اند از: زیرساخت حمل و نقل، زیرساخت داده مکانی و زیرساخت اقامتی و زیرساخت امنیتی، از طریق تحلیل مسیر، که تحلیلی از معادلات ساختاری است و امکان آزمون روابط علی بین دو یا چند متغیر را فراهم می کند مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که زیرساخت اقامتی با بتای ۰/۴۰۶ دارای ارتباط معناداری با تصویر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) می باشد. همچنین این زیرساخت در مجموع بالاترین اثر را بر تصویر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) دارد و میزان این اثر یک اثر قوی به شمار می رود. زیرساخت امنیتی با بتای ۰/۳۷۷ دارای ارتباط

معناداری با تصویر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) می‌باشد. همچنین این زیرساخت در مجموع در رتبه دوم از نظر اثرگذاری بر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) قرار دارد و میزان این اثر یک اثر قوی به شمار می‌رود. زیرساخت حمل‌ونقل با بتای ۰/۱۹۸ دارای ارتباط معناداری با تصویر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) می‌باشد. همچنین این زیرساخت در رتبه سوم از لحاظ اثرگذاری بر مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) دارد و میزان این اثر یک اثر متوسط به شمار می‌رود. در پژوهش حاضر، میزان R2 برای مقصد گردشگری (برداشت/درک مثبت) برابر با ۰/۸۷۲ و میزان R2 برای رقابت‌پذیری (رقابت‌پذیری مکانی) برابر با ۰/۸۱۰ می‌باشد که نشان از قوی بودن مدل دارد. همچنین از آزمون فرضیه‌ها که بر پایه آزمون تی تک نمونه‌ای قرار دارد، به دست آمد که کیفیت زیرساخت اقامتی، امنیتی و حمل‌ونقل بر رقابت مکانی تأثیر مثبت دارد و از این رو فرضیه کلی پژوهش که عبارت است از: کیفیت زیرساخت‌ها بر رقابت‌پذیری مکانی مقصد تأثیر مثبت می‌گذارند، تأیید می‌شود. همچنین هدف اصلی این پژوهش که بررسی علی زیرساخت‌های گردشگری و رقابت مکانی مقصدهای گردشگری در کویر مرجناب می‌باشد، محقق گردید و سؤال مرتبط با پژوهش که عبارت است از: کدام زیرساخت‌های مرتبط با مکان و با چه اولویتی، رقابت‌پذیری مکانی مقصد گردشگری را تعیین می‌کند؟ در طول پژوهش پاسخ داده شد. در مقایسه نتایج این پژوهش با پژوهش‌های پیشین می‌توان گفت نتایج این پژوهش نیز در راستای نتایج چندین پژوهش پیشین مرتبط با گردشگری است که به نامناسب بودن وضعیت زیرساخت‌های گردشگری اشاره داشته‌اند. از جمله می‌توان به گزارش WEF در سال ۲۰۱۳ اشاره کرد که در این گزارش رتبه گردشگری ایران در میان ۱۴۰ کشور، ۹۸ می‌باشد. این گزارش نشان می‌دهد که شرایط بسیار بدی برای زیرساخت‌ها وجود دارد، به طوری که زیرساخت حمل‌ونقل هوایی دارای رتبه ۱۰۲، زیرساخت حمل‌ونقل زمینی دارای رتبه ۷۶، زیرساخت گردشگری دارای رتبه ۱۳۳، زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات دارای رتبه ۹۳ می‌باشند. پیشنهاد پژوهش این است که اولویت‌های بیش‌تری به گردشگری داده شود، به‌ویژه به زیرساخت‌ها، که عامل مهمی در رونق گردشگری می‌باشند و یک ارتباط دوسویه با آن دارند. به این مسئله که عوامل رقابت‌پذیری مکانی به لحاظ تصمیم و اهمیت مختلف هستند و وابسته به مقصد خاص می‌باشند توجه شود و بر اساس آن برنامه‌ریزی صورت پذیرد. به‌عنوان مثال این پژوهش مربوط به گردشگری در کویر مرجناب می‌باشد که ضروری است برنامه‌ریزی مناسبی در جهت تحقق رقابت‌پذیری مکانی این مقصد گردشگری و جذب بیشتر گردشگر صورت بگیرد.

## منابع

- ۱) باینردور، مژگان؛ بگلو، نصرالله؛ علیپور، عباس (۱۳۹۴) مدیریت پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهر بجنورد)، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، بهار ۱۳۹۴، سال ۴، شماره ۱۴، صص. ۱۱۵-۱۳۵.
- ۲) تقوایی، مسعود و صفرآبادی، اعظم (۱۳۹۰) نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری، مطالعه موردی: شهر کرمانشاه، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، تابستان ۱۳۹۰، سال ۱، شماره ۴، صص. ۳۵-۵۲.
- ۳) توحیدلو، معصومه و ضرغام بروجنی، حمید (۱۳۹۰) الگوی مدیریت اثربخش گردشگری، مورد مطالعه: مقصد مذهبی مشهد، فصلنامه مطالعات جهانگردی، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، سال ۷، شماره ۱۶، صص. ۲۵-۵۲.
- ۴) جمعه پور، محمود و نماینده، علی (۱۳۹۱) ارزیابی راهبردی توان‌های اکوتوریستی و ظرفیت برد گردشگری کویر مرجناب کاشان، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، بهار و تابستان ۱۳۹۱، دوره ۱، شماره ۱، صص. ۴۵-۷۱.
- ۵) حسن پور، محمود؛ احمدی، زینب؛ الیاسی، حسن (۱۳۹۰) تعیین ظرفیت پذیرش گردشگری در مناطق کویری و بیابانی ایران نمونه موردی شهداد، مرجناب\_ بند ریگ و مصر\_ فرحزاد، فصلنامه مطالعات گردشگری، دوره ۵، شماره ۱۴، صص. ۱۹۷-۱۷۷.
- ۶) خلیجی، محمدعلی؛ پوراحمد، احمد؛ شهنازپور، احمد (۱۳۹۴) بهره‌گیری از مدل‌های تصمیم‌گیری چند معیاره در ارزیابی قابلیت‌های گردشگری، نمونه موردی استان سمنان، فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ۶ شماره ۲۱، صص. ۵۰-۶۶.

- ۷) دیک، ماین پیتر وان (۱۳۹۳) مدیریت شهری از نظریه تا عمل، اداره شهرها در کشورهای درحال توسعه، ترجمه غلامرضا کاظمیان و حامد رستگار، چاپ اول، تهران: تیسرا.
- ۸) رضوانی، محمدرضا و مرادی، مهرنوش (۱۳۹۱) امکان‌سنجی توسعه گردشگری با رویکرد سیستمی در روستاهای حاشیه کویر میقان اراک، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، زمستان ۱۳۹۱، سال ۱، شماره ۲، صص. ۴۰-۱۵.
- ۹) زیاری، کرامت‌اله؛ جمالی، کیوان؛ صادقی، فرشید (۱۳۹۶) ارائه الگوی توسعه پایدار گردشگری شهری (نمونه موردی: شهر لاهیجان، نشریه گردشگری شهری، زمستان ۱۳۹۶، دوره ۴، شماره ۴، صص. ۷۱-۵۵.
- ۱۰) زیاری، کرامت‌اله؛ فرهادی خواه، حسین؛ آروین، محمود؛ ظفری، مسعود (۱۳۹۷) برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری با محوریت باغات (مطالعه موردی: باغات سنتی شهر قزوین)، نشریه گردشگری شهری، زمستان ۱۳۹۷، دوره ۵، شماره ۴، صص. ۱۷۰-۱۵۳.
- ۱۱) سلامی، ابراهیم بای؛ غلامی، حیدر؛ غلامی، مونا (۱۳۹۰) سیاست‌گذاری اکوتوریسم پایدار در مناطق کویری، فصلنامه مطالعات گردشگری و توسعه، زمستان ۱۳۹۰، دوره ۱، شماره ۱، صص. ۵۸-۳۱.
- ۱۲) سلطانی، ناصر؛ موسوی، میر نجف؛ سلامی، هادی (۱۳۹۲) راهبردهای توسعه گردشگری از دیدگاه ارائه‌کنندگان خدمات با استفاده از مدل‌های دلفی و فرآیند تحلیل شبکه (مطالعه موردی: استان آذربایجان غربی)، فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، تابستان ۱۳۹۲، سال ۳، شماره ۱۲، صص. ۳۹-۱۹.
- ۱۳) صدر موسوی، میر ستار و دخیلی کهنموتی، جواد (۱۳۸۶) ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، مجله پژوهش‌های جغرافیایی، دوره ۳۹، شماره ۶۱، صص. ۱۴۳-۱۲۹.
- ۱۴) ضرابی، اصغر؛ عزیززاده اصل، جبار؛ بهاری، عیسی (۱۳۹۳) تحلیلی بر زیرساخت‌های گردشگری در مقصد اکوتوریستی بند ارومیه با استفاده از روش SWOT، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی، تابستان ۱۳۹۳، سال ۱۸، شماره ۴۸، صص. ۲۱۰-۱۷۷.
- ۱۵) علیقلی زاده فیروزجایی، ناصر؛ رمضان زاده لسبوتی، مهدی؛ اسمعیلی، مجید (۱۳۹۴) عوامل مؤثر در انگیزه گردشگران در انتخاب مقصد گردشگری با تأکید بر جاذبه‌های روستاهای مناطق کویری و بیابانی (مطالعه موردی: نواحی روستایی خور و بیابانک)، فصلنامه جغرافیا، پاییز ۱۳۹۴، سال ۱۳، شماره ۴۶، صص. ۳۲۱-۳۰۱.
- ۱۶) کردوانی، پرویز (۱۳۸۶) کویر (نمک زار) بزرگ مرکزی ایران و مناطق هم‌جوار؛ مسائل، توانمندی‌ها و راه‌های بهره‌برداری، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۱۷) کلانتری، خلیل (۱۳۸۵) پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی با استفاده از نرم‌افزار SPSS، چاپ چهارم، تهران: انتشارات شریف.
- ۱۸) ملک، مرضیه و کلانتری، محسن (۱۳۹۳) تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت ارتباطی و شبکه راه در مناطق کویری ایران (مطالعه موردی: شهرستان خور و بیابانک)، فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، پاییز ۱۳۹۳، سال ۵، شماره ۱۷، صص. ۷۰-۵۳.
- ۱۹) میرحسینی، سید ابوالقاسم و نوجوان، محمدرضا (۱۳۹۳) تدوین مدل استراتژیک و رویکرد توسعه پایدار گردشگری در مناطق کویری با استفاده از ماتریس Space، Swot، Qspm (مطالعه موردی: مناطق کویری استان یزد)، فصلنامه جغرافیایی طبیعی، پاییز ۱۳۹۳، سال ۷، شماره ۲۵، صص. ۱۱۴-۹۹.
- ۲۰) وارثی، حمیدرضا؛ رخشانی نصب، حمیدرضا؛ تقوایی، مسعود (۱۳۸۸) تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر عملکرد آژانس‌های مسافرت هوایی در ایران، فصلنامه برنامه‌ریزی و آمایش فضا، زمستان ۱۳۸۸، دوره ۱۴، شماره ۴، صص. ۱۵۹-۱۳۷.
- 21) Baloglu, S. & McCleary, K. W. (1999) A model of destination image formation, *Annals of Tourism Research*, Vol.26, No.4, pp. 868-897.
- 22) Barroso, C. & Martín, E. & Martín, D. (2007) The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourists' future behavior, *Tourism Management*, Vol.28, No.1, pp.175-187.
- 23) Begg, I. (Ed.) (2002) *Urban Competitiveness: Policies for Dynamic Cities*, Bristol: Policy Press.
- 24) Bigné, J. E. & Sánchez, M. I. & Sánchez, J. (2001) Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship, *Tourism Management*, Vol.22, No.6, pp.607-

- 616.
- 25) Boddy, M. & Parkinson, M. (Eds) (2004) *City Matters: Competitiveness, Cohesion and Urban Governance*, Bristol: Policy Press.
  - 26) Buck, N. & Gordon, I. & Harding, A. & Turok, I. (Eds) (2005) *Changing Cities: Rethinking Urban Competitiveness, Cohesion and Governance*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
  - 27) Buhalis, D. (2000) *Marketing the Competitive Destination of the Future*, *Tourism Management*, Vol. 21, pp.97-116.
  - 28) Chi, C. G. Q. & Qu, H. (2008) Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach, *Tourism Management*, Vol.29, No.4, pp.624-636.
  - 29) Chon, K. S. & Mayer, K. J. (1995) Destination competitiveness models in tourism and their application to Las Vegas, *Journal of Tourism Systems and Quality Management*, Vol.1, No. 2-4, pp. 27-246.
  - 30) Cores, R. (2011) Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations, *Journal of Travel Research*, Vol.50, No.4, pp.431-442.
  - 31) Crouch, G. I. (2011) Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes, *Journal of Travel Research*, Vol.50, No.1, pp.27-45.
  - 32) De Holan, Pablo Martin & Phillips, Nelson (1997) Sun, Sand, and Hard Currency Tourism in Cuba, *Annals of Tourism Research* Vol 24, pp. 777-795.
  - 33) Durand, M. & Madaschi, C. & Terribile, F. (1998) Trends in OECD countries' international competitiveness: The influence of emerging market economies, *Economics Department Working Papers*, No 195, Paris: OECD.
  - 34) Dwyer, L. & Kim, Chulwon. (2003) Destination competitiveness: Determinants and indicators, *Current Issues in Tourism*, Vol.6, No.5, pp.369-414.
  - 35) Dwyer, L. & Forsyth, P. & Rao, P. (2000) The price competitiveness of travel and tourism: A comparison of 19 destinations, *Tourism Management*, Vol.21, No.1, pp.9-22.
  - 36) Echtner, C. M. & Ritchie, J. B. (1991) The meaning and measurement of destination image, *Journal of Tourism Studies*, Vol.2, No.2, pp.2-12.
  - 37) Enright, M. J. & Newton, J. (2004) Tourism destination competitiveness: A quantitative approach, *Tourism Management*, Vol.25, No.6, pp.777-788.
  - 38) Enright, M. J. & Newton, J. (2005) Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality, *Journal of Travel Research*, Vol.43, pp. 339-350.
  - 39) European Commission, Competitiveness Advisory Group (1994). *Enhancing European competitiveness*, 2nd Report to the President of the Commission, OOEPC: Luxembourg.
  - 40) Fagerberg, J. (1988) International competitiveness, *The Economic Journal*, Vol.98, No.391, pp.355-374.
  - 41) Fajnzylber, F. (1988) International competitiveness: Agreed goal, hard task, *CEPAL Review*, Vol.36, pp.7-23.
  - 42) Faulkner, B. & Oppermann, M. & Fredline, E. (1999) Destination competitiveness: an exploratory examination of South Australia's core attractions, *Journal of Vacation Marketing*, Vol.5, No.2, pp.125-139.
  - 43) Gomezelj, D. O. & Mihalič, T. (2008) Destination competitiveness: Applying different models, the case of Slovenia, *Tourism Management*, Vol 29, No2, pp. 294-307.
  - 44) Gooroochurn, N. & Sugiyarto, G. (2005) Competitiveness indicators in the travel and tourism industry, *Tourism Economics*, Vol.11, pp.25-43.
  - 45) Hampton, Mark P. & Haddock-Fraser, Janet. & Chin, Wei Lee. (2015) Destination competitiveness: evidence from Bali, *Current Issues in Tourism*, Vol.20, No.12, pp.1-25.
  - 46) Hassan, S.S. (2000) Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry, *Journal of Travel Research*, Vol. 38, No.3, pp.239-245.
  - 47) His Majesty's Treasury (1983) *International competitiveness*, *Economic Progress Report*, Vol.158, pp. 1-5.

- 48) Hong, W. (2008) Competitiveness in the tourism sector, Heidelberg: Physica-Verlag.
- 49) Hong, W. (2009) Global competitiveness measurement for the tourism sector, Current Issues in Tourism, Vol.12, No.2, pp.105-132.
- 50) Kline, R. B. (1989) Is the Fourth Edition Stanford-Binet a four-factor test? Confirmatory factor analyses of alternative models for ages 2 through 23. Journal of Psychoeducational Assessment, Vol.7, pp. 4-13.
- 51) Kozak, M. & Baloğlu, S. & Bahar, O. (2009) Measuring destination competitiveness: Multiple destinations versus multiple nationalities, Journal of Hospitality Marketing & Management, Vol.19, No.1, pp. 56-71.
- 52) Krugman, P. (1994) Competitiveness: A dangerous obsession, Foreign Affairs, Vol.73, No. 2, pp.28-46.
- 53) Leiper, N. (1979) The framework of tourism: Towards a definition of tourism, Tourist and the Tourist industry, Annals of Tourism Research, Vol.6, No.4, pp.390-407.
- 54) Mazanec, J. A. & Wober, K. & Zins, A. H. (2007) Tourism destination competitiveness: from definition to explanation, Journal of Travel Research, Vol.46, pp. 86-95.
- 55) Mihalic, Tanja (2000) Environmental management of a tourist destination A factor of tourism competitiveness, Tourism Management, Vol.21, pp. 65-78.
- 56) Mill, R. C. & Morrison, A. M. (1992) The tourism system: an introductory text, New Jersey, USA: Prentice Hall International, Englewood Cliffs.
- 57) Nasser, Wafaa (2012) Knowledge Management in Tourism: Policy and Governance Applications, Chapter4, Regional Tourism Competitiveness, A Social Capital Study, Emerald, 432p.

