

رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری

فرا تحلیل کیفی پژوهش‌ها با استفاده از شاخص سه‌گانه بلیکی

محمود ضیائی^{*}، علی دلشاد^۲، محمد تقی تقوی فرد^۱، ابوالفضل تاج‌زاده‌نمین^۴

۱. دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه علامه طباطبائی

۲. دانشجوی دکتری گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی

۳. دانشیار گروه مهندسی صنایع، دانشگاه علامه طباطبائی

۴. دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبائی

(دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۲۱ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۱۸)

Competitiveness of Tourism Destinations: A Qualitative Meta-Analysis of Studies Using Blaikie Triple Index**Mahmoud Ziaee^{*1}, Ali Delshad², Mohammad Taghi Taghavifard³, Abolfazl Tajzadeh Namin⁴**

1. Associate Professor, Department of Geography, Allameh Tabataba'i University

2. Ph.D. Student of Tourism, Allameh Tabataba'i University

3. Associate Professor, Department of Business Management Allameh Tabataba'i University

4. Associate Professor, Department of Industrial Engineering, Allameh Tabataba'i University

(Received: 11/May/2020)

Accepted: 08/Jul/2020)

Abstract

The competitiveness of tourist destinations has a good place in the literature and theoretical foundations of tourism studies, however, in the field of research it is full of inconsistencies and contradictions in terms of concept, measurement and legitimacy. The purpose of this study was to provide a holistic and systematic view of studies in the field of competitiveness of tourism destinations and analysis of previous research in the hierarchy of the scientific paradigm of this field of tourism studies. Therefore, in order to create a deeper understanding of the characteristics, factors and how to measure and improve the competitiveness of tourism destinations, a qualitative meta-analysis method was used to collect and analyze previous researches and Blaikie Triple Index was used to analyze these researches in the hierarchy of the scientific paradigm of tourism competitiveness studies. The results show that in the last two decades, much attention has been paid to the research of tourism destinations competitiveness and to overcome the complexities of this field of tourism studies, researchers have sought to integrate previous models in order to come up with new findings. Other results of this study, which distinguish it from other studies, show that in the hierarchy of the scientific paradigm of this field of tourism studies, 61% of previous studies, after answering the question of what (epistemology), have addressed the issue of why (ontology). Also, a small number of studies related to the competitiveness of tourism destinations (15%) have tried to provide a new model for how to measure the competitiveness of tourist destinations by going through the two levels of what and why (methodology). The final finding of this research is to provide a conceptual framework in which the interaction of factors and variables of competitiveness of tourist destinations with a systemic and holistic perspective is specified.

Keywords: Competitiveness, Tourism Destinations, Qualitative Meta-Analysis, Blaikie Triple Index.

چکیده

رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری اگرچه به‌خوبی در ادبیات و مبانی نظری مطالعات گردشگری جا افتاده است، اما پر از ناسازگاری‌ها و تناقض‌ها در مفهوم، سنجش و مشروعیت آن به‌عنوان یک موضوع پژوهشی است. بر این اساس، هدف این پژوهش، ارائه یک دیدگاه کل‌نگر و سیستماتیک به مطالعات حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری و تحلیل تحقیقات پیشین در سلسله مراتب پارادایم علمی این حوزه از مطالعات گردشگری بوده است. به‌منظور ایجاد فهم و ادراک عمیق از ویژگی‌ها، عوامل و چگونگی سنجش و بهبود رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری، از روش فراتحلیل کیفی برای گردآوری و تجزیه و تحلیل پژوهش‌های پیشین و از شاخص سه‌گانه بلیکی برای تحلیل این پژوهش‌ها در سلسله مراتب پارادایم علمی این حوزه از مطالعات گردشگری استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که در دو دهه اخیر، توجه بسیاری به پژوهش‌های حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری شده است و محققان، برای غلبه بر پیچیدگی‌های این حوزه از مطالعات گردشگری، به روش‌های تلفیقی و تکمیل مدل‌های قبلی با یافته‌های جدید روی آورده‌اند. دیگر نتایج این تحقیق که آن را نسبت به تحقیقات دیگر متمایز می‌کند، نشان می‌دهد که در سلسله مراتب پارادایم علمی این حوزه از مطالعات گردشگری، ۶۱ درصد تحقیقات پس از پاسخ به سوال چیستی، به بحث چرایی پرداخته‌اند. همچنین تعداد اندکی از پژوهش‌های مربوط به رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری (۱۵ درصد) با گذر از دو سطح چیستی و چرایی، سعی کرده‌اند تا الگویی جدید برای چگونگی سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری ارائه دهند. یافته‌های این تحقیق، ارائه چارچوبی مفهومی است که در آن نحوه تعامل عوامل و متغیرهای رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری با دیدگاه سیستمی و کل‌نگر مشخص شده است.

واژه‌های کلیدی: رقابت‌پذیری، مقصدهای گردشگری، فراتحلیل کیفی، شاخص بلیکی.

*Corresponding Author: Mahmoud Ziaee

E-mail: mahmoudziaee@yahoo.com

مقدمه

گردشگری در سطح جهان از سال ۱۹۵۰ تاکنون روند رو به رشدی داشته و به طور روزافزون تبدیل به بازاری بسیار رقابتی شده است. بنابراین همه مقصدهایی که در حوزه گردشگری با یکدیگر رقابت می‌کنند، سهم بازار مشابه و برابری را به دست نمی‌آورند. به نظر می‌رسد، مقصدهای پیشتاز ویژگی‌های متمایزکننده‌ای دارند که بر اساس آن با دیگر مقصدها رقابت می‌کنند. این واقعیت مفهوم رقابت‌پذیری مقصد را از بالاترین اهمیت برخوردار می‌کند (کوچوکالتان و پیرنار،^۱ ۲۰۱۶: ۱). در این فضای سخت و تنگاتنگ رقابتی، رقابت بین مقصدها برای جلب تعداد بیشتر گردشگران و یا جلب رضایت بیشتر آنان از طریق بهبود شاخص‌های رقابت‌پذیری، افزایش مداومی داشته است (گاجدوژیک و همکاران،^۲ ۲۰۱۷: ۵۵). رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری نقش کلیدی در بازاریابی گردشگری به خود اختصاص داده است. اگر یک مقصد خاص موقعیت برجسته‌ای در نزد مشتریان بالقوه خود نداشته باشد، می‌تواند پیامدهای منفی شامل گستره‌ای از رقابت مستقیم فزاینده تا ادراک اشتباه یا متضاد از فرصت‌هایی که توسط مقصد ارائه می‌شود را به همراه خود داشته باشد. برای پایان بخشیدن به این وضعیت، ارزیابی صحیح از رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری ضروری خواهد بود (لوپز و همکاران،^۳ ۲۰۱۸: ۱). علاوه بر این، رقابت بین مقصدهای گردشگری فراتر از رقابت اقتصادی است و باید ابعاد زیست‌محیطی، فناوری، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی را نیز در بر بگیرد. به طور خلاصه، آنچه یک مقصد گردشگری را حقیقتاً رقابتی می‌کند، توانمندی آن در افزایش هزینه‌کرد گردشگری و جذب فزاینده گردشگران به همراه فراهم نمودن تجربیات رضایت‌بخش و خاطره‌انگیز برای آنان است؛ به شکلی که سودآور نیز باشد و بهبود رفاه ساکنان مقصد و حفاظت از سرمایه طبیعی مقصد برای نسل‌های آتی را نیز در نظر بگیرد (ریچی و کراوچ،^۴ ۲۰۰۵: ۲). در نتیجه، می‌توان این ادعا را مطرح کرد که مدیریت رقابت‌پذیرانه مقصدها سخت است، چون رقابت‌پذیری آن‌ها وابسته به عوامل بسیاری است، این عوامل از ساختارها و سامانه‌های پیچیده‌ای برخوردار است که همواره با تعامل با یکدیگر و عوامل متعددی با یکدیگر در تعامل و دائماً در حال

تغییر هستند. به عبارت دیگر، آن‌ها از آمیزه پیچیده‌ای از عوامل کشتی (مانند محصولات، منابع، خدمات)، مجموعه منافع اصلی و مکمل (مانند زیرساخت‌ها) و عوامل رانشی (مانند تصویرهای ذهنی و تجربه‌ای که آنها خلق می‌کنند، اپلیکیشن‌های مدیریت و بازاریابی مقصد و ارزش ادراک شده‌ای که آن‌ها به بازدیدکنندگان ارائه می‌دهند)، تشکیل شده و همه این عوامل فرآیند مدیریت رقابت‌پذیری را پیچیده می‌کنند (کوچوکالتان و پیرنار، ۲۰۱۶: ۱).

در زمینه این که یک مقصد رقابتی باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد، یا چه نتایج و پیامدهایی از یک مقصد رقابتی می‌شود انتظار داشت و یا باید به دنبال دستیابی به چه اهدافی باشد، مولر^۵ (۱۹۹۴) این بحث را مطرح می‌کند که یک مقصد رقابتی باید چهار هدف عمده به نام‌های (۱) بیشینه‌سازی رضایت بازدیدکننده، (۲) بهبود رفاه و آسایش ذهنی ساکنان محلی، (۳) حفاظت از محیط‌زیست محلی و (۴) بهینه‌سازی اثرات اجتماعی-فرهنگی را دنبال کند (گوفی و همکاران،^۶ ۲۰۱۹: ۱۰۵). همچنین بر طبق نظر ریچی و کراوچ (۲۰۰۳)، رقابت‌پذیری مقصد به شش پیامد یا هدف موردانتظار شامل (۱) توانمندی در افزایش درآمدهای گردشگری، (۲) توانمندی در جذب مداوم گردشگران، (۳) فراهم کردن لذت و تجربه/ماجراجویی، (۴) سودآوری، (۵) کسب اطمینان از کیفیت زندگی ساکنان محلی و (۶) حفاظت از محیط طبیعی وابسته است (کوچوکالتان و پیرنار، ۲۰۱۶: ۲). با توجه به موارد فوق، رقابت‌پذیری مفهومی چندبعدی و پیچیده به نظر می‌رسد که عوامل متعددی در آن ایفای نقش می‌کنند، در نتیجه، پیشنهادها و الگوهای متعددی چه در ابزارها و چه در روش‌ها برای سنجش آن ایجاد شده است. در میان این روش‌ها و ابزارها، مدل ریچی و کراوچ (۱۹۹۹؛ ۲۰۰۳)، مدل دویر و کیم^۷ (۲۰۰۳) و شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری (مجمع جهانی اقتصاد، ۲۰۰۷) برجسته‌تر بوده و توسط بسیاری از دیگر محققان به کار برده شده‌اند.

در اواخر دهه ۹۰ میلادی، ریچی و کراوچ مدل خود را در مورد تحلیل رقابت‌پذیری گردشگری ارائه دادند که مدلی مفهومی از رقابت‌پذیری مقصد است. این مدل مفهومی بر چهارچوب مشهور پورتر^۸ (۱۹۹۰) یعنی «الماس رقابت‌پذیری ملی» استوار است، با این تفاوت که به جای تمرکز بر شرکت‌ها

5. Muller
6. Goffi et al.
7. Dwyer & Kim
8. Porter

1. Küçükaltan & Pirnar
2. Gajdošik et al.
3. Lopes et al.
4. Ritchie & Crouch

و سیستماتیک که در آن ضمن دسته‌بندی عوامل رقابت‌پذیری در چارچوب سیستم گردشگری، پیامدهای رقابت‌پذیری، ویژگی‌ها و وجوه مشخصه یک مقصد رقابت‌پذیر نیز مشخص باشد، بی‌بهره است.

یکی دیگر از مهم‌ترین الگوهای سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری، شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری است که توسط مجمع جهانی اقتصاد از سال ۲۰۰۷ گردآوری و منتشر شده است. این شاخص بر سنجش جذابیت یک مقصد برای سرمایه‌گذاری یا توسعه کسب‌وکار در بخش سفر و گردشگری متمرکز است. شاخص فوق، رقابت‌پذیری گردشگری را در سطح کشور با ایجاد شاخصی ترکیبی می‌سنجد. به طور کلی شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری شامل ۴ شاخص اصلی، ۱۴ گروه شاخص و ۹۰ شاخص فرعی است. شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری به دلیل ماهیت فراگیر آن، هم در زمینه گستره متغیرهای تحت پوشش و هم گروه‌بندی یا ابعاد آن، به‌طور گسترده‌ای ستایش می‌شود. با این وجود، به دلیل استفاده از داده‌های گردآوری شده از نظرسنجی‌ها (داده‌های نرم یا کیفی)، وزن‌دهی اختیاری ستون‌ها و شاخص‌ها و سادگی محاسبات آن‌ها، نقدهایی توسط بعضی از محققان به آن وارد شده است. همچنین این شاخص در سطح ملی (مقایسه کشورها) کاربرد داشته است و ممکن است کاربرد این شاخص در سطح منطقه‌ای و محلی مورد تردید باشد. در زمینه نحوه تعامل با داده‌های از دست رفته یا غیرقابل دسترس، وزن‌دهی اختیاری و همبستگی بین متغیرها که ممکن است موجب تخمین بیش از حد یا نتایج ناسازگار شوند، نیز این شاخص سکوت کرده است. بنابراین تحقیقات زیادی در زمینه بهبود روش‌شناختی این شاخص انجام شده است و روش‌های فراگیرتری از جمله رگرسیون خطی تا معادلات گرانژی و استفاده از فنون تصمیم‌سازی چندمعیاره، مانند تاپسیس ارائه شده‌اند. این روش‌ها با توجه به ماهیت چندبعدی رقابت‌پذیری مقصد، امکان سنجش رقابت‌پذیری و مقایسه بین مقصدها و در بعضی موارد سنجش فاصله‌های بین مقصدها در رابطه با رقابت‌پذیری را امکان‌پذیر کرده است (لوپز و همکاران، ۲۰۱۸: ۳-۲).

به‌طور کلی، بررسی پژوهش‌های پیشین مرتبط با رقابت‌پذیری گردشگری نشان می‌دهد که تمرکز عمده این پژوهش‌ها بر توسعه مقصدهای گردشگری با تاکید بر رقابت‌پذیری و کسب مزیت‌های رقابتی در دو زیربخش است. برخی از این پژوهش‌ها و مطالعات، مانند: مدل دکیسرو و

و محصولات، مولفه‌های مختلف شکل‌دهنده سامانه گردشگری در ابعاد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و یا روستاها و زیرساخت‌ها مدنظر قرار گرفته است. مولفه‌های رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری بر اساس مدل تکمیل‌شده رقابت‌پذیری و پایداری که ریچی و کراوچ در سال ۲۰۰۳ ارائه داده‌اند، شامل ۳۶ عامل تعیین‌کننده در پنج مولفه منابع و جاذبه‌های محوری، عوامل و منابع پشتیبان، عوامل کیفی یا تقویت‌کننده و تعیین‌کننده، مدیریت مقصد، و خطامشی و برنامه‌ریزی توسعه مقصد است (فرزین و نادعلی‌پور، ۱۳۸۹: ۴۹-۵۲).

ریچی و کراوچ بر این باور هستند که موفقیت مقصدها وابسته به قدرت رقابت‌پذیری همه بخش‌های صنعت گردشگری است و رقابت‌پذیری بدون پایداری غیر واقعی است و مقصدی رقابتی به‌شمار می‌رود که توسعه گردشگری به غیر از ابعاد اقتصادی و زیست‌محیطی، از نظر اجتماعی-فرهنگی و سیاسی نیز پایدار باشد. موفقیت یک مقصد گردشگری در بلندمدت و دارا بودن توان رقابتی در جذب گردشگران و ارائه خدمات و تجربیات گردشگری به گردشگران وابسته به توازن بین چهار بعد پایداری مکمل یکدیگر شامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است که در تعیین بازارهای هدف و جذب گردشگران، باید به‌صورت هم‌پیوند با یکدیگر مدنظر قرار گیرند (ریچی و کراوچ، ۲۰۰۵: ۲۹-۳۰). مدل ریچی و کراوچ اگرچه چارچوب مفهومی بسیار مناسبی برای تبیین رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری ارائه می‌دهد، اما در سنجش میزان رقابت‌پذیری مقصدها ناتوان نشان می‌دهد و شاخص‌هایی را ارائه نداده است که بر اساس آن بتوان ضمن سنجش و رتبه‌بندی رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری، به ضعف‌ها و قوت‌های مقصدها در عوامل مختلف رقابت‌پذیری و در مقایسه با یکدیگر پی برد.

مدل هم‌پیوند دوبر و کیم (۲۰۰۳) در زمینه رقابت‌پذیری مقصد نیز یکی دیگر از مهم‌ترین و پرکاربردترین مدل‌های تبیین و سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری است. این مدل، تعدادی عامل را نشان می‌دهد که بر رقابت‌پذیری گردشگری تاثیر گذارند. این عوامل به شش دسته شامل منابع موهبتی و منابع خلق‌شده، عوامل و منابع پشتیبان، مدیریت مقصد (دولت و صنعت)، شرایط موقعیتی و شرایط تقاضا تقسیم می‌شوند. این دو محقق ۱۶۲ شاخص نیز برای سنجش این عوامل ارائه داده‌اند (گوفی، ۲۰۱۳: ۲۷-۲۹؛ دوبر و کیم، ۲۰۰۳: ۳۸۰-۴۰۵). مدل دوبر و کیم نیز علی‌رغم جامعیت و ارائه شاخص‌هایی برای سنجش رقابت‌پذیری، از یک دیدگاه کل‌گرا

گردشگری جا افتاده است، اما پر از ناسازگاری‌ها و تناقض‌ها در مفهوم، سنجش و مشروعیت آن به‌عنوان یک موضوع پژوهشی بوده (آبرو نووایس و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۸: ۳۲۴) و پیشنهادهای متعددی چه در ابزارها و چه در روش‌ها برای سنجش این مفهوم چندبعدی و پیچیده ایجاد شده است (لوپز و همکاران، ۲۰۱۸: ۱).

بنابراین، وجود پژوهش‌های چندبعدی و پیچیده در حوزه رقابت‌پذیری، عدم توافقی که در زمینه چگونگی سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری در سطح جهان وجود دارد و وجود تنوع‌ها، تناقض‌ها و ناسازگاری‌ها در مفهوم، سنجش و مشروعیت تحقیقات انجام شده در این حوزه، شکاف و خلاء پژوهشی است که در این تحقیق به عنوان مساله اصلی تحقیق شناسایی شده است. برای پر کردن این کمبود پژوهشی و پاسخگویی به مسئله اصلی تحقیق، ارائه دیدگاهی کل‌نگر و سیستماتیک به مطالعات حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری و تحلیل تحقیقات پیشین در سلسله مراتب پارادایم علمی این حوزه از مطالعات گردشگری به عنوان اهداف این پژوهش انتخاب شده است. بر این اساس، نوآوری تحقیق نسبت به تحقیقات پیشین و مشابه، در داشتن دیدگاهی کل‌نگر و سیستماتیک به مطالعات حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری و تحلیل تحقیقات پیشین در سلسله مراتب پارادایم علمی این حوزه از مطالعات گردشگری، شامل چستی (هستی‌شناسی)، چرایی (معرفت‌شناسی) و چگونگی (روش‌شناسی) است.

داده‌ها و روش کار

در این تحقیق از روش فراتحلیل کیفی برای مطالعه و تحلیل تحقیقات صورت گرفته در زمینه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری استفاده شده است. تمامی منابع مورد استفاده در این پژوهش مقالات علمی-پژوهشی است. در این تحقیق با توجه به وجود پژوهش‌های چندبعدی و پیچیده در حوزه رقابت‌پذیری، عدم توافقی که در زمینه چگونگی سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری در سطح جهان وجود دارد و تنوع تحقیقات انجام شده در این حوزه شامل تحقیقات کمی، کیفی و آمیخته، امکان استفاده از فراتحلیل به شیوه کمی و با تاکید بر تکنیک‌های آمار استنباطی وجود نداشت. بنابراین در این تحقیق از روش فراتحلیل کیفی برای انجام تحقیق استفاده

و نهو^۱ (۱۹۹۴)، مدل رقابت‌پذیری بازار (حسن^۲، ۲۰۰۰)، مدل هیث^۳ (۲۰۰۲)، مدل رقابت‌پذیری و پایداری مقصد گردشگری (ریچی و کراچ، ۲۰۰۰ و ۲۰۰۳)، رقابت‌پذیری مقصد: عوامل تعیین‌کننده و شاخص‌ها (دویر و کیم، ۲۰۰۳)، شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری (مجمع جهانی اقتصاد، ۲۰۰۷)، مدل اومرزل گومزلیچ و میهالیچ^۴ (۲۰۰۸)، مدل پاپ و رافای^۵ (۲۰۱۱)، عوامل تعیین‌کننده رقابت‌پذیری مقصد گردشگری: یک مدل نظری و شواهد تجربی (گوفی، ۲۰۱۳، ۲۰۱۶ و ۲۰۱۹)، مدل رقابت‌پذیری گردشگری در شهر (سیبینسکین و اسنایسکین^۶، ۲۰۱۵)، مدل هم‌پیوند تطبیق‌یافته رقابت‌پذیری مقصد (پوپسکیو و پولوویچ^۷، ۲۰۱۵) و رقابت‌پذیری گردشگری منطقه‌ای با استفاده از رویکرد (روش) پرومته^۸ (لوپز و همکاران، ۲۰۱۸) به شناسایی عوامل کلیدی رقابت‌پذیری مقصد و ارائه مدل‌هایی در این زمینه پرداخته‌اند. دیگر مطالعات این حوزه، مانند فرزین و نادعلی‌پور (۱۳۸۹)، ملکی و سجادیان (۱۳۹۷)، برومند و همکاران (۱۳۹۷)، ملین‌گونزالز و گارسیا فالکون^۹ (۲۰۰۳)، پاررا لوپز و اورجا رودریگز^{۱۰} (۲۰۱۴)، کمپون-سرو و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۷) و دارکولیچ-کواچویچ و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۸) نیز بر جنبه‌های ویژه رقابت‌پذیری مقصد و بررسی موقعیت‌های رقابتی مقصدهای معینی در سراسر جهان تاکید داشته‌اند.

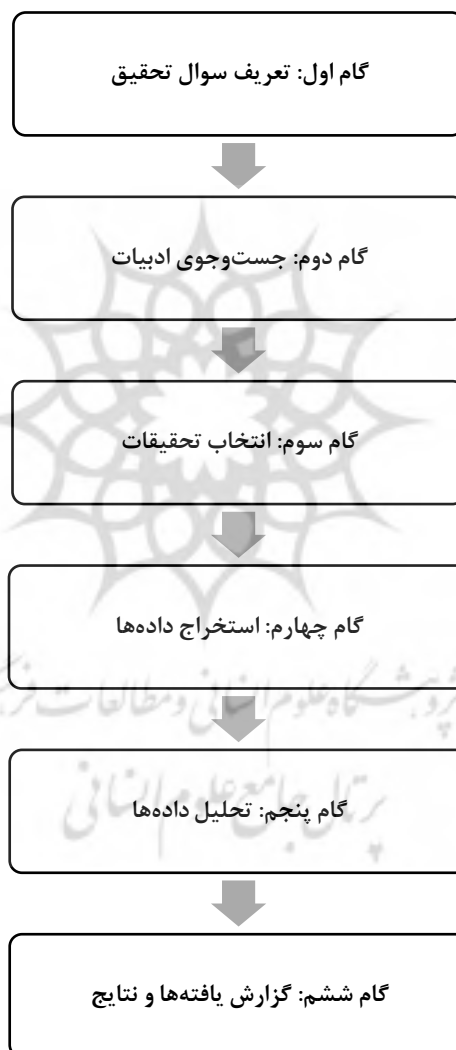
چنین به نظر می‌رسد که تعریف و مدلی که رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری را به صورت یک کل تشریح کند، به‌طور عمومی و در سطح جهان پذیرفته نشده است (کوچوکالتان و پیرنار، ۲۰۱۶: ۱). همچنین عمده مطالعات در این زمینه دیدگاه تک وجهی داشته و توجه کمتری به توسعه یک چارچوب فراگیر که عناصر مختلف تعیین‌کننده جایگاه رقابتی مقصد گردشگری را دربر داشته باشد، شده است. در صورتی که رقابت بر مبنای یک ویژگی یگانه محصول گردشگری نیست و مجموعه هم‌پیوند ویژگی‌ها، منابع، تسهیلات و خدمات مقصد گردشگری باید مدنظر واقع شوند (گوفی، ۲۰۱۳: ۱۴). بر این اساس، اگرچه رقابت‌پذیری مقصد به‌خوبی در ادبیات موضوع

1. De Keyser & Vanhove
2. Hassan
3. Heath
4. Omerzel Gomezelj & Mihalič
5. Papp & Raffay
6. Cibinskiene & Snieskiene
7. Popesku & Pavlović
8. PROMETHEE
9. Melia'n-Gonza'lez & Garcí'a-Falco'n
10. Parra-López & Oreja-Rodríguez
11. Camp'n-Cerro et al.
12. Drakulić Kovačević et al.

چگونگی دسته‌بندی شده است. در حقیقت استفاده از شاخص کیفی بلیکی به نوعی مکمل تحلیل کمی پژوهش‌ها با استفاده از آماره‌های توصیفی است (سلیمی و مکنون، ۱۳۹۷: ۱۳؛ احمدیان دیوکتی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۴). برای پیاده‌سازی فراتحلیل کیفی از روش شش مرحله‌ای چانگ، برنز و کیم^۲ (۲۰۰۶) به شرح شکل ۱ استفاده شده است. البته این روش در مرحله پنجم یا تحلیل داده‌ها، با جرح و تعدیلاتی همراه بوده است و به جای استفاده از مدل‌های آماری کمی اثرات ثابت و اثرات تصادفی، از شاخص سه‌گانه کیفی بلیکی استفاده شده است.

شده است.

این روش با تلفیق دو شیوه کمی و کیفی انجام می‌گیرد. در حقیقت با کاربست شیوه کمی سعی شده است تا با استفاده از آماره‌های توصیفی، شناخت توصیفی از وضعیت موجود تحقیقات مرتبط با رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری انجام شود. همچنین با استفاده از شاخص سه‌گانه بلیکی^۱ (۱۳۸۷) به تحلیل کیفی پژوهش‌های مرتبط با رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری پرداخته شده است. برای استفاده از این شاخص، پژوهش‌ها به لحاظ صوری به سه دسته چستی، چرایی و



شکل ۱. فرآیند شش مرحله‌ای پیاده‌سازی فراتحلیل کیفی

شرح و تفسیر نتایج

گام اول: تعریف پرسش تحقیق

در این مرحله از فراتحلیل به مثابه تحقیقی علمی، نقطه آغازین پژوهش همانا بیان مسأله، طرح سئوالات و فرضیه‌های پژوهشی است. در این مرحله، طرح تحقیق نوشته می‌شود و اهداف تحقیق و متغیرهای مورد علاقه محقق تعیین می‌شود (قربانی‌زاده، ۱۳۹۳: ۳۲). با توجه به پیشینه پژوهشی و شکاف پژوهشی شناسایی شده، هدف این پژوهش، ارائه دیدگاهی کل‌نگر و سیستماتیک به مطالعات حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری و ترکیب تحقیقات پیشین در سلسله مراتب پارادایم علمی این حوزه از مطالعات گردشگری است. بر این اساس پرسش پژوهش این است که چگونه می‌توان تنوع‌ها، تناقض‌ها و ناسازگاری‌ها در مفهوم، سنجش و مشروعیت تحقیقات انجام شده در حوزه رقابت‌پذیری را در یک قالب یا چارچوب کل‌نگر و سیستماتیک برطرف نمود و سلسله مراتب پارادایم علمی این

تحقیقات را مشخص کرد؟

گام دوم: جست‌وجوی ادبیات

جست‌وجوی ادبیات، گام مهمی در فراتحلیل است و اغلب بخش دشوار آن را تشکیل می‌دهد. محقق بایستی پایگاه‌های اطلاعات و منابع علمی معتبر را جست‌وجو کند تا مطمئن شود که جست‌وجوی فراگیر و همه‌جانبه بوده است (قربانی‌زاده، ۱۳۹۳: ۳۲). در این گام، پژوهشگر بر مبنای موضوع و مسأله اصلی پژوهش، واژگان کلیدی را تعیین کرده و در دوره‌های زمانی مشخص به پایگاه‌های اطلاعاتی در دسترس مراجعه می‌کند. قلمرو زمانی این تحقیق، دوره زمانی قبل از شهریور ماه ۱۳۹۸ بوده است و واژگان کلیدی، پایگاه‌های اطلاعاتی و موتورهای جست‌وجو به دو زبان انگلیسی و فارسی به شرح جدول ۱ مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

جدول ۱. واژگان کلیدی، پایگاه‌های اطلاعاتی و موتورهای جست‌وجو مورد استفاده در تحقیق

موتورهای جست‌وجو	پایگاه‌های اطلاعاتی	واژگان کلیدی
Google Google Scholar	Science Direct Emerald Springer Taylor & Francis Wiley SAGE Library Genesis Magiran	Competitiveness Tourism Competitiveness Competitive Destinations Destination Competitiveness Tourism Destination Competitiveness رقابت‌پذیری رقابت‌پذیری گردشگری مقصدهای رقابت‌پذیر/رقابتی رقابت‌پذیری مقصد رقابت‌پذیری مقصد گردشگری

گام سوم: انتخاب تحقیقات

تمامی تحقیقات بالقوه مرتبط با موضوع پژوهشی بایستی برای تصمیم‌گیری مورد بررسی قرار گیرد تا در نتیجه مشخص شود که کدام تحقیق وارد مطالعه شود و کدام یک از آنها از فرآیند مطالعه خارج شود (قربانی‌زاده، ۱۳۹۳: ۳۳). عملکرد کلیدی این گام، تعیین این مهم است که چه مطالعاتی در چارچوب موضوع تحقیق هستند و چه ویژگی‌هایی در ارزیابی باید مدنظر قرار گیرند. این گام شامل توسعه ابزارهایی برای تعیین مشابهت‌های مطالعات با استفاده از پارامترهای مقایسه‌ای، مانند اهداف پژوهش‌ها، سئوالات پژوهش، فنون گردآوری داده، تحلیل داده و نوع یافته‌های ارائه شده است (اروین و

همکاران^۱، ۲۰۱۱: ۱۹۲-۱۹۳). در این پژوهش با اقتباس از الگوی سامرز^۲ (۲۰۰۸)، سه معیار برای ارزیابی قرارگیری مقالات در حوزه پژوهش به شرح زیر تعیین شد:

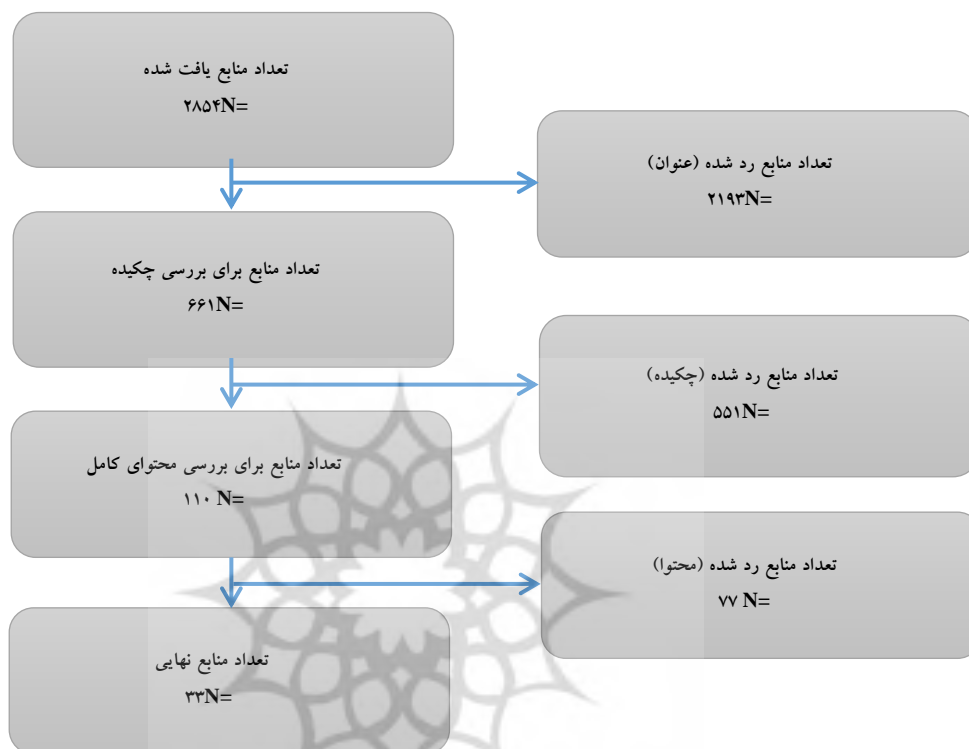
۱- آیا موضوع مطالعه به رقابت‌پذیری و گردشگری مرتبط است (عنوان تحقیق)؟

۲- آیا مطالعه بر به‌کارگیری مفهوم رقابت‌پذیری در گردشگری تمرکز کرده است (چکیده تحقیق)؟

1. Erwin et al.
2. Summers

می‌دهد. در این فرآیند به ترتیب عنوان، چکیده و محتوای منابع مبنای غربال‌گری در مراحل سه‌گانه بوده است. پس از بررسی عناوین، چکیده و سپس محتوای منابع، تعداد ۳۳ منبع به منظور بررسی محتوایی در گام بعدی انتخاب شدند.

۳- آیا یافته‌های مطالعه به چپستی و/یا چرایبی و/یا چگونگی رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری اشاره کرده است (محتوای مقاله)؟
با توجه به معیارهای فوق، بررسی اولیه منابع و غربال‌گری آن‌ها صورت گرفت. نمودار ۲، فرآیند غربال‌گری منابع را نشان



شکل ۲. فرآیند انتخاب مقالات

به ماهیت و هدف تحقیق، داده‌ها در شاخص‌های منتخب سه بعد انتشار، روش‌شناسی و جامعیت در ادامه ارائه می‌شوند.

• بعد انتشار

در بعد انتشار به بررسی شاخص‌های دوره زمانی تحقیق، توزیع جغرافیایی پژوهش‌ها و نویسندگان و توزیع پژوهش‌ها بر اساس منبع انتشار پرداخته شده است. در شاخص بازه زمانی، معیار تاریخ انتشار بوده است. در جدول ۲، فراوانی تعداد منابع به تفکیک سال‌ها ارائه شده است. بر اساس اطلاعات این جدول، در سال ۲۰۱۸ بیشترین میزان تحقیقات در حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری انجام شده است. سال‌های ۲۰۱۷، ۲۰۱۵، ۲۰۱۴ و ۲۰۰۳ به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

گام چهارم: استخراج داده‌ها

در این گام از فراتحلیل، داده‌هایی که باید استخراج شوند با توجه به مواردی، مانند میزان اهمیت متغیرها، اولویت متغیرها از نظر محقق و نیز یافته‌های مطالعات تعیین می‌شوند. با این وجود داده‌های استخراجی باید سه بعد انتشار، روش‌شناسی و جامعیت را در بر بگیرد. بعد انتشار شامل داده‌های مربوط به سال انتشار، نویسنده، نوع انتشار، توزیع جغرافیایی حوزه پژوهش و جنسیت است. بعد روش‌شناسی به مباحثی همچون روش گردآوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات، متغیرهای تحقیق، حجم نمونه، روش نمونه‌گیری، روایی، پایایی و ... می‌پردازد. بعد جامعیت نیز مواردی چون صراحت پژوهش، تعریف دستورالعمل، میزان سنجش ابعاد موضوع، مدل‌های مورد استفاده و ... را پوشش می‌دهد (قربانی‌زاده، ۱۳۹۳: ۳۵). با توجه

جدول ۲. فراوانی تعداد منابع بر اساس سال انتشار

دوره زمانی	فراوانی	درصد فراوانی	دوره زمانی	فراوانی	درصد فراوانی
۲۰۰۳	۳	۰/۰۹	۲۰۱۴	۳	۰/۰۹
۲۰۰۴	۱	۰/۰۳	۲۰۱۵	۳	۰/۰۹
۲۰۰۷	۱	۰/۰۳	۲۰۱۶	۲	۰/۰۶
۲۰۱۰	۱	۰/۰۳	۲۰۱۷	۵	۰/۱۵
۲۰۱۱	۱	۰/۰۳	۲۰۱۸	۸	۰/۲۴
۲۰۱۲	۱	۰/۰۳	۲۰۱۹	۲	۰/۰۶
۲۰۱۳	۲	۰/۰۶	کل	۳۳	۱۰۰

گردشگری به ترتیب مربوط به کشورهای پرتغال، استرالیا، صربستان، اسپانیا، ایالات متحده و ایتالیا بوده‌اند. در ایران نیز تحقیقات زیادی در این حوزه از مطالعات گردشگری صورت گرفته است.

توزیع جغرافیایی نویسندگان و پژوهش‌ها در جدول ۳ نشان داده شده است. بر این اساس می‌توان مشاهده کرد که نویسندگان و پژوهش‌های مرتبط با رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری از کدام دانشگاه، سازمان و یا کشور بوده‌اند. عمده تحقیقات بین‌المللی در حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای

جدول ۳. توزیع جغرافیایی نویسندگان پژوهش‌های مرتبط با رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری بر اساس دانشگاه و کشور

نام دانشگاه/سازمان/کشور	تعداد نویسندگان	نام دانشگاه/سازمان/کشور	تعداد نویسندگان
دانشگاه گریفیت/استرالیا	۳	دانشگاه اکستریمادورا/اسپانیا	۱
دانشگاه کوئینزلند/استرالیا	۳	دانشگاه نیوساوت ولز/استرالیا	۱
دانشگاه کراس ساوترن/استرالیا	۱	دانشگاه وسترن سیدنی/استرالیا	۱
دانشگاه کاناس/ایتوانی	۱	دانشگاه کیونگ هی/کره جنوبی	۲
دانشگاه ماتج‌بل/اسلواکی	۳	دانشگاه پلی تکنیک مارچه/ایتالیا	۲
دانشگاه کریستیانیا/نروژ	۱	دانشگاه پانونیا/مجارستان	۲
دانشگاه دوکوز ایلول/ترکیه	۲	دانشگاه سینگیدونام/صربستان	۲
دانشگاه ریرسون/کانادا	۱	دانشگاه نوی ساد/صربستان	۵
دانشگاه جرج واشینگتن/ایالات متحده آمریکا	۲	دانشگاه لیسبون/پرتغال	۸
دانشگاه ممفیس/ایالات متحده آمریکا	۲	دانشگاه بیرا اینتریر/پرتغال	۲
دانشگاه پلی تکنیک/هنگ کنگ	۱	دانشگاه پالمو/ایتالیا	۱
دانشگاه آزاد بوزن-بولزانو/ایتالیا	۱	دانشگاه زاید/امارات متحده عربی	۱
دانشگاه علم و فناوری/کویت	۱	دانشگاه پالم بیچ آتلانتیک/ایالات متحده آمریکا	۱
دانشگاه کالگری/کانادا	۱	دانشگاه لا تروب/استرالیا	۱
دانشگاه پلی تکنیک پورتو/پرتغال	۱	دانشگاه مالاگا/اسپانیا	۲
دانشگاه لاس پالماس گراند کاناریا/اسپانیا	۴	دانشگاه لا لاگونا تنریف/اسپانیا	۲
مدرسه اقتصاد کاتوویک/لهستان	۱	موسسه فناوری هاربین/چین	۱
دانشگاه ملی چپایی/تایوان	۱	مجمع جهانی اقتصاد	۱
دانشگاه لرستان/ایران	۱	دانشگاه اصفهان/ایران	۳
دانشگاه علم و فرهنگ/ایران	۲	دانشگاه آزاد اسلامی سمنان/ایران	۴
دانشگاه فردوسی مشهد/ایران	۲	دانشگاه علامه طباطبایی/ایران	۴
دانشگاه شهیدچمران/ایران	۲		

جنگ‌های پژوهش گردشگری در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. در حوزه پژوهش‌های داخلی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، بیشترین تعداد مقاله‌های مرتبط با رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری را به خود اختصاص داده است.

جدول ۴، توزیع پژوهش‌ها را بر اساس منبع انتشار نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات این جدول، عمده تحقیقات مرتبط با رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری در سطح بین‌المللی در مجله بازاریابی و مدیریت مقصد منتشر شده است. مجله‌های مدیریت گردشگری، چشم‌اندازهای مدیریت گردشگری و

جدول ۴. توزیع پژوهش‌های مرتبط با رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری بر اساس منبع انتشار

تعداد	نام منبع	تعداد	نام منبع
۱	Journal of Tourism and Society Yearbook	۳	Journal of Tourism Management
۱	Journal of Cleaner Production	۵	Journal of Destination Marketing & Management
۱	Munich Personal RePEc Archive	۱	20th International Scientific Conference Economics and Management
۲	Journal of Annals of Tourism Research	۱	Journal of Current Issues in Tourism
۱	Journal of studies and research in human geography	۱	Journal of Tourism Analysis
۱	Singidunum International Tourism Conference	۲	Journal of Tourism Management Perspectives
۱	Journal of Social and Behavioral Sciences	۱	PhD Thesis
۱	Journal of Business Research	۱	CABI Publishing
۱	World Economic Forum	۱	Journal of Technological Forecasting & Social Change
۱	فصلنامه تحقیقات بازاریابی	۲	فصلنامه گردشگری و توسعه
۱	فصلنامه جغرافیا و توسعه	۳	فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری

- بعد روش‌شناسی در بعد روش‌شناسی با توجه به جامعیت شاخص روش گردآوری و تحلیل اطلاعات شامل کمی، کیفی و آمیخته که دربردارنده اطلاعات مهم روش‌شناختی است، وضعیت تحقیقات حوزه
- رقابت‌پذیری با استفاده از این شاخص در جدول ۵ ارائه شده است. عمده تحقیقات (۵۸ درصد) حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری با استفاده از روش‌های آمیخته یا کمی-کیفی صورت گرفته است.

جدول ۵. توزیع پژوهش‌ها بر اساس روش گردآوری و تحلیل اطلاعات

روش پژوهش	کمی	کیفی	آمیخته
تعداد	۸	۶	۱۹
درصد فراوانی	۰/۲۴	۰/۱۸	۰/۵۸

- بعد جامعیت در بعد جامعیت، شاخص مدل‌های مورد استفاده برای سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری بررسی شده است. نتایج حاصل (جدول ۶) نشان می‌دهد که عمده تحقیقات (۶۱ درصد) از تلفیق مدل‌های مختلف در زمینه رقابت‌پذیری یا تکمیل مدل‌های قبلی با یافته‌های جدید برای تشریح، تحلیل و سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری استفاده کرده‌اند.
- بعد جامعیت، شاخص مدل‌های مورد استفاده برای سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری بررسی شده است. نتایج حاصل (جدول ۶) نشان می‌دهد که عمده تحقیقات (۶۱ درصد) از تلفیق مدل‌های مختلف در زمینه رقابت‌پذیری یا تکمیل مدل‌های قبلی با یافته‌های جدید برای تشریح، تحلیل و سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری استفاده کرده‌اند.

جدول ۶. توزیع پژوهش‌ها بر اساس مدل سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری

مدل سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری	ارائه مدل جدید	کاربرد مدل‌های قبلی در مورد مطالعه‌های جدید	تلفیق مدل‌ها با یکدیگر یا با یافته‌های تحقیق
تعداد	۴	۹	۲۰
درصد فراوانی	۰/۱۲	۰/۲۷	۰/۶۱

گام پنجم: تحلیل داده‌ها (با استفاده از شاخص کیفی بلیکی) در تحلیل داده‌ها بایستی به این نکته مهم توجه کرد که شواهد و مدارک بایستی تحلیل شوند، نه دیدگاه نویسندگان پیرامون آن شواهد و باید با نگاه عینی به دنبال تجمع دانشی بود که در میان مطالعات پیشین وجود دارد (اورتگا، ۲۰۱۱؛ به نقل از قربانی‌زاده، ۱۳۹۳: ۳۵). تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های کمی (مدل‌های آماری)، مانند مدل اثرات ثابت و مدل اثرات تصادفی و روش‌های کیفی، مانند کدگذاری و شاخص‌های کیفی استفاده می‌شود. در این مرحله از فراتحلیل با توجه به مساله اصلی و هدف تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از شاخص کیفی سه‌گانه بلیکی استفاده شده است. بر اساس شاخص سه‌گانه

بلیکی، سوال‌های پژوهشی را می‌توان از لحاظ صوری به سه دسته چپستی، چرایی و چگونگی طبقه‌بندی کرد. در جدول ۷، به تعداد پژوهش‌ها در هر یک از سطوح چپستی، چرایی و چگونگی اشاره شده است. بررسی پژوهش‌های منتخب نشان می‌دهد که اگرچه تمام پژوهش‌ها از سطح اول سوال‌ها، یعنی چپستی استفاده کرده‌اند، اما عمده پژوهش‌های حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری (۲۰ پژوهش) به سطح چرایی نیز پرداخته و تعداد کمی از پژوهش‌ها (۵ پژوهش) موفق به طرح سوالات سطح چگونگی شده و نتایج قابل اتکا و موثقی در این زمینه ارائه کرده‌اند. در ادامه به بررسی پژوهش‌ها بر اساس سه دسته چپستی، چرایی و چگونگی پرداخته می‌شود.

جدول ۷. توزیع پژوهش‌ها بر اساس سطوح چپستی، چرایی و چگونگی

سطح تحلیل پژوهش	چپستی	چرایی	چگونگی
تعداد	۸	۲۰	۵
درصد فراوانی	۰/۲۴	۰/۶۱	۰/۱۵

• پژوهش‌های سطح چپستی بخشی از تحقیقات صورت گرفته در زمینه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری عمدتاً به سوالات چپستی رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری پاسخ داده‌اند و ماهیت و چپستی رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری را بررسی کرده‌اند. این تحقیقات در نهایت در زمینه اینکه یک مقصد رقابتی باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد و یا چه نتایج و پیامدهایی از یک مقصد رقابتی می‌شود انتظار داشت و یا باید به دنبال دستیابی به چه اهدافی باشد، به بحث پرداخته‌اند. این تحقیقات مدعی هستند که مدیریت رقابت‌پذیرانه مقصدها سخت است، چون رقابت‌پذیری آن‌ها وابسته به عوامل بسیاری است، ساختارها و سامانه‌های پیچیده‌ای دارد و عوامل متعددی با یکدیگر تعامل کرده و دائماً در حال تغییر هستند. از منظر این تحقیقات،

رقابت‌پذیری آمیزه پیچیده‌ای از عوامل کششی (مانند محصولات، منابع، خدمات)، مجموعه منافع اصلی و مکمل (مانند زیرساخت‌ها) و عوامل رانشی (مانند تصویرهای ذهنی و تجربه‌ای که آنها خلق می‌کنند، اپلیکیشن‌های مدیریت و بازاریابی مقصد و ارزش ادراک شده‌ای که آنها به بازدیدکنندگان ارائه می‌دهند) تشکیل شده و همه این عوامل فرآیند مدیریت رقابت‌پذیری را پیچیده می‌کنند. این تحقیقات بر این باور هستند که تعریف و مدلی که رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری را به صورت یک کل بسنجد، به‌طور عمومی و در سطح جهان پذیرفته نشده است. از جمله این تحقیقات می‌توان به مقصد رقابتی، دیدگاه گردشگری پایدار (ریچی و کراوچ، ۲۰۰۳)، برنامه‌ریزی فضایی و گردشگری پایدار به‌عنوان بنیانی برای توسعه مقصدهای گردشگری

رقابتی (ریستسکیا و همکاران^۱، ۲۰۱۲)، ارزیابی نهادی از سه مقصد گردشگری محلی در مراحل مختلف فرآیند دگرگونی (مکلنن و همکاران^۲، ۲۰۱۴)، همکاری بین مقصدی: شکل‌ها، تسهیل‌کنندگان و بازدارندگان (زملآ^۳، ۲۰۱۴)، رفتار شبکه‌ای به‌عنوان نیروی پیشران جریان‌ات گردشگری (هونگ و همکاران، ۲۰۱۵)، ارائه الگوی مفهومی رقابت‌پذیری مقصد گردشگری در چارچوب توسعه پایدار (ایمانی خوشخو و نادعلی‌پور، ۱۳۹۵)، ساختار مقصدی بازبینی شده از دیدگاه مدل‌های جامعه و شرکت (گاجدوزیک و همکاران، ۲۰۱۷) و رقابت‌پذیری گردشگری: یک مطالعه پدیدارشناختی (آبرو نووایس و همکاران، ۲۰۱۸) اشاره کرد.

• پژوهش‌های سطح چرایی عمده تحقیقات حوزه رقابت‌پذیری گردشگری پس از پاسخ به سوال چستی، به مبحث چرایی پرداخته‌اند. این پژوهش‌ها به شناسایی ضرورت و اهمیت رقابت‌پذیری مقصد پرداخته و اثرات ناشی از رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری را بررسی کرده‌اند. در این پژوهش‌ها سعی شده است، پدیده رقابت‌پذیری از سطح مفهوم فراتر رفته و جنبه عملیاتی یابد، اما عمده آنها در این زمینه دیدگاه تک وجهی داشته و نتوانسته‌اند چارچوب فراگیری را توسعه دهند که عناصر مختلف تعیین‌کننده جایگاه رقابتی مقصد گردشگری را دربر داشته باشد. در صورتی که رقابت بر مبنای یک ویژگی یگانه محصول گردشگری نیست و مجموعه هم‌پیوند ویژگی‌ها، منابع، تسهیلات و خدمات مقصد گردشگری باید مدنظر واقع شوند. از جمله مهم‌ترین این تحقیقات می‌توان به رقابت‌پذیری مقصد: عوامل تعیین‌کننده و شاخص‌ها (دویر و کیم، ۲۰۰۳)، توانمندی رقابتی گردشگری در مقصدها (ملین-گونزالز و گارسیا فالکون، ۲۰۰۳)، ویژگی‌های رقابت‌پذیری مقصد با استفاده از تحلیل عاملی (دویر و همکاران، ۲۰۰۴)، شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری (مجمع جهانی اقتصاد، ۲۰۰۷)، عوامل موثر بر رقابت‌پذیری گردشگری کشورهای سوسیالیستی سابق (پاپ و رافای، ۲۰۱۱)، عوامل موثر بر مزیت رقابتی مقصدهای گردشگری در ایران (فرزین و نادعلی‌پور، ۱۳۸۹)، ارزیابی رقابت‌مندی مناطق گردشگری یک مقصد جزیره‌ای (پاررا-لوپز و اورجا-رودریگز، ۲۰۱۴)، ارزیابی کیفیت مدیریت مقصد گردشگری از

دیدگاه مزیت رقابتی (نادعلی‌پور، ۱۳۹۲)، مدل رقابت‌پذیری گردشگری در شهر (سیببسنسکین و اسنایسکین، ۲۰۱۵)، مدل هم‌پیوند تطبیق‌یافته رقابت‌پذیری مقصد (پوپسکیو و پاولوویچ، ۲۰۱۵)، عوامل رقابت‌پذیری مقصد گردشگری و تاثیر بر کیفیت زندگی ساکنان (کوچوکالتان و پیرنار، ۲۰۱۶)، بهبود پایدار رقابت‌پذیری در مقصدهای گردشگری روستایی (کمپون-سرو و همکاران، ۲۰۱۷)، یک روش‌شناسی برای تحلیل تطبیقی پیشنهادات اقامتی مقصدهای گردشگری بر مبنای بازدهی‌های برخط مشتریان (رودریگز-دیز و اسپینو-رودریگز^۴، ۲۰۱۷)، رقابت‌پذیری مقصد و توسعه گردشگری در روسیه: موضوعات و چالش‌ها (آندرئادس و دیمانش، ۲۰۱۷)، قابلیت کاربرد مدل رقابت‌پذیری مقصد در زمینه توسعه راهبردی گردشگری مقصدهای کوچک در منطقه بنات جنوبی (دارکولبیچ-کواچویچ و همکاران، ۲۰۱۸) رقابت‌پذیری مقصد گردشگری: تحلیل اهمیت- عملکرد (فرزین و همکاران، ۱۳۹۷)، آسیب‌شناسی کیفیت رقابت‌آمیز مدیریت مقصد گردشگری کویر، مطالعه موردی: کویر شهداد کرمان (ملکی و سجادیان، ۱۳۹۷)، توسعه مدل بومی سنجش رقابت‌پذیری گردشگری مقاصد گردشگری ایران (برومند و همکاران، ۱۳۹۷)، ارزیابی و تحلیل جایگاه برند گردشگری استان فارس بر پایه هویت رقابت‌پذیری ملی (خاکپور و همکاران، ۱۳۹۷) و رقابت‌پذیری گردشگری امارات متحده عربی: دیدگاه کسب‌وکار (مایکل و همکاران^۵، ۲۰۱۹) اشاره کرد.

• پژوهش‌های سطح چگونگی

تعداد اندکی از پژوهش‌های مربوط به رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری با گذر از دو سطح چستی و چرایی، سعی کرده‌اند تا دامنه پژوهش خود را گسترش داده و با تلفیق مدل‌ها و در نظر گرفتن شرایط محیطی، الگویی جدید برای چگونگی سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری ارائه دهند که ضمن در نظر گرفتن پیچیدگی و تعامل عوامل مختلف در بهبود رقابت‌پذیری، قابلیت سنجش بر اساس دو اصل سهولت سنجش و نیز استفاده از روش‌های ترکیبی سنجش برای حصول اطمینان از صحت و درستی نتایج را بهبود دهند. پژوهش‌های گوفی (۲۰۱۳)، مندولا و ولو^۶ (۲۰۱۷)، لوپز و همکاران (۲۰۱۸)، کارایانیس و همکاران^۷ (۲۰۱۸) و گوفی و

4. Rodríguez-Díaz & Espino-Rodríguez

5. Michael et al.

6. Mendola & Volo

7. Carayannis et al.

1. Risteskia et al.

2. McLennan et al.

3. Zemla

«رقابت‌پذیری گردشگری منطقه‌ای با استفاده از رویکرد (روش) پرومته» پرداختند. از نظر این محققان، رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری موضوع کلیدی است که مقصدها را قادر می‌سازد تا از موقعیت خود نسبت به رقبایشان آگاه شوند. اهداف این تحقیق شامل چگونگی سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری در سطح منطقه‌ای، نشان دادن سودمند بودن استفاده از فنون چندمعیاره برای سنجش رقابت‌پذیری و کاربرد روش‌های پرومته و گایا با استفاده از شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری مجمع جهانی اقتصاد در زمینه مطالعه رقابت‌پذیری هشت مقصد گردشگری واقع در منطقه شمالی پرتغال بوده‌اند. نتایج این تحلیل، قوت‌ها و ضعف‌های مقایسه‌ای مقصدها را نشان می‌دهد و به آنها این اجازه را می‌دهد که علاوه بر تعیین رقبای حقیقی خود، دیگر مقصدهای مشابه خود را نیز شناسایی کنند.

کارایانیس و همکاران (۲۰۱۸) با استفاده از نقشه‌برداری شناختی^۱ و تحلیل تصمیم‌گیری چندمترتیره^۲ به توسعه یک شاخص ارزیابی اجتماعی-فنی را برای رقابت‌پذیری مقصد گردشگری پرداختند. در این تحقیق با ترکیب فنون دانش‌بنیان و تجربه‌بنیان (مانند: نقشه‌برداری شناختی و سنجش جذابیت با استفاده از فن ارزیابی مقوله‌بنیاد (مکبث^۳)) دیدگاهی اجتماعی-فنی دنبال شده و خلق یک شاخص ارزیابی مداوم مقصدهای گردشگری به‌عنوان سنجه رقابت‌پذیری آنها هدف‌گذاری شده است. بر اساس مفهوم کاربرد در دنیای واقعی، نتایج حاصل از این مرحله تحقیق توسط پانل خبرگان و رئیس یکی از بزرگترین دفاتر خدمات مسافرتی فعال در پرتغال اعتبارسنجی و این موضوع نشان داده شد که با استفاده از نقشه‌برداری شناختی، روابط علی و معلولی بین عوامل تعیین‌کننده، رقابت‌پذیری مقصد گردشگری بهتر شناخته می‌شود، در حالی که فن ارزیابی مقوله‌بنیاد مکبث، واقع‌گرایی را به محاسبه معاملات مربوطه وارد می‌کند.

در نهایت گوفی و همکاران (۲۰۱۹) پژوهشی در زمینه «پروورش رقابت‌پذیری مقصد گردشگری در کشورهای در حال توسعه: نقش پایداری» را ارائه دادند. این تحقیق با هدف آزمون تاثیر پایداری بر رقابت‌پذیری مقصد گردشگری در کشورهای در حال توسعه طراحی گردید. مطالعه موردی این تحقیق، کشور برزیل بود که توانمندی عظیم و بهره‌برداری نشده برای

همکاران (۲۰۱۹) تحقیقاتی هستند که به چگونگی رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری پرداخته‌اند. در ادامه به تشریح مختصر هریک از این پژوهش‌ها پرداخته می‌شود.

گوفی (۲۰۱۳) در پژوهشی تحت عنوان «عوامل تعیین‌کننده رقابت‌پذیری مقصد گردشگری: یک مدل نظری و شواهد تجربی» به گسترش مدل ریچی و کراوچ پرداخت و آن را با استفاده از مجموعه داده‌های ۶۱۰ مقصد عالی کوچک و متوسط کشور ایتالیا به کار برد. این محقق از رویکرد دوبر، لیویک و ملور (۲۰۰۳) در تعریف فهرست شاخص‌ها استفاده کرد تا مدل خود را عملیاتی کند. مدل ارائه شده در این تحقیق، از دو سطح عوامل عمومی و پشتیبان و عوامل خاص عرضه و تقاضا و ۷ دسته عامل تشکیل شده است. عوامل عمومی یا فعالیت‌ها و منابع پشتیبان شامل چهار دسته زیرساخت‌های عمومی، عوامل وضعیتی و پشتیبان، سیاست، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری و مدیریت مقصد هستند. دو دسته منابع اصلی و جذابیت‌های کلیدی و خدمات گردشگری نیز در زمره عوامل خاص عرضه یا فعالیت‌ها و منابع اصلی قرار دارند. برای سنجش این ۷ دسته عامل، شاخص‌های ۶۴ گانه منتخبی طراحی شد.

مندولا و ولو (۲۰۱۷) به پژوهش در زمینه «ساخت شاخص‌های ترکیبی در مطالعات گردشگری: سنجش‌ها و کاربردها در رقابت‌پذیری مقصد گردشگری» پرداختند. از نظر آنان شاخص‌های ترکیبی ابزارهای مفیدی برای تجزیه و تحلیل و نظارت بر پدیده‌های چندوجهی است. هدف از این تحقیق، پیشنهاد بنیان‌های روش‌شناختی برای ساخت شاخص‌های ترکیبی در گردشگری و ارزیابی مجموعه‌ای از شاخص‌های ترکیبی که در حال حاضر در دسترس قرار دارند. شاخص‌های رقابت‌پذیری مقصد گردشگری هدف این تلاش پژوهشی است. در این تحقیق، تعاریف، مفاهیم و سنجه‌های شاخص‌های رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری تحلیل شده و ارزیابی آنها با استفاده از دستورالعملی اصلی ارائه شده‌اند. نتایج این تحقیق نشان داد که هنوز موضوع‌های روش‌شناختی متعددی پیرامون سنجش شاخص‌های رقابت‌پذیری مقصدها وجود دارند. این تحقیق مجموعه‌ای از خطوط راهنمای آماری در زمینه ساخت شاخص‌های ترکیبی و طرح‌های عملیاتی در زمینه سنجش اثربخشی شاخص‌ها در ارزیابی‌های تجربی را برای دانشمندان و دست‌اندرکاران گردشگری فراهم می‌کند.

لوپز و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی

1. Cognitive Mapping
2. MCDA (Multiple-criteria decision analysis)
3. MACBETH

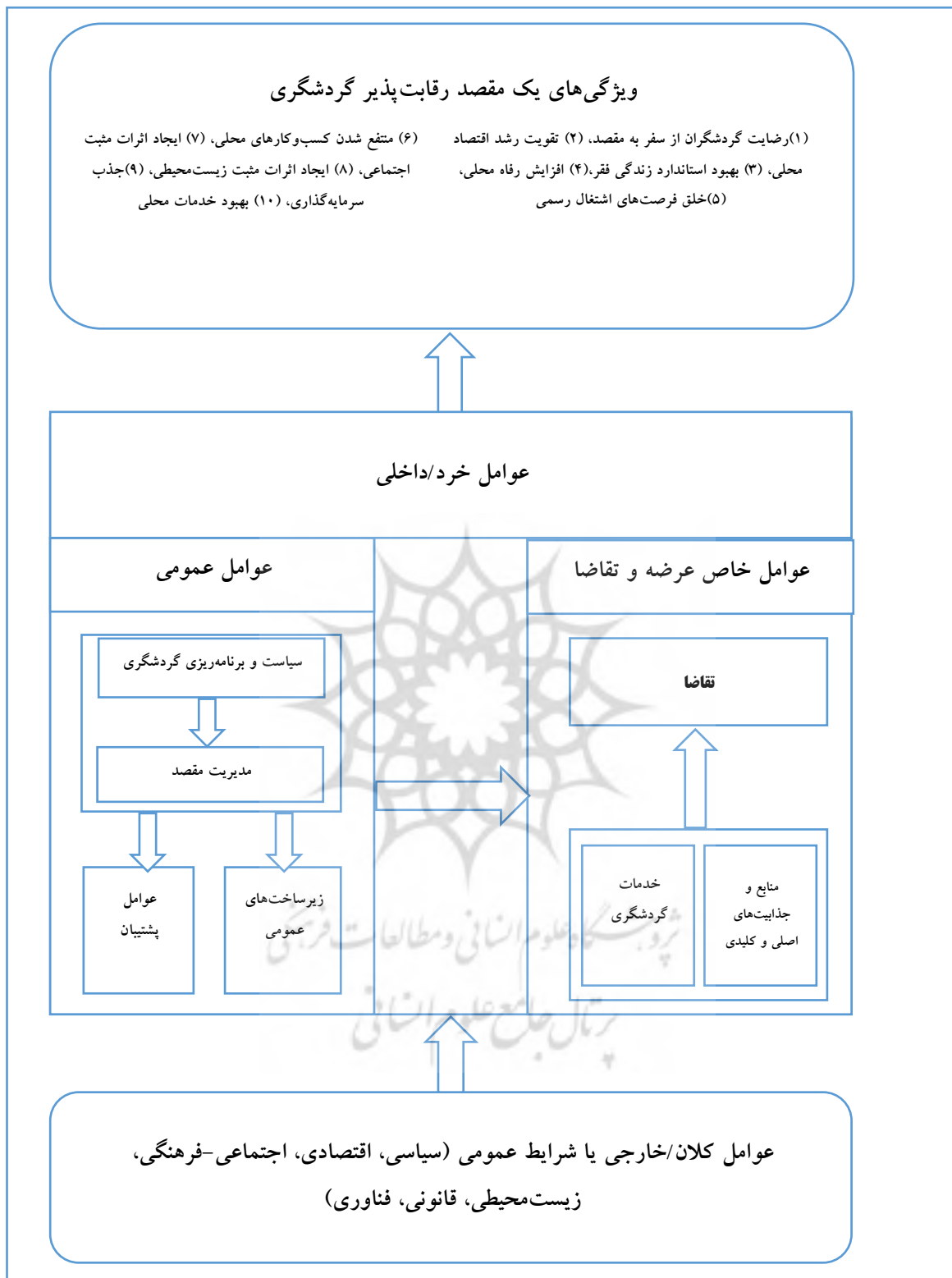
گردشگری با اقتباس از اینسکیپ^۱ (۱۹۹۱) و گان^۲ (۲۰۰۳)، مورد توجه بوده است. در این شکل عوامل کلان/خارجی یا عمومی سیاسی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست‌محیطی، قانونی و فناوری به عنوان محیطی بستر ساز شکل‌گیری عوامل خرد یا سیستم گردشگری در نظر گرفته شده‌اند که نقشی بنیادین در پایه‌گذاری توان‌های رقابتی مقصد نسبت به سایر مقصدها دارند. عوامل خرد/داخلی شامل دو بخش عوامل عمومی و خاص گردشگری هستند. عوامل عمومی بر عوامل خاص (عرضه و تقاضای) گردشگری تاثیر می‌گذارند تا کارکرد اثر بخش یک مقصد گردشگری ایجاد و عملیاتی شود. عوامل عمومی شامل سیاست و برنامه‌ریزی گردشگری، مدیریت مقصد، زیرساخت‌های عمومی و عوامل پشتیبان هستند. سیاست‌ها و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، زمینه مدیریت موثر مقصد را فراهم می‌کنند. این دو در تعامل با یکدیگر بر توسعه زیرساخت‌های عمومی مقصد و عوامل پشتیبانی مانند توانمندی‌های نیروی انسانی، میهمان‌نوازی ساکنان، زنجیره عرضه کالاهای محلی و دسترسی به مقصد، تاثیرگذارند. عوامل خاص عرضه و تقاضای گردشگری شامل دو وجه عرضه (منابع و جذابیت‌های اصلی و کلیدی و خدمات گردشگری) و تقاضا هستند که از عوامل عمومی تاثیرپذیرند. عرضه گردشگری محصولات گردشگری مورد نیاز تقاضای گردشگری را بر اساس علایق، سلیق و خواسته‌های متقاضیان فراهم می‌کند. همچنین از تعامل عوامل خرد/داخلی و کلان/خارجی گردشگری، وجوه مشخصه یا ویژگی‌های یک مقصد رقابت‌پذیر گردشگری به عنوان برآیند این تعامل شکل می‌گیرد. بدین معنی که یک مقصد گردشگری در صورتی رقابت‌پذیر خواهد بود یا توان رقابت‌پذیری بالایی خواهد داشت که ده ویژگی شامل (۱) رضایت گردشگران از سفر به مقصد، (۲) تقویت رشد اقتصاد محلی، (۳) بهبود استاندارد زندگی فقرا، (۴) افزایش رفاه محلی، (۵) خلق فرصت‌های اشتغال رسمی، (۶) منتفع شدن کسب‌وکارهای محلی، (۷) ایجاد اثرات مثبت اجتماعی، (۸) ایجاد اثرات مثبت زیست‌محیطی، (۹) جذب سرمایه‌گذاری و (۱۰) بهبود خدمات محلی را داشته باشد

توسعه گردشگری داشته و بنابراین پایداری به مسئله اصلی توسعه گردشگری تبدیل شده است. نتایج تجربی تحقیق نشان می‌دهد که در مدل رگرسیونی به کار گرفته شده، عوامل پایداری (متغیرهای مستقل) به شکل مثبتی با شاخص‌های رقابت‌پذیری (متغیرهای وابسته) همراه هستند. در نتیجه از این فرضیه پشتیبانی شد که پایداری نقش کلیدی در پرورش رقابت‌پذیری مقصد گردشگری ایفا می‌کند. همچنین رشد گردشگری در کشورهای در حال توسعه موجب ایجاد تعدادی مشکل زیست‌محیطی و اجتماعی-اقتصادی شده است. این نتایج نشان می‌دهد که مدل نوینی از توسعه گردشگری پاک‌تر (همراه با کمینه اثرات منفی) و پایدارتر که به شکل مطلوبی بر اقتصاد، محیط زیست و جامعه تاثیر می‌گذارد، مورد نیاز است. در این تحقیق بر مبنای شواهد تجربی، برخی پیشنهادات برای تونمندی‌سازی کشورهای در حال توسعه در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری ارائه شد.

گام ششم: گزارش یافته‌ها و نتایج

مشابه هر تحقیق دیگر، گزارش یافته‌ها و نتایج فراتحلیل نیز بایستی دربرگیرنده تلخیص یافته‌ها، برقراری ارتباط بین تحلیل‌ها و سؤالات تحقیق و استخراج و ارائه نتایج بر اساس تجزیه و تحلیل‌های انجام شده باشد (قربانی‌زاده، ۱۳۹۳: ۳۶-۳۷). ارائه اثر بخش یافته‌ها باید به گونه‌ای باشد که مخاطبان مختلف نتایج تحقیق را مدنظر قرار داده و بدین وسیله بتوانند پلی بین پژوهش و عمل ایجاد کند. بسیاری از تحقیقات انجام شده با استفاده از روش‌های کیفی از نمایش تصویری (نمودارها، شکل‌ها و جدول‌ها) برای ارائه یافته‌ها برای خوانندگان به صورت گرافیکی استفاده می‌کنند (اروین و همکاران، ۲۰۱۱: ۱۹۵). در گام‌های قبلی، از نمودارها و جدول‌ها برای نشان دادن یافته‌های تحقیق استفاده شد. همچنین بر اساس یافته‌های تحقیقات پیشین، یافته‌های ارائه شده در گام چهارم و پنجم و نیز شکاف پژوهشی شناسایی شده، چارچوب تعامل عوامل و متغیرهای رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری با دیدگاه سیستمی و کل‌نگر در شکل ۳ به نمایش درآمده است.

در انتخاب این ابعاد، عوامل و سطوح، توجه به مدل‌های ارائه شده توسط محققان، به‌ویژه مدل گوفی (۲۰۱۳، ۲۰۱۹) در سطح چگونگی و داشتن رویکرد سیستمی و کل‌نگر به



شکل ۳. چارچوب تعامل عوامل و متغیرهای رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری با دیدگاه سیستمی و کل‌نگر

منبع: یافته‌های تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

در روش‌شناسی‌های پژوهشی شده است و محققان برای غلبه بر این پیچیدگی‌ها، به روش‌های تلفیقی و آمیخته روی آورده‌اند. علاوه بر این، معطوف شدن عمده تحقیقات به تلفیق مدل‌های مختلف در زمینه رقابت‌پذیری یا تکمیل مدل‌های قبلی با یافته‌های جدید برای تشریح، تحلیل و سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری نیز، خود نشان‌دهنده این است که دیدگاهی کل‌نگر و سیستماتیک به رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری وجود نداشته یا کمتر به آن پرداخته شده و چگونگی سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری در سطح جهان نیز مورد توافق عموم محققان این حوزه قرار ندارد. تحلیل بخش دیگری از یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در سلسله مراتب پارادایم علمی این حوزه از مطالعات گردشگری، عمده تحقیقات پس از پاسخ به سوال چیستی، به مبحث چرایی پرداخته‌اند. این پژوهش‌ها به شناسایی عوامل کلیدی رقابت‌پذیری مقصد و ارائه مدل‌هایی در این زمینه پرداخته‌اند و سعی داشته‌اند مدلی جامع ارائه نمایند که بر اساس آن بتوان به سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری پرداخت. البته عمده مطالعات در این زمینه دیدگاه تک وجهی داشته و به توسعه چارچوبی فراگیر که عناصر مختلف تعیین‌کننده جایگاه رقابتی مقصد گردشگری را دربرداشته باشد، توجه کمی داشته‌اند، در صورتی که رقابت بر مبنای یک ویژگی یگانه محصول گردشگری نیست و مجموعه هم‌پیوند ویژگی‌ها، منابع، تسهیلات و خدمات مقصد گردشگری باید مدنظر واقع شوند. همچنین تعداد اندکی از پژوهش‌های مربوط به رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری، مانند پژوهش‌های گوفی (۲۰۱۳)، مندولا و ولو (۲۰۱۷)، لویز و همکاران (۲۰۱۸)، کارایانیس و همکاران (۲۰۱۸) و گوفی و همکاران (۲۰۱۹)، با گذر از دو سطح چیستی و چرایی، سعی کرده‌اند تا دامنه پژوهش خود را گسترش داده و با تلفیق مدل‌ها و در نظر گرفتن شرایط محیطی، الگویی جدید برای چگونگی سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری ارائه دهند که ضمن در نظر گرفتن پیچیدگی و تعامل عوامل مختلف در بهبود رقابت‌پذیری، قابلیت سنجش بر اساس دو اصل سهولت سنجش و نیز استفاده از روش‌های ترکیبی سنجش برای حصول اطمینان از صحت و درستی نتایج را بهبود دهند. این یافته، شاید مهم‌ترین نقطه تمایز این تحقیق با تحقیقات مشابه، مانند مندولا و ولو (۲۰۱۷)، لویز و همکاران (۲۰۱۸) و کارایانیس و همکاران (۲۰۱۸) باشد که به ارائه تعاریف، مفاهیم و سنجش‌های رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری و دسته‌بندی تحقیقات این

در فضای سخت و تنگاتنگ رقابتی عصر حاضر، رقابت بین مقصدها برای جلب تعداد بیشتر گردشگران و یا جلب رضایت بیشتر آنان از طریق بهبود شاخص‌های رقابت‌پذیری، افزایش مداومی را نشان می‌دهد. اما با وجود تلاش مقصدهای گردشگری در سطح جهان برای بهبود وضعیت رقابت‌پذیری، مدیریت رقابت‌پذیرانه مقصدها سخت است، چون رقابت‌پذیری آنها وابسته به عوامل بسیاری است. بنابراین رقابت‌پذیری مقصد اگرچه به خوبی در ادبیات موضوع گردشگری جا افتاده است، اما پر از ناسازگاری‌ها و تناقض‌ها در مفهوم، سنجش و مشروعیت آن به عنوان یک موضوع پژوهشی است. بر این اساس، اهداف این پژوهش، ارائه یک دیدگاه کل‌نگر و سیستماتیک به مطالعات حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری و تحلیل تحقیقات پیشین در سلسله مراتب پارادایم علمی این حوزه از مطالعات گردشگری بوده‌اند. در این تحقیق از روش فراتحلیل کیفی استفاده شده است که با توجه به وجود پژوهش‌های چندبعدی و پیچیده در حوزه رقابت‌پذیری، عدم توافقی که در زمینه چگونگی سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری در سطح جهان وجود دارد و تنوع تحقیقات انجام شده در این حوزه شامل تحقیقات کمی، کیفی و آمیخته، روش مناسبی برای دستیابی به اهداف تحقیق تشخیص داده شد. نتایج تحقیق نشان داد که در دو دهه اخیر توجه بسیاری به پژوهش‌های حوزه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری شده است که این توجه در سال‌های اخیر افزایش قابل توجهی را نشان می‌دهد. این خود بیانگر وضعیت فعلی توسعه گردشگری در سطح جهان است که رقابت مقصدهای مختلف در سراسر جهان برای افزایش تعداد گردشگران ورودی به مقصدها، بهبود کیفیت مقصد به طور عام و کیفیت خدمات و محصولات گردشگری به طور خاص و جلب هرچه بیشتر رضایت مشتریان در مقایسه با رقبای افزایش یافته است. توجه به توزیع جغرافیایی پژوهش‌ها در زمینه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری نشان می‌دهد که روند توسعه گردشگری علاوه بر کشورهای توسعه یافته، به دیگر مناطق جهان نیز تسری یافته و مقصدهای نوظهور در زمینه گردشگری که بنابر دلایلی، مانند تنوع بخشی به اقتصاد، افزایش درآمدها، ارزآوری و توجه ویژه‌ای به توسعه گردشگری شده، سعی کرده‌اند از قافله پژوهش در زمینه رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری عقب نمانند. همچنین پیچیدگی پژوهش در زمینه رقابت‌پذیری گردشگری و وجود عوامل متنوع و موثر بر رقابت‌پذیری گردشگری، موجب تنوع

برومند، بابک، کاظمی، علی و رنجبریان، بهرام (۱۳۹۷). توسعه مدل بومی سنجش رقابت‌پذیری گردشگری مقاصد گردشگری ایران. *فصلنامه تحقیقات بازاریابی*، ۸(۲۹)، ۱۰۵-۱۲۲.

بلیکی، نورمن (۱۳۸۷). *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.

حسینی، سیده‌فاطمه، ثنائی، باقر، پورحسین، رضا و کراسکیان، آدیس (۱۳۹۶). فراتحلیل کیفی مقالات پژوهشی حوزه تعامل والد-نوجوان. *فصلنامه رویش روان‌شناسی*، ۳(۲۰)، ۱-۳۰.

خاکپور، براتعلی، عباسی، حامد و شاه‌کرمی، نعمت (۱۳۹۷). ارزیابی و تحلیل جایگاه برندگردشگری استان فارس بر پایه هویت رقابت‌پذیری ملی. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۳(۴۴)، ۱۴۱-۱۰۹.

سلیمی، جلیل و مکنون، رضا (۱۳۹۷). فراتحلیل کیفی پژوهش‌های علمی ناظر بر مسئله حکمرانی در ایران. *فصلنامه مدیریت دولتی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران*، ۱۰(۱)، ۶۳-۹۴.

فرزین، محمدرضا، شکاری، فاطمه و عزیزی، فاطمه (۱۳۹۷). رقابت‌پذیری مقصد گردشگری: تحلیل اهمیت- عملکرد (مورد مطالعه: شهر یزد و شهر شیراز). *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۳(۴۴)، ۲۴۷-۲۱۹.

فرزین، محمدرضا، و نادعلی‌پور، زهرا (۱۳۸۹). عوامل موثر بر مزیت رقابتی مقصدهای گردشگری در ایران (مورد مطالعه: منطقه چابهار). *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۵(۱۴)، ۶۷-۴۰.

قربانی‌زاده، وجه‌الله (۱۳۹۳). *روش تحقیق فراتحلیل با نرم‌افزار CMA2*. تهران: انتشارات بازتاب.

ملکی، سعید و سجادیان، مهیار (۱۳۹۷). آسیب‌شناسی کیفیت رقابت‌آمیز مدیریت مقصد گردشگری کویر، مطالعه موردی: کویر شهداد کرمان. *فصلنامه جغرافیا و توسعه*، ۱۶(۵۱)، ۸۱-۹۸.

نادعلی‌پور، زهرا (۱۳۹۲). ارزیابی کیفیت مدیریت مقصد گردشگری از دیدگاه مزیت رقابتی، مطالعه موردی: منطقه چابهار. *نشریه گردشگری علم و فرهنگ*، ۱، ۱۷-۱.

حوزه بر اساس نوع داده مورد استفاده و معیارهای عرضه و تقاضا پرداخته‌اند.

همچنین در این پژوهش برای ارائه دیدگاهی کل‌نگر و سیستماتیک به رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری، بر اساس یافته‌های تحقیقات پیشین، یافته‌های ارائه شده در گام چهارم و پنجم و نیز شکاف پژوهشی شناسایی شده، چارچوب تعامل عوامل و متغیرهای رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری با دیدگاه سیستمی و کل‌نگر طراحی شد (شکل ۳). این چارچوب اگرچه با مدل‌های ارائه شده توسط سایر محققان، مانند: ریچی و کراوچ (۲۰۰۳)، کیم و دویر (۲۰۰۴) و مدل گوفی (۲۰۱۳)، ۲۰۱۹) شباهت دارد، اما توجه ویژه آن به سطح چگونگی سنجش رقابت‌پذیری، اقتباس رویکرد سیستمی و کل‌نگر (اینسکیپ، ۱۹۹۱؛ گان، ۲۰۰۳) به رقابت‌پذیری گردشگری و برشمردن ویژگی‌های یک مقصد رقابت‌پذیر بر اساس تعامل بین عوامل خرد و کلان سیستم گردشگری، نقطه تمایز آن نسبت به سایر تحقیقات انجام شده در این حوزه است. این تحقیق با محدودیت‌هایی در زمینه استفاده از روش‌های کمی و نیز تدوین و ارائه سنجش‌های سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری روبرو بوده است. بنابراین استفاده از روش‌های کمی و ترکیبی یا آمیخته برای ارائه مدل جامع و عملیاتی سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری و بررسی وضعیت رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری منتخب با استفاده از فنون و روش‌های مختلف به صورت ترکیبی و تلفیقی، موضوعاتی است که انجام مطالعه در زمینه آن‌ها، به پژوهش‌های آتی موکول می‌شود.

منابع

احمدیان دیوکتی، محمدمهدی، آقاجانی، حسنعلی، شیرخدایی، میثم و طهرانچیان، امیرمنصور (۱۳۹۸). طراحی مدلی برای تحقق پیچیدگی اقتصادی، مبتنی بر فراتحلیل پژوهش‌های علمی. *فصلنامه رشد فناوری*، ۱۵(۵۹)، ۲۸-۱۹.

ایمانی خوشخو، محمدحسین و نادعلی‌پور، زهرا (۱۳۹۵). ارائه الگوی مفهومی رقابت‌پذیری مقصدگردشگری در چارچوب توسعه پایدار. *فصلنامه گردشگری و توسعه*، ۲(۷)، ۱۴۷-۱۱۹.

334.

Andrades, L., Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*,

Abreu Novais, M., Ruhanen. L., & Arcodia, C. (2018). Destination competitiveness: A phenomenographic study. *Tourism Management*, 64, 324-

- 62, 360-376.
- Camp'n-Cerro, A. M., Herna'ndez-Mogollo'n, J. M., Alves, H. (2017). Sustainable improvement of competitiveness in rural tourism destinations: The quest for tourist loyalty in Spain. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), 252-266.
- Carayannis, E. G., Ferreira, F. A. F., Bento, P., Ferreira, J. J. M., Jalali, M. S., Fernandes, B. M. Q. (2018). Developing a socio-technical evaluation index for tourist destination competitiveness using cognitive mapping and MCDA. *Technological Forecasting & Social Change*, 131, 147-158.
- Cibinskiene, A., Snieskiene, G. (2015). Evaluation of city tourism competitiveness. *20th International Scientific Conference Economics and Management, Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 105-110.
- Drakulić Kovačević, N., Kovačević, L., Stankov, U., Dragičević, V., Miletić, A. (2018). Applying destination competitiveness model to strategic tourism development of small destinations: The case of South Banat district. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 114-124.
- Dwyer, L., Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Dwyer, L., Mellor, R., Livaic, Z., Edwards, D., Kim, C. (2004). Attributes of destination competitiveness: A factor Analysis. *Tourism Analysis*, 9, 1-11.
- Erwin, E. J., Brotherson, M. J., Summers, J. A. (2011). Understanding Qualitative Metasynthesis: Issues and Opportunities in Early Childhood Intervention Research. *Journal of Early Intervention*, 33(3), 186-200.
- Gajdošik, T., Gajdošiková, Z., Maráková, V., Flagestad, A. (2017). Destination structure revisited in view of the community and corporate model. *Tourism Management Perspectives*, 24, 54-63.
- Goffi, Gianluca. (2013). A Model of Tourism Destination Competitiveness: The case of the Italian Destinations of Excellence. *Anuario Turismo y Sociedad*, 10, 121-147. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/267331295>.
- Goffi, Gianluca. (2013). *Determinants of tourism destination competitiveness: A theoretical model and empirical evidence*. PhD thesis. Marche Polytechnic University.
- Goffi, G., Cucculelli, M., Masiero, L. (2019). Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 209, 101-115.
- Gunn, C. A., Var, T. (2003). *Tourism Planning, Basics, Concepts, Cases*. USA: Taylor & Francis Publishing.
- Hong, T., Ma, T., Huan, T-C. (2015). Network behavior as driving forces for tourism flows. *Journal of Business Research*, 68, 146-156.
- Inskip, Edward. (1991). *Tourism Planning: An integrated and Sustainable Development Approach*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Küçükaltan, E. G., Pirnar, I. (2016). Competitiveness factors of a tourism destination and impact on residents' quality of life: The case of Cittaslow-Seferihisar. *Munich Personal RePEc Archive (MPRA)*, 77464, 1-8. Retrieved from <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/77464/>.
- Lopes, A. P. F., Muñoz, M. M., Alarcón-Urbistondo, P. (2018). Regional tourism competitiveness using the PROMETHEE approach. *Annals of*

- Tourism Research*, 73, 1–13.
- McLennan, C. J., Ritchie, B. W., Ruhanen, L. M., Moyle, B. D. (2014). An institutional assessment of three local government-level tourism destinations at different stages of the transformation process. *Tourism Management*, 41, 107-118.
- Meliá'n-Gonza'lez, A., Garcí'a-Falco'n, J. M. (2003). Competitive potential of tourism in destinations. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 720–740.
- Mendola, D., Volo, S. (2017). Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness. *Tourism Management*, 59, 541-553.
- Michael, N., Reisinger, Y., Hayes, J. P. (2019). The UAE's tourism competitiveness: A business perspective. *Tourism Management Perspectives*, 30, 53–64.
- Papp, Z., Raffay, Á. (2011). Factors influencing the tourism competitiveness of former socialist countries. *Journal of Studies and Research in Human Geography*, 5(2), 21–30.
- Parra-López, E., Oreja-Rodríguez, J. R. (2014). Evaluation of the competitiveness of tourist zones of an island destination: An application of a Many-Facet Rasch Model (MFRM). *Journal of Destination Marketing & Management*, 3, 114-121.
- Popesku, J., Pavlović, D. (2015). Adapted integrated model of destination competitiveness. *SITCON (Singidunum International Tourism Conference) 2015-key issues on tourism destination competitiveness*, Belgrade, Singidunum University. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/283289642>.
- Risteska, M., Kocevskia, J., Arnaudov, K. (2012). Spatial planning and sustainable tourism as basis for developing competitive tourist destination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44, 375 – 386.
- Ritchie, B. J. R., Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A sustainable tourism perspective*. UK: CABI Publishing.
- Rodríguez-Díaz, M., Espino-Rodríguez, T. F. (2017). A methodology for a comparative analysis of the lodging offer of tourism destinations based on online customer reviews. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 147-160.
- Wang, D., Li (Robert), X., Li, Y. (2013). China's "smart tourism destination" initiative: A taste of the service-dominant logic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 59-61.
- World Economic Forum. (2019). *Travel and tourism competitive index*.
- Żemła, M. (2014). Inter-destination cooperation: Forms, facilitators and inhibitors –The case of Poland. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3, 241-252.