


GES	Journal of Geography and Environmental Studies, 11 (42), Summer 2022 https://ges.iaun.ac.ir ISSN: 2008-7845  20.1001.1.20087845.1401.11.42.11.0
-----	--

Research Article

Analysis of Iran's Tourism Competitiveness in Comparison with Competitors of the 1404 Vision Document

Alavi, Saideh

PhD Student in Geography and Urban Planning, Faculty of Social Sciences, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran

Nazmfar, Hossein (Corresponding Author)

Professor of Geography and Urban Planning, Faculty of Social Sciences, Mohaghegh Ardabili University, Ardabil, Iran

h_nazmfar@uma.ac.ir

Hasanzadeh, Mohammad

Associate Professor, Department of Management and Economics, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili

Abstract

Considering the importance of the tourism industry in the growth of the economy and sustainable development of countries and the increasing competition in this industry, this article has been done with the aim of analyzing the competitiveness of tourism in Iran compared to competitors in the 1404 vision document based on 2017 data. This research has been done by descriptive-analytical method. The studied indicators include environmental empowerment, tourism policies, infrastructure and natural and cultural resources that have been analyzed using the Prometheus model. Findings of the article showed that the United Arab Emirates with a net flow of 0.480 is Iran's main tourism competitor. After the UAE, Qatar's neighbor is next with a net flow of 0.374. Iran is also ranked 17th with a net flow of -0.221. Iran's rival countries in the Vision 1404 document are the United Arab Emirates in the Middle East, the Republic of Azerbaijan in the Caucasus, and Kazakhstan in Central Asia, respectively. Iran's main competitors in terms of environmental empowerment, tourism and infrastructure policies are the United Arab Emirates and Turkey in terms of natural and cultural resources.

Keywords: Competitiveness, Tourism, Iran, Vision Document 1404.

Citation: Alavi, S., Nazmfar, H., Hasanzadeh, M., (2022) Analysis of Iran's Tourism Competitiveness in Comparison with Competitors of the 1404 Vision Document, Journal of Geography and Environmental Studies, 11 (42), 170-189. Dor: 20.1001.1.20087845.1401.11.42.11.0

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author (s), with publication rights granted to Journal of Geography and Environmental Studies. This is an open – access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.



مقاله پژوهشی

تحلیل رقابت‌پذیری گردشگری ایران در مقایسه با رقبای سند چشم‌انداز

۱۴۰۴

سعیده علوی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

حسین نظم‌فر*

استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، ایران، ایران

محمد حسن زاده

دانشیار گروه مدیریت و اقتصاد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

چکیده

با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در رشد اقتصاد و توسعه پایدار کشورها و افزایش روزافزون رقابت در این صنعت، این مقاله باهدف تحلیل رقابت‌پذیری گردشگری ایران در مقایسه با رقبای سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ بر اساس داده سال ۲۰۱۷ انجام شده است. این پژوهش با روش توصیفی تحلیلی انجام شده است. شاخص‌های موردبررسی شامل توانمندسازی محیط، سیاست‌های گردشگری، زیرساخت‌ها و منابع طبیعی و فرهنگی هست که با استفاده از مدل پرومته مورد تحلیل قرار گرفته است. یافته‌های مقاله نشان داد که کشور امارات متحده عربی با جریان خالص ۰/۴۸۰ اصلی‌ترین رقیب گردشگری ایران محسوب می‌شود. بعد از امارات، کشور همسایه قطر با جریان خالص ۰/۳۷۴ در رتبه بعدی قرار دارد. کشور ایران نیز با جریان خالص ۰/۲۲۱- در رتبه هفدهم قرار دارد. کشورهای رقیب ایران در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ به ترتیب در خاورمیانه کشور امارات متحده عربی، در قفقاز کشور جمهوری آذربایجان و در آسیای میانه قزاقستان هست. رقبای اصلی ایران در شاخص‌های توانمندسازی محیط، سیاست‌های گردشگری و زیرساخت، کشور امارات متحده عربی و در شاخص منابع طبیعی و فرهنگی کشور ترکیه می‌باشد.

کلمات کلیدی: رقابت‌پذیری، گردشگری، ایران، سند چشم‌انداز ۱۴۰۴.

تاریخ ارسال: ۱۴۰۰/۰۹/۲۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۱۰/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

نویسنده مسئول: حسین نظم‌فر؛ استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، h_nazmfar@uma.ac.ir

مقدمه:

مطابق برآورد سازمان جهانی گردشگری، کل گردشگران دنیا در سال ۱۹۵۰ تقریباً ۲۵ میلیون نفر و در سال ۲۰۰۰ حدود ۷۰۰ میلیون نفر بوده است. مطالعات انجام‌شده در مورد آمارهای به‌دست‌آمده در سال‌های اخیر نیز نشان‌دهنده صعودی بودن رشد سالانه این صنعت می‌باشد. بطوریکه در سطح جهانی تعداد گردشگران در سال ۲۰۱۲ با ۴٪ افزایش نسبت به سال ۲۰۱۱ برای اولین بار از مرز یک میلیارد نفر گذشت و به یک میلیارد و سی و پنج میلیون نفر رسید و انتظار می‌رفت که این صنعت در سال ۲۰۱۳ نیز رشدی نزدیک به همان میزان داشته باشد. اما آمارها، رشدی بیش از این میزان را نشان دادند. بدین صورت که تعداد گردشگران در سال ۲۰۱۳ نسبت به سال ۲۰۱۲ با ۵٪ افزایش به یک میلیارد و هشتاد و هفت میلیون نفر رسید. همچنین بر اساس پیش‌بینی‌های انجام‌شده، این رقم در سال ۲۰۳۰ به حدود ۱/۸ میلیارد نفر و درآمد آن در سال ۲۰۵۰ به ۲/۱ تریلیون دلار خواهد رسید (Coban & Ozcan, 2013: 247). بنابراین با استناد به آمار و گزارش‌های ارائه‌شده می‌توان گفت، صنعت گردشگری در حال تبدیل‌شدن به بزرگ‌ترین و پردرآمدترین صنعت در ابعاد جهانی است، به طوری که ۱۱ درصد از تولید ناخالص خود اختصاص داده است. در بسیاری از نواحی جهان نیز میزان تجارت گردشگری برابر یا حتی بیشتر از صادرات نفت، تولیدات مواد غذایی و اتومبیل است. چنین گسترش جهانی به‌خصوص در کشورهای صنعتی و در حال توسعه منجر به رشد اقتصادی و اشتغال در بسیاری از بخش‌های مرتبط مانند ساخت‌وساز، کشاورزی، خرده‌فروشی و مخابرات شده است (Li et al., 2016: 84). بنابراین گردشگری یک استراتژی عالی برای شروع یا تقویت توسعه اقتصادی در هر دو کشور در حال توسعه و توسعه‌یافته است (WTTC¹, 2016). بطوریکه اقتصاددانان معتقدند، گردشگری یکی از امیدبخش‌ترین صنایع است که جهان سوم می‌تواند از قابلیت‌های آن برای جانشینی دیگر صنایع، حفظ معیشت مردم و توسعه همه‌جانبه استفاده کند (دلشاد و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۵؛ Balkaran & Maharaj, 2014: 274؛ شربتبی، ۱۳۹۴: ۴۶). در واقع صنعت گردشگری به دلیل ایجاد شغل و تولید درآمد به‌عنوان یک عامل حیاتی برای اقتصاد و راه‌حلی مناسب برای توسعه در نظر گرفته می‌شود (Rivera & Gutierrez, 2018: 5)؛ با عقیده و همکاران، ۱۴۰۱: ۹۸؛ Nazmfar et al., 2019: 503). همچنین رقابت‌پذیری از مهم‌ترین مسائل در اقتصاد کشورهاست. در حوزه گردشگری نیز افزایش توان رقابتی می‌تواند با حفظ و افزایش سهم بازار منجر به افزایش رشد این بخش و به تبع آن رفاه ملی شود (زرزوی و اولیایی‌نسب، ۱۳۹۶: ۱۰۷). بطوریکه امروزه جذب گردشگران خارجی به رقابتی فزاینده در بین نهادهای درگیر در صنعت گردشگری منطقه‌ای تبدیل‌شده است، زیرا این صنعت نه تنها در پیش برد اقتصاد ملی و درآمدهای ارزی نقش دارد بلکه صنعتی پاکیزه و عاری از آلودگی و در عین حال ایجادکننده مشاغل جدید می‌باشد (قائمی اصل، ۱۳۹۸: ۴۷). رقابت از جمله مسائلی است که می‌تواند برای این صنعت اثرگذار باشد چراکه نظریه‌های اقتصادی و تجارب تاریخی بیانگر عملکرد بهتر اقتصادهای باز، غیرمتمرکز و رقابتی هستند. به‌طور کلی رقابت در تمام ابعاد سبب بهبود عملکرد اقتصاد و افزایش کارایی آن می‌شود. فضای رقابتی به وجود آمده در صنعت گردشگری بین‌المللی، ضرورت توجه به توان رقابتی مقاصد گردشگری را آشکار ساخته است (Ekin & Akbulut, 2015: 63). در واقع بررسی رقابت‌پذیری گردشگری برای دسترسی به اهداف توسعه که هر ملتی برای خود ترسیم کرده، ضروری است. این مفهوم حاکی از مهارت برای رقابت، توانایی برای کسب و حفظ موقعیت در رقابت بین منطقه‌ای است که معمولاً با موفقیت و توانایی مشخص می‌شود و این امکان را به کشورها می‌دهد تا موقعیت خود را با توجه به رقبای خود بدانند (Lopes et al., 2018: 4). در این میان شاخص‌های رقابت‌پذیری یکی از عوامل تعیین‌کننده تقاضای گردشگری می‌باشد.

چراکه مطلوب بودن جایگاه در این شاخص‌ها نشان‌دهنده مطلوب بودن وضعیت عوامل مهم بخش عرضه صنعت می‌باشد که این امر می‌تواند برند گردشگری را ارتقاء و موجب ایجاد تقاضا برای صنعت گردد (باقری و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۹). شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری (TTCI^۱) بهترین ابزار برای ارزیابی کشورها از لحاظ وضعیت رقابت‌پذیری گردشگری است (Croes & Kubickova, 2013: 149). بطوریکه در سال‌های اخیر بیشتر نویسندگان جهت سنجش رقابت‌پذیری از این شاخص استفاده کرده‌اند (Rodríguez-Díaz & Pulido-Fernández, 2020؛ Gómez-Vega & Picazo-Tadeo, 2019). این شاخص برای اولین بار توسط مجمع جهانی اقتصاد^۲ در سال ۲۰۰۷ منتشر شده که اطلاعاتی در مورد عملکرد هر کشوری از لحاظ رقابت‌پذیری گردشگری، از طریق مجموعه‌ای از شاخص‌ها به دست می‌دهد (Pulido-Fernández & Rodríguez-Díaz, 2016: 134). این گزارش باهدف ارائه ابزاری استراتژیک جامع برای سنجش فاکتورها و سیاست‌هایی که باعث توسعه جذب بخش گردشگری در کشورهای مختلف است، می‌شود. همچنین به کلیه ذینفعان این امکان را می‌دهد تا به طور مشترک برای بهبود رقابت صنعت گردشگری در اقتصادهای ملی خود تلاش کنند و از این طریق به رشد و رونق ملی کمک کنند (WEF, 2015). با توجه به اهمیت و نقشی که رقابت‌پذیری گردشگری می‌تواند در توسعه همه‌جانبه کشورها داشته باشد، این پژوهش با هدف تحلیل رقابت‌پذیری گردشگری ایران در مقایسه با رقبای سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ انجام شده است. نتایج پژوهش حاضر می‌تواند موانع و مشکلات و در طرف مقابل ظرفیت‌های گردشگری کشورهای منطقه و رقبای منطقه‌ای ایران را شناسایی کند. به همین جهت در پژوهش حاضر از شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری که شامل ۴ بعد اصلی توانمندسازی محیط، سیاست‌های گردشگری، زیرساخت‌ها و منابع طبیعی و فرهنگی می‌باشد استفاده شده است. مهم‌ترین سؤال پژوهش این می‌باشد که رقبای منطقه‌ای ایران در ابعاد چهارگانه رقابت‌پذیری گردشگری کدام کشورها هستند؟

پیشینه پژوهش

مطالعات زیادی با استفاده از متغیرهای گسترده در خصوص رقابت‌پذیری گردشگری انجام شده است. در ادامه به طور مختصر برخی از مطالعات داخلی با تأکید بر رقبای منطقه‌ای گردشگری ایران در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ پرداخته می‌شود. خاکسار آستانه و همکاران (۱۴۰۰) با تحلیل وضعیت گردشگری ایران در سطوح ملی و منطقه‌ای با استفاده از شاخص نوآوری به این نتایج دست یافتند که بر اساس تجارب موفق توسعه گردشگری، انجام فعالیت‌های دانش‌بنیان و به کارگیری فناوری‌های نوین حاصل از نوآوری‌ها در زیر بخش‌های گردشگری، تأثیر فزاینده‌ای در جذب گردشگران بین‌المللی داشته است. متین (۱۴۰۰) با تحلیل جایگاه رقابت‌پذیری مقصد گردشگری ایران به این نتایج دست یافتند که جایگاه رقابت‌پذیری جهانی و منطقه‌ای ایران از سال ۲۰۱۵ به بعد رشد صعودی را تجربه کرده است؛ هرچند این رشد بسیار کند می‌باشد. همچنین در سال ۲۰۱۹ از میان ۱۴ شاخص مورد بررسی، رتبه ایران در محیط کسب و کار، پذیرا بودن بین‌المللی و زیرساخت حمل و نقل، زمینی و بندرگاهی دارای افت و وضعیت نامطلوبی نسبت به سال‌های گذشته داشته است. به طور کلی آنچه که از مرور گزارش‌های رقابت‌پذیری به دست آمد، وضعیت نامساعد رقابت‌پذیری ایران در محیط گردشگری است، که نیازمند یک تغییر پارادایمی و تحول عملیاتی در ارکان نظام اقتصادی - سیاسی گردشگری است. رحمانی و رهنما (۱۳۹۹) پژوهشی در ارتباط با تأثیر شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری بر تقاضای گردشگری خارجی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (منا) انجام دادند. جهت سنجش تأثیر این شاخص‌ها، از مدل پانل دیتا برای سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۱۱ و ۱۵ کشور خاورمیانه و شمال آفریقا مورد مطالعه قرار گرفته بود.

1. Travel and Tourism Competitiveness Index
2. World Economic Forum

نتایج تحلیل‌ها نشان داد که سه متغیر "زیرساخت حمل‌ونقل هوایی"، "بازار کار و منابع انسانی" و "رقابت‌پذیری قیمتی" بالاترین تأثیر را در جذب گردشگران خارجی به کشورهای موردبررسی، داشته‌اند. ضیائی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان سنجش رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری فرا تحلیل کیفی پژوهش‌ها با استفاده از شاخص سه‌گانه بلیکی انجام دادند. 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. دهشیری و فقیهی (۱۳۹۸) تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی (۱۹۹۰-۲۰۱۷) را بررسی کردند و به این نتایج دست یافتند که غیراستاندارد بودن جاده‌ها و راه‌های ارتباطی، غیراستاندارد بودن و کمبود هتل‌ها و مراکز خدماتی از جمله موانع زیربنایی به شمار می‌رود. همچنین میشل^۱ و همکاران (۲۰۱۹) رقابت‌پذیری گردشگری کشور امارات را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج نشان می‌دهد که امارات متحده عربی یکی از محبوب‌ترین و رقابت‌پذیرترین مقاصد گردشگری در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا است. این کشور برای رقابتی‌تر شدن باید بر توسعه منابع مقصد با کیفیت بالا، ارائه بهترین زیرساخت‌ها و انواع خدمات پشتیبانی و ایجاد محیطی دوستانه‌تر برای کسب‌وکارها و سرمایه‌گذاری تمرکز کند. همچنین بزرگترین محدودیتی که امارات متحده عربی از نظر دستیابی به پتانسیل گردشگری واقعی خود با آن مواجه است، اهمیت ندادن به عوامل مرتبط انسانی و تأثیر آنها بر رقابت‌پذیری مقصد است.

مبانی نظری

رویکردهای استراتژیک توسعه گردشگری

در حال حاضر گردشگری حوزه مهمی در ادبیات دانشگاهی، دولت، صنعت و مسائل عمومی است. اگرچه در حال حاضر تصدیق می‌شود که گردشگری بزرگ‌ترین صنعت جهان است. همچنین به خاطر شیوه‌ای که به واسطه آن پایداری محیط اطراف را تحت تأثیر قرار می‌دهد اهمیت دوچندان دارد به خاطر همین اهمیت قابل توجه گردشگری، استراتژی‌های متنوعی نیز به فراخور زمان و مکان برای توسعه آن در نظر گرفته شده است. استراتژی‌های توسعه گردشگری را می‌توان با توجه به رویکردهای موجود در برنامه‌ریزی گردشگری مورد بحث قرار داد. بررسی ادبیات برنامه‌ریزی گردشگری نشان می‌دهد که چندین رویکرد در این زمینه وجود دارد که در سطح کلان تدوین استراتژی‌های توسعه گردشگری را تحت تأثیر قرار داده‌اند. این رویکردها عبارت‌اند از:

رویکرد برنامه‌ریزی جامع

رویکرد برنامه‌ریزی جامع برگرفته از چارچوب برنامه‌ریزی عقلانی است. این رویکرد در جستجوی طرحی جامع است که توسعه گردشگری را هدایت کند. چنین نگرشی بر موقعیت و جایگاه کلی گردشگری تمرکز دارد و به منظور ارتقاء توسعه گردشگری کلیه اجزای گردشگری را مورد توجه قرار می‌دهد. هدف اصلی این رویکرد تسهیل هماهنگی در میان بخش‌های مرتبط به منظور توسعه گردشگری است (میرحسینی، ۱۳۹۱: ۴۳).

رویکرد فضایی - جغرافیایی^۲

خاستگاه رویکرد فضایی / جغرافیایی به کار جغرافیدانان، برنامه‌ریزان شهری و منطقه‌ای کاربری زمین و طرفداران حفاظت از منابع طبیعی که از رویکرد عقلانی برنامه‌ریزی منابع طبیعی دفاع می‌کنند، برمی‌گردد. برنامه‌ریزی کاربری زمین یکی از قدیمی‌ترین اشکال حفاظت محیطی است. به اعتقاد بسیاری، رویکرد فضایی / کاربری زمین، به واسطه رابطه نزدیکش با برنامه‌ریزی منطقه‌ای و اجتماعات گردشگری، شکل غالب برنامه‌ریزی گردشگری عمومی می‌باشد.

1. Michael
2. The Spatial Geographical Approach

برنامه‌ریزی فضایی یا جغرافیایی به "برنامه‌ریزی با مؤلفه فضایی یا جغرافیایی اشاره دارد که در آن هدف عمومی، تأمین ساختار فضایی فعالیت‌ها (یا کاربری اراضی) است". در این رویکرد، گردشگری اغلب دارای یک مبنای اکولوژیکی همراه با یک نیاز اساسی به توسعه است که بر الگوهای فضایی ویژه، پایه‌ریزی می‌شود تا اثرات منفی گردشگری را در یک محیط فیزیکی به حداقل برساند (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۵-۱۲۷).

رویکرد برنامه‌ریزی یکپارچه^۱

رویکرد برنامه‌ریزی یکپارچه از جمله جدیدترین رویکردهای برنامه‌ریزی گردشگری است که به‌نوعی سایر رویکردهای ملی را در بردارد. این رویکرد این امر را ملزم می‌کند که در برنامه‌ریزی گردشگری باید خواسته‌ها، دیدگاه‌ها و نظرات ذینفعان متعدد و چندگانه در نظر گرفته شود. این رویکرد تلاش دارد برنامه‌ریزی گردشگری را بر اساس یکپارچه کردن آن در کلیه سطوح محلی، منطقه‌ای، کشوری و حتی بازارهای گردشگری بین‌المللی انجام دهد. دو مسئله مهم این رویکرد شامل موارد زیر می‌باشد:

- یکپارچه کردن اجزاء متعدد صنعت گردشگری.
- اتخاذ رویکرد کلان به برنامه‌ریزی گردشگری از طریق در نظر گرفتن عوامل اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی (علی‌اکبری و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۳).

رویکرد اجتماع - محور^۲

برنامه‌ریزی گردشگری اجتماع-محور، در حقیقت، پاسخی به نیاز به توسعه مقررات پذیرفته‌شده اجتماعی در گسترش گردشگری محسوب می‌شود. بنابراین رویکرد اجتماع-محور در برنامه‌ریزی گردشگری، به شکل "برنامه‌ریزی از پایین به بالا" است که بر توسعه در درون اجتماع تأکید دارد تا توسعه اجتماع از بیرون و درون. بر اساس این رویکرد، ساکنین به‌عنوان نقطه کانونی فعالیت برنامه‌ریزی گردشگری موردتوجه قرار می‌گیرند نه گردشگران و اجتماع محلی نیز که اغلب با حکومت محلی یا منطقه‌ای یکسان در نظر گرفته می‌شود، به‌عنوان واحد پایه برنامه‌ریزی موردتوجه قرار می‌گیرد. یکی از مباحث اساسی در اجرای رویکرد اجتماع-محور در برنامه‌ریزی گردشگری، ماهیت سیاسی فرایند برنامه‌ریزی است. برنامه‌ریزی اجتماع-محور به میزان بالای مشارکت عمومی در فرایند برنامه‌ریزی اشاره دارد (Zielinski et al., 2020: 230؛ امامی و همکاران، ۱۴۰۰: ۵؛ شاهرادی، ۱۳۹۵: ۴۳).

رویکرد برنامه‌ریزی پایدار گردشگری

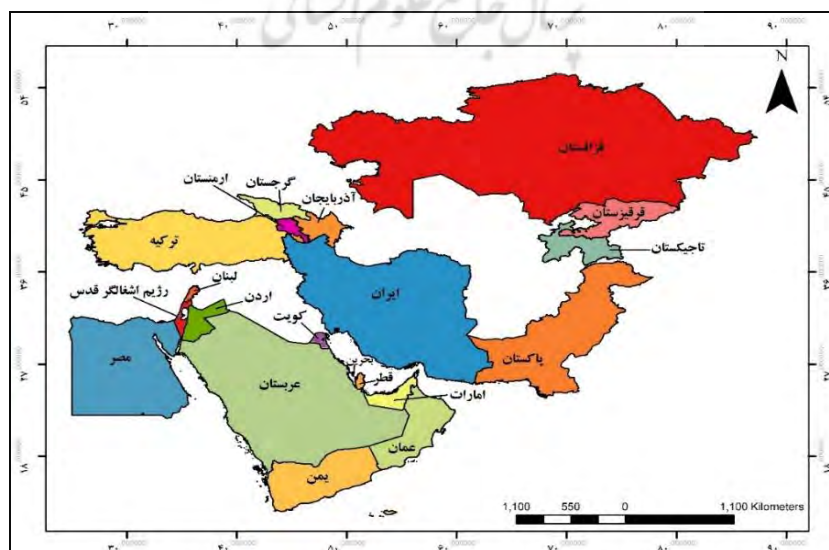
امروزه پایداری به نحو گسترده‌ای به‌عنوان رویکردی بنیادین، برای هر نوع توسعه از جمله توسعه گردشگری پذیرفته و در مباحث سیاسی و محیطی، گردشگری پایدار به‌عنوان مفهومی نو، برای مقابله با آثار مخرب توسعه گردشگری مطرح شده است. بر اساس آن در توسعه گردشگری، حفظ چشم‌انداز و طبیعت به‌عنوان پیش‌نیاز هر نوع توسعه لحاظ می‌شود (ضرابی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۹). در رویکرد توسعه پایدار گردشگری، بررسی نقش گردشگری در توسعه منطقه‌ای و محلی عموماً از ابعاد اقتصادی، اجتماعی، محیطی و فرهنگی صورت می‌گیرد. سازمان جهانی گردشگری برای اولین بار در سال ۱۹۸۸ اصطلاح گردشگری پایدار را طبق معیارهای گزارش براتلند این‌گونه تعریف کرد: گردشگری پایدار، نیازهای گردشگران حاضر و جوامع میزبان را با محافظت و ارتقای فرصت‌های آیندگان برآورده می‌کند. گردشگری پایدار حاصل تلاش برای دستیابی به توسعه پایدار در تمامی زمینه‌هاست (علیپور و بایندر، ۱۳۹۴: ۱۱۹). در تعریف گردشگری پایدار سه ویژگی مهم مورد تأکید قرار می‌گیرد:

1. Integrated planning
2. Community- based Approach

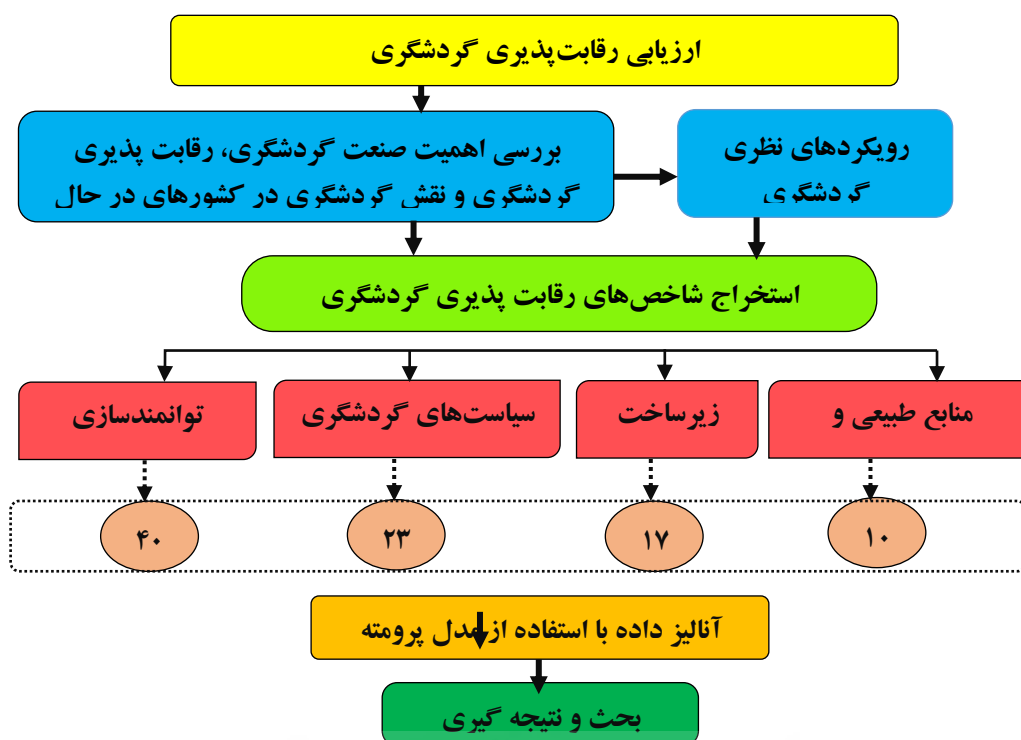
- ۱- کیفیت گردشگری پایدار: که می‌تواند تجربه‌ای باکیفیت بالا را به گردشگرها ارائه دهد. همچنین باعث می‌شود تا کیفیت زندگی جامعه میزبان بهبود یافته و کیفیت محیط نیز حفظ شود.
 - ۲- حفظ و دوام: گردشگری پایدار دوام منابع طبیعی را که علت وجودی آن محسوب شده و حفظ و دوام فرهنگ جامعه میزبان را که منشأ تجربیات ارزنده آن می‌شود، تضمین می‌کند.
 - ۳- تعادل: گردشگری پایدار، بین نیازهای صنعت گردشگری، حمایت از محیط‌زیست و جامعه محلی نوعی توازن و تعادل برقرار می‌کند (توکلی نیا و هرائینی، ۱۳۹۷: ۲۴۳).
- همچنین توسعه پایدار گردشگری بنا به تعریف سازمان جهانی گردشگری (۲۰۰۵)، باید شامل توسعه‌ای شود که تمامی آثار فعلی و آتی اقتصادی، اجتماعی و محیطی را در نظر گرفته، نیاز بازدیدکنندگان، صنعت، محیط و جوامع میزبان را برآورده سازد. اثربخشی این رویکرد جایگزین، منجر شده تا بسیاری از کشورها در مسیر نیل به توسعه، رویکرد پایدار را برگزیده و به برنامه‌ریزی مبتنی بر پایداری در گردشگری پردازند (شالباغیان و زرندیان، ۱۳۹۹: ۹۸).

روش تحقیق

به منظور بررسی ابعاد چهارگانه رقابت‌پذیری گردشگری از ۴ بعد توانمندسازی محیط، سیاست‌های گردشگری، زیرساخت‌ها و منابع طبیعی و فرهنگی استفاده شده است. مؤلفه‌ی توانمندسازی محیط شامل معیارهای ۱- محیط کسب و کار، ۲- ایمنی و امنیت، ۳- بهداشت و سلامت، ۴- منابع انسانی و بازار کار و ۵- زیرساخت‌های ICT، مؤلفه‌ی سیاست‌های گردشگری شامل معیارهای ۱- اولویت‌بخشی سفر و گردشگری، ۲- باز بودن بین‌المللی، ۳- رقابت‌پذیری قیمت‌ها و ۴- پایداری محیطی، مؤلفه‌ی زیرساخت‌ها شامل معیارهای ۱- زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی، ۲- زیرساخت‌های زمینی و هوایی و ۳- زیرساخت خدمات گردشگری و در نهایت مؤلفه منابع طبیعی و فرهنگی شامل معیارهای ۱- منابع طبیعی و ۲- سفر تجاری و منابع فرهنگی می‌باشد. در مجموع جهت ارزیابی توانمندسازی محیط، سیاست‌های گردشگری، زیرساخت‌ها و منابع طبیعی و فرهنگی به ترتیب از ۴۰، ۲۳، ۱۷ و ۱۰ زیر شاخص استفاده شده است. پس از جمع‌آوری داده‌های مورد استفاده در پژوهش، داده‌ها در نرم‌افزار ویتروال پرومته مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. جامعه‌ی آماری این پژوهش به لحاظ زمانی سال ۲۰۱۷ و به لحاظ مکانی کشورهای آسیای جنوب غربی (خاورمیانه، آسیای میانه و قفقاز) منطقه سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ می‌باشد (شکل ۱). داده‌های مورد استفاده در پژوهش از گزارش مجمع جهانی اقتصاد که هر دو سال یک‌بار با موضوع رقابت‌پذیری سفر و گردشگری منتشر می‌شود به دست آمده است.



شکل (۱): موقعیت جغرافیایی کشورهای مورد مطالعه



شکل (۱): فرآیند تحقیق برای ارزیابی رقابت پذیری گردشگری

جدول (۱): شاخص های مورد استفاده در پژوهش

منبع	تعریف	مؤلفه
رحمانی و رهنما، ۱۳۹۹؛ متین، ۱۴۰۰؛ باقری و همکاران، ۱۳۹۵؛ Cirstea, 2014؛ Dias, 2017	منظور کلیه عواملی است که برای انجام عملیات و ارائه خدمات گردشگری لازم و ضروری است؛ از جمله این عوامل می توان به محیط کسب و کار، ایمنی و امنیت، بهداشت و سلامت، منابع انسانی و بازار کار و فناوری اطلاعات و ارتباطات اشاره نمود.	توانمندسازی محیط
Rehman Khan et al., 2017 & Fernández Rodríguez-Díaz, Nazmfar, 2016	منظور کلیه سیاست های خاص و تصمیمات استراتژیکی است که از سوی نهادهای مسئول اتخاذ می شود و بر صنعت گردشگری تأثیرگذار است؛ که از جمله این عوامل می توان به ترجیحات و اولویت های سیروسفر، آزادی بین المللی، قیمت رقابتی، پایداری و ثبات محیطی اشاره نمود.	سیاست های گردشگری
et al., 2019 Kumar, & Dhir, 2020 Lopes et al., 2018	منظور میزان در دسترس بودن و کیفیت زیرساخت های فیزیکی می باشد که از جمله این زیرساخت ها می توان به زیرساخت حمل و نقل هوایی و زمینیهو زیرساخت های خدمات گردشگری نظیر اقامتگاه ها و تعداد هتل ها و همچنین زیرساخت های مالی نظیر در دسترس بودن دستگاه های خدمات مالی و بانکی یا زیرساخت های خدمات بانکداری الکترونیک مبتنی بر تبادل آسان ارز اشاره نمود.	زیرساخت
	منابع طبیعی: منظور از دارایی ها و منابع طبیعی، تعداد مکان های اصیل (نه مصنوعی) طبیعی یک کشور که در سازمان یونسکو به ثبت رسیده باشند، کیفیت محیط طبیعی، غنای گونه های شناخته شده حیوانات و مناطق حفاظت شده ملی می باشد. منابع فرهنگی: منظور از منابع فرهنگی تعداد مکان های میراث فرهنگی ثبت شده در یونسکو، وجود استادبوم های ورزشی، تعداد نمایشگاه ها و بازارهای فرهنگی، صنایع بومی- محلی که نمادهایی از غنای فرهنگی یک کشور محسوب می شوند، می باشد.	منابع طبیعی و فرهنگی

مدل پرومته^۱

مدل‌های تصمیم‌گیری، جهت کمک به تصمیم درست و علمی گسترش پیدا کرده‌اند و به دو گروه مدل‌های چندهدفه و چند شاخصه تقسیم می‌شوند. مدل‌های چندهدفه (مانند برنامه‌ریزی آرمانی و پانل داده‌ها) غالباً به منظور طراحی، هدف‌گذاری و بهینه کردن هم‌زمان چندین هدف مورد استفاده قرار می‌گیرند. مدل‌های چند شاخصه به منظور ارزیابی، اولویت‌بندی و انتخاب از میان گزینه‌های مختلف بر اساس معیارهای مشخص (و در برخی موارد متناقض) که معمولاً با وزندهی نیز همراه است، مورد استفاده قرار می‌گیرند. این معیارها معمولاً تبیین‌گر ویژگی‌های گزینه‌ها می‌باشند. مدل‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه دارای فن‌های مختلفی می‌باشد که یکی از آن‌ها خانواده پرومته می‌باشد (Chou et al., 2004: 51). پرومته روش ساختاریافته‌ی رتبه‌بندی ترجیحی برای غنی‌سازی ارزیابی است. این روش در دهه ۱۹۸۵ میلادی به وسیله برانس و وینک^۲ برای انجام رتبه‌بندی ارائه شد. از جمله مزایای مهم روش پرومته می‌توان به سادگی، وضوح و پایایی نتایج و امکان تحلیل حساسیت به صورت ساده و سریع اشاره کرد. در نهایت رتبه‌بندی از بزرگ‌ترین تا کوچک‌ترین عدد صورت می‌گیرد (Wu et al., 2017: 142). مراحل روش پرومته به صورت خلاصه در زیر بیان شده است:

گام اول: تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری

اولین مرحله در روش پرومته تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری می‌باشد. پس از تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری در گام نخست باید بر پایه‌ی رابطه‌ی $d_j = (a, b) = f_j(a) - f_j(b)$ تفاوت هر یک از گزینه‌ها در هر یک از شاخص‌ها نسبت به یکدیگر به دست آورد. این تفاوت برای شاخص Max زمانی معنادار خواهد بود که $f_j(a) > f_j(b)$ باشد. برای شاخص‌های Min این رابطه برعکس است (Brans & Mareschal, 2005).

گام دوم (میزان مجموع موزون برتری گزینه)

میزان اولویت کل $\pi(a, b)$ برای هر گزینه a بر روی گزینه b محاسبه می‌شود. هرچه میزان $\pi(a, b)$ بیشتر باشد، گزینه a ترجیح بیشتری دارد. $\pi(a, b)$ با استفاده از رابطه ۱ محاسبه می‌شود.

$$\pi(a, b) = \sum_{j=1}^k w_j p_j(a, b), \quad \sum_{j=1}^k w_j = 1 \quad \text{رابطه (۱)}$$

به گونه‌ای که: w_j برابر وزن شاخص j ام است. وزن‌ها توسط تصمیم‌گیرنده تعیین و سپس نرمال $\sum w_j = 1$ می‌شوند.

گام سوم (جریان رتبه‌بندی مثبت و منفی)

اگر تعداد گزینه‌ها (که با n نشان داده می‌شود) بیش‌تر از دو تا باشد، رتبه‌بندی پایانی به وسیله‌ی مجموع مقادیر مقایسات زوجی به دست می‌آید. برای هر گزینه $a \in A$ و با در نظر گرفتن گزینه‌های دیگر $x \in A$ می‌توان جریان رتبه‌بندی مثبت و منفی را به ترتیب با رابطه ۲ و ۳ به دست آورد (Brans et al., 1986):

$$\Phi^+(a) \in \frac{n}{(n-1)} \sum_{x \in a} \pi(a, b) \quad \text{رابطه (۲)}$$

این جریان نشان می‌دهد که گزینه a چقدر بر گزینه‌های دیگر اولویت دارد. بزرگ‌ترین $\Phi^+(a)$ به معنای بهترین گزینه است.

$$\Phi^-(a) \in \frac{n}{(n-1)} \sum_{x \in a} \pi(a, b) \quad \text{رابطه (۳)}$$

این جریان نشان می‌دهد که گزینه‌های دیگر تا چه میزان بر گزینه‌ی a اولویت دارند. کوچک‌ترین $\Phi^-(a)$ نشان‌دهنده‌ی بهترین گزینه است. بنابراین، با داشتن و بررسی جداگانه دو جریان Φ^+ و Φ^- می‌توان یک رتبه‌بندی جزئی را انجام داد (رتبه‌بندی PROMETHEE I).

گام چهارم (جریان رتبه‌بندی خالص)

برای رتبه‌بندی کامل گزینه‌ها باید جریان خالص رتبه‌بندی را برای هر گزینه تعریف نمود (رتبه‌بندی PROMETHEE II). جریان خالص بالاتر، نشان‌دهنده‌ی گزینه‌ی برتر است (Brans & Mareschal, 1994). جریان خالص رتبه‌بندی با استفاده از رابطه ۴ محاسبه می‌شود:

$$\text{رابطه (۴)} \quad \text{Phi}(a) - \text{Phi}^-(a) - \text{Phi}^-(a)$$

به‌طور کلی امتیاز جریان ورودی عددی بین ۱ تا ۱- می‌باشد که هرچه قدر به ۱ نزدیک باشد نشانه عملکرد بهتر و هرچه به ۱- نزدیک باشد نشانه عملکرد بدتر می‌باشد. در نهایت با نسبت گیری جریان مثبت و منفی نمره عملکرد عمومی به دست می‌آید که این امتیاز عددی بین ۰ تا ۱۰۰ است.

تحلیل یافته‌ها

تحلیل وضعیت رقابت پذیری گردشگری کشورهای سند چشم‌انداز ۱۴۰۴

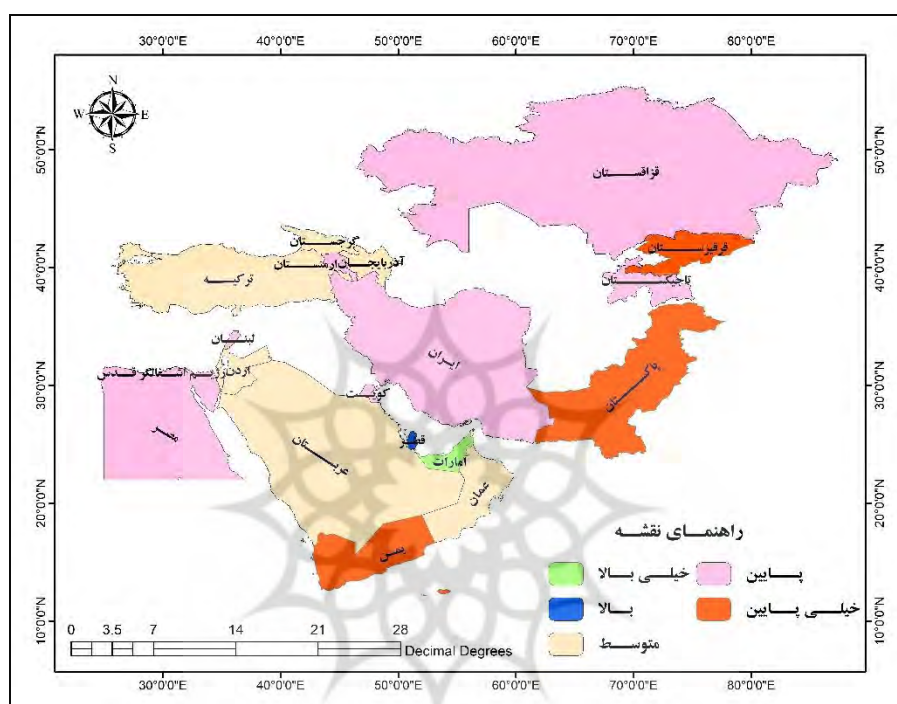
نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های سال ۲۰۱۷ نشان می‌دهد که کشور امارات متحده عربی با جریان خالص ۰/۴۸۰ اصلی‌ترین رقیب گردشگری ایران محسوب می‌شود. بعد از امارات، کشور همسایه قطر با جریان خالص ۰/۳۷۴ در رتبه بعدی و کشور ایران با جریان خالص ۰/۲۲۱- در رتبه ۱۷ قرار دارد. در مناطق سه‌گانه آسیای جنوب غربی به ترتیب در خاورمیانه کشور امارات متحده عربی، در قفقاز کشور جمهوری آذربایجان و در آسیای میانه قزاقستان رقبای ایران محسوب می‌شوند و ایران با امتیاز ۲۲/۴۴ به همراه کشورهای قزاقستان، ارمنستان، مصر، لبنان، تاجیکستان و کویت در گروه پایین قرار دارند (جدول ۲). در مجموع به جز کشورهای امارات، قطر و ترکیه بقیه کشورهای در سطح متوسط و متوسط به پایین قرار دارند که در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول (۲): وضعیت رقابت‌پذیری گردشگری کشورهای سند چشم‌انداز ۱۴۰۴

کشور	جریان مثبت	جریان منفی	جریان خالص	امتیاز
آذربایجان	۰/۵۰۸	۰/۳۷۲	۰/۱۳۶	۴۲/۲۲
اردن	۰/۵۱۶	۰/۳۸۳	۰/۱۳۳	۴۶
ارمنستان	۰/۴۲۹	۰/۴۴۵	-۰/۰۱۶	۳۴/۰۸
امارات متحده عربی	۰/۶۸۲	۰/۲۰۲	۰/۴۸۰	۱۰۰
ایران	۰/۳۴۱	۰/۵۶۲	-۰/۲۲۱	۲۲/۴۴
بحرین	۰/۵۱۶	۰/۳۵۶	۰/۱۶۱	۴۸/۶۶
پاکستان	۰/۲۷۹	۰/۶۳۸	-۰/۳۵۹	۱۶/۵۹
تاجیکستان	۰/۳۶۳	۰/۵۰۹	-۰/۱۴۶	۲۶/۲۰
ترکیه	۰/۵۴۶	۰/۳۵۹	۰/۱۸۷	۵۱/۳۱
رژیم اشغالگر قدس (اسرائیل)	۰/۵۴۱	۰/۳۶۳	۰/۱۷۸	۵۰/۴۵
عربستان سعودی	۰/۵۰۶	۰/۳۸۶	۰/۱۲۱	۴۴/۸۱
عمان	۰/۴۹۹	۰/۳۸۳	۰/۱۱۷	۴۴/۵۰
قرقیزستان	۰/۲۷۱	۰/۶۲۳	-۰/۳۵۲	۱۶/۸۶
قزاقستان	۰/۴۵۷	۰/۴۴۲	۰/۰۱۵	۳۶/۲۶
قطر	۰/۶۲۶	۰/۲۵۲	۰/۳۷۴	۷۷/۱۵
کویت	۰/۳۵۴	۰/۵۲۳	-۰/۱۶۹	۲۵/۰۱
گرجستان	۰/۴۹۵	۰/۴۰۳	۰/۰۹۲	۴۲/۳۴
لبنان	۰/۴۰۲	۰/۴۸۷	-۰/۰۸۵	۲۹/۶۸
مصر	۰/۴۲۴	۰/۴۸۲	-۰/۰۵۸	۳۱/۳۳
یمن	۰/۱۵۳	۰/۷۴۰	-۰/۵۸۷	۹/۱۵

جدول (۳): توان رقابت پذیری گردشگری کشورهای سند چشم انداز ۱۴۰۴

کشور	امتیاز	توان رقابت پذیری
امارات	۱۰۰-۸۰	خیلی بالا
قطر	۸۰-۶۰	بالا
ترکیه- رژیم اشغالگر قدس (اسرائیل) - بحرین - آذربایجان - اردن - عربستان سعودی - عمان - گرجستان	۶۰-۴۰	متوسط
قزاقستان - ارمنستان - مصر - لبنان - تاجیکستان - کویت - ایران	۴۰-۲۰	پایین
قرقیزستان - پاکستان - یمن	۲۰-۰	خیلی پایین



شکل (۳): توان رقابت پذیری گردشگری کشورهای سند چشم انداز ۱۴۰۴ در سال ۲۰۱۷

توانمندسازی محیط

به لحاظ توانمندسازی محیط کشور امارات متحده عربی در حوزه خلیج فارس اصلی ترین رقیب ایران در زمینه جذب و ورود گردشگران می باشد. کشور امارات متحده عربی با جریان خالص ۰/۶۳۲ در صدر کشورهای منطقه قرار گرفته و ایران با جریان خالص ۰/۳۶۵ - نتوانسته وضعیت خود را بهبود دهد و تنها از کشورهای پاکستان و یمن جلوتر هست. رقبای منطقه ایران به ترتیب کشورهای امارات متحده عربی، آذربایجان و قزاقستان می باشند که نتایج در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول (۴): وضعیت رقابت پذیری کشورهای سند چشم انداز ۱۴۰۴ به لحاظ توانمندسازی محیط

کشور	جریان مثبت	جریان منفی	جریان خالص	امتیاز
آذربایجان	۰/۵۸۳	۰/۳۴۵	۰/۲۳۸	۳۶/۷۰
اردن	۰/۵۴۳	۰/۳۹۳	۰/۱۵۰	۳۰/۵۵
ارمنستان	۰/۴۹۹	۰/۴۲۸	۰/۰۷۱	۲۶/۰۳
امارات متحده عربی	۰/۷۸۸	۰/۱۵۷	۰/۶۳۲	۱۰۰
ایران	۰/۲۹۰	۰/۶۵۴	-۰/۳۶۵	۱۰/۵۲
بحرین	۰/۶۵۴	۰/۲۷۸	۰/۳۷۶	۴۹/۸۳
پاکستان	۰/۱۸۰	۰/۷۹۱	-۰/۶۱۱	۵/۴۶
تاجیکستان	۰/۴۳۲	۰/۵۱۸	-۰/۰۸۷	۱۸/۹۷
ترکیه	۰/۴۴۹	۰/۴۸۶	-۰/۰۳۷	۲۰/۹۸
رژیم اشغالگر قدس (اسرائیل)	۰/۴۸۸	۰/۴۴۷	۰/۰۴۱	۲۴/۵۰
عربستان سعودی	۰/۵۵۵	۰/۳۸۸	۰/۱۶۷	۳۱/۶۴
عمان	۰/۵۰۸	۰/۴۲۵	۰/۰۸۳	۲۶/۶۶
قرقیزستان	۰/۳۱۸	۰/۶۳۳	-۰/۳۱۵	۱۱/۷۸
قزاقستان	۰/۵۱۵	۰/۴۲۹	۰/۰۸۶	۲۶/۸۰
قطر	۰/۷۵۷	۰/۱۸۴	۰/۵۷۲	۸۳/۰۳
کویت	۰/۴۵۴	۰/۴۸۸	-۰/۰۳۴	۲۱/۰۹
گرجستان	۰/۵۳۶	۰/۴۱۲	۰/۱۲۴	۲۸/۹۵
لبنان	۰/۴۱۲	۰/۵۳۰	-۰/۱۱۸	۱۷/۸۰
مصر	۰/۳۴۵	۰/۶۰۱	-۰/۲۵۷	۱۳/۳۶
یمن	۰/۱۳۲	۰/۸۴۹	-۰/۷۱۷	۳/۷۲

سیاست‌های گردشگری

امارات متحده عربی همان‌گونه که در شاخص توانمندسازی توانسته بود با بهبود وضعیت خود به نسبت سال ۲۰۱۵ به رتبه یک منطقه دست یابد در شاخص سیاست گردشگری نیز با بهبود وضعیت سیاست گردشگری توانسته به کشور اول منطقه دست یابد و رقیب اصلی ایران باشد. این کشور با جریان خالص ۰/۳۰۴ در بهترین شرایط قرار دارد و ایران با جریان خالص -۰/۲۸۶ در رتبه هفدهم قرار دارد و این وضعیت اصل مناسب کشور ایران نیست. کشورهای رقیب در منطقه قفقاز گرجستان و آذربایجان می‌باشند که با امتیاز ۷۳/۶۸ و ۷۲/۳۱ وضعیت بهتری دارند و ایران با امتیاز ۲۹/۶۱ فاصله زیادی با این کشورها دارد. کشور قزاقستان با امتیاز ۴۲/۹۸ به‌عنوان رقیب ایران در آسیای میانه می‌باشد که وضعیت بهتری به نسبت ایران دارد (جدول ۵).

زیرساخت‌های گردشگری

در شاخص زیرساخت‌های گردشگری کشور امارات متحده عربی با جریان خالص ۰/۵۷۳ و کشور ترکیه با امتیاز ۰/۴۴۹ اصلی‌ترین رقبای ایران محسوب می‌شوند. کشور ایران با جریان خالص -۰/۱۸۳ در رتبه ۱۴ منطقه مورد مطالعه قرار دارد و به‌مانند سال ۲۰۱۵ این رتبه پایین نمی‌تواند کشور ایران را به‌عنوان یک کشور رقابت‌پذیر در جهان و منطقه مطرح نماید. رقیب‌های ایران در آسیای میانه و قفقاز به ترتیب کشورهای آذربایجان و قزاقستان می‌باشند که در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول (۵): وضعیت رقابت پذیری کشورهای سند چشم انداز ۱۴۰۴ به لحاظ سیاست های گردشگری

کشور	جریان مثبت	جریان منفی	جریان خالص	امتیاز
آذربایجان	۰/۵۰۳	۰/۳۵۲	۰/۱۵۱	۷۲/۳۱
اردن	۰/۵۷۹	۰/۳۰۹	۰/۲۷۰	۹۲/۷۹
ارمنستان	۰/۴۲۳	۰/۴۱۲	۰/۰۱۱	۵۴/۵۷
امارات متحده عربی	۰/۵۹۰	۰/۲۸۶	۰/۳۰۴	۱۰۰
ایران	۰/۲۹۵	۰/۵۸۱	-۰/۲۸۶	۲۹/۶۱
بحرین	۰/۴۶۹	۰/۴۰۱	۰/۰۶۹	۶۱/۲۰
پاکستان	۰/۳۸۹	۰/۵۲۰	-۰/۱۳۰	۴۱/۰۳
تاجیکستان	۰/۳۵۹	۰/۴۲۶	-۰/۰۶۶	۴۶/۷۰
ترکیه	۰/۵۴۷	۰/۳۵۷	۰/۱۹۰	۷۸/۳۴
رژیم اشغالگر قدس (اسرائیل)	۰/۵۵۸	۰/۳۶۴	۰/۱۹۵	۷۹/۰۹
عربستان سعودی	۰/۳۷۸	۰/۴۸۳	-۰/۱۰۵	۴۳/۱۷
عمان	۰/۴۷۶	۰/۴۱۲	۰/۰۶۴	۶۰/۶۴
قرقیزستان	۰/۲۴۹	۰/۵۹۵	-۰/۳۴۶	۲۵/۹۴
قزاقستان	۰/۳۷۸	۰/۴۸۵	-۰/۱۰۸	۴۲/۹۸
قطر	۰/۵۷۲	۰/۳۰۲	۰/۲۷۰	۹۲/۷۹
کویت	۰/۲۹۳	۰/۵۸۴	-۰/۲۹۱	۲۹/۳۱
گرجستان	۰/۵۲۴	۰/۳۶۴	۰/۱۶۰	۷۳/۶۸
لبنان	۰/۴۸۷	۰/۴۱۷	۰/۰۷۱	۶۱/۴۸
مصر	۰/۴۸۵	۰/۴۱۲	۰/۰۷۳	۶۱/۷۶
یمن	۰/۱۷۴	۰/۶۷۱	-۰/۴۹۷	۱۷/۹۴

جدول (۶): وضعیت رقابت پذیری کشورهای سند چشم انداز ۱۴۰۴ به لحاظ زیرساخت های گردشگری

کشور	جریان مثبت	جریان منفی	جریان خالص	امتیاز
آذربایجان	۰/۴۱۲	۰/۳۹۰	۰/۰۲۲	۲۸/۳۷
اردن	۰/۴۰۳	۰/۳۹۶	۰/۰۰۶	۲۷/۵۰
ارمنستان	۰/۳۰۳	۰/۴۸۹	-۰/۱۸۶	۱۸/۶۵
امارات متحده عربی	۰/۶۳۵	۰/۰۸۱	۰/۵۷۳	۱۰۰
ایران	۰/۳۱۳	۰/۴۹۵	-۰/۱۸۳	۱۸/۷۷
بحرین	۰/۴۳۷	۰/۲۹۱	۰/۱۴۶	۳۶/۴۲
پاکستان	۰/۲۲۰	۰/۵۸۵	-۰/۳۶۵	۱۲/۶۳
تاجیکستان	۰/۲۲۹	۰/۵۴۸	-۰/۳۱۹	۱۴/۰۳
ترکیه	۰/۶۲۹	۰/۱۸۰	۰/۴۴۹	۷۱/۴۲
رژیم اشغالگر قدس (اسرائیل)	۰/۵۹۱	۰/۱۹۸	۰/۳۹۳	۶۲/۳۷
عربستان سعودی	۰/۵۵۱	۰/۲۵۱	۰/۳۰۰	۵۰/۴۸
عمان	۰/۴۸۶	۰/۲۵۱	۰/۲۳۵	۴۳/۸۸
قرقیزستان	۰/۱۵۲	۰/۶۶۳	-۰/۵۱۱	۸/۸۰
قزاقستان	۰/۴۰۶	۰/۴۰۶	۰/۰۰۰	۲۷/۱۷
قطر	۰/۵۴۸	۰/۱۷۷	۰/۳۷۲	۵۹/۲۸
کویت	۰/۳۰۳	۰/۴۰۹	-۰/۱۰۵	۲۱/۹۹
گرجستان	۰/۳۶۲	۰/۴۳۳	-۰/۰۷۱	۲۳/۵۵
لبنان	۰/۲۸۵	۰/۴۵۵	-۰/۱۷۰	۱۹/۲۶
مصر	۰/۳۶۸	۰/۴۲۱	-۰/۰۵۳	۲۴/۴۵
یمن	۰/۱۰۵	۰/۶۳۸	-۰/۵۳۳	۸/۲۹

منابع طبیعی و فرهنگی

به لحاظ منابع طبیعی و فرهنگی کشورهای ترکیه، ایران و مصر به ترتیب با جریان خالص ۰/۶۲۶، ۰/۴۳۷ و ۰/۴۲۶ بهترین وضعیت را دارند و رقابت پذیرترین کشورهای منطقه هستند و در مقابل کشورهای یمن، بحرین و کویت ضعیف ترین کشورها هستند. در منطقه آسیای میانه کشور پاکستان و در منطقه قفقاز کشور گرجستان بالاترین توان رقابت پذیری با ایران را در شاخص منابع طبیعی و فرهنگی دارند (جدول ۷).

جدول (۷): وضعیت رقابت پذیری کشورهای سند چشم انداز ۱۴۰۴ به لحاظ منابع طبیعی و فرهنگی

کشور	جریان مثبت	جریان منفی	جریان خالص	امتیاز
آذربایجان	۰/۳۷۹	۰/۴۹۵	-۰/۱۱۶	۱۸/۲۱
اردن	۰/۴۵۳	۰/۴۸۴	-۰/۰۳۲	۲۱/۵۷
ارمنستان	۰/۳۷۹	۰/۵۱۶	-۰/۱۳۷	۱۷/۴۵
امارات متحده عربی	۰/۵۱۶	۰/۴۰۰	۰/۱۱۶	۲۹
ایران	۰/۷۰۰	۰/۲۶۳	۰/۴۳۷	۵۸/۶۲
بحرین	۰/۲۱۱	۰/۶۷۴	-۰/۴۶۳	۸/۴۳
پاکستان	۰/۵۲۱	۰/۳۹۰	۰/۱۳۲	۹۴/۲۹
تاجیکستان	۰/۳۲۱	۰/۵۹۵	-۰/۲۷۴	۱۳/۱۰
ترکیه	۰/۷۹۰	۰/۱۶۳	۰/۶۲۶	۱۰۰
رژیم اشغالگر قدس (اسرائیل)	۰/۶۲۶	۰/۳۰۰	۰/۳۲۶	۴۵/۲۴
عربستان سعودی	۰/۵۳۲	۰/۳۸۴	۰/۱۴۷	۳۰/۹۲
عمان	۰/۵۴۲	۰/۳۶۸	۰/۱۷۴	۳۲/۶۴
قرقیزستان	۰/۳۳۲	۰/۵۷۹	-۰/۲۴۷	۱۳/۸۶
قزاقستان	۰/۴۹۵	۰/۴۵۳	۰/۰۴۲	۲۵
قطر	۰/۳۵۸	۰/۵۳۷	-۰/۱۷۹	۱۶
کویت	۰/۱۷۹	۰/۷۱۶	-۰/۵۳۷	۶/۹۲
گرجستان	۰/۴۹۵	۰/۴۰۵	۰/۰۹۰	۲۷/۴۹
لبنان	۰/۳۶۳	۰/۵۲۶	-۰/۱۶۳	۱۶/۵۳
مصر	۰/۶۹۵	۰/۲۶۸	۰/۴۲۶	۵۷/۱۳
یمن	۰/۲۷۴	۰/۶۴۲	-۰/۳۶۸	۱۰/۶۰

در جدول ۸ وضعیت کشورهای رقیب ایران و وضعیت کشور ایران و اینکه کشورهای مورد مطالعه به لحاظ مؤلفه های چهارگانه دارای چه توان و سطحی از رقابت پذیری هستند نشان داده شده است. نتایج بیانگر این است که کشور امارات متحده عربی به جز در منابع طبیعی و فرهنگی در بقیه شاخص ها از توان رقابت پذیری بالایی در منطقه آسیای جنوب غربی برخوردار است و تنها نقطه قوت ایران که می تواند با کشورهای منطقه به رقابت بپردازد شاخص منابع طبیعی و فرهنگی می باشد.

جدول (۸): توان رقابت پذیری گردشگری کشورهای سند چشم انداز ۱۴۰۴ به لحاظ مؤلفه های چهارگانه

توان رقابت پذیری	امتیاز	توانمندسازی محیط	سیاست های گردشگری	زیرساخت های گردشگری	منابع طبیعی و فرهنگی
خیلی بالا	۱۰۰-۸۰	امارات قطر	امارات اردن قطر	امارات	ترکیه
بالا	۸۰-۶۰		رژیم اشغالگر قدس- ترکیه-گرجستان- آذربایجان-مصر- لبنان-بحرین-عمان	ترکیه رژیم اشغالگر قدس (اسرائیل)	-
متوسط	۶۰-۴۰	بحرین	ارمنستان-تاجیکستان- عربستان قزاقستان-پاکستان	قطر عربستان عمان	ایران-مصر رژیم اشغالگر قدس
پایین	۴۰-۲۰	آذربایجان- عربستان-اردن گرجستان-قزاقستان عمان-ارمنستان رژیم اشغالگر قدس- کویت-ترکیه	ایران کویت قرقیزستان	بحرین-آذربایجان اردن-قزاقستان- مصر گرجستان-کویت	عمان-عربستان پاکستان-امارات گرجستان-قزاقستان-اردن
خیلی پایین	۲۰-۰	تاجیکستان لبنان-مصر قرقیزستان ایران-پاکستان یمن	یمن	لبنان-ایران ارمنستان- تاجیکستان پاکستان-قرقیزستان یمن	آذربایجان-ارمنستان لبنان-قطر قرقیزستان-تاجیکستان یمن-بحرین کویت

نتایج حاصل از تحلیل داده ها به طور کلی و تحلیل شاخص های چهارگانه رقابت پذیری گردشگری که به صورت نمودار در شکل ۴ رسم شده، نشان می دهد که اصلی ترین رقیب ایران کشور امارات متحده عربی می باشد. تنها نقطه قوت ایران که می تواند با کشورهای سند چشم انداز ۱۴۰۴ به رقابت پردازد، شاخص منابع طبیعی و فرهنگی می باشد.



توانمندسازی محیط زیست



سیاست های گردشگری



زیرساخت‌های گردشگری

منابع طبیعی و فرهنگی



شکل (۴): نمودار رقابت‌پذیری گردشگری ایران مقایسه با کشورهای رقیب

نتیجه‌گیری

توسعه و رونق بخشی گردشگری در هر منطقه‌ای، حاصل برنامه‌ریزی، خط‌مشی و هدف‌گذاری‌های کلان است که از سوی حکومت و دولت برای آن منطقه تدوین می‌شود. به عبارتی برنامه‌ریزی بدون توسعه صنعت گردشگری دارای مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بی‌شماری برای هر کشور است. از آنجایی که در بسیاری از جوامع، تکیه کردن صرف به یک صنعت، بسیار مشکل‌ساز است؛ می‌توان از صنعت گردشگری برای مقابله با رکود اقتصادی استفاده کرد. زیرا گردشگری از یک طرف طریق ایجاد درآمد ارزی باعث رشد اقتصادی و از طرف دیگر با ایجاد شغل، توزیع متناسب درآمد سبب توسعه متعادل منطقه‌ای می‌شود. با توجه به اهمیت گردشگری در توسعه همه‌جانبه کشورهای پژوهش حاضر باهدف تحلیل رقابت‌پذیری گردشگری ایران در مقایسه با رقبای سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ بر اساس داده سال ۲۰۱۷ انجام شده است. با توجه به اینکه بیشتر کشورهای مورد مطالعه، در زمره کشورهای درحال توسعه و یا کمتر توسعه‌یافته بوده و با مشکلاتی همچون سطح پایین درآمد سرانه و نرخ پایین رشد اقتصادی روبرو می‌باشند، لذا این کشورها برای رهایی از چنین مشکلاتی نیازمند رشد اقتصادی سریع و مستمر هستند. یکی از راه‌هایی که موفقیت قابل توجهی را برای برخی کشورها به همراه داشته، اتکا به صنعت گردشگری و گسترش آن است. لذا این صنعت به‌عنوان یکی از پردرآمدترین صنایع جهان می‌تواند نقش قابل توجهی در رشد اقتصادی کشورهای منطقه داشته باشد. نتایج پژوهش در زمینه وضعیت رقابت‌پذیری گردشگری نشان داد که در سال ۲۰۱۷ کشور امارات متحده عربی در سطح خیلی بالا، کشور قطر در سطح بالا، کشورهای ترکیه، رژیم اشغالگر قدس (اسرائیل)، بحرین، آذربایجان، اردن، عربستان سعودی، عمان و گرجستان سطح متوسط، کشورهای قزاقستان، ارمنستان، مصر، لبنان، تاجیکستان، کویت و ایران در سطح پایین و

کشورهای قرقیزستان، پاکستان و یمن در سطح خیلی پایین قرار دارند. نتایج بدست آمده با پژوهش میشل و همکاران همسو می‌باشد. میشل و همکاران به این نتیجه دست یافتند که امارات متحده عربی یکی از مشهورترین و رقابتی‌ترین مقاصد گردشگری در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا است و نتایج نشان می‌دهد که اصلی‌ترین رقیب منطقه‌ای ایران در زمینه گردشگری می‌باشد. وضعیت رقابت‌پذیری کشورها به لحاظ ۴ مؤلفه مورد مطالعه به این صورت می‌باشد که به لحاظ توانمندسازی محیط، به جز کشورهای امارات متحده عربی و قطر، بقیه کشورها در سطح متوسط به پایین قرار دارند. همچنین وضعیت کشورهای مورد مطالعه در مؤلفه سیاست گردشگری به این صورت می‌باشد که کشورهای امارات متحده عربی، اردن، قطر، ترکیه، لبنان، عمان و بحرین قوی‌ترین سیاست‌های گردشگری را در بین کشورهای مورد مطالعه داشته و کشورهای آذربایجان و مصر به عنوان کشورهایی که توانسته‌اند سیاست گردشگری خود را بهبود ببخشند معرفی شدند. به لحاظ مؤلفه زیرساخت کشورهای امارات متحده عربی، ترکیه، قطر، عربستان سعودی، عمان، بحرین و اردن با فراهم آوردن بسترهای گردشگری شرایط بهتری جهت رقابت‌پذیری در عرصه گردشگری ایجاد کرده‌اند. آخرین بعد مورد مطالعه منابع طبیعی و فرهنگی می‌باشد. عملکرد کشورها در این بعد نشان می‌دهد که کشورهای ترکیه، مصر، ایران، عمان، عربستان سعودی، پاکستان و امارات متحده عربی از منابع طبیعی و فرهنگی بالایی برخوردار هستند. در این مؤلفه کشورهایی با تمدن قوی جای گرفته‌اند. این مؤلفه به عنوان نقطه قوت کشورهای مصر، ایران و ترکیه و در مقابل نقطه ضعف کشور امارات متحده عربی می‌باشد. همانطور که متین در پژوهش انجام شده در سال ۱۴۰۰ به این نتایج دست یافت که رتبه ایران در محیط کسب و کار، پذیرا بودن بین‌المللی و زیرساخت حمل و نقل، زمینی و بندرگاهی دارای افت و وضعیت نامطلوبی نسبت به سال‌های گذشته داشته است. در ادامه با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهاداتی ارائه می‌گردد:

- بهبود وضعیت شاخص زیرساخت‌های گردشگری با افزایش تعداد فرودگاه‌ها، افزایش طول و ارتقاء کیفیت زیرساختی جاده-های آسفالت و راه آهن، افزایش پهنای باند اینترنت، ایجاد شرکت‌های بزرگ حمل و نقل و در دسترس بودن دستگاه‌های خودپرداز برای گردشگران.
- ارتقاء شاخص ایمنی و امنیت از طریق کاهش دادن میزان جرم، افزایش کیفیت خدمات پلیس.
- جمع‌آوری داده‌های کامل بخش سفر و گردشگری و در اولویت قرار دادن بخش‌هایی که عملکرد ضعیف دارند.
- استفاده از تجارب کشورهای قدرتمند منطقه از جمله امارات و ترکیه.
- افزایش روابط سیاسی با همسایگان.
- تدوین برنامه و سند مجزا برای بخش گردشگری.

منابع

- اسماعیل زاده، حسن؛ صرافی، مظفر؛ توکلی نیا، جمیله. (۱۳۹۰). تحلیلی بر رویکردهای توسعه گردشگری در اجتماعات محلی. فصلنامه علوم محیطی، ۲(۹)، ۱۱۹-۱۴۲
- امامی، سیده فاطمه؛ دربان آستانه، علیرضا؛ رضوانی، محمدرضا؛ قدیری، مجتبی. (۱۴۰۰). تبیین نقش مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری اجتماع محور (مطالعه موردی: روستاهای استان گیلان، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰(۳۶)، ۱-۲۷.
- باعقیده، نصراله؛ علیزاده، کتایون؛ جعفری، حمید. (۱۴۰۱). ارزیابی اثرات شاخص‌های گردشگری فرهنگی در توسعه نمونه موردی شهرستان خواف. جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱۱(۴۱)، ۹۵-۱۰۶.

- باقری، مسلم؛ شجاعی، پیام؛ کیانی، مهرداد. (۱۳۹۵). ارائه مدل تفسیری ساختاری شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری (مطالعه موردی: استان فارس). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۵(۱۸)، ۱۳۷-۱۵۷.
- توکلی نیا، جمیله؛ هرائینی، مصطفی. (۱۳۹۷). ارزیابی میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری بر اساس مدل کانو و سروکوال (مطالعه موردی: واحدهای پذیرائی محله دربند تهران)، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۸(۴۹)، ۲۴۱-۲۵۸.
- خاکسار آستانه، حمیده؛ هاشمی تبار، محمود، سخدری، جواد؛ رهنما، علی. (۱۴۰۰). تحلیل وضعیت گردشگری ایران در سطوح ملی و منطقه‌ای با استفاده از شاخص نوآوری، برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۱(۴۲)، ۱۸-۳۳.
- دلشاد، علی؛ ابوهاشم آبادی، فرزانه؛ قاسمیان صاحبی، ایمن. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی و تعیین روابط بین شاخص‌های سنجش پایداری توسعه گردشگری. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲(۳۹)، ۷۳-۹۴.
- دهشیری، محمدرضا؛ فقیهی، محبوبه. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی (۱۹۹۰-۲۰۱۷)، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۸(۲۸)، ۳۳-۴۹.
- رحمانی، فاطمه؛ رهنما، علی. (۱۳۹۹). تأثیر شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری بر تقاضای گردشگری خارجی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (منا)، مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۶، ۱۱۳-۱۴۴.
- زروکی، شهریار؛ اولیایی‌نسب، مرضیه. (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر رشد گردشگری با تأکید بر رقابت‌پذیری مقصد، (کاربردی از روش داده‌های تابلویی پویا و تخمین‌زن GMM-Sys)، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲۳(۶)، ۱۰۴-۷۷.
- شالباغیان، علی‌اصغر؛ زرنندان، ندا. (۱۳۹۹). شناخت اولویت‌های توسعه گردشگری شرق استان سمنان (کاربرد ترکیب گروه کانونی و منطق سلسله مراتبی)، برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، ۷(۴)، ۹۳-۱۰۴.
- شاهمرادی، صفورا. (۱۳۹۵). تحلیل اثرات فضایی مجموعه گردشگری سازمان عمران زاینده‌رود بر شهر چادگان، پایان‌نامه ارشد، استاد راهنما: محسن شاطریان، دانشگاه کاشان، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین.
- شربت‌تی، اکبر. (۱۳۹۴). بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی استان گلستان، مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۵(۱۵)، ۴۳-۵۹.
- ضرابی، اصغر؛ محمدی، جمال؛ باباخانزاده، ادریس. (۱۳۹۰). تحلیلی بر جاذبه‌ها و تسهیلات گردشگری منطقه اورامانات، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۲(۳)، ۳۵-۵۲.
- ضیائی، محمود؛ دلشاد، علی؛ تقوی فرد، محمد تقی؛ تاج زاده نمین، ابوالفضل. (۱۳۹۹). رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری فراتحلیل کیفی پژوهش‌ها با استفاده از شاخص سه گانه بلیکی. برنامه ریزی توسعه کالبدی، ۷(۴)، ۷۵-۹۲.
- علی اکبری، اسماعیل؛ طالشی، مصطفی؛ عمادالدین، عذرا. (۱۳۹۶). الگوی توسعه کالبدی یکپارچه شهر و پیرامون با استفاده از ظرفیت‌های گردشگری مناطق پیراشهری. فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه ریزی توسعه کالبدی، ۴(۱)، ۵۵-۷۰.
- علیپور، عباس؛ بایندر، مژگان. (۱۳۹۴). مدیریت پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهر بجنورد). راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۴(۱)، ۱۱۵-۱۳۵.
- قائم‌ی اصل، مهدی؛ بافنده ایماندوست، صادق؛ دشتی، الهام. (۱۳۹۶). به‌کارگیری الگوی قیمت‌گذاری پویای بیزین افق محدود (FHBD) در تعیین دامنه تمایل به پرداخت برای منابع طبیعی منطقه‌ای غیربازاری؛ (مطالعه موردی: مجموعه گردشگری چالیدره مشهد)، اقتصاد و توسعه منطقه‌ای، ۲۴(۱۳)، ۴۶-۶۷.
- متین، نسرین. (۱۴۰۰). تحلیل جایگاه رقابت‌پذیری مقصد گردشگری ایران مبتنی بر شاخص‌های WEF-TTCR، پژوهشنامه حلال، ۴(۳)، ۲۱-۳۱.
- میرحسینی ده آبادی، ابوالقاسم. (۱۳۹۱). تدوین مدل راهبردی توسعه پایدار اکوتوریسم در مناطق بیابانی و کویری مطالعه استان یزد، رساله دکتری تخصصی گرایش مدیریت محیط زیست، دانشکده محیط زیست و انرژی، علوم و تحقیقات تهران.

Almhrzi, H., Scott, N., Alroyami, H. (2017). Introduction. In H. Almhrzi, H. Alriyami, & N. Scott (Eds.). *Tourism in the Arab world: An industry perspective* (pp. 1-11). Bristol, UK: Channel View Publications.

- Balkaran, R., Maharaj, S. (2014). A comparative analysis of the South African and global tourism competitiveness models with the aim of enhancing a sustainable model for South Africa. *Journal of Economic and Behavioral Studies*, 6(4), 273–278
- Brans, J. & Mareschal, B. (2005). PROMETHEE method cited at: Multiple Criteria Decision Analysis: State of the Art Surveys, Springer, New York.
- Brans, J.P., & Mareschal, B. (1994). The PROMCALC & GAIA decision support system for multicriteria decision aid, *Decision Support Systems*, 12, 297-310.
- Brans, J.P., & Vincke, Ph. (1985). A preference ranking organization method, *Management Science*, 31, 647-656.
- Brans, J.P., Vincke, Ph., & Marechal, B. (1986). How to select and how to rank projects: The PROMETHEE method, *European Journal of Operational Research*, 24, 228- 238.
- Chou, T.Y., Lin, W.T., Lin, C.Y., Chou, W.C. and Huang, P.H. (2004). Application of the PROMETHEE technique to determine depression outlet location and flow direction in DEM, *Journal of Hydrology*, 287, 49–61.
- Cîrstea, Ş. D. (2014). Travel & Tourism Competitiveness: A study of World's top economic Competitive countries. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1273-1280.
- Coban, O., & Ozcan, C. C. (2013). Türkiye'de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi, Nedensellik Analizi (1963-2010) [the relationship between economic growth and tourism income of Turkey, a causality analysis (1963–2010)]. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 243–261
- Croes, R., & Kubickova, M. (2013). From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 146–154
- Dias, J.G. (2017). Environmental sustainability measurement in the Travel & Tourism Competitiveness Index: An empirical analysis of its reliability, *Ecological Indicators*, 73, 589–596.
- Ekin, Y., Akbulut, O. (2015). Tourism destination competitiveness: The case of Dalyan– Turkey, *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 3, 60-66.
- Giambona, F., Grassini, L. (2020). Tourism attractiveness in Italy: Regional empirical evidence using a pairwise comparisons modelling approach. *International Journal of Tourism Research*, 22(1), 26-41.
- Gómez-Vega, M., Picazo-Tadeo, A. J. (2019). Ranking world tourist destinations with a composite indicator of competitiveness: To weigh or not to weigh?. *Tourism Management*, 72, 281-291.
- Kabassi, K. (2010). Personalizes recommendations for tourists, *Journal of Telematics and Informatics*, 27, 51- 66.
- Kumar, S., & Dhir, A. (2020). Associations between travel and tourism competitiveness and culture. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100501.
- Li, H., Chen, J. L., Li, G., Goh, C. (2016). Tourism and regional income inequality: Evidence from China. *Annals of Tourism Research*, 58, 81-99.
- 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.
- Michael, N., Reisinger, Y., Hayes, J. P. (2019). The UAE's tourism competitiveness: A business perspective. *Tourism Management Perspectives*, 30, 53-64.
- Nazmfar, H., Eshghei, A., Alavi, S., & Pourmoradian, S. (2019). Analysis of travel and tourism competitiveness index in middle-east countries. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(6), 501-513.
- Pulido-Fernández, J. I., & Rodríguez-Díaz, B. (2016). Reinterpreting the World Economic Forum's global tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 20, 131-140.
- Pulido-Fernández, J. I., Cárdenas-García, P. J., Espinosa-Pulido, J. A. (2020). Does environmental sustainability contribute to tourism growth? An analysis at the country level. *Journal of cleaner production*, 213, 309-319.
- Rehman Khan, S.A., Qianli, D., SongBo, W., Zaman, Kh., & Zhang, Y. (2017). Travel and tourism competitiveness index: The impact of air transportation, railways transportation, travel and transport services on international inbound and outbound tourism, *Journal of Air Transport Management*, 58, 125-134.
- Rivera, J.P.R., Gutierrez, E.L.M. (2018). A framework toward sustainable ecotourism value chain in the Philippines. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 0(0), 1-20.
- Rodríguez-Díaz, B., Pulido-Fernández, J. I. (2020). Sustainability as a Key Factor in Tourism Competitiveness: A Global Analysis. *Sustainability*, 12(1), 51.
- World Economic Forum. (2015). <https://www.weforum.org/>
- WTTC (2016). Travel & Tourism Economic Impact 2016: World. Report prepared by the authority on World Travel & Tourism. London, U.K

Wu, Y., Wanga, Y., Chena, K., Xu, C., Li, L. (2017). Social sustainability assessment of small hydropower with hesitant PROMETHEE method, *Sustainable Cities and Society*, 35, 522–537.

Zielinski, S., Kim, S. I., Botero, C., & Yanes, A. (2020). Factors that facilitate and inhibit community-based tourism initiatives in developing countries. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 723-739. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1543254>

نحوه ارجاع به مقاله:

علوی، سعیده؛ نظم‌فر، حسین؛ حسن‌زاده، محمد، (۱۴۰۱) تحلیل رقابت‌پذیری گردشگری ایران در مقایسه با رقبای سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، جغرافیا و مطالعات محیطی ۱۱

Dor: 20.1001.1.20087845.1401.11.42.11.0، ۱۷۰-۱۸۹، (۴۲)

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author (s), with publication rights granted to Journal of Geography and Environmental Studies. This is an open – access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

