

تحلیلی بر عوامل مؤثر در رقابت‌پذیری اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی، مطالعه

موردی: روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد

سکینه آذرخش^{۱*} و جمشید عینالی^۲

۱. دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

۲. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۴

چکیده

اطلاعات مقاله

مناطق روستایی با توجه به ارایه ترکیبی از جاذبه‌های گردشگری طبیعی و فرهنگی ناشی از ویژگی‌های جغرافیایی و شیوه‌های زندگی به عنوان مقاصد گردشگری ارزان برای گذران اوقات فراغت و تفریح شناخته می‌شود. توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه بیشتر محققان به عنوان ابزاری بازآفرینی و احیای مجدد اقتصادی-اجتماعی مناطق روستایی برای نیل به توسعه پایدار مطرح است. افزایش تعداد گردشگران ورودی به مناطق روستایی، به بروز نیازها و تقاضاهای جدید در مناطق گردشگری روستایی منجر شده است که ارایه مزایای رقابتی نقش مهمی در وفاداری گردشگران، رضایت و حمایت مجدد از مقاصد می‌شود. تحقیق حاضر با هدف نقش حمل و نقل در رقابت‌پذیری اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی می‌باشد. تحقیق حاضر از نوع کاربردی بوده و ماهیت آن توصیفی-تحلیلی مبتنی بر گردآوری داده‌ها با استفاده از روش‌های میدانی (مشاهده و تکمیل پرسشنامه) است. بدین منظور در سطح تحلیل روستا، با توجه دارای سکنه بودن ۹ روستا از روش تمام‌شماری استفاده شده است. در سطح تحلیل خانوار از ۱۳۱۲ مورد، با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۹۷ خانوار به عنوان نمونه انتخاب شده و پرسشنامه با استفاده از روش نمونه‌گیری سیستماتیک تکمیل شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری از قبیل t تک نمونه‌ای، تحلیل خوشه‌ای، همبستگی پیرسون و کروسکال والیس استفاده شده است. نتایج نشان داد که از بین سه شاخص رقابت‌پذیری مورد مطالعه (جاذبه‌های مقصد، خدمات پایه و زمینه‌های گردشگری)، شاخص جاذبه‌های گردشگری با میانگین عددی ۳/۹۸ بیشترین تأثیر را دارد. همچنین، با توجه به میزان ضریب همبستگی ۰/۸۳۷ بین شاخص‌های رقابت-پذیری گردشگری و توسعه اقتصاد روستاهای هدف گردشگری رابطه همبستگی معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. علاوه بر این، نتیجه آزمون کروسکال والیس نشان داد که تفاوت معناداری در بین روستاهای هدف در شاخص‌های رقابت‌پذیری و توسعه اقتصادی وجود دارد که نقش عوامل جغرافیایی از قبیل اقلیم، ناهمواری‌ها و تنوع جاذبه‌های گردشگری در این تفاوت قابل توجه است.

کلید واژه‌ها: رقابت‌پذیری گردشگری، اقتصاد روستایی، استان کهگیلویه و بویراحمد.

دوره ۲، شماره ۸، تابستان ۱۴۰۱

صص ۶۸-۸۳

DOR:20.1001.1.27173747.1401.3.8.5.2

مقدمه

مناطق روستایی گردشگران را بر اساس فرهنگ متمایز، تاریخ، محیط طبیعی و چشم‌انداز زیبا (Erokhin et al., 2014:524; Trukhachev, 2015: 3053) و جو جامعه (قومیت منحصر به فرد و شیوه زندگی مبتنی بر فرهنگ سنتی) جذب می‌کنند (Postevoy, 2017). در نتیجه، در صورت مدیریت ناصحیح منابع و پتانسیل‌ها، توسعه گردشگران می‌تواند جاذبه‌های فرهنگی و زیست‌محیطی این مناطق را به شدت به مخاطره بیندازد (Chin et al., 2016: 76). به عبارت دیگر، بهره‌برداری بیش از حد و توسعه بیش از حد فعالیت‌های گردشگری، اغلب منابع طبیعی و کیفیت زندگی جوامع را کاهش می‌دهد که توسعه اجتماعی-اقتصادی آن را با چالش‌های اساسی مواجه می‌سازد (An & Alarcón, 2020: 2). بنابراین، یک استراتژی توسعه روستایی موفق در زمینه گردشگری بایستی پیوند ویژه‌ای با منابع و جاذبه‌های مقصد داشته باشد، به طوری که این استراتژی بایستی اولویت‌های خود را بر روی حفظ منابع با ارزش، بهبود مستمر خدمات، تنوع فعالیت‌ها و همچنین استفاده از اصول پایداری در مدیریت محیط زیست استوار سازد (Demirović et al., 2016: 388).

گردشگری روستایی یکی از مناسب‌ترین ابزارها برای بازآفرینی و احیاء مجدد مناطق روستایی (Gao & Wu, 2017:224; Dašić et al., 2020: 719) و تضمین آینده‌ای پایدار از طریق حفظ شغل یا اشتغال‌زایی، حمایت از مزارع، حفاظت از طبیعت و حفظ صنایع دستی روستایی به عنوان یک جاذبه گردشگری در نظر گرفته شده است (Demirović et al., 2016: 388; Dašić et al., 2020: 720). مقاصد گردشگری روستایی بر اساس یک محصول پیچیده گردشگری ارائه کننده چندین محصول جزئی از قبیل محل اقامت، حمل و نقل، غذا، فروشگاه‌ها، جاذبه‌ها و تفریحات و ... است (Situmorang et al, 2019: 166; Martínez et al, 2019: 21; et al, 2019: 21). بنابراین، بنگاه‌های اقتصادی گردشگری به شدت به یکدیگر وابسته و متصل بوده و به طور عمده در قالب کسب و کارهای کوچک و متوسط فعالیت می‌کنند (Dinis et al, 2019: 93; Xue & Kerstetter, 2019). به عقیده برخی از پژوهشگران، مشاغل گردشگری بویژه در نواحی روستایی، به زیرساخت‌های سبک برای توسعه خود نیاز دارند (Juma & Khademi-Vidra, 2019: 2; Sæþórsdóttir & Hall, 2019: 1). از این رو، گردشگری روستایی با توجه به در بر گرفتن فعالیت‌های متعدد و ارزان بودن خود در بسیاری از مناطق دنیا به عنوان یک بخش پر رونق مطرح است که برای مدیریت و تجاری سازی خود بایستی از طریق رقابت‌پذیری اقدام کنند (Campón-Cerro et al., 2017: 252).

افزایش تعداد گردشگران ورودی به مناطق روستایی بدلائل مختلف، منجر به بروز نیازها و تقاضاهای جدید در مناطق گردشگرپذیر روستایی شده و به افزایش میزان تقاضا نسبت به کالاها، خدمات و امکانات موجود منجر می‌شود (Rezvani, 2012:98 et al, 2014:36; Einali, 2014:36). در این فرآیند ارتقاء توان رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری روستایی با بهره‌گیری از منابع موجود و جذب گردشگران نقش حیاتی در توسعه اجتماعی-اقتصادی نواحی روستایی می‌تواند برعهده گیرد. از این رو، مفهوم رقابت بیانگر برتری کیفی و کمی یک مقصد نسبت به رقبای واقعی و بالقوه است (Cracolici & Nijkamp, 2009: 337). که بر روی توسعه و بقای مقاصد گردشگری روستایی از طریق مزایای رقابتی مانند وفاداری گردشگران، رضایت و حمایت مجدد، تجدید نظر در مقصد (Malheiro et al., 2020: 15547; Teixeira et al., 2019: 943) تأثیر قابل توجهی دارد. از این رو، تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر در رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری روستایی با جهت‌گیری خاص بر روی روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد انجام شده است. این استان با توجه به قرارگیری در محدوده زاگرس مرتفع و ساختار ژئومورفولوژیکی ژورایی (ترکیب ارتفاعات و دشتهای بین کوهی

وسیع) و برخورداری از تنوع پوشش گیاهی، تنوع و تفاوت‌های اقلیمی محلی و موقعیت مناسب به عنوان پایتخت طبیعت ایران معروف است که این ویژگی موجب شده که یکی از مقاصد اصلی گردشگری طبیعت‌گرا در ایران باشد. از طرفی دیگر، شیوه‌های زندگی ترکیبی بدلیل اسکان عشایر بختیاری و مردم محلی و دارا بودن جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی گردشگری نیز سالانه گردشگران زیادی را جذب می‌کند. با شروع برنامه چهارم توسعه (۱۳۸۸-۱۳۸۴) و تأکید بر توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر روستاهای هدف گردشگری که بر اساس تعریف سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور "روستاهایی که دارای یک یا چند جاذبه گردشگری اعم از طبیعی، فرهنگی، تاریخی و مذهبی در سطح محلی، منطقه‌ای و یا ملی باشند" (وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، ۱۴۰۰)، توجه خاصی به توسعه گردشگری استان با تأکید بر روستاهای هدف مبذول شده است. روستاهای هدف گردشگری استان با توجه به دارا بودن انواع پتانسیل‌های جذب گردشگری از لحاظ طبیعی، فرهنگی، تاریخی و مذهبی که هر ساله پذیرای بسیاری از گردشگران خارجی و داخلی است و می‌تواند نقش مهمی در توسعه روستایی و منطقه ایفا کند. از این رو، تحقیق حاضر می‌کوشد به سوالات ۱- مهمترین عوامل موثر در رقابت‌پذیری گردشگری کدامند؟ و ۲- بین رقابت‌پذیری گردشگری و توسعه اقتصادی روستاهای هدف گردشگری استان چه رابطه‌ای وجود دارد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

رقابت‌پذیری گردشگری و توسعه مقاصد گردشگری

گردشگری، به مانند سایر صنایع خدماتی، کمک بزرگی به توسعه عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در سطوح مختلف فضایی کمک می‌کند (Yudina et al, 2016: 10600; Stoffelen et al, 2017: 128). به طوری که، گردشگری به عنوان یک صنعت با ایجاد شبکه، سرمایه، منابع انسانی و کلیه جنبه‌های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی به عنوان یکی از مهمترین استراتژی‌های توسعه پایدار مناطق روستایی مطرح می‌شود. به عقیده جارابکوا و همکاران (۲۰۱۶)، توسعه گردشگری روستایی بایستی در راستای نیل به هدف پایداری در ابعاد اجتماعی- اقتصادی در قالب برنامه‌های بلند مدت منطقه‌ای مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد که در این فرآیند، مطابق جدول (۱) بایستی به ابزارهای مالی و غیر مالی در راستای جذب گردشگران و ایجاد رضایت‌مندی و افزایش وفاداری مجهز شده باشد (Jarábková et al, 2016: 125) که تأثیر بسزایی در رقابت‌پذیری و ارتقاء مزیت‌های رقابتی مقاصد روستایی برجا می‌گذارد (Einali et al., 2021: 57).

جدول ۱. ابزارهای مالی و غیرمالی برای توسعه گردشگری روستایی

ابزار مالی	- ابزارهای غیر سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاری (بارانه‌ها، کمک‌های مالی، وام‌ها و ضمانت‌نامه‌های بانکی) - تأمین مشارکتی منابع مالی و سرمایه - کمک و مساعدت مالیاتی (معافیت‌های مالیاتی یا کاهش نرخ مالیات) - تخصیص و کمک هزینه بودجه‌ای
ابزار غیر مالی	- ابزارهای اداری (قانون‌گذاری و تهیه پیش‌نویس مقررات عمومی) - ابزارهای نهادی (مدیریت بهتر منابع محلی، ارتباط مناسب بین نهادهای منطقه‌ای و محلی و برنامه‌های توسعه و ...) - راهنمایی و ارائه مشاوره‌های لازم - ارتقاء و توسعه آموزش‌های بازاریابی و ...

منبع: Jarábková et al, 2016: 125

تحلیلی بر عوامل مؤثر در رقابت‌پذیری ... / آذرخش و عینالی

امروزه رقابت‌پذیری یکی از موضوعات اصلی اقتصادی در ابعاد مختلف از جمله اقتصاد خرد، متوسط و کلان مورد توجه برنامه‌ریزان در مباحث توسعه و برنامه‌ریزی قرار گرفته است (Streimikiene et al., 2020: 2; Vlados & Chatzinikolaou, 2020: 259). با این وجود، تعریف یا مدلی از رقابت‌پذیری که به طور کلی مورد قبول و پذیرش در سطح جهانی باشد، وجود ندارد. در ادبیات مربوط به رقابت‌پذیری مناطق و مقاصد گردشگری به عنوان توانایی انطباق مناطق و مقاصد با وظایف و چالش‌های جدید اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی و همچنین توانایی ایجاد شرایط توسعه جایگزین و بهره‌گیری از فرصت‌ها تعریف شده است که امکان حفظ یا تقویت موقعیت را بیان می‌کند (Kutyk & Brelik, 2019: 380). به عبارت دیگر، رقابت‌پذیری گردشگری به عنوان مفهومی چند بعدی بر این اساس استوار است که تجربه، تصاویری که یک گردشگر در یک مکان توریستی بدست می‌آورد، محصول اصلی در گردشگری است (Manhas et al., 2016: 25; Graja-Zwolińska et al., 2020: 176). بنابراین، رقابت‌پذیری مقاصد با توانایی مقصد در حفظ موقعیت‌های بازار نسبت به رقبای، ایجاد محصولات با ارزش افزوده بالا و ادغام تمام سطوح عملکردی از اجزای مختلف صنعت گردشگری برای حفظ منابع خود در طول زمان در ارتباط است (Dwyer et al., 2016: 1310; Ryglová et al., 2018: 3). که با توانایی مقصد در ارائه کالا و خدمات بهتر و کیفیتی بالاتر از سایر مقاصد بیان می‌شود (Dwyer et al., 2016: 1310; Novais et al., 2018: 324) و بر روی جذابیت مقصد (Law & Lo, 2016: 128; Morozov & Morozova, 2016: 13) و توسعه و سرزندگی^۱ آن (Demirović et al., 2017: 280; Demirović et al., 2018: 60) تأثیر مثبتی می‌گذارد.

از این رو، رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری روستایی نقش بسزایی در اطمینان از بقاء این مناطق در بازار پر تلاطم گردشگری دارد (Senbeto & Hon, 2020: 1119; Apostolopoulos et al., 2020: 1). به عبارت دیگر، برای اینکه صنعت گردشگری روستایی در بلندمدت سودآور و پایدار باشد، حفظ بخش گردشگری روستایی از طریق ارتقاء خدمات و زیرساخت‌های موجود و توسعه آنها با توجه به نقش آن در ارائه مزایای رقابتی و تأثیرگذاری آن در وفاداری گردشگران، افزایش رضایت‌مندی و حمایت مجدد از مقاصد گردشگری روستایی از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است (Law & Lo, 2016: 128; Campón-Cerro et al., 2017: 253; Chi & Han, 2021: 59). از این رو، دارا بودن مزیت‌های رقابتی تنها با پاسخ بهتر به چالش‌های طرف تقاضا ایجاد می‌شود که نقش مهمی در مدیریت مقاصد گردشگری و بهبود زنجیره تامین خدمات دارد (Law & Lo, 2016: 128; Feizabadi et al., 2019: 2287).

عوامل مؤثر در رقابت‌پذیری گردشگری

بررسی ادبیات نشان می‌دهد که محققان گردشگری با توجه به معیارهای مختلف و از زوایای متعدد، از جمله انتظارات مشتری، رضایت و ارزش گردشگر، انگیزه‌های گردشگری، برندهای تجاری مقصد، جذابیت مقصد، پایداری و ارزش مقصد تحلیل کرده‌اند (Iniesta-Bonillo et al., 2016: 5002; Küçükaltan & Pirnar, 2016: 22). برخی از محققان برای توضیح رقابت‌پذیری یک مقصد گردشگری به شاخص‌های پایداری توجه کرده‌اند (Cucculelli, & Goffi, 2016: 371; Iniesta-Bonillo et al., 2016: 5002).

برخی دیگر از محققان نیز به شاخص‌هایی مانند انتظارات مشتری، انگیزه‌های گردشگری، رضایت‌مندی، جذابیت مقصد (عوامل فشار و کشش)، وفاداری به برند تجاری، سطح مدیریت هوشمند فعالیت‌ها، سرمایه‌گذاری در فناوری و نوآوری،

خلاقیت ارزش و پتانسیل تقاضا تأکید دارند (García Sánchez et.al, 2016: 15; Miličević et al., 2016: 2; Zeleke & Biwota 2020: 448)

از دیدگاه ریچی و کراچ (۲۰۱۰: ۳۲۷)، رقابت مقصد بستگی عوامل متعددی از قبیل الف) قابلیت‌های افزایش درآمد گردشگری، ب) قابلیت جذب مداوم گردشگران، ج) ارائه لذت و تجربه جدید/ماجراجویی، د) سودآوری، ه) اطمینان از کیفیت زندگی برای افراد محلی و در نهایت حفاظت از محیط طبیعی دارد. به طوری که، ادراک رقابت‌پذیری از این نظر متفاوت است که یکی مقصد را از منظر توریست (جذابیت) و دیگری از منظر مقصد (رقابت‌پذیری) مشاهده می‌کند. کوزاک و رمینگتون (Kozak & Rimmington, 1999: 273) رقابت در مقاصد گردشگری را بر اساس ترکیبی از دو عامل اساسی مانند عوامل اصلی (آب و هوا، محیط زیست، فرهنگ، میراث معماری) و عوامل خاص بخش گردشگری (اقامتگاه‌ها، پذیرایی، وسایل حمل و نقل و سرگرمی) بررسی کرده اند (Zeleke & Biwota, 2020: 448). آرات-تور و کوزاک (۲۰۱۵)، با بررسی دیدگاه‌های مختلفی را در مورد مدیریت مقصد به بررسی عواملی که بر روی رقابت مقاصد از دیدگاه بین رشته‌ای تأثیر دارند، پرداخته است. از دیدگاه ایشان مهمترین عوامل مؤثر در رقابت‌پذیری مقاصد دربرگیرنده مواردی از قبیل محیط زیست، تغییر اقلیم و پایداری مقصد است (Aral-Tur and Kozak, 2015). مجمع جهانی اقتصاد^۱، مدل‌های شاخص رقابت را بر اساس سیزده عنصر اصلی، سیاست‌ها و مقررات عمومی، قوانین زیست‌محیطی، ایمنی، بهداشت و سلامتی، اولویت بخش گردشگری، زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی، زیرساخت‌های حمل و نقل زمینی، زیرساخت‌های گردشگری، زیرساخت‌های ارتباطات، قیمت‌ها در بخش گردشگری، منابع انسانی، درک ملی از گردشگری و منابع طبیعی و فرهنگی مقاصد دسته‌بندی کرده است (Zeleke & Biwota, 2020: 447). مانرای و همکاران (۲۰۱۸) با ارائه مدل کلی رقابت‌پذیری گردشگری^۲ سه شاخص گسترده یعنی جاذبه‌های مقصد^۳، ضروریات یا خدمات پایه^۴ و محیط زیست یا زمینه‌های گردشگری^۵ را در رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری معرفی می‌کند (Manrai et al., 2018: 442). در طراحی مدل جاذبه‌ها-خدمات پایه-زمینه‌های گردشگری^۶ توجه خاصی به نظریه انگیزه‌های انسانی مازلو (۱۹۸۷) شده است. اولین مورد در هرم با نیازهای فیزیولوژیکی، غذا، آب، بهداشت و سرپناه است مرتبط است. این بدان معناست که اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها و سایر منابع آب و غذا و همچنین گزینه‌های مختلف برای اقامت، از اهمیت اساسی در جذب و رضایت گردشگران برخوردار است. دومین نیاز در سلسله‌مراتب نظریه مازلو، (۱۹۸۷) در مورد نیاز به ایمنی و امنیت است که با احساس امنیت گردشگران در برابر سوانح طبیعی، جرم و بیماری در ارتباط است که این موارد زمینه‌ای به طور کامل قابل کنترل نبوده و از عوامل اصلی تعیین‌کننده رقابت مقاصد گردشگری هستند. سرانجام، سه رده آخر هرم سلسله مراتبی نیاز مازلو با نیازهای اجتماعی، احترام به نیازها و خودشناسی است که به طور غیر مستقیم با رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری در ارتباط است (Manrai et al., 2018: 442).

بررسی منابع مرتبط نشان می‌دهد که از جمله مهمترین عوامل مؤثر در ارتقای رقابت‌پذیری گردشگری و بویژه گردشگری روستایی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- 1 .World Economic Forum (WEF)
- 2 . Tourism A-B-C (TABC) model
- 3 . tourism attractions (TA)
4. tourism basics (TB)
- 5 . tourism context (TC)
- 6 . Tourism Attractions-Basics-Context (TABC) model

تحلیلی بر عوامل مؤثر در قابلیت‌پذیری ... / آذرخش و عینالی

- در دسترس بودن خدمات حمل و نقل مناسب و قابل اطمینان، که در انتخاب مقاصد روستایی برای بازدیدکنندگان تأثیر زیادی دارد (2: Veloso et al, 2021; Coppola et al, 2020).
- کیفیت خدمات گردشگری از قبیل تسهیلات اقامتی و پذیرایی، که با رضایت‌مندی گردشگران از مقصد و توصیه دهان به دهان گردشگران برای جذب مشتریان جدید تأثیر می‌گذارد (Abdulla et al., 2019: 308; Fang, 2020: 25)
- جاذبه‌های گردشگری طبیعی (تنوع پوشش گیاهی، اقلیم مناسب و زیبایی‌های طبیعی) در کنار میراث فرهنگی متشکل از محصولات فرهنگی (مانند آثار باستانی، آثار هنری، مردم‌نگاری، بناهای تاریخی، صنایع دستی، شیوه‌های سنتی زندگی و ...) که دارای ارزشهای ذاتی هستند (Maneenetr & Tran, 2014: 55; Coccossis, 2016: 66).
- امکانات و تسهیلات سرگرمی و تفریحات (مانند اجرای زنده موسیقی محلی، جشنواره‌های محلی، نمایشگاه‌ها و ...) که به عنوان یک منبع اصلی جذابیت مقصد گردشگری را تعیین می‌کند (Lo et al., 2016: 17; Morozov & Morozova, 2016: 15).
- مدیریت مقاصد و جاذبه‌ها با هدف توسعه محصولات و خدمات جدید و متمایز گردشگری به عنوان یکی از راه‌های افزایش بهره‌وری در بخش گردشگری روستایی (Campón-Cerro et al., 2017: 253; Wijijayanti et al., 2020: 6; Fang, 2020: 25)

روش پژوهش

برای انجام تحقیق، از روشهای توصیفی-تحلیلی مبتنی بر آزمون‌های آماری استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش خانوارهای ساکن روستاهای هدف گردشگری، استان کهگیلویه و بویراحمد است. تعداد روستاهای هدف گردشگری استان بالغ بر ۱۲ مورد است که ۹ مورد از آنها دارای جمعیت دائمی هستند. در سطح تحلیل روستا با توجه به تعداد اندک آنها همه روستاهای دارای جمعیت دائم مورد مطالعه قرار گرفته است. در سطح تحلیل خانوار، با استفاده از فرمول کوکران (p و q برابر با ۰/۵) تعداد ۲۹۷ مورد به عنوان نمونه انتخاب شد در تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش‌های کمی t تک نمونه‌ای، تحلیل عاملی اکتشافی و کروسکال والیس استفاده شده است.

جدول ۲. شاخص‌های مورد استفاده در تحقیق

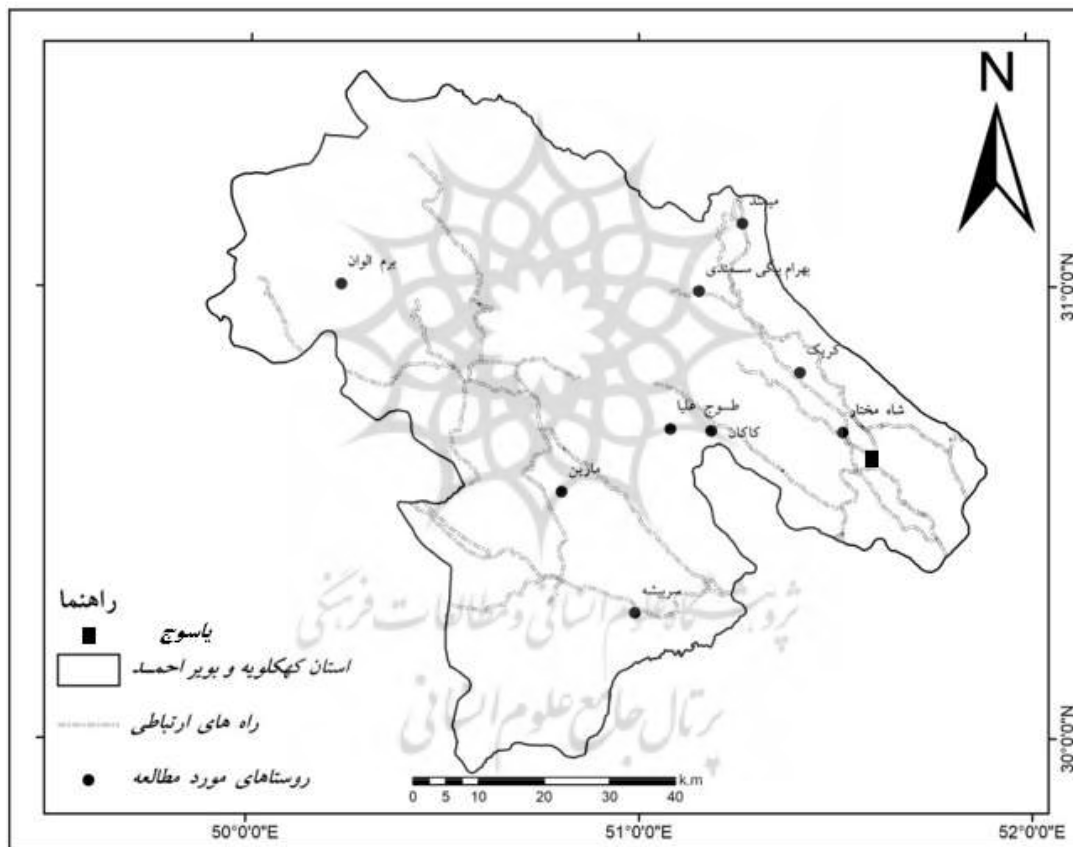
شاخص‌ها	گویه‌ها
جاذبه‌های مقصد (Maneenetr & Tran, 2014:56-57; Coccossis, 2016:67-68)	تنوع جاذبه‌های گردشگری از قبیل زیبایی‌های طبیعی، میراث فرهنگی و یادمانی، شیوه‌های زندگی، بافت کالبدی با ارزش، مسیرهای پیاده‌روی، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های محلی، آیین‌ها و آداب سنن، غذاهای محلی و ...
خدمات پایه (Abdulla et al., 2019:310)	وجود رستوران و محل تهیه غذای گرم، دسترسی به سرویس‌های بهداشتی در محلات روستا و کنار جاذبه‌های گردشگری، دسترسی به پارکینگ امن، دسترسی به بانک و باجه‌های خودپرداز، کیفیت ارتباط تلفنی و خط دهی موبایل، دسترسی به خدمات بهداشتی و درمانی اولیه، تنوع امکانات گذران اوقات فراغت و تفریحی، دسترسی آسان به آب شرب، میزان دسترسی به خدمات خودرویی و ..
زمینه‌های گردشگری (Campón-Cerro et al., 2017:258; Manrai et al., 2018:442-443)	ویژگی‌های جغرافیایی پوشش گیاهی، ناهمواری‌ها و ویژگی‌های اقلیمی، محیط زیست، فرهنگ عمومی و مهمان‌نوازی، بازارهای محلی، مدیریت محلی، امنیت و سلامتی

توسعه اقتصادی

(Cracolici & Nijkamp; 2009:340;
Einali et al., 2021:58-59)

کاهش بیکاری در بین افراد در حاشیه مانده، افزایش فرصت‌های شغلی در روستا، تمایل به فعالیت در زمینه گردشگری و خدمات مرتبط در روستا، توسعه زیرساخت‌های عمومی از قبیل راه دسترسی، حمل و نقل، تأمین انرژی، آب شرب و ... استفاده از روشهای جدید در ارائه خدمات (فناوری‌های ارتباطی، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی)، سهولت در راه‌اندازی شغل، توسعه زیرساخت‌های گردشگری و ...

استان کهگیلویه و بویراحمد، با ۱۵۵۰۴ کیلومتر مربع مساحت (حدود یک درصد مساحت کل کشور) بین طول جغرافیایی ۴۹ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۵۳ دقیقه شرقی و عرض جغرافیایی ۲۹ درجه و ۵۶ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۲۷ دقیقه شمالی در مجاورت استان‌های فارس، چهارمحال و بختیاری، اصفهان، خوزستان و بوشهر در جنوب غربی ایران واقع شده است. بر اساس داده‌های سرشماری نفوس و مسکن (۱۳۹۵) جمعیت استان ۷۱۳۰۵۲ نفر بوده است که ۳۱۵۵۹۱ نفر معادل ۴۴/۳ درصد در مناطق روستایی سکونت دارند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).



شکل ۱. روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد
منبع: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کهگیلویه و بویراحمد (۱۴۰۰)

یافته‌ها و بحث

ویژگی‌های توصیفی پاسخگویان به سوالات پرسشنامه

بررسی ویژگی‌های پاسخگویان به سوالات پرسشنامه نشان می‌دهد که از تعداد ۲۹۷ نفر پاسخگو، به لحاظ سنی گروه ۳۰ تا ۴۰ ساله با ۴۵ درصد از کل پاسخگویان بیشترین تعداد را داشته و ۶۷ درصد از آنها مرد بوده‌اند. همچنین، ۳۵ درصد پاسخگویان دارای سطح تحصیلات دوره متوسطه بوده و ۸۱ درصد متأهل بودند. شغل اصلی ۵۳ درصد در زمینه

تحلیلی بر عوامل مؤثر در رقابت‌پذیری ... / آذرخش و عینالی

فعالیت‌های کشاورزی بوده و ۴۶ درصد دارای سابقه سکونت ۱۰ سال و بیشتر در روستاهای نمونه بوده‌اند. همچنین ۶۰ درصد افراد پاسخ دهنده به سوالات پرسشنامه سابقه مهاجرت از روستا را نداشته و ۵۶ درصد از پاسخگویان دارای شغل نیمه وقت در زمینه گردشگری بوده‌اند.

جدول ۳. ویژگی‌های پاسخگویان به سوالات تحقیق

ویژگی‌های فردی پاسخگویان	بیشترین تعداد پاسخگو	درصد از کل نمونه
ترکیب سنی	۳۰-۴۰ سال	۴۵
جنسیت	مرد	۶۷
سطح تحصیلات	متوسطه	۳۵
وضعیت تاهل	متاهل	۸۱
شغل اصلی	کشاورز	۵۳
سابقه سکونت در روستا	۱۰ سال و بیشتر	۴۶
سابقه مهاجرت از روستا	بدون سابقه	۶۰
سابقه فعالیت در گردشگری	به عنوان شغل نیمه وقت	۵۶

بررسی تأثیرگذاری شاخص‌های رقابت‌پذیری و توسعه اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی

به منظور بررسی نقش رقابت‌پذیری در توسعه اقتصادی روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد شاخص‌های تحقیق با بهره‌گیری از مدل جاذبه‌ها- خدمات پایه- زمینه‌های گردشگر (Manrai et al., 2018: 442) که مبتنی بر هرم نیازهای آبراهام مازلو می‌باشد، اقدام شده است. از این رو، برای تحلیل تفاوت معناداری میانگین عددی بدست آمده از داده‌های پرسشنامه‌ای از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. بنابراین، با توجه به ساختار پرسشنامه با احتساب دامنه طیفی میانگین عددی که بین ۱ تا ۵ براساس طیف لیکرت نوسان دارد، میانگین عددی محاسبه شده برای همه شاخص‌های مورد استفاده بالاتر از مطلوبیت عددی مورد آزمون (مساوی با میانگین طیف ۵ سطحی لیکرت = ۳) است. نتایج بدست آمده از تحلیل مبین وجود تفاوت معنادار در فاصله اطمینان ۹۹ درصد است. همچنین، با توجه به مثبت بودن مقادیر تفاوت از حد مطلوب می‌توان جهت تغییرات را مثبت ارزیابی نمود. بررسی جزئی‌تر براساس جدول (۴) نشان می‌دهد که از بین شاخص جاذبه‌های مقصد، خدمات پایه‌ای مقصد و زمینه‌های گردشگری موجود در روستاهای هدف به عنوان سه شاخص مطرح در رقابت‌پذیری گردشگری، شاخص جاذبه‌های مقصد (تنوع جاذبه‌های گردشگری طبیعی- فرهنگی، بافت کالبدی با ارزش، مسیرهای پیاده‌روی، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های محلی، آیین‌ها و آداب سنن، غذاهای محلی و ...) با میانگین عددی ۳/۹۸ بیشترین تأثیر را در رقابت‌پذیری گردشگری در بین روستاهای هدف گردشگری استان داشته است. زمینه‌های گردشگری موجود در روستاهای هدف گردشگری نیز با میانگین عددی ۳/۷۱ با توجه به گویه‌هایی از قبیل ویژگی‌های جغرافیایی محل استقرار روستا و ویژگی‌های اقلیمی، فرهنگ عمومی و مهمان- نوازی، بازارهای محلی، مدیریت محلی، امنیت و سلامتی نیز در جایگاه بعدی قرار دارد. از این رو، با توجه به تأثیرگذاری شاخص‌های رقابت‌پذیری گردشگری مقاصد روستایی می‌توان اذعان کرد که رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری روستاهای هدف تأثیر مثبتی در توسعه این روستاها داشته است. به عبارت دیگر، میانگین عددی محاسبه شده برای توسعه اقتصادی روستاهای هدف (۳/۲۶) نشان داد که رقابت‌پذیری گردشگری در گویه‌های مورد مطالعه از قبیل کاهش بیکاری در بین

افراد در حاشیه مانده (زنان و جوانان)، افزایش فرصت‌های شغلی، تمایل به فعالیت در زمینه گردشگری، توسعه زیرساخت‌های عمومی، نوآوری در روش‌های جدید ارائه خدمات، سهولیت در راه‌اندازی شغل، توسعه زیرساخت‌های گردشگری و ... تأثیر مثبتی بر جا گذاشته است.

جدول ۴. نقش شاخص‌های رقابت‌پذیری گردشگری در توسعه اقتصاد روستایی

فاصله اطمینان ۹۵ درصد	تفاوت از حد مطلوب	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره آزمون t	میانگین	شاخص‌های رقابت-پذیری	
						پایین تر	بالاتر
۱/۰۵	۰/۹۲۲	۰/۹۸۸	۰/۰۰۰	۲۹۶	۲۹/۶۰۹	۳/۹۸	جاذبه‌های مقصد
۰/۵۰۹	۰/۳۷۹	۰/۴۴۴	۰/۰۰۰	۲۹۶	۱۳/۳۶۹	۳/۴۴	خدمات پایه در روستا
۰/۷۶۹	۰/۶۶۹	۰/۷۱۹	۰/۰۰۰	۲۹۶	۲۸/۳۹۹	۳/۷۱	زمینه‌های گردشگری
۰/۳۱۹	۰/۲۱۴	۰/۲۶۶	۰/۰۰۰	۲۹۶	۹/۹۲۲۱	۳/۲۶	توسعه اقتصاد روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق (۱۴۰۰)

از طرفی دیگر، بررسی رابطه همبستگی بین دو شاخص رقابت‌پذیری گردشگری و توسعه اقتصادی روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد با بهره‌گیری جدول توافقی (که داده‌های هر دو شاخص براساس میزان تأثیرگذاری در سه دسته پایین، متوسط و بالا با بهره‌گیری از تحلیل خوشه‌ای ارائه شده است)، نشان می‌دهد که میزان همبستگی بین دو شاخص مورد بررسی با توجه به ضریب همبستگی پیرسون (۰/۸۳۷) بیانگر رابطه معنادار مثبت و قوی در سطح ۹۹ درصد است (جدول ۵). بنابراین، می‌توان گفت که افزایش سطح رقابت‌پذیری گردشگری نقش تأثیرگذاری در توسعه اقتصاد روستاهای هدف گردشگری استان داشته است.

جدول ۵. رابطه همبستگی بین دسترسی به حمل و نقل و شاخص رقابت‌پذیری اقتصادی با استفاده از جدول توافقی

کل	توسعه اقتصادی روستاهای هدف گردشگری			شاخص‌های مورد مطالعه
	بالا	متوسط	پایین	
۱۰۴	۱	۷۳	۳۰	رقابت‌پذیری پایین
۱۲۰	۶	۱۰۵	۹	متوسط
۷۳	۸	۶۳	۲	بالا
۲۹۷	۱۵	۲۴۱	۴۱	کل
	سطح معناداری	درجه آزادی	ارزش	آماره آزمون کای دو پیرسن
	۰/۰۰۰	۸	۳۷/۸۳۷(a)	ضریب همبستگی
		۰/۸۷۳		

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

سطح‌بندی روستاهای هدف گردشگری در شاخص‌های رقابت‌پذیری

سطح‌بندی روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد با بهره‌گیری از داده‌های پرسشنامه‌ای به منظور بررسی تفاوت آنها در شاخص‌های رقابت‌پذیری و تأثیر آن در توسعه اقتصادی روستاهای مورد مطالعه با استفاده از آزمون ناپارامتری کروسکال والیس صورت گرفته است. نتایج حاصل از تحلیل در جدول (۶) نشان داد که در شاخص‌های سه گانه رقابت‌پذیری مورد بررسی در بین روستاهای هدف تفاوت معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. بررسی نتایج نشان می‌دهد که در شاخص جاذبه‌های مقاصد روستایی به ترتیب روستاهای شاه مختار (۲۱۴/۲۶) و میمند (۱۹۳/۱۲)؛ در شاخص خدمات پایه موجود در روستا روستاهای شاه مختار (۲۲۰/۷۶) و طسوج (۱۷۰/۵۸) و در شاخص زمینه‌های

تحلیلی بر عوامل مؤثر در رقابت‌پذیری ... / آذرخش و عینالی

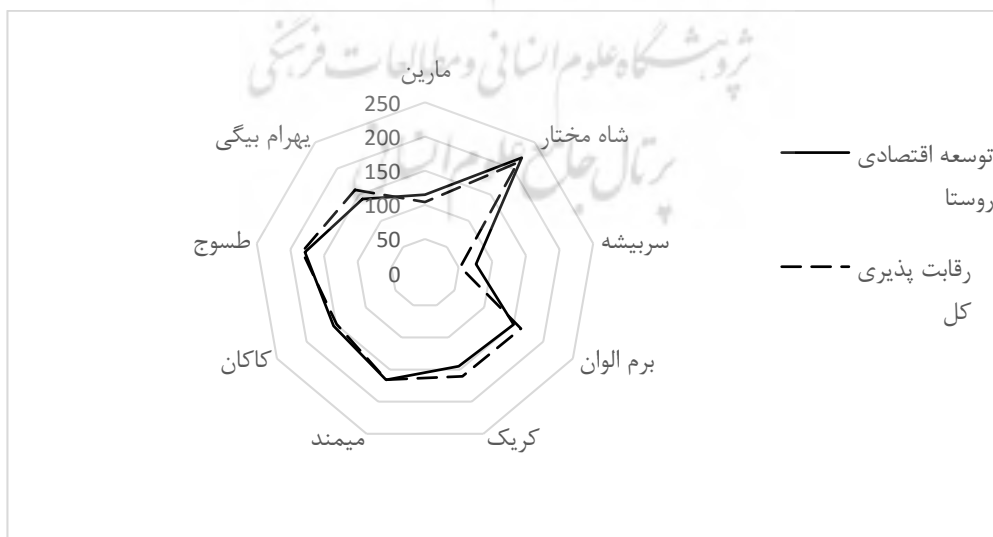
گردشگری نیز روستاهای شاه مختار (۲۲۰/۲۶) و طسوج (۱۸۹/۲۳) با تفاوت نسبتاً زیاد در میانگین رتبه‌ای در جایگاه اول و دوم قرار دارند و روستای سریشه در هر سه شاخص رقابت‌پذیری گردشگری در رتبه آخر قرار دارد. البته می‌توان متذکر شد که فاصله تفاوت موجود بین روستای شاه مختار با روستاهای واقع در رتبه دوم نیز در همه شاخص‌ها قابل توجه می‌باشد.

جدول ۶. رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد در شاخص‌های رقابت‌پذیری و توسعه اقتصادی

روستاهای هدف گردشگری	تعداد نمونه	شاخص‌های رقابت‌پذیری گردشگری			توسعه اقتصادی روستا
		جاذبه‌های مقصد	خدمات پایه در روستا	زمینه‌های گردشگری	
مارین	۳۳	۱۲۵/۳۵	۱۲۶/۴۵	۱۱۶/۸۵	۱۰۴/۱۱
شاه مختار	۳۴	۲۱۴/۲۶	۲۲۰/۷۶	۲۲۰/۲۶	۲۱۱/۳۸
سریشه	۳۴	۷۷/۰۷	۸۱/۰۱	۸۲/۳۱	۵۲/۶۰
برم الوان	۳۴	۱۲۹/۱۳	۱۵۲/۳۸	۱۵۷/۶۶	۱۶۲/۲۱
کریک	۳۴	۱۶۶/۴۶	۱۴۶/۰۷	۱۵۸/۶۸	۱۶۰/۶۲
میمند	۳۴	۱۹۳/۱۲	۱۶۴/۱۵	۱۳۱/۸۱	۱۶۵/۸۵
کاکان	۳۴	۱۲۶/۱۸	۱۲۸/۲۵	۱۳۵/۳۴	۱۴۹/۲۴
طسوج	۲۶	۱۷۲/۴۲	۱۷۰/۵۸	۱۸۹/۲۳	۱۸۲/۳۸
پهرام بیگی	۳۴	۱۴۱/۸۲	۱۵۵/۷۵	۱۵۷/۳۸	۱۵۹/۱۵
کای اسکور		۶۴/۲۲۲	۵۳/۲۳۸	۵۹/۳۳۳	۷۷/۴۲۷
درجه آزادی		۸	۸	۸	۸
سطح معناداری		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

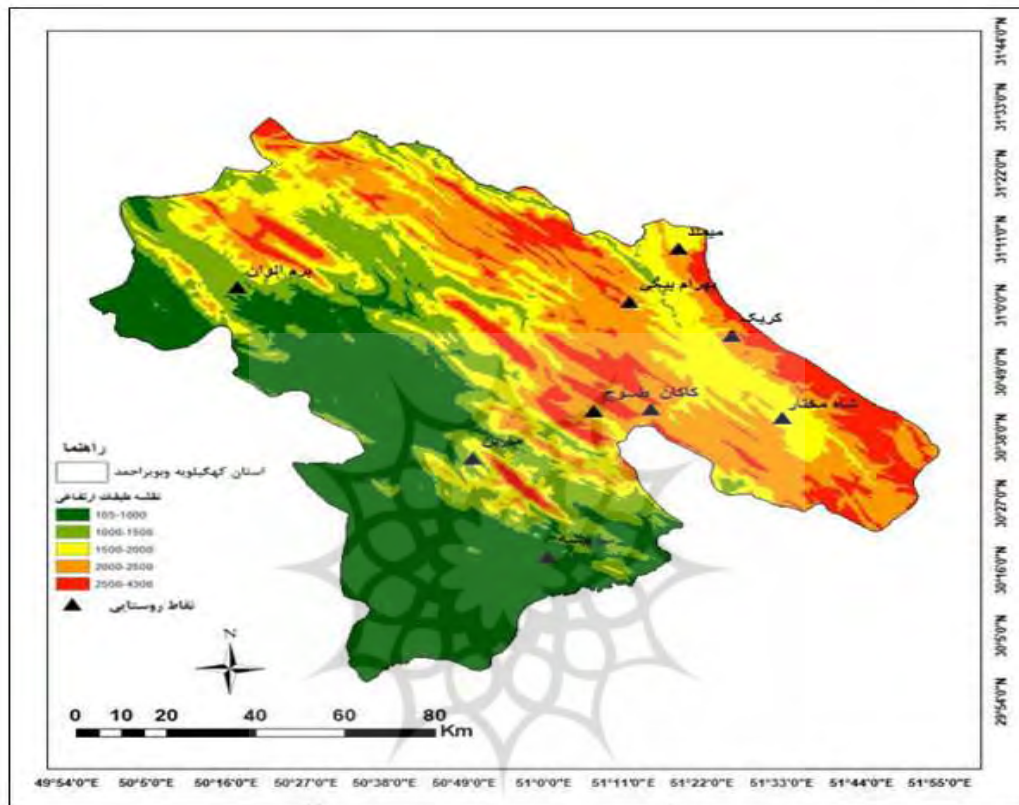
همچنین، در شاخص توسعه اقتصادی روستایی، شاه مختار با میانگین رتبه‌ای (۲۲۰/۵۷) با فاصله نسبتاً زیادی نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه حائز رتبه اول بوده و روستای طسوج با میانگین رتبه‌ای (۱۷۸/۳۵) در جایگاه دوم قرار دارد و همچنین روستای سریشه در این شاخص پایین‌ترین میزان میانگین رتبه‌ای را با (۷۶/۰۰) دارا بوده است.



شکل ۱. همپوشانی بین شاخص‌های رقابت‌پذیری گردشگری و توسعه اقتصادی روستاهای هدف گردشگری

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

با توجه به این واقعیت که همه روستاهای نمونه بدلیل دارا بودن جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی در لیست روستاهای هدف قرار دارند، تفاوت‌های موجود در بین آنها را می‌توان در مواردی از قبیل تنوع جاذبه‌های گردشگری، تعداد فصول مورد استفاده گردشگران (با توجه به تفاوت زیاد اقلیمی بدلیل استقرار در دشت و مناطق مرتفع)، نزدیکی به مرکز شهری پر جمعیت، سهولت دسترسی و کیفیت راه، حجم سرمایه‌گذاری بخش عمومی در زیرساخت‌های ارتباطی و توسعه‌ای و همچنین بخش خصوصی در تأمین خدمات و نیازهای گردشگران جستجو کرد.



شکل ۱. موقعیت روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد براساس طبقات ارتفاعی
منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

نتیجه‌گیری

مناطق روستایی با توجه به درهم‌تنیدگی فرهنگ، تاریخ، محیط طبیعی، چشم‌اندازهای زیبا و شیوه‌های زندگی مبتنی بر فرهنگ سنتی جاذبه‌های متعددی برای انسان خسته از محیط‌های شلوغ و پر استرس شهری به منظور تفریح و گذران اوقات فراغت ارائه می‌کند. به طوری که، توسعه گردشگری در این مناطق اثرات مثبتی در تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی و تعاملات اقتصادی و فرهنگی و در نهایت توسعه زیرساخت‌ها و نظایر آن را دارد که می‌تواند عامل مؤثر در احیاء مجدد مناطق روستایی قلمداد شود. از طرفی دیگر، گسترش گردشگری با اثرات ناگواری از قبیل تضعیف فرهنگ و شیوه زندگی تغییرات شدید کاربری اراضی و تخریب محیط زیست را نیز به همراه دارد. بنابراین، اتخاذ یک استراتژی توسعه روستایی موفق در زمینه گردشگری بایستی پیوند ویژه‌ای با منابع و جاذبه‌های مقصد با هدف حفظ منابع با ارزش، بهبود مستمر خدمات، تنوع فعالیت‌ها و همچنین استفاده از اصول پایداری در مدیریت محیط زیست همراه باشد. فعالیت‌های گردشگری روستایی، به طور عمده دربرگیرنده بنگاه‌های اقتصادی خرد در قالب کسب و کارهای کوچک و متوسط دسته‌بندی

تحلیلی بر عوامل مؤثر در رقابت‌پذیری ... / آذرخش و عینالی

می‌شوند که به زیرساخت‌های سبک برای توسعه خود نیاز دارند. بنابراین، افزایش تعداد گردشگران ورودی به مناطق روستایی، به افزایش نیازها و بروز تقاضاهای جدید در مناطق گردشگرپذیر می‌انجامد که توجه ارتقاء توان رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری روستایی برای جذب گردشگران و رقابت با مقاصد دیگر را در راستای دستیابی به توسعه و سرزندگی مقاصد روستایی امری ضروری جلوه می‌دهد. بررسی ادبیات نشان می‌دهد که، محققان گردشگری رقابت‌پذیری مقاصد را از دو منظر شاخص‌های پایداری و شاخص‌هایی مانند انتظارات و انگیزه‌های گردشگران، رضایت‌مندی، وفاداری و خلاقیت مورد بررسی قرار داده‌اند. در پژوهش حاضر از مدل کلی رقابت‌پذیری گردشگری ارائه شده بر اساس سه شاخص گسترده یعنی جاذبه‌های مقصد، خدمات پایه و زمینه‌های گردشگری که با بهره‌گیری از نظریه آبراهام مازلو ارائه شده است، برای بررسی رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری روستاهای هدف استان کهگیلویه و بویراحمد استفاده شده است.

نتایج بدست آمده از تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ای که با بهره‌گیری از مدل جاذبه‌های مقصد، خدمات پایه‌ای مقصد و زمینه‌های گردشگری به عنوان یکی از مدل‌های رقابت‌پذیری گردشگری با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای مبین وجود تفاوت معنادار در فاصله اطمینان ۹۹ درصد برای هر سه شاخص مورد بررسی است. به طوری که، شاخص جاذبه‌های گردشگری روستاهای هدف با میانگین عددی ۳/۹۸ بیشترین تأثیر را در رقابت‌پذیری گردشگری در بین روستاهای هدف گردشگری استان داشته است. از طرفی دیگر، شاخص زمینه‌های گردشگری موجود در روستاهای هدف گردشگری و خدمات پایه موجود در روستاهای مورد مطالعه به ترتیب با میانگین عددی ۳/۷۱ و ۳/۴۴ در جایگاه دوم و سوم قرار گرفته‌اند. همچنین، شاخص توسعه اقتصادی روستاهای هدف با میانگین عددی (۳/۲۶) نشان داد که رقابت‌پذیری گردشگری تأثیر مثبتی از رقابت‌پذیری گردشگری را در روستاهای هدف نشان می‌دهد.

از طرفی دیگر، نتایج بدست آمده از تحلیل همبستگی بین دو شاخص رقابت‌پذیری گردشگری و توسعه اقتصادی روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد با استفاده از جدول توافقی با بهره‌گیری از تحلیل خوشه‌ای سه سطحی با توجه به ضریب همبستگی پیرسون به میزان (۰/۸۳۷) نشان‌دهنده رابطه معنادار مثبت و قوی در سطح ۹۹ درصد است.

نتایج تحلیل فضایی مبتنی بر سطح‌بندی روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد با استفاده از آزمون ناپارامتری کروسکال والیس نشان می‌دهد که در همه شاخص‌های سه گانه رقابت‌پذیری در بین روستاهای هدف تفاوت معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد که روستاهای شاه مختار (۲۱۴/۲۶) و میمند (۱۹۳/۱۲) در شاخص جاذبه‌های مقاصد روستایی؛ شاه مختار (۲۲۰/۷۶) و طسوج (۱۷۰/۵۸) در شاخص برخورداری از خدمات پایه و (۲۲۰/۲۶) و (۱۸۹/۲۳) در شاخص زمینه‌های گردشگری با تفاوت نسبتاً زیاد در جایگاه اول و دوم قرار دارند. همچنین، در شاخص توسعه اقتصادی روستا نیز روستای شاه مختار (۲۲۰/۵۷) با فاصله زیاد نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه در رتبه اول قرار دارد. از طرفی دیگر، روستای سربیشه در هر سه شاخص رقابت‌پذیری گردشگری و همچنین در شاخص توسعه اقتصادی روستا در رتبه آخر در بین روستاهای هدف گردشگری استان قرار دارد. همچنین، بر اساس نتایج رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت‌های موجود در بین آنها را می‌توان در درجه اول به زمینه‌های گردشگری متأثر از ویژگی‌های جغرافیایی و در درجه دوم به تنوع جاذبه‌های گردشگری نسبت داد.

با توجه به نتایج بدست آمده از پژوهش، پیشنهادهاتی به شرح زیر ارائه می‌شود:

- استفاده از فناوری‌های جدید مبتنی بر اینترنت از قبیل سایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی و نظایر آن برای تبلیغ، اطلاع‌رسانی و معرفی بهتر روستاهای هدف گردشگری
- توانمندسازی مدیران محلی در راستای جلب مشارکت، جذب سرمایه‌ها و اعتبارات برای مدیریت بهتر جاذبه‌های گردشگری
- بهسازی و توسعه خدمات دسترسی از قبیل راه‌های روستایی و توسعه سیستم حمل و نقل
- ارتقاء فناوری‌های ارتباطی و اطلاعات از قبیل خط‌دهی تلفن همراه، اینترنت و ...
- آموزش و فرهنگ‌سازی در راستای احترام به جوامع محلی و حفاظت از جاذبه‌های گردشگری و ...

منابع

- Abdulla, S. A. M., Khalifa, G. S., Abuelhassan, A. E., & Ghosh, A. (2019): Antecedents of Dubai revisit intention: The role of destination service quality and tourist satisfaction. *Restaurant Business*, 118(10), 307-316.
- An, W., & Alarcón, S. (2020): How Can Rural Tourism Be Sustainable? A Systematic Review. *Sustainability*, 12(18), 7758.
- Apostolopoulos, N., Liargovas, P., Stavroyiannis, S., Makris, I., Apostolopoulos, S., Petropoulos, D., & Anastasopoulou, E. (2020): Sustaining rural areas, rural tourism enterprises and EU development policies: A multi-layer conceptualisation of the obstacles in Greece. *Sustainability*, 12(18), 7687.
- Aral-Tur, A. and Kozak, M. (Eds). (2015): "Destination competitiveness, the environment and sustainability: challenges and cases", CABI Series in Tourism Management Research, Vol. 2, CABI.
- Campón-Cerro, A. M., Hernández-Mogollón, 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.
- Chi, X., & Han, H. (2021): Emerging rural tourism in China's current tourism industry and tourist behaviors: The case of Anji County. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(1), 58-74.
- Chin, C.-H., Lo, M.-C., Nair, V., & Songan, P. (2016): Examining the effects of environmental components on tourism destination competitiveness: The moderating impact of community support. *Asian Academy of Management Journal*, 21(Supp. 1), 75-104.
- Coccosis, H. (2016): Sustainable development and tourism: Opportunities and threats to cultural heritage from tourism. In *Cultural tourism and sustainable local development* (pp. 65-74). Routledge.
- Coppola, P., Carbone, A., Aveta, C., & Stangherlin, P. (2020): Assessing transport policies for tourist mobility based on accessibility indicators. *European Transport Research Review*, 12(1), 1-17.
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009): The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism management*, 30(3), 336-344.
- Cucculelli, M., & Goffi, G. (2016): Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence. *Journal of Cleaner Production*, 111, 370-382.
- Dašić, D., Živković, D., & Vujić, T. (2020): Rural tourism in development function of rural areas in Serbia. *Економика пољопривреде*, 67(3), 719-733.
- Demirović, D., Košić, K., Surd, V., Žunić, L., & Syromiatnikova, Y. A. (2017): Application of tourism destination competitiveness model on rural destinations. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijic", SASA*, 67(3), 279-295.
- Demirović, D., Košić, K., & Stjepanović, S. (2018): Competitiveness in rural tourism between Serbia and Hungary. *R-Economy*, 4(2), 59-66.

- Demirović, D., Petrović, M. D., Neto Monteiro, L. C., & Stjepanović, S. (2016): An Examination of Competitiveness of Rural Tourism Destinations from the Supply Side Perspective = Case of Vojvodina (Serbia). *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 66(3), 387-400. doi: <http://dx.doi.org/10.2298/IJGI1603387D>
- Dinis, I., Simões, O., Cruz, C., & Teodoro, A. (2019): Understanding the impact of intentions in the adoption of local development practices by rural tourism hosts in Portugal. *Journal of Rural Studies*, 72, 92-103.
- Dwyer, L., Dragičević, V., Armenski, T., Mihalič, T., & Knežević Cvelbar, L. (2016): Achieving destination competitiveness: an importance-performance analysis of Serbia. *Current Issues in Tourism*, 19(13), 1309-1336.
- Einali, J. (2014): The Assessment of the Role of Second Homes Tourism in Rural Economic Diversification (Case Study: Hesar-e-Valiasr Dehestan of Avaj County). *Journal of Research and Rural Planning*, 3(1), 97-107.
- Einali, J., Chreraghi, M., & Azarakhsh, S. (2021): The Role of Transportation in Promoting Economic Competitiveness of Rural Tourism Destinations (Case Study: Tourism Target Villages of Kohgiluyeh and Boyerahmad Province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(39), 51-77.
- Erokhin, V., Ivolga, A., & Heijman, W. (2014): Trade liberalization and state support of agriculture : effects for developing countries. *Agricultural Economics - Zemědělská Ekonomika*, 11(11), 524-537.
- Fang, W. T. (2020): Rural tourism. In *Tourism in emerging economies* (pp. 103-129). Springer, Singapore.
- Gao, J., & Wu, B. (2017): Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. *Tourism management*, 63, 223-233.
- Feizabadi, J., Gligor, D. and Alibakhshi Motlagh, S. (2019): "The triple-As supply chain competitive advantage", *Benchmarking: An International Journal*, 26(7), 2286-2317. <https://doi.org/10.1108/BIJ-10-2018-0317>
- Graja-Zwolińska, S., Maćkowiak, M., & Majewski, J. (2020): Rural tourism product development: The Polish experience. In *Tourism Development in Post-Soviet Nations* (pp. 175-189). Palgrave Macmillan, Cham.
- García Sánchez, A., Siles López, D., Artal-Tur, A., & Kozak, M. (2016): Tourism destination competitiveness and innovation: the case of the Spanish Mediterranean coast. *Destination competitiveness, the environment and sustainability: challenges and cases*, 13-23.
- Iniesta-Bonillo, M. A., Sánchez-Fernández, R., & Jiménez-Castillo, D. (2016): Sustainability, value, and satisfaction: Model testing and cross-validation in tourist destinations. *Journal of Business Research*, 69(11), 5002-5007.
- Jarábková, J., Majstríková, L., & Kozolka, T. (2016): Financial Supporting Tools of Rural Tourism Development in Nitra Self-Governing Region. *European Countryside*, 8(2), 123-134. <https://doi.org/10.1515/euco-2016-0010>
- Juma, L. O., & Khademi-Vidra, A. (2019): Community-based tourism and sustainable development of rural regions in Kenya; Perceptions of the citizenry. *Sustainability*, 11(17), 4733.
- Kozak M, Rimmington M. (1999): Measuring tourist destination competitiveness: Conceptual considerations and empirical findings. *Int J Hosp Manag.* 18(3):273-283.
- Küçükaltan, E. G., & Pirnar, I. (2016): Competitiveness factors of a tourism destination and impact on residents' quality of life: The case of Cittaslow-Seferihisar. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 2(1), 22-29.
- Kułyk, P., & Brelik, A. (2019): Tourist competitiveness of Polish rural areas. *European Research Studies Journal*, Volume XXII, Issue 4, 379-387.
- Law, F. Y., & Lo, M. C. (2016): Rural tourism destination competitiveness of kubah national park in sarawak: Tourists' perspective. *Asian Academy of Management Journal*, 21, 127-148. <https://doi.org/10.21315/aamj2016.21.supp.1.6>

- Lo, M.-C., Chin, C.-H., Abang Azlan, M., & Ramayah, T. (2016): Influencing Factors of Rural Tourism Destination Competitiveness : Tourists ' Perspective. In *MAC-EMM 2016* (pp. 16–25).
- Malheiro, A., Sousa, B. B., Liberato, D., & Liberato, P. (2020, April): Sustainability in tourism and hospitality: Trends and challenges. In *Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference, IBIMA* (pp. 15545-15555).
- Maneenetr, T., & Tran, T. H. (2014): Developing Cultural Tourism in Border Province: A Case Study on Bueng Kan Province, Thailand. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 55–62.
- Manhas, P. S., Manrai, L. A., & Manrai, A. K. (2016): Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 21(40), 25-29.
- Manrai, L.A., Manrai, A.K. and Friedeborn, S. (2020): "Environmental determinants of destination competitiveness and its Tourism Attractions-Basics-Context, A-B-C, indicators: A review, conceptual model and propositions", *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 25(50), 425-449. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-01-2018-0010>
- Martínez, J. M. G., Martín, J. M. M., Fernández, J. A. S., & Mogorrón-Guerrero, H. (2019): An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165-174.
- Maslow, A.H. (1987): *Motivation and Personality*, 3rd ed., HarperCollins Publishers, New York, NY.
- Miličević, K., Mihalič, T., & Sever, I. (2016): An investigation of the Relationship Between Destination Branding and Destination Competitiveness. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1-13
- Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicraft Organization (2021): Collection of reports of the Office of Sample Areas, The Office of Investment, Infrastructure and Tourism, Tehran, Iran. (In Persian)
- Morozov, M. A., & Morozova, N. S. (2016): Attractive tourist destinations as a factor of its development. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 7(1), 13-23.
- Novais, M. A., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2018): Destination competitiveness: A phenomenographic study. *Tourism management*, 64, 324-334.
- Postevoy, K. (2017): Improving the competitiveness of rural areas in the aspect of rural tourism development. Final Dissertation submitted to *Instituto Politécnico de Bragança* To obtain the Master Degree in Management, Specialisation in Business Management. https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/14637/1/Postevoy_Kirill.pdf
- Rezvani, M., Akbarian, S. R., Eftekhari, A., & Badri, S. A. (2012): A Comparative Study of Economic Effects of Second Homes Tourism and Same Day Visits in Rural Areas with Sustainable Development Approach (Case study: Shemiranat County). *Journal of Rural Research*, 2(8), 35-62.
- Ritchie, J.R.B. and Crouch, G.I. (2010): "A model of destination competitiveness and sustainability", In Wang, Y. and Pizam, A. (Eds) *Destination Marketing and Management: theories and Applications*, CABI North America, MA, pp. 326-339
- Ryglová, K., Rašovská, I., Šácha, J., & Maráková, V. (2018): Building customer loyalty in rural destinations as a pre-condition of sustainable competitiveness. *Sustainability*, 10(4), 957.
- Sæþórsdóttir, A. D., & Hall, C. M. (2019): Contested development paths and rural communities: Sustainable energy or sustainable tourism in Iceland? *Sustainability*, 11(13), 3642.
- Senbeto, D. L., & Hon, A. H. (2020): Market turbulence and service innovation in hospitality: examining the underlying mechanisms of employee and organizational resilience. *The Service Industries Journal*, 40(15-16), 1119-1139.
- Situmorang, R., Trilaksono, T., & Japutra, A. (2019): Friend or Foe? The complex relationship between indigenous people and policymakers regarding rural tourism in Indonesia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 20-29.

تحلیلی بر عوامل مؤثر در قابلیت‌پذیری ... / آذرخش و عینالی

- Stoffelen, A., Ioannides, D., & Vanneste, D. (2017): Obstacles to achieving cross-border tourism governance: A multi-scalar approach focusing on the German-Czech borderlands. *Annals of Tourism Research*, 64, 126-138.
- Statistics Center of Iran (2016): Population and Housing Censuses. Tehran, Iran. <https://www.amar.org.ir/english/Population-and-Housing-Censuses> (In Persian)
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021): Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271.
- Teixeira, S.J., Ferreira, J.J.M., Almeida, A. and Parra-Lopez, E. (2019): "Tourist events and satisfaction: a product of regional tourism competitiveness", *Tourism Review*, Vol. 74 No. 4, pp. 943-977. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2018-0181>
- Trukhachev, A. (2015): Methodology for evaluating the rural tourism potentials: A tool to ensure sustainable development of rural settlements. *Sustainability (Switzerland)*, 7(3), 3052–3070. <https://doi.org/10.3390/su7033052>
- Veloso, C. M., Walter, C. E., Sousa, B., Au-Yong-Oliveira, M., Santos, V., & Valeri, M. (2021): Academic tourism and transport services: student perceptions from a social responsibility perspective. *Sustainability*, 13(16), 8794.
- Vlados, C., & Chatzinikolaou, D. (2020): Macro, meso, and micro policies for strengthening entrepreneurship: Towards an integrated competitiveness policy. *Journal of Business & Economic Policy*, 7(1), 1-12.
- Wijijayanti, T., Agustina, Y., Winarno, A., Istanti, L. N., & Dharma, B. A. (2020): Rural tourism: A local economic development. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(1), 5-13.
- Xue, L., & Kerstetter, D. (2019): Rural tourism and livelihood change: An emic perspective. *Journal of hospitality & tourism research*, 43(3), 416-437.
- Yudina, E. V., Uhina, T. V., Bushueva, I. V., & Pirozhenko, N. T. (2016): Tourism in a Globalizing World. *International Journal of Environmental and Science Education*, 11(17), 10599-10608.
- Zelege, A. F., & Biwota, S. M. (2020): Factors affecting tourism competitiveness of Ethiopia: International tourist destination choice perspective. *J Tourism Hospit*, 9(6), 446-459.