

ارزیابی عوامل اثرگذار بر رقابت پذیری صنعت گردشگری در فرآیند توسعه منطقه‌ای (نمونه موردی: شهرستان مرند)

ابوالفضل امجدیام^۱؛ ابراهیم تقوی^{۲*}؛ علی آذر^۳

- ۱- دانشجوی دکتری، جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران
۲- استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران (نویسنده مسئول)
۳- استادیار گروه شهرسازی و معماری، واحد مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی، مراغه، ایران

دریافت دست‌نوشته: ۱۴۰۲/۰۸/۰۲؛ پذیرش دست‌نوشته: ۱۴۰۲/۰۹/۲۵

واژگان کلیدی	چکیده
رقابت پذیری، توسعه منطقه‌ای، گردشگری، مزیت‌گرایی هوشمند، شهرستان مرند	رقابت پذیری، اتخاذ سیاست‌ها برای تقویت توسعه منطقه‌ای با مفروض داشتن نوعی از رقابت بین مناطق، بر سر جذب سرمایه‌های مادی و انسانی مؤثر به‌منظور نیل به تعالی و پیشرفت در گردشگری است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی و علی-مقایسه‌ای است که به روش دلفی و تحلیل اکتشافی انجام شده است. نتایج آزمون تی نشان می‌دهد که بالاترین میانگین هریک از ابعاد اثرگذار بر رقابت‌پذیری گردشگری شهرستان مرند به ترتیب شامل کالبدی و زیرساختی (۳،۴۸)، اقتصادی (۳،۴۷)، اجتماعی-فرهنگی (۳،۳۹)، بوم‌شناختی و طبیعی (۳،۲۵) و تجاری و سیاسی (۳،۰۰) می‌باشد. در بین عوامل، کیفیت نظام‌های کسب‌وکار گردشگری در بعد اقتصادی دارای بالاترین ارزش بوده است. همبستگی بین ابعاد با میزان اثرات گردشگری، ابعاد اقتصادی، تجاری و سیاسی بیشترین همبستگی را با عامل گردشگری رقابتی نشان می‌دهد. بررسی اثرات گردشگری رقابتی بر ابعاد توسعه در آزمون رگرسیون خطی چندگانه نشان می‌دهد که رابطه‌ی محکمی بین اثرات گردشگری رقابتی و شاخص‌های اثرگذار موجود وجود دارد ($R=0.99$). در مجموع ساختارهای پنج‌گانه توانستند ۰،۷۱ درصد از تغییر واریانس در گردشگری رقابتی را پیش‌بینی کنند ($F(9,74) = 41.22 p < 0.05$). به‌جز بعد کالبدی و زیرساختی (۱،۱۲۵) که رابطه معنادار مثبتی با گردشگری رقابتی داشت، چهار شاخص اقتصادی (۰،۰۴۱-)، اجتماعی-فرهنگی (۰،۰۵۴-)، تجاری و سیاسی (۰،۰۶۰-) و بوم‌شناختی و طبیعی (۰،۰۲۵-) فاقد این وضعیت بودند. بر مبنای ۳۱۹۲ ارزش محاسبه شده در ماتریس اولیه اثرات متقاطع، مزیت‌گرایی هوشمند به‌عنوان تأثیرگذارترین و بهره‌وری بخش گردشگری به‌عنوان تأثیرپذیرترین پیشران‌ها شناسایی شدند.

۱- مقدمه
برخورداری از شاخص‌های توسعه در شهرها و مناطق مفاهیمی همچون نابرابری‌های شهری (Urban Inequality) و نابرابری‌های منطقه‌ای (Regional Disparities) را به وجود آورده است (رضایی بزنجانی، ۱۳۹۸: ۱۵۹). امروزه وجود نابرابری و ابعاد مختلف آن از نشانه‌های مهم توسعه‌نیافتگی و وجه مشترک بسیاری از کشورهای درحال توسعه است؛

عدم توازن در توزیع رفاه و ثروت بین مناطق، شهرها و اقشار مختلف موجب ایجاد نابرابری و تشدید آن می‌شود که خود چالشی در برابر توسعه است (Glotzer, 2020: 32). روند رشد این نابرابری در شکل‌ها و سطوح مختلف به عرصه‌های فضایی و مکانی نیز وارد شده؛ به‌طوری‌که تفاوت در میزان

(Wang et al., 2020: 7).

در گردشگری با استفاده از برنامه‌ریزی راهبردی می‌توان یک چشم‌انداز روشن و واقع‌بینانه را برای آینده تعیین نمود و در قالب این چشم‌انداز، برنامه‌ریزی‌های مناسبی برای دستیابی به اهداف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پایدار انجام داد (Malekpour et al., 2020).

از این منظر گردشگری یک کسب‌وکار آینده‌نگر است که می‌تواند جنبه اقتصادی و بنابراین کسب‌وکار را به ارمان بیآورد و می‌تواند فرصت‌های شغلی را فراهم کند (Pramanik, 2017: 2).

در راستای تحقق این مهم، اگرچه نمی‌توان آینده را پیش‌بینی کرد اما به‌جای بحث و تبادل نظر برای آینده، از چشم‌اندازها و سناریوهایی می‌توان استفاده کرد که تصاویر واضح و روشنی از آینده‌های ممکن ارائه می‌دهند (Qian et al., 2019: 756).

در صنایع در حال تغییر و رقابتی همچون گردشگری، موفقیت و برتری نسبت به دیگر رقبا بدون چنین درکی امکان‌پذیر نیست. در میان روش‌های مختلف آینده‌پژوهی، برنامه‌ریزی سناریو به‌عنوان روش همراه با سنجش میزان ریسک و خلاقیت، از جمله شیوه‌های مورد توجه در حوزه آینده‌پژوهی به‌حساب می‌آیند (Koc, 2019: 516). آینده‌پژوهی در حوزه گردشگری با در اختیار قرار دادن داده‌هایی چون میزان ریسک، موفقیت و سرمایه مورد نیاز، سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری را در اخذ تصمیمات درست یاری می‌رساند.

از سوی دیگر به‌منظور افزایش رقابت‌پذیری و ایجاد مزیت نسبی در صنعت گردشگری چاره‌ای جز پیش‌بینی آینده وجود ندارد. این صنعت در ساختارهای فضایی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی عصر پسامدرن، برای جامعه حال حاضر ایران بسیار بااهمیت است و بهره‌گیری از منابع گردشگری مستلزم توجه به مزیت‌های رقابتی و نسبی همچون موقعیت جغرافیایی، منابع طبیعی و منابع انسانی شهرستان مرند است که با برخورداری از ظرفیت‌های اقتصادی قابل توجه و امکانات زیربنایی مناسب و حاکمیت مجموعه‌ای از قوانین و مقررات ویژه حمایتی، فرصت‌های قابل توجهی را پیش روی سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی فراهم نموده است که در این

به‌طوری‌که مقادیر شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی این کشورها در سطحی پایین و توزیع آن بسیار ناعادلانه است (حافظ رضازاده، ۱۴۰۰: ۵۵۷).

طی سال‌های اخیر بسیاری از دولت‌ها و تصمیم‌گیرندگان درصدد مقابله با نابرابری‌های منطقه‌ای برآمده‌اند (Winkler, 84: 2012) و ابعاد آن مورد توجه بسیاری از نظریه‌پردازان اقتصاد منطقه‌ای، برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای و جز آن، قرار گرفته است؛ همچنین بسیاری از نظریه‌پردازان توسعه، مانند گونار میردال (Gunnar Myrdal) و مایکل تودارو (Michael Todaro)، بر کاهش نابرابری و رفع دوگانگی‌های اقتصادی و اجتماعی به‌مثابه یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه تأکید دارند (Capello & Nijkamp, 2019: 112).

در واکنش به این انگاره، از دهه ۱۹۹۰ میلادی، مفهوم رقابت‌پذیری منطقه‌ای در محافل عمومی کشورهای توسعه‌یافته و برخی کشورهای در حال توسعه به یک موضوع غالب تبدیل شد تا کشورها از طریق آن بتوانند به مجموعه‌ای روشن از سیاست‌ها برای تقویت توسعه منطقه‌ای دست یابند (قاسمی و حسن‌آبادی، ۱۳۹۷: ۵۸۰).

رقابت‌پذیری معیاری کلیدی برای ارزیابی درجه موفقیت مناطق در میدان رقابت‌های سیاسی، اقتصادی و تجاری به‌حساب می‌آید، بدین معنی که هر کشور، منطقه یا بنگاهی که از توان رقابتی بالایی در بازارهای رقابتی برخوردار باشد، می‌توان گفت که از رقابت‌پذیری بالاتری برخوردار است (Huggins, 2003: 91). بسیاری از نظریه‌پردازان با اذعان به اینکه گردشگری در وهله اول، یک راهبرد توسعه است، تأکید می‌کنند که این صنعت به‌صورت گسترده، ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه در مناطق هدف است و علت وجودی آن، ارتقاء توسعه منطقه‌ای و ناحیه‌ای در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است (کوآکی و همکاران، ۱۴۰۰: ۸۲؛ Khayrulloevna, 2020: 48).

صنعت گردشگری پدیده‌ای است که از دهه‌های گذشته، به دلیل داشتن منابع تفریحی فراوان و دسترسی مناسب، مورد توجه بوده است و این توجه به‌طور ویژه باعث رونق اقتصادهای محلی شده است و مزایای فراوانی برای جامعه از جمله؛ افزایش اشتغال، بهینه‌سازی حمل‌ونقل، افزایش درآمد ساکنین و حمایت از میراث فرهنگی دارد

بین نمی توان از ظرفیت های بی بدیل گردشگری در این منطقه چشم پوشی کرد.

توجه به ظرفیت های عظیم گردشگری شهرستان مرند و نقش بسیار مؤثر سایر ظرفیت های شهر و منطقه در توسعه و رونق اقتصادی آن، بررسی و شناخت عوامل مؤثر و کلیدی تأثیرگذار در رقابت پذیری گردشگری و ترسیم چشم اندازها و آینده های محتمل و به تبع آن ارائه یک برنامه راهبردی جهت اجرای سیاست های مورد نظر در حوزه گردشگری کاملاً ضروری است. این پژوهش با ارزیابی عوامل اثرگذار بر ابعاد رقابت پذیری صنعت گردشگری شهرستان مرند، ضمن بازشناسی ماهیت توسعه منطقه ای، به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر است:

- ابعاد و شاخص های اثرگذار بر رقابت پذیری توسعه منطقه ای شهرستان مرند کدامند؟
- پیشران های کلیدی اثرگذار بر رقابت پذیری گردشگری شهرستان مرند کدامند؟

۲- پیشینه تحقیق

در هر پژوهش علمی رديابی، مطالعه و بررسی پیشینه موضوع مورد نظر؛ قبل از پرداختن به موضوع لازم و ضروری است؛ زیرا بدون دستیابی به نتایج پژوهشی دیگران و توسعه و تکامل آنها نمی توان به پاسخی مناسب و تجزیه و تحلیل بهتر دست یافت. در این میان پژوهش های متعددی در رابطه با موضوع پژوهش حاضر انجام گرفته و نتایج قابل توجهی نیز داشته اند.

اقبال و سامی (*Iqbal & Sami*) (۲۰۱۶) در بررسی سناریوهای گردشگری کشور هند و نرخ رو به رشد گردشگر خارجی ورودی به این کشور، حاکی از آینده روشن گردشگری آن است، آینده ای که راه درازی در پیش دارد و توسعه زیرساخت های گردشگری نقش کلیدی را در این موفقیت بازی می کند. صدارتی و همکاران (۲۰۱۹) با ارزیابی کاربرد روش پویایی سیستم (*System Dynamics*) در برنامه ریزی و توسعه صنعت گردشگری معتقدند که این روش پتانسیل قابل توجهی جهت ارائه ابزارهای توسعه سیاست استراتژیک و عملیاتی در سطوح مختلف تحلیل به تصمیم گیرندگان و تنظیم کنندگان گردشگری داراست، هرچند تعداد برنامه های

کاربردی در این بخش هنوز محدود است. جین و همکاران (۲۰۱۹) بیان می دارند که توسعه گردشگری یک موضوع مهم در مطالعات توسعه منطقه ای است.

با این حال مطالعات انجام شده در مورد همزیستی اثرات مکانی و زمانی که در آن تجزیه و تحلیل ترکیبی از عوامل تأثیرگذار جهانی و محلی محدود شده است، تمرکز کافی نداشته است.

رومآئو (۲۰۲۰) با تحلیل پیامدهای پویایی جهانگردی و استراتژی های تخصصی هوشمند در رشد و تاب آوری اقتصادی منطقه اروپا با استفاده از یک مدل داده پائل برای سال های ۲۰۱۷ - ۲۰۰۶ بیان می دارد که گردشگری در اولویت توسعه منطقه ای است و تقاضای گردشگری با رشد و انعطاف پذیری اقتصادی رابطه مثبت دارد. سعیدپور و همکاران (۱۳۹۹) با تدوین استراتژی های بخش گردشگری استان هرمزگان با رویکرد برنامه ریزی مبتنی بر سناریو معتقدند که سیطره کلی روندها در آینده گردشگری استان نسبتاً مطلوب بوده و در افق ۱۰ ساله برخی عوامل نمی توانند به حد مطلوبیت کامل برسند و برخی با وضعیت رکود نشان دهنده نیاز این صنعت به بازبینی مجدد برنامه های کلان و استراتژی های تدوین شده در سطح ملی برای رشد و خروج از بلاتکلیفی است.

علی اکبری و همکاران (۱۳۹۹) با تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده پژوهی به این نتیجه رسیده اند که ۸۰ درصد وضعیت های گردشگری کرمان در آینده مطلوب و ۲۰ درصد ثابت و بحرانی است که بر شالوده رقابت پذیری، برنامه محوری و توسعه متوازن استوار است.

قصابی و همکاران (۱۳۹۹) با شناسایی پیشران های توسعه گردشگری منطقه آزاد تجاری ارس، پیشران های اقتصادی، مدیریتی، بازاریابی، تبلیغات و آموزش را در ارتباط با ابعاد اقتصادی و کالبدی و سیاسی، اجتماعی و فرهنگی تأثیرگذار می دانند. قهرمانی فرد و همکاران (۱۴۰۰) با شناخت و ارزیابی ۳۸ پیشران حیاتی مؤثر بر آینده توسعه گردشگری کلان شهر تبریز، وضعیت تحقق پیشران های کشف شده را مطلوب ندانسته و معتقدند که پیشران فرهنگ بالاترین و پیشران تبلیغات کمترین امتیاز را داشته اند.

منابع و 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 ادراک‌شده‌ای که آنها به بازدیدکنندگان ارائه می‌دهند)، تشکیل شده و همه این عوامل فرآیند مدیریت رقابت‌پذیری را پیچیده می‌کنند (Goffi et al., 2019: 105).

۳-۲- رقابت‌پذیری توسعه منطقه‌ای

مایکل استارپر (*Michael Storper*) رقابت‌پذیری منطقه‌ای را قابلیت یک منطقه برای جذب و نگه‌داشتن شرکت‌ها و مؤسسات به صورت مداوم یا افزایش فعالیت‌هایشان، درحالی‌که به حفظ پایداری یا افزایش استانداردهای زندگی برای کسانی که در آن مشارکت می‌کنند را فراهم کند، تعریف می‌کند (Clement, 2023: 148). رقابت‌پذیری منطقه‌ای به توانایی جذب و تقویت جریان اطلاعات، فناوری، سرمایه، فرهنگ، مردم و سازمان‌ها؛ ایجاد محیطی مناسب برای جذب و توسعه کسب‌وکارهای جدید؛ توانایی تولید و بازاریابی مجموعه‌ای از محصولات (کالاها و خدمات)؛ اهمیت افزایش منابع سرمایه، کنترل بازارها و رفاه جامعه محلی؛ تعیین‌کننده‌های اصلی و پویایی‌های چشم‌انداز بلندمدت یک شهر؛ دارایی‌های محیط کسب‌وکار محلی بهتر و در نهایت توانایی ایجاد یک محیط جذاب برای ارتقای استانداردها و کیفیت زندگی و رفاه شهروندان می‌باشد (شریف‌زادگان و ندایی‌طوسی، ۱۳۹۴).

اتحادیه اروپا (۲۰۱۹) رقابت‌پذیری را ابزاری برای افزایش پایدار استانداردهای زندگی یک منطقه و کاهش نرخ بیکاری غیرداوطلبانه تا حد امکان تعریف کرده است. به گزارش واحد اطلاعات اقتصادی (*EIU*) سال ۲۰۱۲ وضعیت رقابت‌پذیری ۱۲۰ شهر جهانی را از نظر توانایی در جذب سرمایه، کسب‌وکار، طبقه خلاق و گردشگری در هشت مقوله موضوعی در قالب ۳۱ شاخص کیفی و کم قوت اقتصادی، سرمایه انسانی، سودمندی نهادی، پختگی مالی، وجه جهانی، سرمایه‌های کالبدی، ویژگی اجتماعی و فرهنگی و محیط‌زیست مورد بررسی قرار داده است (Grillitsch & Sotarauta, 2020: 729).

ماکوئی طلائی و همکاران (۱۴۰۱) مهم‌ترین عوامل کلان تأثیرگذار بر گردشگری در شهرستان جلفا را عدم شناسایی قابلیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در منطقه، عدم وجود زیرساخت‌های مناسب و نبود مقررات شفاف جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زمینه گردشگری می‌دانند.

بر اساس منابع و مطالب فوق، پیچیدگی محیط گردشگری و تحولات شگرف و پویایی شتابنده جهان معاصر، محیطی سرشار از عدم قطعیت‌ها و بی‌ثباتی‌ها را فراهم می‌سازد. در این بین، آنچه احتمال کسب موفقیت در گردشگری را افزایش می‌دهد، تلاش برای شناخت تحولات آینده و معماری آن است (حبیبی و محمودی، ۱۳۹۸: ۱۵۸).

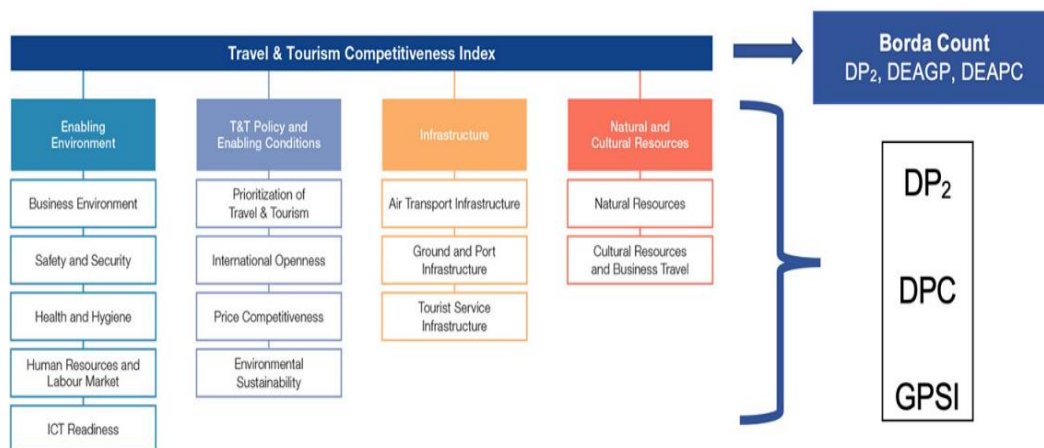
۳- مبانی نظری

۳-۱- گردشگری رقابتی

صنعت گردشگری، یک صنعت بسیار رقابتی با فعالیت مبتنی بر مقصد می‌باشد که در هر منطقه با توجه به منابع طبیعی، فرهنگی و بر ساخت‌های آن متفاوت است (Kevin, 2019: 321). لوئیس ترنر (*Louis Turner*) گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین فعالیتی می‌داند که جهان سوم با آن روبه‌روست و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر فعالیت‌های درآمدزا در این کشورها دارد (Diaz-Andreu, 2020: 12). مطالعات و تحقیقات صورت گرفته نشان می‌دهد که آنچه یک مقصد گردشگری را حقیقتاً رقابتی می‌کند، توانمندی آن در افزایش درآمدهای حاصله از گردشگری، جذب فزاینده گردشگران به همراه فراهم نمودن تجربیات رضایت‌بخش و خاطره‌انگیز برای آنان در ضمن حفظ سودآوری، بهبود رفاه ساکنان مقصد و حفاظت از سرمایه طبیعی مقصد برای نسل‌های آتی است.

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 (دلشاد، ۱۴۰۰). آنها از آمیزه پیچیده‌ای از عوامل کششی (مانند محصولات،

ارزیابی عوامل اثرگذار بر رقابت پذیری صنعت گردشگری در فرآیند توسعه منطقه‌ای (نمونه موردی: شهرستان مرند)



شکل ۱- شاخص‌های اثرگذار بر رقابت‌پذیری توسعه گردشگری از دیدگاه لئون و همکاران (۲۰۲۲) منبع: (Pérez León et al., 2022: 1408).

شده است. نوع رگرسیون استفاده شده به صورت هم‌زمان *(Enter)* است. در بخش دوم با توجه به نوع و اهمیت موضوع رقابت‌پذیری در ابعاد اجتماعی و فرهنگی (*S&C*)، قانونی (*L*)، تکنولوژیک (*T*)، سیاسی (*P*)، بوم‌شناختی و محیطی (*E&E*) و اقتصادی (*E*) و ۵۷ شاخص تعیین گردیدند. شاخص‌های انتخاب شده در اختیار گروه دلفی قرار داده شده و از آنها خواسته شده که به هر کدام از شاخص‌ها در قالب شاخص اجماع برای تعیین اهمیت، قطعیت و اولویت امتیاز بدهند و همچنین گزینه‌ها و شاخص‌هایی که از نظر آنها می‌تواند بر روی عدم تحقق فرآیند تأثیر بگذارد را ارائه دهند. شاخص‌های تدوین شده بر مبنای فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری (مقایسه زوجی) بر یکدیگر رتبه‌بندی شدند. در بخش نهایی تحقیق مبتنی بر تحلیل اکتشافی به کمک نرم‌افزار *MICMAC*، در چارچوب ماتریس اثرات متقاطع از گروه دلفی خواسته شد بر مبنای فرآیند تأثیرگذاری و تأثیرپذیری، مقایسه زوجی پیشران‌ها بر یکدیگر مشخص نمایند. روش تحلیل تأثیرات متقابل تکنیکی خبره محور است که نتایج کمی را بازگو می‌کند.

۵- محدوده مورد مطالعه

شهرستان مرند در ۶۵ کیلومتری شمال غرب تبریز و در محور ارتباطی اروپا و آسیای میانه قرار گرفته و دارای سه بخش، شش شهر، ۹ دهستان و ۱۲۹ آبادی بوده که ۱۱۳

۴- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی و علی-مقایسه‌ای است. پس از مطالعه و مرور چارچوب نظری، عوامل تأثیرگذار بر رقابت‌پذیری گردشگری در فرآیند توسعه منطقه‌ای شناسایی شد. به منظور سنجش عوامل تأثیرگذار در گردشگری رقابتی شهرستان مرند از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. برای تحلیل اثرات با نظرسنجی از ۳۴ نفر از کارشناسان اداری-اجرایی شهرستان مرند و متخصصان حوزه گردشگری (فرمانداری، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی شهرستان مرند، شهرداری مرند و همچنین تعدادی از اساتید دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرند)، اقدام به پیمایش خبرگان شد. بعد از مراحل فوق اقدام به منظور سنجش نتایج از آزمون‌های آماری تشخیصی استفاده شد. در بخش نخست پس از دسته‌بندی داده‌ها در نرم‌افزار *SPSS* با استفاده از آزمون *t* تک‌نمونه‌ای میانگین هر یک از گویه‌ها یا سوالات محاسبه شد. سپس با توجه به بازخورد پاسخ کارشناسان، میانگین پاسخ آنها با میانگین نظری تعیین شده (۳) هریک از گویه‌ها و ابعاد مقایسه گردید. در نهایت برای تحلیل میزان اثرگذاری ابعاد و آزمون فرضیه‌های پژوهش از آزمون رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد. با توجه به اینکه پژوهش حاضر به دنبال مشخص کردن شدت همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته است از روش رگرسیون استفاده

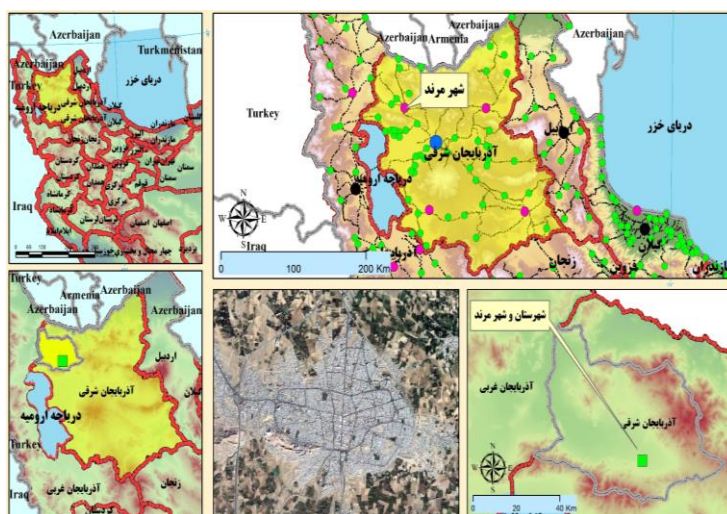
۶- بحث و یافته‌ها

۶-۱- یافته‌های حاصل از روش پیمایش

در بخش نخست شش بُعد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، کالبدی و زیرساختی، تجاری و سیاسی و بوم‌شناختی طبیعی با ۲۸ شاخص مورد ارزیابی قرار گرفتند. در ارتباط با نحوه سنجش متغیرهای مورد مطالعه علاوه بر متغیرهایی که به صورت مستقیم مورد سنجش قرار گرفته‌اند، سازه‌های پژوهش توسط چند شاخص و گویه‌های متعدد مورد ارزیابی واقع شده‌اند. پس از کدگذاری سؤالات، تمامی گویه‌های یک سازه با یکدیگر جمع شده و نمره کل در پاسخگو تعیین شده است (مقیاس‌سازی). همچنین با توجه به اهداف تحقیق، ابتدا روایی (*Validity*) پرسشنامه توسط خبرگان مورد تأیید قرار گرفت، سپس پس از تکمیل پرسشنامه‌ها پایایی (*Reliability*) یا اعتبار آن توسط آزمون آلفای کرونباخ (*Cronbach's Alpha*) به دست آمد، معمولاً آلفای کرونباخ بین ۰٫۶ تا ۰٫۸ قابل قبول و بالاتر از ۰٫۸ نشان‌دهنده پایایی بالا می‌باشد. مطابق نتایج، مقدار ضریب به دست آمده بیش از ۰٫۷ را نشان داد که نشانگر پایایی بالای پرسشنامه می‌باشد. با توجه به سنجش مفهوم یا سازه با سؤالات مثبت و منفی پرسشنامه، گویه‌ها با توجه به جهت سؤالات (مثبت و منفی) یکسان‌سازی شدند که در این روش از کدگذاری مجدد متغیرها (*Recode*) استفاده شد. جدول ۱ نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای ابعاد و شاخص‌ها را نشان می‌دهد

آبادی دارای سکنه و ۱۶ آبادی آن خالی از سکنه است. شهرستان مرنده با جمعیت ۲۴۴۹۷۱ نفر سومین شهرستان پرجمعیت استان پس از شهرستان‌های تبریز و مراغه و از نظر مساحت چهارمین شهرستان بزرگ استان آذربایجان شرقی با وسعت ۳۲۸۶ کیلومتر مربع (۷٫۲ درصد مساحت استان) است که از سمت شمال با شهرستان جلفا، از سمت شرق با شهرستان‌های ورزقان، از سمت غرب با استان آذربایجان غربی و از سمت جنوب با شهرستان شبستر هم‌مرز است.

شهرستان مرنده دارای سه بخش، ۱۰ دهستان و شش کانون زیست شهری به نام‌های مرنده، یامچی، کشکسرای، بناب مرنده، دیزج حسین‌بیگ و زوز، است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). شهر مرنده از نظر سلسله‌مراتب نظام شهری، به‌عنوان مرکز شناخته شده است و به‌عنوان مرکز سطح اول شهرستان شناخته می‌شود. از نظر جمعیتی شهر مرنده، پرجمعیت‌ترین شهر ناحیه به شمار می‌رود و شهر کشکسرای با فاصله زیاد پس از این شهر قرار گرفته است. شهر مرنده با جمعیت ۱۳۰۸۲۵ نفری در سال ۱۳۹۵ به‌عنوان مرکز شهرستان و در طرح پایه آمایش استان، به‌عنوان شهر سطح دو، به‌مثابه کانون محرک توسعه منطقه‌ای معرفی شده است که برای سازمان‌دهی، توسعه و توازن بخشی در سطح شهرستان مهم خواهد بود (حاتمی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۹).



شکل ۲- محدوده و موقعیت جغرافیایی شهر و شهرستان مرنده - ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۲.

جدول ۱- نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای برای هریک از ابعاد و شاخص‌ها (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲).

Std.d	Mean	شاخص	ابعاد	
۰/۵۶۴	۳/۲۱	مردمی شدن اقتصاد و گسترش زیرساخت‌های موردنیاز برای خدمات تجارت داخلی - خارجی و افزایش ترانزیت	اقتصادی	
۰/۴۹۰	۳/۶۳	ارائه خدمات مالی و تأمین مالی از بازار سرمایه داخلی		
۰/۷۴۹	۳/۴۵	نرخ مالیات، سطح قیمت و هزینه‌ها		
۰/۷۴۹	۳/۵۵	توسعه مزایای ناشی از تمرکز جغرافیایی فعالیت و حمایت‌های لازم با هدف سرمایه‌گذاری در بخش صنعت		
۰/۹۵۹	۳/۹۵	کیفیت نظام‌های کسب‌وکار گردشگری		
۰/۶۳۹	۳/۴۵	کاهش منابع مالی توسعه		
۰/۷۲۳	۳/۲۰	نوسانات اقتصادی داخلی و بین‌المللی		
۰/۶۳۹	۳/۵۵	قدرت حمایت سرمایه‌گذاران		
۰/۸۳۴	۳/۰۵	پیشرفته بودن فناوری‌های تولید		
۰/۷۰۵	۳/۴۷	کل		
۰/۶۴۰	۳/۵۳	بازشناسی موانع رقابت‌پذیری و سرمایه‌گذاری، مداخله و مشارکت ذی‌نفعان در فرآیند تصمیم‌گیری‌ها	اجتماعی - فرهنگی	
۰/۶۸۰	۳/۶۸	تخصیص بهینه منابع، بودجه و امکانات در راستای تعادل بخشی و توازن منطقه‌ای		
۰/۹۷۱	۲/۹۷۱	رسانه و تبلیغات		
۰/۷۶۳	۳/۳۹	کل	کالبدی و زیرساختی	
۰/۷۸۰	۳/۷۸	ارتقاء شاخص دسترسی به فناوری اطلاعات و کیفیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل و امکانات توزیع بین‌المللی		
۰/۸۳۲	۲/۸۳۲	افزایش سرمایه‌گذاری دولتی در حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای و سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی محروم شهرستان		
۰/۸۰۴	۳/۸۳	دسترسی به امکانات توزیع بین‌المللی		
۰/۸۰۵	۳/۴۸	کل		
۰/۷۴۷	۲/۷۴	نفوذ بازار، بازاریابی بین‌الملل و توسعه رقابت‌پذیری داخلی		
۰/۷۰۲	۳/۷۵	اثر سیاست‌های بین‌الملل و تحریم		
۰/۸۰۹	۲/۸۰	موانع تجاری		
۰/۶۶۲	۲/۳۵	اصلاح ساختار بوروکراسی اداری و اجرایی - اقتصادی و اثرگذاری سیاست‌های ضد انحصاری		
۰/۷۰۰	۳/۱۵	موانع گمرکی و ترخیص		
۰/۷۰۰	۳/۸۵	جلب حمایت و اعتماد سرمایه‌گذاری بخش خصوصی داخلی و خارجی	تجاری و سیاسی	
۰/۷۲۳	۳/۳۰	تقویت دانش فنی و حذف موانع تجاری		
۰/۷۶۴	۲/۰۸	ریسک‌پذیری، اثر تحریم و سیاست‌های بین‌الملل		
۰/۷۲۵	۳/۰۰	کل		
۰/۶۷۸	۳/۲۰	تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها، توسعه بانک اطلاعات گردشگری تفریحی و اکوتوریستی		
۰/۷۰۰	۳/۱۵	ارتقای رقابت‌پذیری منطقه همگام با زمینه‌های طبیعی، جغرافیایی، تاریخی، فضایی - کالبدی، مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، علمی و ورزشی		بوم‌شناختی و طبیعی
۰/۵۶۴	۳/۳۰	کارآفرینی و اشتغال مولد مرتبط با گردشگری ژئوریسم		
۰/۷۲۳	۳/۲۰	درجه رقابت‌پذیری شهرستان مرند در مقایسه با وضعیت رقبای درون و برون منطقه‌ای		میانگین کل
۰/۶۳۹	۳/۵۵	تغییر اقلیم و کاهش منابع زیستی		
۰/۶۶۰	۳/۲۵	کل		
۰/۷۳۱	۳/۳۱	میانگین کل		

در حالی است که جلب حمایت و اعتماد سرمایه‌گذاری بخش خصوصی داخلی و خارجی گردشگری و همچنین در تغییر نگرش مردم شهرستان مرند از فعالیت در حوزه‌های مختلف اقتصادی اثرگذاری بالایی داشته است. در بعد بوم‌شناختی و طبیعی، به همان میزان که زمینه‌های طبیعی، جغرافیایی، تاریخی، فضایی-کالبدی، مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، علمی و ورزشی سبب توسعه ابعاد رقابتی شده است، تغییر اقلیم و کاهش منابع زیستی؛ بخش گردشگری را شدیداً تحت تأثیر قرار داده است.

۶-۲- تحلیل رگرسیونی خطی چندگانه

از آنجایی که داده‌های مورد استفاده در رگرسیون باید به صورت فاصله‌ای یا نسبی باشند، میانگین هریک از نتایج گویه‌ها در آزمون t به عنوان ورودی فرآیند آزمون در نظر گرفته شدند. در مرحله بعد به منظور تحلیل میزان اثرات گردشگری رقابتی بر ساختارهای موجود توسعه منطقه‌ای شهرستان مرند از رگرسیونی خطی چندگانه استفاده شد که نتایج محاسبات آن در جداول شماره ۲ الی ۵ آمده است. همان طور که جدول ۲ نشان می‌دهد همبستگی میان گردشگری رقابتی با ابعاد پنج‌گانه پژوهش همگی معنادار و مثبت بوده‌اند؛ به طوری که همبستگی بین ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، کالبدی و زیرساختی، تجاری و سیاسی، بوم‌شناختی و طبیعی با میزان اثرات گردشگری رقابتی شهرستان مرند به ترتیب ۰,۹۷۴، ۰,۹۷۳، ۰,۹۶۹، ۰,۹۵۷ و ۰,۹۴۱ می‌باشد که به ترتیب ابعاد اقتصادی، تجاری و سیاسی، کالبدی و زیرساختی و سپس اجتماعی- فرهنگی بیشترین همبستگی را با عامل گردشگری رقابتی نشان می‌دهند.

با توجه به یافته‌های توصیفی جدول ۱، نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای بررسی و مقایسه میانگین شاخص‌ها و ابعاد مورد بررسی نشان می‌دهد که بالاترین میانگین هریک از ابعاد اثرگذار بر رقابت‌پذیری گردشگری شهرستان مرند به ترتیب شامل کالبدی و زیرساختی (۳,۴۸)، اقتصادی (۳,۴۷)، اجتماعی- فرهنگی (۳,۳۹)، بوم‌شناختی و طبیعی (۳,۲۵) و تجاری و سیاسی (۳,۰۰) از مقدار متوسط نظری (۳) بالاتر می‌باشد. به دلیل مثبت بودن تفاوت میانگین کلی هریک از ابعاد، می‌توان ذکر کرد که رقابت‌پذیری گردشگری بر ساختارهای موجود در فرآیند توسعه منطقه‌ای شهرستان مرند اثرگذار می‌باشد. با توجه به میزان خطای کمتر از ۰,۰۵ با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت وضعیت مشاهده شده به جامعه آماری تحقیق قابل تعمیم می‌باشد. به عبارتی دیگر، یافته‌های استنباطی در قالب آماره t نشان می‌دهد که میانگین محاسبه شده در نمونه‌ها با تفاوت میانگین مثبت بالاتر از حد متوسط می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که در بین عوامل توسعه گردشگری شهرستان مرند، کیفیت نظام‌های کسب و کار گردشگری در بعد اقتصادی دارای بالاترین ارزش بوده است. در بعد اجتماعی و فرهنگی؛ تخصیص بهینه منابع، بودجه و امکانات در راستای تعادل بخشی و توازن منطقه‌ای با اثرگذاری بالا و فقدان اثرگذاری رسانه و تبلیغات با اثرگذاری منفی تشخیص داده شد. از طرفی عدم سرمایه‌گذاری دولتی در حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای و سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی محروم شهرستان در بخش کالبدی و زیرساختی گردشگری رقابتی اثر منفی داشته است. در بُعد تجاری و سیاسی و سیاست‌های بین‌الملل و تحریم دارای اثر منفی بوده است. این

جدول ۲- آزمون همبستگی ابعاد پژوهش (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲).

Correlations ^a						
گردشگری رقابتی	اقتصادی	اجتماعی- فرهنگی	کالبدی و زیرساختی	تجاری و سیاسی	بوم‌شناختی و طبیعی	
گردشگری رقابتی	۰/۹۷۴	۰/۹۴۱	۰/۹۵۷	۰/۹۶۹	۰/۹۷۳	
اقتصادی	۱/۰۰۰	۰/۹۴۷	۰/۹۵۵	۰/۹۶۲	۰/۹۸۹	
اجتماعی- فرهنگی	۰/۹۴۷	۱/۰۰۰	۰/۸۹۸	۰/۸۹۴	۰/۸۹۷	
کالبدی و زیرساختی	۰/۹۵۵	۰/۸۹۸	۱/۰۰۰	۰/۹۲۲	۰/۸۷۷	Std. Cross-product
تجاری و سیاسی	۰/۹۶۲	۰/۸۹۴	۰/۹۲۲	۱/۰۰۰	۰/۹۳۱	
بوم‌شناختی و طبیعی	۰/۹۷۳	۰/۸۹۷	۰/۸۷۷	۰/۹۳۱	۱/۰۰۰	

ادامه جدول ۲- آزمون همبستگی ابعاد پژوهش (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲).

Correlations ^a						
گردشگری رقابتی	اقتصادی	اجتماعی- فرهنگی	کالبدی و زیرساختی	تجاری و سیاسی	بوم‌شناختی و طبیعی	
گردشگری رقابتی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
اقتصادی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
اجتماعی - فرهنگی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
کالبدی و زیرساختی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
تجاری و سیاسی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
بوم‌شناختی و طبیعی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
گردشگری رقابتی	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	
اقتصادی	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	
اجتماعی - فرهنگی	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	
کالبدی و زیرساختی	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	
تجاری و سیاسی	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	
بوم‌شناختی و طبیعی	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	

Sig. (1-tailed)

N

a. Coefficients have been calculated through the origin.

جدول ۳- متغیرهای واردشده/حذف‌شده رگرسیون (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲).

Variables Entered/Removed ^{a,b}			
Method	Variables Removed	Variables Entered	Model
Enter	.	اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، کالبدی و زیرساختی، تجاری و سیاسی، بوم‌شناختی و طبیعی.	1

a. Dependent Variable: گردشگری رقابتی

b. Linear Regression through the Origin

c. All requested variables entered.

جدول ۴- رگرسیون ANOVA (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲).

ANOVA ^{a,b}					
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model
۰/۰۰۰ ^c	۱۵۰۲/۳۴	۵۱/۰۲۵	۵	۱۵۵/۶۵۳	Regression
		۰/۳۶	۵	۰/۱۸۰	Residual
			۱۲	۱۵۳/۳۲۲ ^d	Total

a. Dependent Variable: گردشگری رقابتی

b. Linear Regression through the Origin

c. Predictors: بوم‌شناختی و طبیعی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، کالبدی و زیرساختی، تجاری و سیاسی، بوم‌شناختی و طبیعی

رقابتی و شاخص‌های اثرگذار موجود وجود دارد ($R=0.99$). در مجموع ساختارهای پنج‌گانه توانستند ۰.۷۱ درصد از میزان تغییر واریانس در گردشگری رقابتی را پیش‌بینی کنند ($F(9,74)=41.22, p<0.05$). به‌جز ساختار یا بعد کالبدی و

بررسی اثرات گردشگری رقابتی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، کالبدی و زیرساختی، تجاری و سیاسی، بوم‌شناختی و طبیعی در آزمون رگرسیون خطی چندگانه در جداول ۳ الی ۵ نشان می‌دهد که رابطه‌ی محکمی بین اثرات گردشگری

جدول ۵- ضرایب محاسبه شده (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲).

Coefficients ^{a,b}										
Collinearity Statistics		Correlations			Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
VIF	Tolerance	Part	Partial	Zero-order		Beta	Std. Error	B		
۳۳,۵۷۴	۰,۰۲۵	-۰,۰۰۵	-۰,۱۷۴	۰,۹۵۸	۰,۷۸۷	-۰,۳۹۴	۰,۳۷	۰,۸۷	-۰,۰۴۱	اقتصادی
۱۹,۰۲۸	۰,۰۴۴	-۰,۱۳۴	۰,۲۲۸	۰,۸۷۷	۰,۴۴۱	-۰,۵۵۱	۰,۵۱	۰,۷۷	-۰,۰۵۴	اجتماعی- فرهنگی
۲۲/۰۲۵	۰/۰۳۴	۰/۲۲۱	۰/۹۸۵	۰/۹۹۹	۰/۰۰۰	۱۳/۰۲۵	۱/۰۳۲	۰/۷۸	۱/۱۲۵	کالبدی و زیرساختی
۲۱/۰۲۴	۰/۰۵۰	-۰/۰۱۰	۰/۲۵۸	۰/۹۵۶	۰/۵۱۷	-۰/۶۹۷	-۰/۰۴۷	۰/۰۸۶	-۰/۶۰	تجاری و سیاسی
۲۵/۵۷۳	۰/۰۶۸	-۰/۰۰۷	۰/۱۹۸	۰/۸۴۸	۰/۷۸۹	-۰/۴۴۵	۰/۴۲	۰/۶۴	-۰/۰۲۵	بوم‌شناختی و طبیعی

a. Dependent Variable: گردشگری رقابتی
b. Linear Regression through the Origin

اقتصادی با ۰,۰۴۱- تجاری و سیاسی با ۰,۰۶۰- و کالبدی و زیرساختی با ۱,۱۲۵ به ترتیب ضرایب مورد انتظار برای پیش‌بینی اثرات گردشگری رقابتی در شهرستان مرند است.

۳-۶- شناسایی پیشران‌های کلیدی رقابت‌پذیری گردشگری

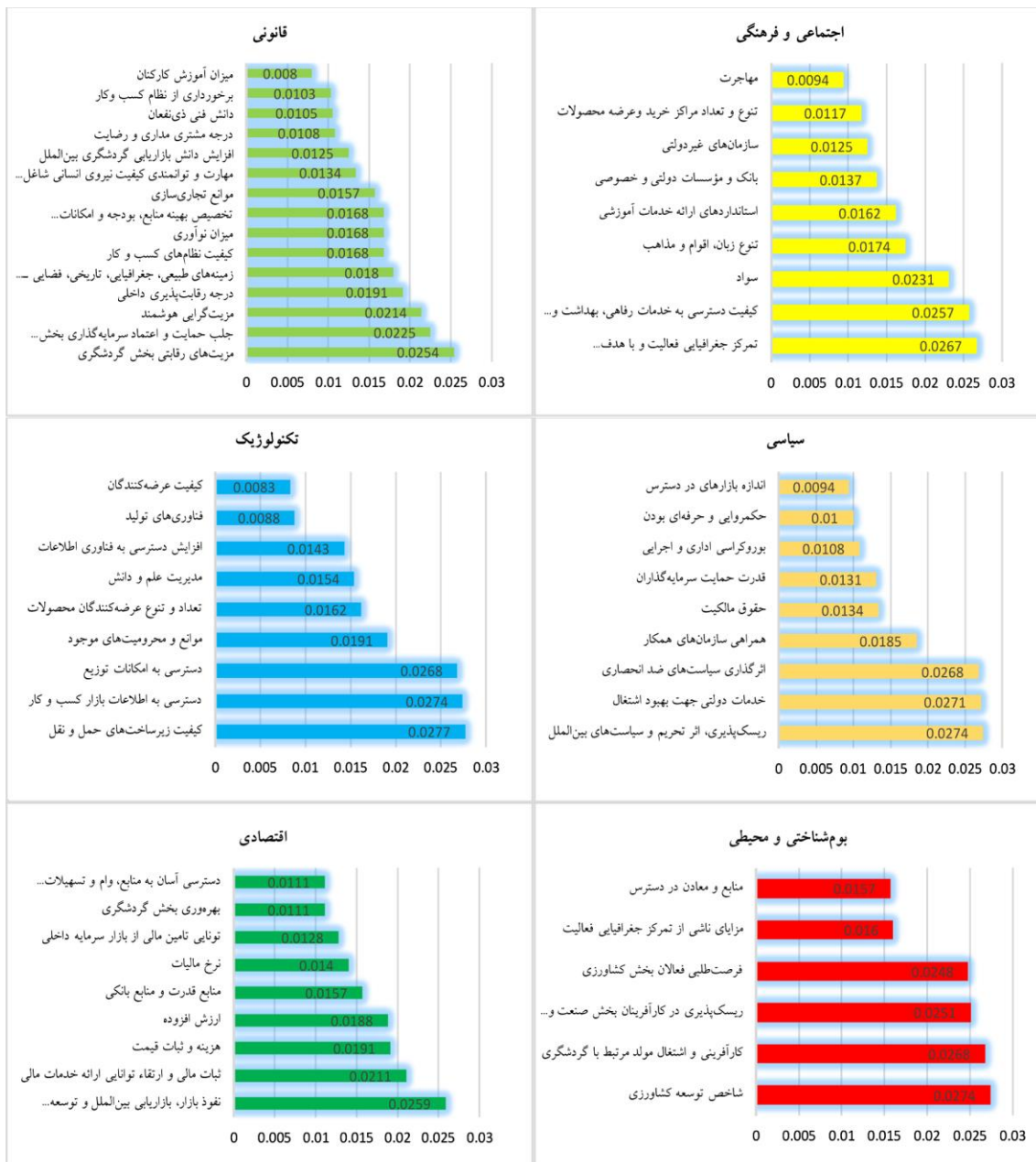
در بخش دوم، پیشران‌های تأثیرگذار بر رقابت‌پذیری گردشگری در توسعه منطقه‌ای با استفاده از مدل شاخص اجماع برای تعیین اهمیت، قطعیت و اولویت پیشران‌ها استفاده و در چارچوب ماتریس اثرات متقاطع از گروه دلفی خواسته شد بر مبنای فرآیند تأثیرگذاری و تأثیرپذیری (مقایسه زوجی) پیشران‌ها بر یکدیگر، دامنه امتیازی ۰ الی ۳ را به هر پیشران اختصاص دهند که عدد صفر به منزله فاقد اثرگذاری، عدد ۱ اثرگذاری کم یا ناچیز، عدد ۲ با اثرگذاری متوسط، عدد ۳ به منزله اثرگذاری بالا و حرف P به معنی اثرگذاری بالقوه در فرآیند تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم هر پیشران به صورت متقابل است. در اینجا، قضاوت تصمیم‌گیرندگان اجتناب‌ناپذیر است، ولی صرفاً در انتهای یک فرآیند ساختاریافته می‌آید؛ بنابراین ترکیبات عامل از فهرست حذف و زوج‌های عاملی دیگر مطابق با اولویت ادراک شده مرتب و موزون شد. نتیجه، فهرست اولویت‌بندی شده‌ای از ابعاد رقابتی است که به همه ارزیابی‌های پیشین وابسته است؛ بنابراین دیدگاه مبتنی بر رقابت‌پذیری، نقطه قوت منابع و

زیرساختی (۱,۱۲۵) که رابطه معنادار مثبتی با گردشگری رقابتی داشت، چهار شاخص دیگر اقتصادی (۰,۰۴۱-)، اجتماعی- فرهنگی (۰,۰۵۴-)، تجاری و سیاسی (۰,۰۶۰-) و بوم‌شناختی و طبیعی (۰,۰۲۵-) فاقد این وضعیت بودند. به ازای هر واحد افزایش در وضعیت اقتصادی، گردشگری رقابتی به میزان ۰,۲۵ واحد کاهش پیدا می‌کند. بازه اطمینان باریک (*narrow*) است که نشان‌دهنده اطمینان ۹۵ درصدی از قرار داشتن شیب (*slope*) مابین ۰,۰۰۵- تا ۰,۱۷۴- است ($p < 0.001$). به ازای هر واحد افزایش در وضعیت بعد اجتماعی- فرهنگی، گردشگری رقابتی به میزان ۰,۲۲۸ واحد افزایش پیدا می‌کند. بازه اطمینان باریک بوده و نشان‌دهنده اطمینان ۹۵ درصدی از قرار داشتن شیب مابین ۰,۲۲۱- تا ۰,۹۸۵- است ($p < 0.05$). همچنین به ازای هر واحد افزایش در وضعیت بعد تجاری و سیاسی، گردشگری رقابتی به میزان ۰,۰۱۰- واحد کاهش پیدا می‌کند. بازه اطمینان باریک بوده و نشان‌دهنده اطمینان ۹۵ درصدی از قرار داشتن شیب مابین ۰,۰۱۰- تا ۰,۲۵۸- است ($p < 0.05$). همچنین در ارتباط با شاخص بوم‌شناختی و طبیعی، به ازای هر واحد افزایش در وضعیت این بعد، گردشگری رقابتی به میزان ۰,۰۰۷- واحد کاهش پیدا می‌کند. بازه اطمینان باریک بوده و نشان‌دهنده اطمینان ۹۵ درصدی از قرار داشتن شیب مابین ۰,۰۰۷- تا ۰,۱۹۸- است ($p < 0.05$). ضرایب استاندارد رگرسیون نشان می‌دهد که بتاهای ابعاد بوم‌شناختی و طبیعی با ۰,۰۲۵-

آینده مشخص نمایند.

نهایتاً با توجه به نوع و اهمیت موضوع رقابت پذیری ۶ بعد اجتماعی و فرهنگی (S&C)، قانونی (L)، تکنولوژیک (T)، سیاسی (P)، بوم‌شناختی و محیطی (E&E) و اقتصادی (E) و ۵۷ شاخص به شرح شکل ۳ (نمودارهای زیر) زیر تعیین گردیدند.

قابلیت‌ها و تناسب راهبردی آن‌ها با عوامل درون منطقه‌ای، به‌تنهایی بر نقطه قوت این عوامل اولویت‌بندی می‌شود. به‌منظور ایجاد پایگاهی از عوامل اولیه موجود درباره عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری گردشگری شهرستان مرند از کارشناسان و نخبگان خواسته شد که مهم‌ترین عوامل کلیدی اثرگذار در رقابت‌پذیری گردشگری شهرستان مرند را ظرف ۱۰ سال



شکل ۳- وزن رقابتی شاخص‌های اثرگذار بر وضعیت توسعه منطقه‌ای شهرستان مرند - مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲.

نخستین گام در یافتن متغیرهای کلیدی و استراتژیک است.

بر این اساس چنانچه تعداد متغیرهای تکراری در تأثیرگذارترین و تأثیرپذیرترین متغیرها، بالا باشد، سیستم دارای تعدادی متغیر کلیدی است که قابلیت کنترل و هدایت سیستم را آسان تر می‌نماید، چنانچه تعداد متغیرهای تکراری در ستون تأثیرگذارترین (مزیت‌گرایی هوشمند، زمینه‌های طبیعی، جغرافیایی، تاریخی، فضایی-کالبدی، مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، علمی و ورزشی و تخصیص بهینه منابع، بودجه و امکانات گردشگری در راستای تعادل بخشی و توازن منطقه‌ای) و تأثیرپذیرترین (بهره‌وری بخش گردشگری، اندازه بازارهای در دسترس و ریسک‌پذیری کارآفرینان بخش گردشگری) متغیرها پایین باشد، سیستم دارای ساختار خاصی است که قابلیت کنترل کمتری توسط بازیگران دارد. سیستم مورد مطالعه این پژوهش دارای حالت دوم است.

پس از شناسایی و تقسیم‌بندی متغیرها بر اساس تأثیرات متقاطع، نوع و میزان اثرگذاری، دو وجهی بودن، مستقل و ممتاز شده و میزان اثرپذیری یا وابستگی آنها بر اساس میزان تأثیرگذاری مستقیم یا غیرمستقیم در پنج حالت؛ ضعیف‌ترین تأثیرات، تأثیرات ضعیف، تأثیرات میانه، تأثیرات زیاد مطابق شکل ۴ ارائه شد.

بر اساس خروجی نرم‌افزار میک‌مک، جایجایی متغیرها نشان می‌دهد که بر اساس روابط غیرمستقیم بین متغیرها، قدرت تأثیرگذاری متغیرهای تأثیرگذار و دو وجهی بیشتر شده چراکه اغلب متغیرها به سمت بالای شبکه مختصات جایجا شده‌اند.

در مورد تأثیرپذیری متغیرهای ناحیه ۴ هم جایجایی غالب متغیرهای تأثیرپذیر به سمت راست را نشان می‌دهد که نشان از افزایش قدرت تأثیرپذیری این متغیرها دارد.

بعد از آنکه عوامل کلیدی به روش دلفی مشخص شد، در سومین مرحله اقدام به شناسایی نیروهای پیشران مؤثر گردید. در این مرحله با ایجاد ماتریسی از عوامل کلیدی به شناسایی نیروهای پیشران در بین عوامل کلیدی اقدام شد.

۵۷ عاملی که توسط کارشناسان شناسایی شده‌اند در یک ماتریس ۵۷×۵۷ تنظیم شد. در ماتریس متقاطع جمع اعداد سطرهای هر عامل به‌عنوان میزان تأثیرگذار و جمع ستون‌های هر عامل میزان تأثیرپذیری آن را از عوامل دیگر نشان می‌دهد. بر مبنای ۳۱۹۲ ارزش محاسبه شده در ماتریس اولیه اثرات متقاطع از سوی کارشناسان، ۱۴۹۹ مورد دارای تأثیرگذاری زیاد، ۱۴۳۴ مورد دارای تأثیرگذاری متوسط و ۲۵۶ مورد دارای تأثیرگذاری کم، ۵۷ مورد بی‌تأثیر و همچنین تعداد سه مورد با اهمیت ویژه (P) ارزیابی شدند.

در بعد اجتماعی و فرهنگی، تمرکز جغرافیایی فعالیت و با هدف سرمایه‌گذاری در بخش‌های اجتماعی و فرهنگی مرتبط توسعه منطقه‌ای و کیفیت دسترسی به خدمات رفاهی، بهداشت و درمان؛ در بعد قانونی درجه رقابت‌پذیری داخلی و زمینه‌های طبیعی، جغرافیایی، تاریخی، فضایی-کالبدی، مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، علمی و ورزشی؛ در بعد تکنولوژیک کیفیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل و دسترسی به اطلاعات بازار کسب‌وکار؛ در بعد سیاسی ریسک‌پذیری، اثر تحریم و سیاست‌های بین‌الملل و خدمات دولتی جهت بهبود اشتغال؛ در بعد بوم‌شناختی و محیطی شاخص توسعه کشاورزی و کارآفرینی و اشتغال مولد مرتبط با گردشگری و نهایتاً در بعد اقتصادی نفوذ بازار، بازاریابی بین‌الملل و توسعه رقابت‌پذیری داخلی و منابع قدرت و منابع بانکی دارای بالاترین ضریب تأثیرگذاری بوده‌اند.

مطابق نتایج خروجی نرم‌افزار *MICMAC* و تحلیل متقاطع پیشران‌های کلیدی، با شناسایی و مقایسه میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هر یک از مؤلفه‌ها، رتبه‌بندی آنها

از این نظر، تدوین و برنامه‌ریزی تحقق گردشگری پایدار، تهیه آمار و اطلاعات جمعیتی و اجتماعی برای تخصیص حمایت‌های حوزه اشتغال، تثبیت جمعیت و کارآفرینی پایدار و تهیه آمار و اطلاعات از وضعیت ساکنان و ویژگی‌های اجتماعی و رفتاری آنان به صورت پیوسته یک الزام است که توفیق این برنامه‌ها را در گرو برنامه‌ریزی و تخصیص منابع مالی، امکانات اجتماعی و کالبدی و مشارکت ساکنان مناطق در این فرآیند ارزیابی نموده است؛ برنامه‌ای که به سرعت به یک برنامه محلی و فراگیر تبدیل شده است.

۸- تقدیر و تشکر

بنا بر اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

بسترهایی به منظور مشارکت بخش خصوصی در پروژه‌ها و طرح‌های زیربنایی توسعه گردشگری، تقویت شبکه راه‌های موجود به خصوص راه‌های ترانزیتی، تحرک اقتصادی با بهره‌برداری از منابع قابل تجدید و اکوتوریسم، ایجاد فرصت‌های شغلی درون منطقه، برقراری امنیت و ثبات سیاسی و رفع موانع تجاری، شناسایی و تبلیغات از مهم‌ترین رویکردهای توسعه گردشگری در شهرستان مرند است.

از منظر آینده‌پژوهی، مشارکت اجتماعی و افزایش میزان مشارکت شهروندان در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با گردشگری در شناسایی و تغییر عوامل کلیدی، تصویرپردازی درباره آینده‌ها و چگونگی خلق وضعیت‌های مطلوب آینده، عامل اصلی اعتباربخشی، روایی و پایایی داده‌های به دست آمده است.

۹- مراجع

- حافظ رضازاده، معصومه؛ میر، مهیار و شهرکی، داود (۱۴۰۰). ارزیابی و اهمیت سنجی شاخص‌های توسعه میان افزا در مناطق شهری (مطالعه موردی: شهر زاهدان). *فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)*، ۱۱(۳)، ۵۵۳-۵۶۸.
- حبیبی، فاتح؛ محمودی، حسنا (۱۳۹۸). ارزیابی و اولویت‌بندی شاخص‌های توسعه گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS مطالعه موردی: شهرستان‌های استان کردستان، *جغرافیا و توسعه*، ۱۷(۵۷)، ۱۷۶-۱۵۵.
- حاتمی‌نژاد، حسین؛ پور حسین، حمید؛ محمد پور، صابر و منوچهری میاندوآب، ایوب (۱۳۹۰). تحلیل عملکرد فضایی شهر میانی مرند در سطح شهرستان مرند. *پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، ۴۳(۴)، ۲۳-۴۴.
- دلشاد، علی (۱۴۰۰). تحلیل رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری شهری در ایران. *نشریه گردشگری شهری*، ۸(۱)، ۱۴۳-۱۶۱.
- رضایی بزنجانی، رضا؛ اذانی، مهری؛ صابری، حمید و مؤمنی، مهدی (۱۳۹۸). برنامه‌ریزی راهبردی مناطق شهری کرمان بر اساس رشد هوشمند شهری. *فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)*، ۱۰(۱-۱)، ۱۵۷-۱۷۹.
- سعیدپور، سعید؛ سفیدی، آذر؛ تیزرو، علی و احمدی کهنعلی، رضا (۱۳۹۹). تدوین استراتژی‌های بخش گردشگری با رویکرد برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو، *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۹(۳۳)، ۱۹۱-۲۰۷.
- شریف‌زادگان، محمدحسین و ندایی طوسی، سحر (۱۳۹۴). چارچوب توسعه فضایی رقابت‌پذیری منطقه‌ای در ایران، *موردپژوهی: استان‌های ۳۰گانه. نشریه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی*، ۲۰(۳)، ۵-۲۰.
- علی‌اکبری، اسماعیل؛ مرصوصی، نفیسه و جلال‌آبادی، لیلیا (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی، *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۵(۵۰)، ۳۵-۶۰.
- قاسمی، ثنا و حسن‌آبادی، داود (۱۳۹۷). بررسی قابلیت‌های پیشرفت و توسعه گردشگری بجنورد با استفاده از برنامه‌ریزی راهبردی، *فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)*، ۹(۱)، ۵۷۵-۵۹۷.
- قصابی، حسن؛ آذر؛ علی و پناهی، علی (۱۳۹۹). شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه گردشگری در مناطق آزاد تجاری (مطالعه موردی: منطقه آزاد ارس). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۹(۳۲)، ۱۶۱-۱۷۷.
- قهرمانی فرد، حسین؛ حسین‌زاده دلیر، کریم و موسوی، میرسعید (۱۴۰۰). شناخت و ارزیابی پیشران‌های حیاتی مؤثر بر آینده توسعه گردشگری مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز. *نشریه گردشگری شهری*، ۸(۱)، ۶۷-۸۲.
- کواکبی، محمد؛ حسین‌زاده دلیر، کریم و آذر، علی (۱۴۰۰). ارزیابی عوامل مؤثر بر رونق اقتصادی مناطق مرزی با تأکید بر صنعت گردشگری مطالعه موردی: منطقه آزاد ماکو. *پژوهش‌نامه مطالعات مرزی*، ۹(۳)، ۷۸-۱۰۰.
- ماکوئی طلائی، منیژه؛ موسوی، میرنجف و جوان، خدیجه (۱۴۰۱). تحلیل و ارزیابی رقابت‌پذیری منطقه‌ای در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان جلفا). *پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، ۵۴(۳)، ۱۱۲۵-۱۱۴۲.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). *سرشماری عمومی نفوس و مسکن، نتایج تفصیلی سرشماری به تفکیک شهرستان*.
- Clement, K. (2023). *Economic development and environmental gain: European environmental integration and regional competitiveness. Routledge.*
- Díaz-Andreu, M. (2020). *A History of Archaeological Tourism: Pursuing leisure and knowledge from the eighteenth century to World War II. Springer Nature.*

- Glotzer, P. (2020). *How the suburbs were segregated?* Columbia University Press.
- Goffi, G. & Cucculelli, M. & Masiero, L. (2019) Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 209, pp.101-115.
- Grillitsch, M., & Sotarauta, M. (2020). Trinity of change agency, regional development paths and opportunity spaces. *Progress in human geography*, 44(4), 704-723.
- Huggins, R. (2003). Creating a UK competitiveness index: regional and local benchmarking. *Regional studies*, 37(1), 89-96.
- Iqbal BA, Sami S (2016) Global and India's Tourism Scenario. *J Tourism Hospit* 5 (1): 193. pp.1-5.
- Jin, C., Xu, J., & Huang, Z. (2019). Spatiotemporal analysis of regional tourism development: A semiparametric Geographically Weighted Regression model approach. *Habitat International*, 87, 1-10.
- Kevin, L. Jie, L. Mark, W. Cong. L. Shuzhuo, L. Ying, L. (2019) A Comparative Analysis of Participating and Non Participating Households in ProPoor Tourism in Southern Shaanxi, China, *Tourism Planning & Development*, No. 16, Vol, 3, pp. 318-333.
- Khayrulloevna, A. M. (2020). The substantial economic benefits of tourism. *Academy*, No. 3, Vol. 54, pp. 31-54.
- Koc, E. (2019). Service failures and recovery in hospitality and tourism: A review of literature and recommendations for future research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(5), 513-537.
- Malekpour, S., Walker, W. E., de Haan, F. J., Frantzeskaki, N., & Marchau, V. A. (2020). Bridging Decision Making under Deep Uncertainty (DMDU) and Transition Management (TM) to improve strategic planning for sustainable development. *Environmental Science & Policy*, 107, 158-167.
- Pérez León, V. E., Guerrero, F. M., & Caballero, R. (2022). Tourism competitiveness measurement. A perspective from Central America and Caribbean destinations. *Tourism review*, 77(6), 1401-1417.
- Pramanik, P. D. Ingkadijaya, R. (2017) The Impact of Tourism on Village Society and its Environmental, 1st UPI International Geography Seminar, IOP Conf. Series: *Earth and Environmental Science*, No.145, Vol. 2, pp. 1-10.
- Qian, J., Law, R., & Li, X. (2019). Education research in tourism: A longitudinal study of 77 articles between 2008 and 2017. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 24, 120-129.
- Romão, J. (2020). Tourism, smart specialisation, growth, and resilience. *Annals of Tourism Research*, 84, 102995.
- Sedarati, P., Santos, S., & Pintassilgo, P. (2019). System dynamics in tourism planning and development. *Tourism Planning & Development*, 16(3), 256-280.
- Wang, D., Tan, D., & Liu, L. (2018). Particle swarm optimization algorithm: an overview. *Soft Computing*, 22(2), 387-408.
- Winkler, A. (2012). Measuring regional inequality: an index of socio-economic pressure for Serbia. *Zbornik radova-Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu*, (60), 81-102.

References (in Persian)

- Aliakbari, E., Marsousi, N., & Jalalabadi, L. (2020). Compilation and Priority Assessment of Scenarios Affecting the Future of Sustainable Tourism in Kerman with the Futures studies Approach. *Tourism Management Studies*, 15(50), 35-60 (in Persian).
- Delshad, A. (2021). Analysis of the Competitiveness of Urban Tourism Destinations in Iran. *Urban Tourism*, 8(1), 143-161 (in Persian).

- Ghahramanifard, H., Hoseinzadedalir, K., & Moosavi, M. S. (2021). Recognition and Evaluation of Effective Vital Drivers on the Future of Tourism Development in Iran's Metropolises Case Study: Tabriz Metropolis. *Urban Tourism*, 8(1), 67-82 (in Persian).
- Ghasabi, H., Azar, A., & Panahi, A. (2020). Identifying influential drivers for tourism development in free trade zones (case study: Aras free zone). *Journal of Tourism Planning and Development*, 9(32), 161-177 (in Persian).
- Ghasemi, Sana, Hassanabadi, Davood. (2018). Investigating the development capabilities of Bojnourd tourism using leadership planning. *Journal of Geography and Regional Planning*, 9(1), 575-597 (in Persian).
- Hataminezhad, H., Poorhossein, H., Mohammadpoor, S., & Manochehri Miandoab, A. (2011). The Spatial Analysis of Middle City Marand Function in Marand Level- County. *Human Geography Research*, 43(4), 23-44 (in Persian).
- Habibi, F., & mahmoodi, H. (2019). Assessment and Prioritization of Tourism Development Indexes using TOPSIS (Case study: Kurdistan Province). *Geography and Development*, 17(57), 155-176 (in Persian).
- Hafez Rezazadeh, Masoumeh, Mir, Mahyar, Shahraki, Davood. (2021). Evaluation and evaluation of intermediate development indicators in urban areas (Case study: Zahedan city). *Journal of Geography and Regional Planning*, 11 (3), 553-568 (in Persian).
- Kavakebi, M., Hosainzadeh Dalir, K., & Azar, A. (2021). Assessing the Factors Affecting the Economic Prosperity of Border Areas with Emphasis on the Tourism Industry, Case Study: Mako Free Zone. *Journal of border studies*, 9(3), 65-88 (in Persian).
- Makooi, M., Mousavi, M., & Javan, K. (2022). Analysis and Assessing the regional competitiveness in tourism development planning (Case study: Jolfa). *Human Geography Research*, 54(3), 1125-1142. (in Persian).
- Rezaei Bozanjani, Reza, Azani, Mehri, Saberi, Hamid, Momeni, Mehdi. (2019). Strategic planning of Kerman urban areas based on smart urban growth. *Journal of Geography and Regional Planning*, 10(1-1), 157-179 (in Persian).
- Saeidpour, S., Sefidi, A., Tizro, A., & Ahmadi Kahnali, R. (2020). Developing Tourism Section Strategies based on Scenario Planning Approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, 9(33), 191-207. (in Persian).
- Sharifzadegan, M., Nedae Tousi, S. (2015). Iran's Regional Competitiveness Spatial Development Framework Case Study: 30 Provinces of Iran. *Honar-Ha-Ye-Ziba: Memary Va ShahrSazi*, 20(3), 5-20 (in Persian).
- Statistical Center of Iran (2016) General Population and Housing Census. *Detailed Census Results by County* (in Persian).