



Research Article

Vol. 30, No. 2, 2024, p. 198 - 232



**Analysis of the Role and Position of Investment in the
Tourism Industry in Order to Increase
Regional Competitiveness**

H. Beki Tafti¹, S. Jalili Sadrabad²

1- Master Student of Regional Planning, School of Architecture and Environmental Design, Iran University of Science and Technology, Tehran, Iran.

2- Assistant Professor of Regional & Urban Planning, School of Architecture and Environmental Design, Iran University of Science and Technology, Tehran

(*- Corresponding Author Email: s_jalili@iust.ac.ir)

<https://doi.org/10.22067/erd.2023.77827.1132>

Received: 2022/07/23	How to cite this article: Beki Tafti, H., & Jalili Sadrabad S. (2024). Analysis of the Role and Position of Investment in the Tourism Industry in Order to Increase Regional Competitiveness. <i>Economics and Regional Development Journal</i> , 30(2): 198 -232. (in Persian with English abstract). https://doi.org/10.22067/erd.2023.77827.1132
Revised: 2023/01/04	
Accepted: 2023/01/29	
Available Online: 2023/01/29	

1- INTRODUCTION

Cities usually have diverse and large attractions including museums, monuments, theaters, sports stadiums, manques, amusement parks, shopping centers, areas with historical architecture and places related to important events or famous people, which attract many tourists. Since Yazd province is one of the most important destinations for domestic and foreign tourists in the country and has a lot of potential in the field of tourism development (especially based on the

cultural, heritage and historical capabilities of the city). Despite the many efforts, the prospect of development of tourism in this province is unclear and undefined.

2- THEORETICAL FRAMEWORK

The organization of attracting investment in the tourism industry in the form of an organization and the role of this organization in the development of attracting foreign investment in the tourism industry of countries should be considered. Due to the fact that the regions have many historical and cultural attractions, they are often considered important tourist destinations. Also, in the age of globalization, regional competitiveness has been emphasized as one of the new approaches to regional development. The concept of competitiveness is used by Michael Porter in a wide range from enterprise and industry competitiveness to national and global competitiveness. Today, the importance of this issue has reached the point where the leaders of the countries at the World Economic Forum in Davos evaluate and systematically monitor the competitiveness of their nation and country.

3- METHODOLOGY

The purpose of this research is to discover the relationship between investment and capital attraction in the regional tourism industry and planning to coordinate these relationships to make the region more competitive. The current research is an applied type and it plans for Yazd province by examination the theoretical foundations and extracting common indicators of capital attraction in order to promote regional tourism and regional competitiveness. So, firstly, the indicators of capital attraction were identified in order to promote regional tourism, which is related to regional competitiveness, and in order to check these indicators in Yazd province, the indicators of each component in the projects of Faradast in Yazd province were checked through MAXQDA software, and the level of attention of each plan to each component was determined. Finally, in order to analyze the interrelationships of regional competitiveness components, 5 components were used as input data to MicMAC software. The results show that among the 5 components examined in this research, 2 components have

been selected as key factors effective in attracting capital in tourism in order to make a region in Yazd province more competitive.t.

4- RESULTS & DISCUSSION

Among these 2 components, the political and economic management components, which have high influence and the least influence, have been selected as the most effective and key components. Considering that the development plans of Yazd province have paid attention to the economic components to a relatively appropriate extent, but not much attention has been paid to the administrative-political components. Therefore, in order to increase the competitiveness of Yazd province by attracting investment in the tourism industry, it is necessary to improve the indicators of political management components and also pay more attention to economic indicators in Yazd province. Also, by prioritizing the indicators of the economic and political-management components, it was determined that the indicators 1- profit and economic efficiency and currency conversion, 2- correct advertising, 3- coordination of organizations related to tourism affairs, 4- price competitiveness of the travel and tourism industry, and 5_ innovation and creativity, respectively. It has been a priority, and by focusing on these indicators and their improvements, Yazd province will find the ability to compete with other regions from the point of view of attracting investment in tourism.

5- CONCLUSIONS & SUGGESTIONS

The results of our research show that in order to achieve the competitiveness of the region through attracting capital in the tourism industry, we must improve the indicators of the social, economic, physical, environmental, information technology, tourism, transportation and political-management components. However, the most key and main components are the economic and management-political components, which economic component indicators include: the variety and quality of food and beverages, proper advertising, the use of local products, etc. For example, if the variety and quality of food and beverages in an area are promoted can be

found and can have a relative advantage in this field and compete with other regions, while the tourism of the region will also be promoted and generate income in this sector. It is also effective for other economic component indicators.

Keywords: Investment, Regional Tourism, Competitiveness, Qualitative Analysis, Yazd province.

تحلیل نقش و جایگاه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری به‌منظور افزایش رقابت‌پذیری منطقه‌ای

حمیرا بیکی تفتی^۱

دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران.

سمانه جلیلی صدرآباد^۲

استادیار شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران

<https://doi.org/10.22067/erd.2023.77827.1132>

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

شهرها جاذبه‌های متنوعی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، بافت‌های تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که گردشگران بسیاری را جذب می‌کنند. استان یزد، یکی از مقصدهای مهم گردشگران داخلی و خارجی کشور بوده و ظرفیت‌های فراوانی را در زمینه توسعه انواع گردشگری دارد. علیرغم تلاش‌های انجام‌شده، دورنمای توسعه گردشگری این استان، نامشخص است. هدف پژوهش کشف رابطه بین سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه در گردشگری منطقه‌ای و برنامه‌ریزی جهت هماهنگی این روابط برای رقابت‌پذیری منطقه است. این پژوهش با بررسی مبانی نظری و استخراج شاخص‌های مشترک جذب سرمایه به‌منظور ارتقا گردشگری و رقابت‌پذیری منطقه‌ای برای استان یزد برنامه‌ریزی می‌کند؛ به طوری که ابتدا شاخص‌های جذب سرمایه به‌منظور ارتقا گردشگری منطقه‌ای که دارای ارتباط با رقابت‌پذیری منطقه‌ای است شناسایی و به‌منظور بررسی این شاخص‌ها در استان یزد شاخص‌های هر مؤلفه درون طرح‌های فرادست استان یزد از طریق نرم‌افزار MAXQDA بررسی و میزان توجه هر طرح به هر مؤلفه مشخص شد. در نهایت به‌منظور تحلیل روابط متقابل مؤلفه‌های رقابت‌پذیری منطقه‌ای ۵ مؤلفه به‌عنوان داده ورودی به نرم‌افزار MicMAC استفاده شد؛ نتایج نشان می‌دهد از میان ۵ مؤلفه بررسی‌شده در این تحقیق، ۲ مؤلفه اقتصادی و مدیریتی-سیاسی به‌عنوان عوامل کلیدی مؤثر بر جذب سرمایه در گردشگری به‌منظور رقابت‌پذیری منطقه‌ای در استان یزد انتخاب شده است. با اولویت‌بندی شاخص‌های مؤلفه‌های اقتصادی و مدیریتی-سیاسی مشخص گردید که شاخص‌های سود و صرفه اقتصادی و ارزآوری، تبلیغات صحیح، هماهنگی سازمان‌های مرتبط با امور گردشگری، رقابت‌پذیری قیمتی صنعت سفر و گردشگری و نوآوری و خلاقیت به ترتیب دارای اولویت بوده است و با ارتقا این شاخص‌ها استان یزد می‌تواند با دیگر مناطق را از منظر جذب سرمایه در گردشگری رقابت کند.

کلیدواژه‌ها: سرمایه‌گذاری، گردشگری منطقه‌ای، رقابت‌پذیری، تحلیل کیفی، استان یزد.

^۱ این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد حمیرا بیکی تفتی با عنوان "برنامه‌ریزی گردشگری تاب‌آور به‌منظور ارتقاء رقابت‌پذیری منطقه‌ای (نمونه مطالعاتی: استان یزد)" به راهنمایی دکتر سمانه جلیلی صدرآباد در دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه علم و صنعت ایران است.

^۲ نویسنده مسئول: s_jalili@iust.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۰۹

صفحات: ۱۹۸-۲۳۲

مقدمه

سازماندهی جذب سرمایه گذاری در صنعت گردشگری در قالب یک سازمان و نقشی که این سازمان در توسعه جذب سرمایه گذاری خارجی در صنعت گردشگری کشورها دارد باید مورد توجه قرار گیرد. به علت آنکه مناطق جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند همچنین در عصر جهانی شدن، رقابت پذیری منطقه‌ای به مثابه یکی از رویکردهای نوین توسعه منطقه‌ای، مورد تأکید زیادی قرار گرفته است. مفهوم رقابت پذیری توسط مایکل پورتر در گستره وسیعی از رقابت پذیری بنگاه و صنعت تا رقابت پذیری ملی و جهانی به کار می‌رود. امروزه اهمیت این مسئله به جایی رسیده است که رهبران کشورها در فروم جهانی اقتصاد در داووس، وضعیت رقابت پذیری ملت و کشور خود را ارزیابی و به طور سیستماتیک رصد می‌کنند (Jahangiri & Seydin, 2014, P.1)

فرایند جهانی شدن، به وجود آمدن سازمان تجارت جهانی، پیشرفت سریع و بنیادین تکنولوژیک، تغییرات سریع در الگوهای مصرف و تقاضا، انقلاب در فناوری اطلاعات، کمبود منابع و هزینه بالای آن‌ها، موجب شده است که دو دهه اخیر مفهوم رقابت پذیری از اهمیت ویژه‌ای در مطالعات منطقه‌ای برخوردار شود. سیاست‌گذاران توسعه منطقه‌ای مجبورند در دنیای رقابت آمیز، کارآمدترین، باصرفه‌ترین و روزآمدترین شیوه‌ها را به کارگیرند تا از رقبای خود عقب نمانند. امروزه رقابت پذیری مفهوم یا قلمروی گسترده دارد و در تعیین آن ده‌ها عامل دخالت دارند. باوجوداین، هر منطقه‌ای که بتواند به بهترین شکل ممکن منابع در دسترس اعم از سرمایه، نیروی کار و تکنولوژی را تلفیق کرده و محصول تولیدی خود را به بازار عرضه کند، شانس موفقیت بیشتری دارد (Abassi & Rahimi Kalor, 2009, P. 7).

گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین گذرگاه‌های توسعه در هزاره سوم و یکی از فرایندهای تولید فضا با رشد تصاعد گونه تأثیر به سزایی در پویایی اقتصاد و رقابت پذیری و تبادل فرهنگی کشورها داشته است و از راهکارهای نوین و بدیع برای تنوع بخشی اقتصادی به فعالیت‌ها است. در این روند، وجود زیرساخت‌های مناسب، شناسایی خواسته‌های مشتریان و سطح انتظارات گردشگران از ارکان اساسی و بنیادی است. از آنجایی که شناسایی ظرفیت و توان فضاهای جغرافیایی در کانون توجه برنامه ریزان توسعه جهت جذب سرمایه و سرمایه گذاری قرار دارد وجود تسهیلات و خدمات گردشگری مناسب و کیفیت بالای زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری قطعاً بر میزان تقاضای جاذبه‌های گردشگری مؤثر است و کیفیت خدمات گردشگری به ایجاد تمایز و راهبرد رقابتی ارائه‌دهندگان خدمت کمک قابل توجهی می‌کند.

این پژوهش با بررسی مبانی نظری و استخراج شاخص‌های مشترک جذب سرمایه در صنعت گردشگری و رقابت‌پذیری منطقه‌ای برای استان یزد برنامه‌ریزی می‌کند. به طوری که ابتدا شاخص‌های جذب سرمایه در صنعت گردشگری منطقه‌ای که دارای ارتباط رقابت‌پذیری منطقه‌ای است شناسایی و استخراج می‌گردد و درون مؤلفه‌های مربوطه دسته‌بندی می‌شوند که به منظور دست‌یابی به هدف پژوهش باید شاخص‌های درون این مؤلفه‌ها را ارتقا داد در ادامه به منظور بررسی این شاخص‌ها در استان یزد شاخص‌های هر مؤلفه درون طرح‌های فرادست استان یزد از طریق نرم‌افزار MAXQDA بررسی و میزان توجه هر طرح به هر مؤلفه مشخص می‌شود در نهایت به منظور تحلیل روابط متقابل مؤلفه‌های رقابت‌پذیری منطقه‌ای این مؤلفه‌ها به عنوان داده ورودی به نرم‌افزار MicMAC مورد استفاده قرار می‌گیرد.

چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری

بررسی اقتصاد توریست مانند روند صادرات کالا است به طوری که ورود توریست سبب افزایش صادرات می‌شود. اقتصاد توریست یعنی ورود ارزهای خارجی به شریان‌های اقتصادی کشور و به تبع آن ارتقاء سطح معیشت دهک‌های پایین اقتصادی و توزیع عادلانه‌تر درآمد (Mohammadi & Zangiabadi, 201, P.152). یکی از ویژگی‌های صنعت توریسم نسبت به سایر فعالیت‌های اقتصادی آن است که درآمدهای ناشی از بخش‌های مختلف این صنعت در کوتاه‌مدت به خوبی در رونق وضعیت اقتصادی مردم به ویژه اقشار ضعیف جامعه تأثیرگذار بوده و این در حالی است که سرعت این روند در خصوص درآمدهای نفتی تا این حد نیست (Abbasijad & Habibi, 2014, P.88). از دیگر ویژگی‌هایی که این صنعت را نسبت به سایر فعالیت‌های اقتصادی متمایز ساخته است، عدم نیاز به هزینه‌های اولیه هنگفت، عایدی و سودآوری بالا، بازگشت سرمایه در کوتاه‌مدت، اشتغال‌زایی گسترده، عدم نیاز به فناوری‌های پیشرفته، ارزآوری فراوان، بهره‌گیری از استعدادهای طبیعی و باستانی، ترویج فرهنگ و آداب رسوم به سایر ملل، رونق سایر صنایع و فعالیت‌های اقتصادی، حفظ آثار طبیعی و باستانی و ویژگی‌های دیگر که منجر گردیده تا امروزه صنعت توریسم مورد توجه جدی کارشناسان و اقتصاددانان قرار گیرد (Hydari, 2013, P.12). به عنوان مثال، در کشوری مانند اسپانیا ارزش صنعت توریسم و اشتغال ناشی از آن همان ارزشی را دارد که نفت برای عربستان دارد و این موضوع در کشورهای شرق آسیا مانند چین، مالزی، سنگاپور، تایلند و ... نیز در حال گسترش است. امروزه صنعت توریسم نقش مهمی را در ارزیابی‌های اقتصادی و برنامه‌ریزی‌های مربوط به آن ایفا نموده و پیوسته یکی از فاکتورهای مهم در سنجش توسعه یافتگی یا عدم توسعه یافتگی یک

کشور محسوب می‌گردد. همچنین در بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه یعنی در آنجا که شکل‌های دیگر اقتصادی مانند تولید یا استخراج از لحاظ اقتصادی به‌صرفه نیست یا نقش چندان مهمی در صحنه تجارت و بازرگانی ندارند به توسعه صنعت گردشگری توجه زیادی می‌شود (Pourkazmi, 2016, P.23).

به‌طور کلی صنعت توریسم از دو جهت دارای اهمیت است. اولاً موجبات آشنایی مردم را با دیگر فرهنگ‌ها، نژادها، اقوام، سرزمین‌ها و گویش‌ها و ... فراهم می‌نماید. ثانیاً از لحاظ اقتصادی یکی از منابع درآمد و ارزآوری محسوب می‌شود که امروزه جنبه اقتصادی این صنعت بیشتر مورد توجه است. کشورهای مختلف جهان در سایه برخورداری از امکانات گوناگون و جاذبه‌های متنوع درصدد جلب جهانگردان از سایر نقاط جهان هستند. درحالی که در برخی از کشورهای دنیا مانند مصر و اسپانیا به دلیل وجود اماکن و آثار باستانی و تاریخی مورد توجه جهانگردان هستند. عوامل دیگری نیز همچون دریاچه‌ها و رودخانه‌ها، کوه‌ها، جنگل‌ها و آبشارها می‌توانند باعث جذب توریسم شوند. در کشور ایران صنعت توریسم آن‌چنان که باید و شایسته است گسترش و توسعه نیافته است. با وجود اینکه در تمام برنامه‌های توسعه سال‌های اخیر به رهایی از اقتصاد تک‌محصولی متکی بر صادرات نفت تأکید شده، اما در مقام عمل موفقیتی در این زمینه به دست نیافته است. از این رو، رشد و توسعه صنعت توریسم در ایران به‌عنوان یکی از راهکارهای رهایی از اقتصاد تک‌محصولی و متنوع سازی منابع درآمد کشور باید بیش‌ازپیش مورد توجه برنامه ریزان و سیاست‌گذاران کشور قرار گیرد. فعالیت‌های توریستی تا حدود زیادی به سایر فعالیت‌های جاری و عمرانی یک منطقه وابسته بوده و همچنین وابسته به ایجاد عوامل زیربنایی و سایر عوامل حمایت‌کننده و قوانین و مقررات (امنیت)، اطلاع‌رسانی، هماهنگی سازمان‌های مرتبط و گسترش حمل‌ونقل در امور ایرانگردی می‌باشد. در سیستم اقتصاد جهانی امروز بین دولت و سیستم اقتصادی رابطه‌ای مستقیم و حیاتی وجود دارد و به‌ندرت امکان دارد که کشوری بدون ورود به سیستم جهانی بتواند در مسیر رشد و توسعه گام بردارد. این مشارکت یا همکاری با سیستم شامل مسائلی همچون مالکیت خارجی و روابط سیاسی می‌شود؛ بنابراین، توسعه تا حدود زیادی در گرو اقدامات سیاسی و دولتی است. به‌عنوان مثال، صنعت توریسم هر کشور احتمالاً برای بقاء خود به وضع قوانین نیاز دارد به‌ویژه برای منطقه یا حوزه‌ای که به ساختارهای زیربنایی نیاز است این کار از اهمیت بیشتری برخوردار است. به‌عنوان مثال، اصولاً سرمایه‌گذاری خارجی تمایلی به تأمین مالی برای ساخت یک محل تفریح نشان نمی‌دهند مگر اینکه دولت از طریق تأمین مالی برای ساختن جاده‌ها، راه‌های اصلی یا راه‌های آبی گام‌های نخستین را بردارد، در گرفتن مالیات تخفیف بدهد و تا زمانی که طرح

به سودآوری نرسیده است از گرفتن مالیات برخی اقلام چشم‌پوشی کند و به این ترتیب سرمایه‌گذاران را برای سرمایه‌گذاری در امر صنعت توریسم تشویق کند. قوانین و مقررات یکی از زمینه‌های مهمی است که باعث می‌شود دولت در سیستم یک کشور دخالت کند (Hydari, 2013, P.15).

جدول (۱): شاخص‌های گردشگری منطقه‌ای

ابعاد	اصول	محقق و سال انتشار
اجتماعی- نهادهی	امنیت	(Karimi & Zahedi & Keyvan, 2013) (Matani & Amiri, 2019)
	هماهنگی سازمان‌های مرتبط با امور گردشگری	(Karimi et al., 2013)
	سرايه پاسگاه پلیس به ازای هر هزار نفر	(Karimi et al., 2013)
	اطلاع‌رسانی کافی از جاذبه‌های گردشگری	(Karimi et al., 2013)
	انعقاد تفاهم‌نامه همکاری با کشورها و سازمان‌های گردشگری جهانی به منظور تبادل و جذب گردشگر بیشتر	(Bastan & Behbodi, 2018)
	اصلاح قوانین و مقررات ورود و خروج اتباع خارجی	(Bastan & Behbodi, 2018) (Amiri & Matani, 2019)
	طراحی و اجرای بسته‌های حمایتی از گردشگران خارجی	(Bastan & Behbodi, 2018) (Amiri & Matani, 2019)
اقتصادی	بازاریابی در صنعت جهانگردی	(Karimi et al., 2013)
	تبلیغات صحیح	(Karimi et al., 2013)
	اطلاع‌رسانی وسیع	(Karimi et al., 2013) (Bastan & Behbodi, 2018) (Amiri & Matani, 2019)
	تعداد گردشگران	(Karimi et al., 2013)
	تعداد نیروی کار شاغل در صنعت گردشگری	(Karimi et al., 2013)
	حجم سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در توریست	(Karimi et al., 2013) (Amiri & Matani, 2019)
	حجم تسهیلات اعطایی به صنعت توریست	(Karimi et al., 2013) (Amiri & Matani, 2019)
	ارزش‌افزوده صنعت توریست	(Karimi et al., 2013)
	نوآوری و خلاقیت در صنعت گردشگری	(Bastan & Behbodi, 2018)
	مجموع پارک و فضای سبز شهری	(Karimi et al., 2013) (Karroubi & Majidi Far, 2016)
زیست محیطی	سلامت و بهداشت در صنعت گردشگری	(Amiri & Matani, 2019)

(Amiri & Matani, 2019)	پایداری محیطی	
(Karimi et al., 2013) (Karroubi & Majidi Far, 2016) (Amiri & Matani, 2019)	گسترش و ارتقاء سیستم حمل و نقل	کالبدی
(Karimi et al., 2013) (Karroubi & Majidi Far, 2016)	تعداد رستوران‌ها و غذاخوری‌های برون‌شهری	
(Karimi et al., 2013) (Karroubi & Majidi Far, 2016) (Bastan & Behbodi, 2018)	تعداد هتل‌ها و مسافرخانه‌های داخل شهری	
(Karimi et al., 2013)	تعداد ابنیه و آثار باستانی تاریخی	
(Karimi et al., 2013) (Amiri & Matani, 2019)	تعداد زیارتگاه‌ها، امامزاده‌ها و اماکن توریستی مذهبی	
(Karimi et al., 2013) (Karroubi & Majidi Far, 2016)	تعداد تفرجگاه‌ها و آثار طبیعی	

رقابت پذیری منطقه‌ای

در گذشته از رقابت تحلیل‌هایی اقتصادی می‌شد. برای مثال اقتصاد کلاسیک سهم یک کشور را از رقابت ملی به وسیله انباشت عامل محاسبه و ارزیابی می‌کرد. مکتب اقتصاد استرالیا ادعا نمود که رقابت به وسیله روش‌های نوآوری قابل‌دستیابی است. لیست (۱۸۳۷) یکی از پیشگامان مکتب تاریخی آلمان نشان داد که توان تولیدی به یک اقتصاد کمک می‌کند تا به جایگاه رقابتی دست یابد. اقتصاد نهادی (سازمانی) بیان می‌کند که نظام‌های اقتصادی و نهادی یک کشور، رقابت آن را شکل می‌دهند؛ بنابراین بررسی ادبیات موضوع نیازمند فهم و درک پیشینه نظری رقابت جهانی است. تئوری‌های مربوط به تجارت بین‌الملل شامل تخصیص ارزش و منابع، میان‌شرکای موجود است. مفهوم و شیوه تحلیل رقابت بر مبنای دور روش قرار دارد (۱) روش مزایای رقابتی ریکاردین و (۲) روش مزایای رقابتی پورترین.

دیدگاه‌های ریکاردین و پورترین دو چارچوب نظری عمده برای تحلیل رقابت جهانی هستند. روش اول روندهای توسعه صنعتی یک کشور را بر مبنای منابع طبیعی آن کشور اندازه‌گیری می‌کند RCA اولین بار توسط دیوید ریکاردو (۱۸۱۷) پیشنهاد شد. این نظریه بیان می‌دارد که هر کشور یا منطقه‌ای که تولیدکننده مؤثری نیست می‌تواند در تجارت بین‌المللی شرکت کرده و از آن سود ببرد. روش دوم (RCA) به رقابت در سطح بین‌الملل می‌نگرد و رهنمودهایی ایستا برای درازمدت، جهت سیاست‌گذاری توسعه صنعتی دارد.

تحلیل رقابتی پورترین یک مدل شامل پنج نیروی رقابتی و یک مدل الماس ارائه می‌دهد. مدل الماس شامل سه قسمت است. محیط رقابتی جهانی، راهبرد رقابتی و ساختار سازمانی، تفاوت میان PCA و RCA به طرز قابل توجهی محسوس است؛ زیرا محیط اقتصادی تغییر کرده است. محیط ساده تجارت در زمان آدام اسمیت امروزه تبدیل به محیط پیچیده تجارت جهانی شده است. در نتیجه چارچوب تحلیلی RCA قابل انطباق با شرایط مدرن اقتصاد امروزی نیست (Hong, 2008).

هر مقصد محصولات مختلفی برای جذب گردشگران عرضه می‌کند و هر گردشگر فرصت انتخاب از میان یک مجموعه مقاصد را دارد. با افزایش اطلاعات گردشگران در مورد مقاصد گردشگری انتخاب‌های جدیدی برای آن‌ها میسر می‌شود و فرصت‌های تازه‌ای برای کسب تجارت منحصر به فرد به دست می‌آورند. (Mohsim, 2005, P.723) بنابراین دلایل اولویت سفر و انتخاب مقاصد مختلف، می‌بایست در متغیرهای تأثیرگذار این فرایند جستجو شود. در این میان از جمله عواملی که می‌توانند اثرات شگرف و عمیقی بر جای بگذارند، میزان جذابیت مکان‌های گردشگری و در نتیجه میزان رقابت پذیری آن‌هاست، چراکه امروزه در گردشگری توجه ناچیزی به شناسایی جذابیت مکان‌ها معطوف شده و نقاط قوت و ضعف آن‌ها به درستی مورد بررسی قرار نگرفته است؛ بنابراین لازم است در برنامه‌ریزی توسعه این صنعت و بهبود وضعیت محیط‌های گردشگری، میزان جذابیت هر یک بررسی و سپس رقابت‌پذیری آن‌ها با مکان‌های دیگر مورد توجه قرار گیرد تا بتواند وضعیت موجود را به وضعیت مطلوب تغییر دهد.

جدول (۲): شاخص‌های رقابت‌پذیری منطقه‌ای

ابعاد	اصول	محقق و سال انتشار
اجتماعی-نهادی	اصالت، وجهه و شهرت جهانی	(Moulai, 2018)
	زیرساخت‌های سیاسی و قانونی	(Moulai, 2018)
	تسهیلات و خدمات	(Moulai, 2018)
	برند سازی رسانه‌ای (شبکه‌های مجازی، تلویزیون)	(Moulai, 2018)
	خلاقیت و نوآوری	(Moulai, 2018)
	مشارکت	(Moulai, 2018)
	دیدگاه افراد درباره مقوله کار	(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)
	دیدگاه افراد درباره مقوله ثروت و ثروتمندان	(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)
	حس امید افراد به آینده	(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)

(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	حس نوع دوستی افراد	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	حس غرور ملی و منطقه‌ای	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	روحیه کارآفرینی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	امنیت عمومی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	امنیت سرمایه گذاری	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	اعتماد مردم به مردم و به دولت	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	عدالت اجتماعی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	کمیت و کیفیت نیروی کار	اقتصادی
(Moulai, 2018)	صرفه/سود اقتصادی امکان صادرات و ارزآوری	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	سطح دسترسی مستقیم به مشتری داخلی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	سطح دسترسی به مشتری خارجی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	کنترل کیفیت کالا و خدمات	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	سرمایه گذاری مستقیم خارجی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	سطح رقابت آزاد و عادلانه افراد و شرکت‌ها	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	شایسته‌سالاری	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	سهولت راه‌اندازی کسب و کار	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	سهولت اخذ تسهیلات بانکی‌ها و مؤسسات تأمین مالی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	تمرکز جغرافیایی فعالیت مشابه	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	تمرکز جغرافیایی فعالیت مکمل	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	نرخ ارز	
(Jafartash & Pouyanzadeh, 2014)	اولویت قرار داشتن توریسم	
(Jafartash & Pouyanzadeh, 2014)	رقابت پذیری قیمتی صنعت سفر و گردشگری	
(Jafartash & Pouyanzadeh, 2014)	جذابیت صنعت سفر و گردشگری	

(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	اصلاح فرهنگ مصرف افراد	زیست محیطی
(Jafartash & Pouyanzadeh, 2014)	سلامت و بهداشت	
(Jafartash & Pouyanzadeh, 2014)	پایداری محیط زیست	
(Jafartash & Pouyanzadeh, 2014)	مدیریت بحران	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	ضریب نفوذ و پهنای باند اینترنت	کالبدی
(Moulai, 2018)	کیفیت محصول / مکان	
(Moulai, 2018)	زیرساخت‌های دسترسی	
(Moulai, 2018)	بازآفرینی شهری و مکان سازی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	وضعیت حمل و نقل جاده‌ای	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	وضعیت حمل و نقل ریلی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	وضعیت حمل و نقل هوایی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	وضعیت دانشگاه‌ها و مراکز فنی و حرفه‌ای	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	وضعیت پژوهشکده‌های تخصصی	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	وضعیت واحد تحقیق توسعه در شرکت‌ها	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	شبکه مهار و انتقال آب شرب، صنعتی و کشاورزی و شبکه تأمین برق و گاز	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	هتل	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	رستوران	
(Dadashpur & Deh Deh Jani, 2014)	خدمات بین‌راهی	
(Jafartash & Pouyanzadeh, 2014)	وجود سازمان گردشگری قدرتمند	
(Jafartash & Pouyanzadeh, 2014)	تعریف مناسب مقصد	
(Jafartash & Pouyanzadeh, 2014)	منابع انسانی، فرهنگی و طبیعی گردشگری	
(Jafartash & Pouyanzadeh, 2014)	زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات	

پیشینه پژوهش

در دهه‌های اخیر در کشورهای مختلف در مورد رقابت‌پذیری منطقه‌ای و روابط آن با گردشگری مطالعات زیادی انجام شده است که هر یک از این مطالعات به نتایج قابل توجهی دست یافته‌اند که در ادامه به‌منظور دستیابی به نتایج مطالعات انجام شده که بر موضوع پژوهش تأثیرگذارند پرداخته شده و آموزه‌ها و شاخص‌های مرتبط در هر یک از پژوهش‌ها مورد بررسی قرار گرفته است.

در جدول زیر نمونه‌ای از پیشینه پژوهش داخلی مرتبط با موضوع انجام شده بیان گردید. در پیشینه پژوهش محقق دنبال خلأهای پژوهش در ارتباط با موضوع مورد مطالعه است.

جدول (۴): پیشینه پژوهش

ردیف	محقق	عنوان تحقیق	سال	خلاصه نتایج	آموزه‌ها
۱	اصغر مولائی	واکاوی قابلیت‌های رقابت‌پذیری شهری و منطقه‌ای زمینه گرا	۱۳۹۸	رقابتی زمینه گرا در زمینه‌های طبیعی، جغرافیایی، تاریخی، فضایی کالبدی، مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، علمی و ورزشی قابل تعریف است.	آموزه این پژوهش چگونگی رقابت‌پذیری بر اساس زمینه‌های یک منطقه می‌باشد.
۲	متانی، مهرداد و امیری، محمدرضا	بررسی نقش سرمایه گذاری و طرح‌های عمرانی در توسعه صنعت گردشگری مازندران (مطالعه موردی: شهرستان سوادکوه)	۱۳۹۷	سرمایه‌گذاری در زمینه زیرساخت‌ها، ایجاد جاذبه‌های مناسب (مناطق نمونه گردشگری)، ایجاد امنیت اقتصادی و اجتماعی برای سرمایه‌گذاران و در نظر گرفتن تسهیلات در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد	برنامه‌ریزی جهت سرمایه‌گذاری در زمینه زیرساخت‌ها، (مناطق نمونه گردشگری)، ایجاد امنیت اقتصادی و اجتماعی برای سرمایه‌گذاران
۳	محمد اسکندری ثانی و همکاران	سنجش مؤلفه‌های مؤثر بر رقابت‌پذیری منطقه‌ای در جهت توسعه پایدار	۱۳۹۶	در سطح عامل‌ها، «عامل اقتصادی» و «عامل نهادی-سیاسی» مهم‌ترین عوامل مؤثر در ارتقای رقابت‌پذیری استان هستند. در سطح بعدی عواملی چون «گردشگری» و «اجتماعی» قرار دارند و در نهایت عامل «زیست محیطی - کالبدی» کمترین تأثیر را	آموزه این پژوهش تبیین و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در ارتقا رقابت‌پذیری منطقه‌ای می‌باشد

	موردشناسی: استان خراسان شمالی		در ارتقای رقابت‌پذیری منطقه‌ای استان خراسان شمالی دارند.
۴	کروبی، مهدی، میجیدی فر، محمد مسعود.	شناسایی عوامل مؤثر بر جریان‌ات و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و رابطه آن با صنعت گردشگری	۱۳۹۶ توجه به زیرساخت‌های قانونی، توجه به کارایی و بهره‌وری سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در زیرساخت‌ها و تحقیق و توسعه، توجه به کارایی و سطح مهارت نیروی کار شاید بتواند به جذب بیشتر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در صنعت گردشگری و شکوفایی هر چه بیشتر این صنعت در کشور ایران منجر شود
۵	محسن قدمی	آسیب‌شناسی چالش‌های توسعه پایداری گردشگری	۱۳۹۴ بحث پیرامون نقدهای وارد شده در گردشگری پایدار از آن جمله نقدهایی که به ابهام در تعریف این مفهوم وارد شده است، نقدهایی که به کوچک مقیاس بودن مربوط می‌شود، موضوعات مربوط به سبز شویی و ادعای بیش‌ازحد پایداری و در نهایت حقایق تحریف شده می‌باشند.
۶	کریمی، فرزاد، زاهدی، کیوان.	تعیین شاخص سرمایه‌گذاری اقتصادی در تخصیص بهینه تسهیلات به صنعت گردشگری در شرایط عدم قطعیت	۱۳۹۰ با در نظر گرفتن شرایط عدم قطعیت و نوسان‌های موجود در نهاده‌ها و ستاده ها در این صنعت، الگوی فعلی اعطاء تسهیلات به صنعت توریسم در استان‌های کشور بهینه نبوده و نیاز به تعدیل در درصدها و مقادیر فعلی تخصیص اعتبارات وجود دارد.

			رابطه گردشگری و سرمایه گذاری مستقیم خارجی در کشورهای در حال توسعه (رهیافت علیت در داده‌های تابلویی)	بهبودی، داوود، باستان، فرانک.	۷
تلاش در جهت افزایش میزان ورود گردشگران به کشور به منظور افزایش میزان سرمایه گذاری مستقیم خارجی	در کشورهای در حال توسعه که ایران هم جزو آنهاست، تنها از طرف تعداد گردشگر به سوی، رابطه علیت وجود دارد؛ به طوری که هر چه میزان گردشگر وارد شده به این کشورها بیشتر باشد، میزان سرمایه گذاری مستقیم خارجی بیشتر خواهد بود.	۱۳۹۰			
پیشینه خارجی					
آموزه‌ها	خلاصه نتایج	سال	عنوان تحقیق	محقق	ردیف
آموزه‌های حاصل از این پژوهش چگونگی تأثیر گردشگری بر تاب آوری در ابعاد اقتصادی و اجتماعی و سنجه‌های مورد استفاده می‌باشد.	نتایج حاکی از تأثیر مثبت فعالیت‌های گردشگری بر عملکرد تاب آوری اقتصادی و جمعیتی در مناطق روستایی بسیار در دسترس است.	۲۰۲۰	زیر سؤال بردن نقش جهانگردی به عنوان یک موتور برای تاب آوری: نقش دسترسی و عملکرد اقتصادی	یوگدان- کنستانتین ایانسکو، میخائیل اوا الکساندر اکتورگیو	۱
آموزه این پژوهش تبیین رابطه تاب آوری گردشگری در برابر عوامل سیاسی می‌باشد.	گردشگری بین المللی مقاوم در برابر تروریسم است. تأثیر تروریسم در مقصد با بی ثباتی‌های مختلف سیاسی، درآمد و شدت گردشگری متفاوت است؛ و تاب آوری مقاصد گردشگری در مقابل این مورد بالا می‌باشد	۲۰۱۷	آسیب پذیری گردشگری و تاب آوری آن در برابر عوامل سیاسی مانند تروریسم	لی یو. پرت	۲
آموزه حاصل از این پژوهش تبیین روابط بین شاخص‌های پایداری و رقابت پذیری می‌باشد.	توسعه اقتصادی شهرهای استرالیا دارای هزینه‌های محیط زیستی زیادی بوده است. از این رو رقابت پذیری و پایداری در شهرهای استرالیا به طور مناسبی ترکیب نشده و به ازای افزایش عملکرد اقتصادی و شاخص	۲۰۱۵	پایداری و رقابت پذیری در شهرهای استرالیا	ریچاردو	۳

	رقابت‌پذیری شهرها شاخص محیط زیستی شهرها تنزل پیدا کرده است.				
۴	آلن‌ای. لو	مقیاس، تغییر و تاب‌آوری در برنامه‌ریزی گردشگری جامعه	۲۰۱۳	مدلی برای تاب‌آوری گردشگری این نرخ تغییر (گذار از آهسته به سریع) و مقیاس منافع گردشگری (مقیاس گذاری از کارآفرین به کسانی که در سطح جامعه هستند) را در نظر می‌گیرد.	آموزه این پژوهش چگونگی استفاده از مدل برای نرخ تغییر گردشگری و مقیاسان می‌باشد.
۵	جیان پینگ و همکاران	رقابت‌پذیری زیست محیطی جهانی	۲۰۱۳	نویسندگان با بررسی ۱۳۳ کشور جهانی با استفاده از شاخص رقابت‌پذیری زیست محیطی که در این تحقیق ارائه شده است، به رتبه بندی کشورها از لحاظ رقابت‌پذیری زیست محیطی پرداخته‌اند.	آموزه این پژوهش تبیین شاخص‌های رقابت‌پذیری در بعد زیست محیطی و چگونگی رتبه بندی کشورها براساس این شاخص‌ها می‌باشد.
۶	هرشل	رقابت‌پذیری و پایداری	۲۰۱۳	نویسنده در پی جستجوی رویکردی جدید برای رفع تناقض رقابت‌پذیری و پایداری می‌باشد.	آموزه این پژوهش چگونگی برطرف نمودن تناقض بین رقابت‌پذیری و پایداری می‌باشد.
۷	چو و روبرتس	شهرهای رقابت‌پذیر در قرن ۲۱	۲۰۱۱	نویسنده به راه‌های توسعه شهرهای رقابت‌پذیر و با اقتصاد پایدار در شهرهای آسیایی اشاره می‌کند همچنین این کتاب به روش‌های توسعه پایدار اقتصادی شهرهای آسیایی با در نظر گرفتن تغییرات سریع در اقتصاد جهانی و اهمیت یافتن توسعه زیست محیطی پایدار این شهرها می‌پردازد.	آموزه این پژوهش تبیین شاخص‌های رقابت‌پذیری در بعد اقتصادی و زیست محیطی و روابط این دو بعد با یکدیگر می‌باشد.

در این پژوهش‌ها چگونگی روابط سرمایه‌گذاری و گردشگری مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است همچنین به شناسایی عوامل رقابت‌پذیری برای جذب سرمایه پرداخته شده است؛ و با مدیریت بحران

منطقه‌ای و رقابت‌پذیر نمودن منطقه بر اساس زمینه‌ها و قابلیت‌هایی که دارد به اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر سرمایه‌گذاری پرداخته شده است.

روش تحقیق

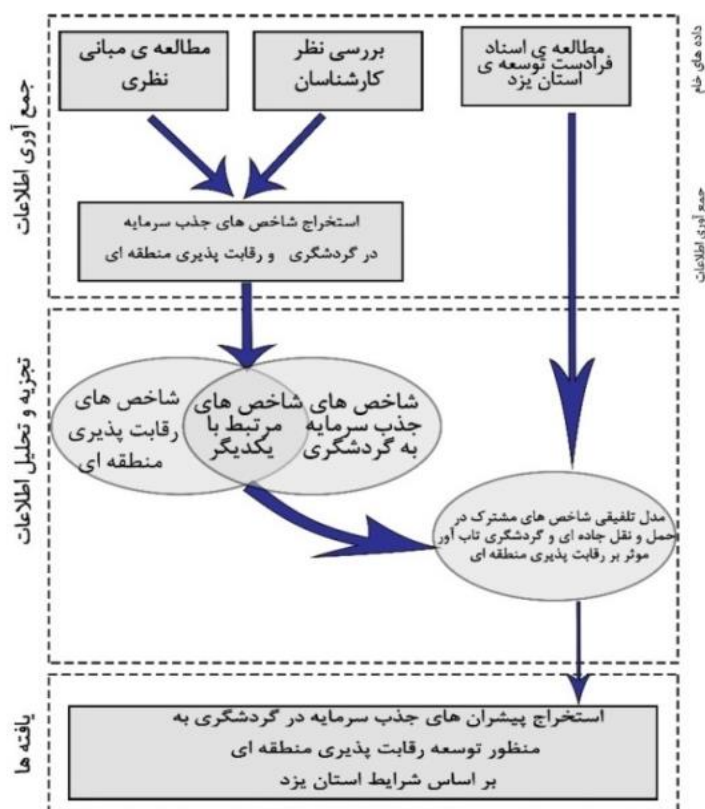
در این پژوهش سعی شده است تا طی انجام یک تحقیق اکتشافی و از طریق مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای، ابتدا الزامات کلی جذب سرمایه به منظور ارتقا گردشگری منطقه‌ای و رقابت‌پذیری منطقه‌ای برای استان یزد به صورت عام معرفی گردد و بدین منظور از مبانی نظری و نظریات کارشناسان استفاده و بهره‌برداری شده است.

با بررسی مبانی نظری و استخراج شاخص‌های مشترک جذب سرمایه به منظور ارتقا گردشگری منطقه‌ای و رقابت‌پذیری منطقه‌ای برای استان یزد برنامه‌ریزی می‌کند. به طوری که ابتدا شاخص‌های جذب سرمایه به منظور ارتقا گردشگری منطقه‌ای که دارای ارتباط با رقابت‌پذیری منطقه‌ای می‌باشد شناسایی شد و به منظور بررسی این شاخص‌ها در استان یزد شاخص‌های هر مؤلفه درون طرح‌های فرادست استان یزد از طریق نرم‌افزار MAXQDA بررسی شد و میزان توجه هر طرح به هر مؤلفه مشخص شد. در نهایت به منظور تحلیل روابط متقابل مؤلفه‌های رقابت‌پذیری منطقه‌ای ۵ مؤلفه به عنوان داده ورودی به نرم‌افزار MicMAC مورد استفاده قرار گرفت؛ و برای امتیازدهی از نظر متخصصان و کارشناسان این حیطة کمک گرفته شد که نتایج نشان می‌دهد از میان ۵ مؤلفه بررسی شده در این تحقیق، ۲ مؤلفه به عنوان عوامل کلیدی مؤثر بر جذب سرمایه در گردشگری به منظور رقابت‌پذیر نمودن منطقه‌ای در استان یزد انتخاب شده است.

جدول (۵): وضعیت تحقیق پیش رو در لایه‌های مختلف فرآیند پژوهش

وضعیت پژوهش انجام شده در لایه‌های مختلف	لایه‌های پژوهش
پارادایم اثبات‌گرایی	مبانی فلسفی پژوهش
کاربردی	جهت‌گیری‌های پژوهش
تطبیقی	رویکردهای پژوهش
آمیخته	روش‌شناسی پژوهش
کتابخانه‌ای و اسنادی	روش گردآوری داده‌ها
داده بنیان-مطالعه موردی	راهبردهای پژوهش
اکتشافی	اهداف پژوهش
اسناد و مدارک و پرسشنامه	ابزارهای گردآوری داده‌ها

با توجه به مدل مفهومی زیر پس از بررسی مبانی نظری و استخراج شاخص‌های هر یک از مقوله‌های حمل و نقل جاده‌ای و گردشگری تاب آور و رقابت پذیری منطقه‌ای تجزیه و تحلیل اطلاعات و انجام پژوهش به صورتی که در ادامه توضیح داده شده است انجام می‌شود.



شکل ۱: ساختار کلی پژوهش

بحث و یافته‌های تحقیق

استخراج شاخص‌های جذب سرمایه در گردشگری و مؤثر بر رقابت پذیری منطقه‌ای

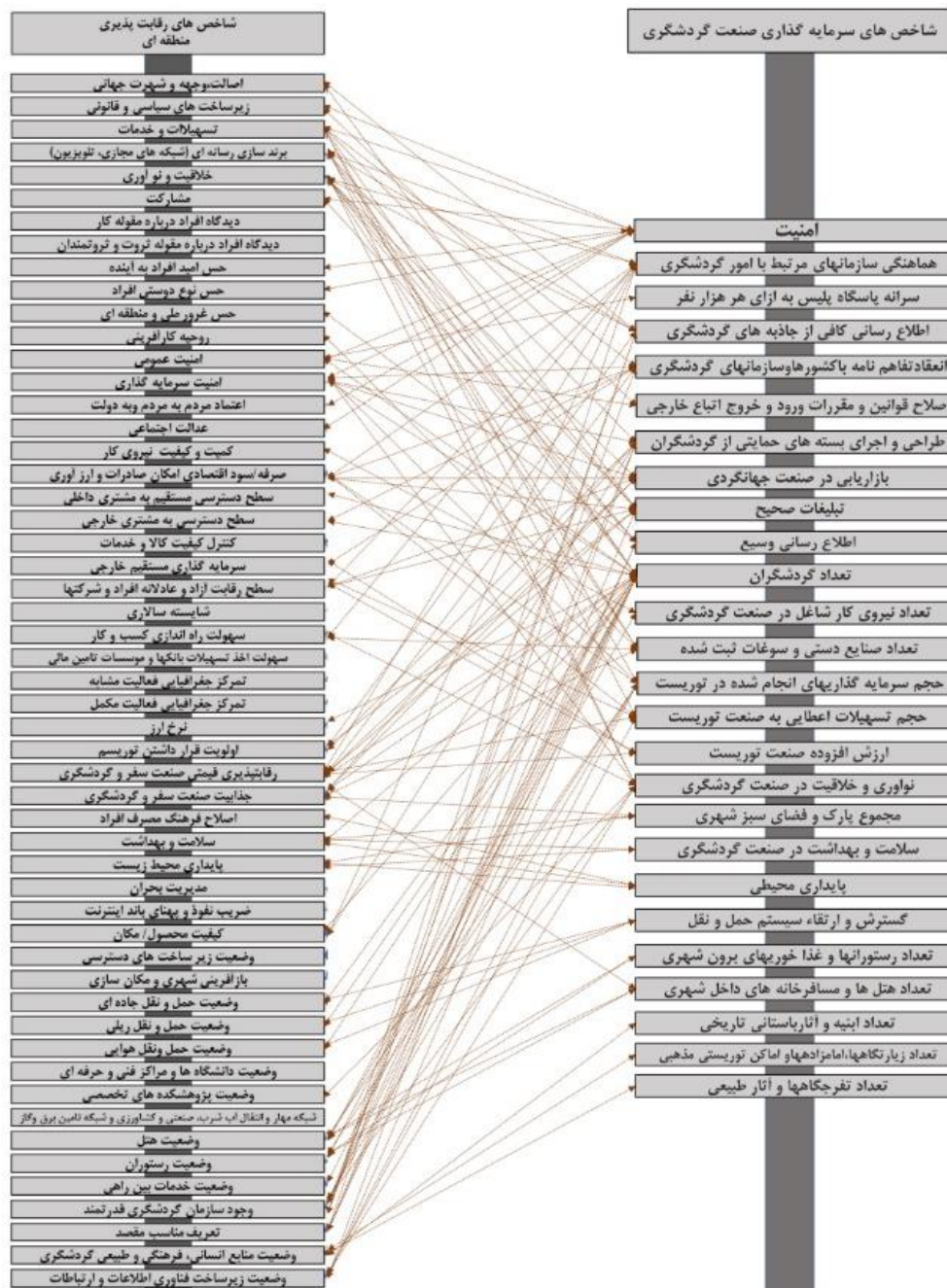
به منظور استخراج شاخص‌های مرتبط میان جذب سرمایه در گردشگری و رقابت پذیری منطقه‌ای روابط این شاخص‌ها در هر یک از ابعاد مورد بررسی قرار گرفت و شاخص‌هایی که در جذب سرمایه

گردشگری با رقابت‌پذیری منطقه‌ای مرتبط بودند و بر روی یکدیگر تأثیرگذار بودند جهت ادامه پژوهش انتخاب گردید.

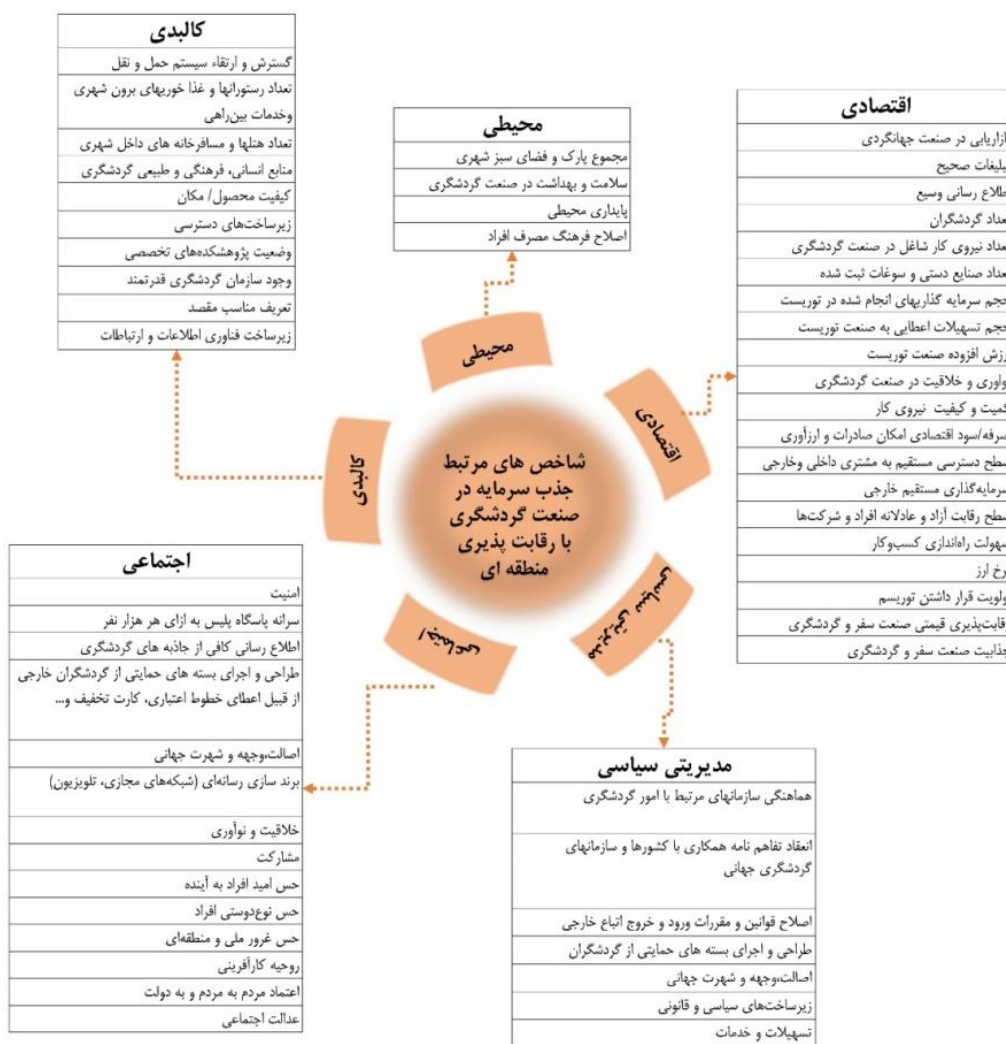
به طور مثال در بعد اجتماعی شاخص‌های منتخب شامل شاخص‌های هستند که دارای ارتباط مستقیم و غیرمستقیم در مفاهیم گردشگری منطقه‌ای با مفهوم رقابت‌پذیری منطقه‌ای می‌باشد مثلاً در جذب سرمایه برای گردشگری شاخص‌هایی مانند امنیت در منطقه، با شاخص‌های زیرساخت‌های سیاسی و قانونی، امنیت سرمایه‌گذاری، امنیت عمومی، عدالت اجتماعی و... در مفهوم رقابت‌پذیری منطقه‌ای دارای ارتباط می‌باشند؛ که تشخیص این ارتباط توسط اساتید شهرسازی تأیید گردیده است؛ بنابراین شاخص‌های مرتبط پذیرفته می‌شوند و شاخص‌هایی مانند دیدگاه افراد در مورد مقوله ثروت، در رقابت‌پذیری منطقه‌ای که ارتباطی با جذب سرمایه در گردشگری ندارند و توسط اساتید شهرسازی عدم ارتباط آن‌ها تأیید شده است، حذف می‌شوند. همچنین برخی شاخص‌ها در هر یک از مفاهیم مشترک هستند مانند وضعیت قوانین و مقررات وضع شده و وجود قوانین مناسب برای ورود و خروج گردشگران که یکی از آن‌ها در نظر گرفته می‌شود و دیگری حذف می‌شود.

در بعد اقتصادی نیز چون در مفهوم گردشگری تاب آور هدف ارتقا و افزایش رضایت گردشگران می‌باشد و در نهایت باعث پیشرفت و افزایش گردشگری می‌شود همه شاخص‌های مربوط به جذب سرمایه گردشگری که باعث افزایش گردشگران می‌شود بر روی رقابت‌پذیری منطقه‌ای تأثیرگذار است زیرا افزایش تعداد گردشگران باعث رقابت‌پذیری منطقه در این زمینه می‌شود. در ابعاد کالبدی و زیست‌محیطی نیز به همین صورت شاخص‌های مرتبط انتخاب می‌شوند.

در ادامه با حذف شاخص‌های غیر مرتبط که بر رقابت‌پذیری تأثیر ندارند، شاخص‌های نهایی جذب سرمایه به منظور ارتقا گردشگری منطقه‌ای که بر رقابت‌پذیری منطقه‌ای تأثیر دارد استخراج می‌شود این شاخص‌ها با توجه به نوع آن‌ها درون مؤلفه‌های اجتماعی، اقتصادی، کالبدی، محیطی و مدیریتی سیاسی قرار داده شده‌اند و در ادامه پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرند.



شکل ۲: روابط بین شاخص‌های مرتبط گردشگری تاب آور با رقابت پذیری منطقه‌ای



شکل ۳: ابعاد و شاخص های مرتبط جذب سرمایه در صنعت گردشگری با رقابت پذیری منطقه‌ای

محدوده مورد مطالعه (استان یزد)

استان یزد با وسعتی حدود ۷۴۷۸۱ کیلومتر مربع در قسمت‌های مرکزی کشور و در اقلیم گرم و خشک بیابانی واقع شده است. این استان به لحاظ وسعت در حدود ۴/۵ درصد از کل مساحت کشور را شامل شده و از این حیث رتبه هشتم بین استان‌های کشور را به خود اختصاص داده است. علیرغم وسعت زیاد و توان‌های

سرزمینی و منابع معدنی مهم، به دلیل محدودیت‌های اقلیمی و کمبود و یا فقر منابع آبی، جزو استان‌های پرجمعیت و متراکم محسوب نمی‌شود.

بررسی اسناد فرادست استان

در این بخش ابتدا تحلیل و بررسی طرح‌های فرادست منطقه استان یزد انجام شده است به صورتی که با بررسی شاخص‌های استخراج شده مربوط به هر مؤلفه در طرح‌های فرادست وجود یا عدم وجود توجه به مؤلفه‌های به دست آمده مشخص شده است. سپس بر اساس اولویت به دست آمده برای هر یک از مؤلفه‌ها میزان برتری هر یک از مؤلفه‌ها نسبت به دیگری در نرم‌افزار میک مک سنجیده می‌شود و در نهایت بر اساس نمودار تأثیرپذیری و تأثیرگذاری متقابل، مؤلفه‌های منتخب بر اساس میزان اثرگذاری بر منطقه استان یزد استخراج خواهند شد.

طرح‌های فرادست استان یزد شامل طرح‌های آمایش استان یزد، طرح توسعه و عمران ناحیه‌ای یزد، طرح گردشگری استان یزد، مورد بررسی قرار گرفت به طوری که میزان توجه هر طرح به شاخص‌های درون هر مؤلفه از طریق نرم‌افزار مکس کیو دی‌ای بررسی شد و نتیجه آن به طور خلاصه در جدول ذیل گردآوری شده است.

با توجه به مطالب بیان شده اولویت مؤلفه‌های رقابت‌پذیری منطقه‌ای در اسناد فرادست جهت ورود به نرم‌افزار میک مک جهت بررسی میزان تأثیرگذاری هر مؤلفه و تعیین مؤلفه‌های منتخب جهت آینده‌پژوهی در جدول زیر ارائه شده است. حال با توجه به میزان اهمیت هر یک از مؤلفه‌ها در طرح‌های توسعه‌ای استان این مؤلفه‌ها به عنوان اسناد ورودی وارد نرم‌افزار میک مک شده و ماتریس تأثیرات متقابل تهیه شده و مؤلفه‌های تأثیرپذیر و تأثیرگذارتر مشخص خواهند شد.

جدول (۶): میزان توجه هر یک از طرح‌های توسعه‌ای استان یزد به مؤلفه‌های پژوهش

وزن استاندارد شده	مجموع کل مؤلفه‌ها	طرح گردشگری استان یزد	طرح توسعه و عمران ناحیه‌ای یزد	طرح‌های آمایش استان یزد	طرح‌های استان یزد مؤلفه
۱.۱	۱۴۱	۲	۵	۱۳۴	مؤلفه‌های اجتماعی
۰.۷	۱۱۷	۵	۲	۱۱۰	مؤلفه‌های اقتصادی
۱.۰	۱۳۲	۲	۳۵	۹۵	مؤلفه‌های محیطی
-۰.۷	۴۵	۳	۱۴	۲۸	مؤلفه‌های کالبدی

مؤلفه‌های مدیریتی-سیاسی	۱۱	۶	۱	۱۸	-۱.۲
-------------------------	----	---	---	----	------

تعیین میزان تأثیرپذیری و تأثیرگذاری مؤلفه‌های رقابت‌پذیری با استفاده از نرم‌افزار میک مک

در این قسمت با استفاده از نرم‌افزار میک مک به تحلیل روابط متقابل مؤلفه‌های رقابت‌پذیری منطقه‌ای پرداخته خواهد شد ابتدا ۸ مؤلفه نهایی که در قسمت قبل موردبررسی و اولویت‌بندی قرار گرفت (در اولویت‌بندی مؤلفه‌ها نسبت به یکدیگر و سنجش میزان تأثیرات آن‌ها بر روی یکدیگر شاخص‌های آن مؤلفه‌ها نیز مدنظر قرار گرفته است). به‌عنوان داده ورودی به نرم‌افزار مورداستفاده قرار می‌گیرد و ماتریس تأثیرات متقابل به بدین صورت امتیاز داده شده است که مؤلفه‌ها و شاخص‌های هر یک از آن‌ها در اختیار ۱۰ نفر از نخبگان استانداری یزد و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و بخش‌داری استان یزد و ۱۰ استاد دانشگاهی از دانشگاه یزد که در حوزه برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای و همچنین در زمینه رقابت‌پذیری گردشگری تخصص داشتند و با شرایط استان آشنا بودند قرار داده شد. (اعضای پانل در این پژوهش به صورت نمونه‌گیری غیر احتمالی هدفمند، ۲۰ نفر از افراد واجد شرایط و فعال در استانداری و بخش‌داری و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان یزد و استادان دانشگاه انتخاب شدند.) تا بر اساس تخصص خود در قالب ماتریس اثرات متقاطع بین مؤلفه‌ها و شاخص‌ها، بر مبنای میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن‌ها با اعداد صفر تا سه امتیاز دهند. مقدار صفر نشان‌دهنده عدم تأثیر، مقدار یک نشان‌دهنده تأثیر ضعیف، مقدار دو نشان‌دهنده تأثیر متوسط، مقدار ۳ نشان‌دهنده تأثیر زیاد و حرف (p) نیز وجود رابطه بالقوه بین متغیرها را نشان می‌دهد. در نهایت، امتیازهای اعضای پانل در ماتریس متقاطع لحاظ گردید و در چارچوب نرم‌افزار آینده‌نگاری میک مک میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هر یک از مؤلفه‌های آن سنجیده شد. ماتریس امتیازات وارد شده به صورت زیر می‌باشد.

	۱: اجتماعی	۲: اقتصادی	۳: کالبدی	۴: محیطی	۵: مدیریتی
اجتماعی : ۱	۰	۳	۲	۳	۳
اقتصادی : ۲	۳	۰	۲	۳	۳
کالبدی : ۳	۲	۳	۰	۳	۲
محیطی : ۴	۲	۲	۲	۰	۲
مدیریتی : ۵	۲	۳	۲	۳	۰

شکل ۴: ماتریس تأثیرات متقابل مؤلفه‌ها (خروجی نرم‌افزار MIC MAC)

ابعاد ماتریس ۵×۵ می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد دفعات تکرار ماتریس ۲ بار و میزان پرشدگی ماتریس ۸۰ درصد است که بیانگر تأثیرگذاری زیاد عوامل انتخاب‌شده بر یکدیگر است. در این ماتریس ۲۰ رابطه شناسایی شده است که ۵ رابطه مقدارشان صفر بوده که بیانگر عدم تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مؤلفه‌ها بر یکدیگر است. هیچ‌یک از روابط، مقدارشان یک نبوده است و ۱۲ رابطه، مقدارشان دو بوده است که نشان‌دهنده تأثیر متوسط مؤلفه‌ها بر یکدیگر است، ۸ رابطه نیز مقدارشان ۳ بوده است که نشان می‌دهد روابط مؤلفه‌ها کلیدی بسیار زیاد بوده است و از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری زیادی برخوردار بوده‌اند.

جدول (۸): تحلیل اولیه داده‌های ماتریس و تأثیرات متقابل

مقدار	شاخص	مقدار	شاخص
۱۲	تعداد دو	۵	اندازه ماتریس
۸	تعداد سه	۲	تعداد تکرار
۲۰	مجموع	۵	تعداد صفر
٪۸۰	درجه پرشدگی	۰	تعداد یک

ماتریس این پژوهش بر اساس شاخص‌های آماری ۲ بار چرخش داشته و مطلوبیت و بهینه‌شدگی آن ۱۰۰ درصد می‌باشد که بیانگر روایی بالای داده‌های وارد شده است.

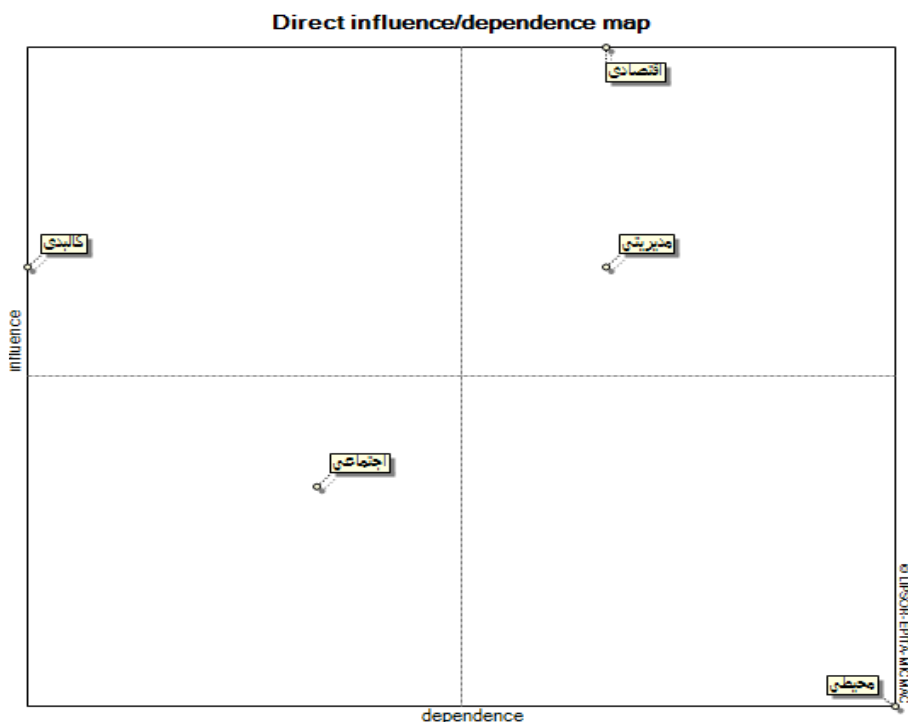
ارزیابی پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مؤلفه‌ها

ناحیه اول مؤلفه‌های دووجهی را نشان می‌دهد این مؤلفه‌ها، هم‌زمان به صورت تأثیرپذیر و بسیار تأثیرگذار عمل می‌نمایند. این مؤلفه‌ها، مؤلفه‌های راهبردی هستند و به دودسته مؤلفه‌های ریسک و مؤلفه‌های هدف تقسیم می‌شوند.

مؤلفه‌های ریسک: مؤلفه‌های اقتصادی و مدیریتی با توجه به نزدیک بودن به خط قطری مؤلفه‌های ریسک سیستم می‌باشند؛ یعنی ظرفیت بسیار بالایی جهت تبدیل شدن به بازیگران کلیدی سیستم را دارا است زیرا به علت ماهیت ناپایدار، پتانسیل تبدیل شدن به نقطه انفعال سیستم را دارند و این سیستم مؤلفه هدف ندارد. ناحیه دوم مؤلفه‌های تأثیرگذار را نشان می‌دهد که مؤلفه کالبدی تنها مؤلفه تأثیرگذار می‌باشد برنامه ریزان به ندرت قادر به تغییر مؤلفه‌های قرار گرفته در این ناحیه می‌باشند بنابراین مؤلفه کالبدی نمی‌تواند مؤلفه راهبردی باشد.

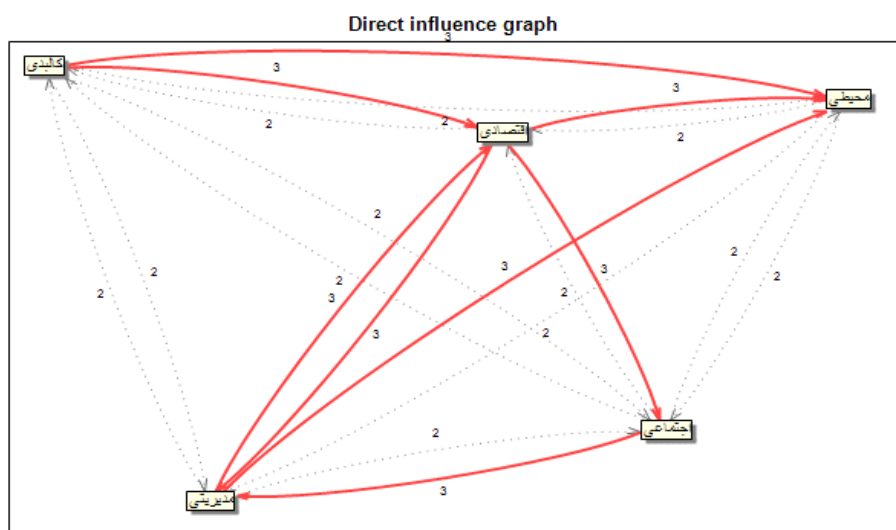
ناحیه سوم مؤلفه‌های مستقل: مؤلفه اجتماعی تحت عنوان مؤلفه‌های مستقل و مستثنای سیستم شناسایی شد. این بدان معنا است که این مؤلفه‌ها از سایر مؤلفه‌های سیستم تأثیر چندانی نپذیرفته است و بر آن‌ها نیز تأثیر کمی داشته و یا تأثیر ندارند.

ناحیه چهارم مؤلفه‌های تأثیرپذیر: مؤلفه محیطی با تأثیر گذاری پایین و تأثیر پذیری بسیار بالا مؤلفه‌های وابسته سیستم می‌باشند که به تکامل مؤلفه‌های تأثیر گذار و دووجهی بسیار حساس‌اند.



نمودار ۱: وضعیت توزیع و پراکنش هر کدام از مؤلفه‌ها در صفحه پراکنندگی

با توجه به وزن دهی صورت گرفته در نرم‌افزار گراف ارتباطات مستقیم بین مؤلفه‌های گردشگری و رقابت پذیری منطقه‌ای به صورت زیر می‌باشد. در این نمودار تأثیرات مستقیم مؤلفه‌ها بر سایر مؤلفه‌های سیستم مشخص شده است. چگونگی تأثیر گذاری مؤلفه‌ها به صورت ضعیف‌ترین تأثیر، تأثیرات ضعیف، تأثیرات میانه، تأثیرات قوی و قوی‌ترین تأثیرات قابل مشاهده می‌باشد.



نمودار ۲: نوع و میزان تأثیرات مستقیم مؤلفه‌ها بر یکدیگر

شناسایی مؤلفه‌های راهبردی

متغیرهای ناحیه ۱ شبکه مختصات، متغیرهای راهبردی هستند، زیرا هم قابلیت کنترل توسط سیستم مدیریتی را دارند و هم بر سیستم تأثیرگذاری قابل قبولی دارند. هرچه از انتهای ناحیه ۳ به سمت ناحیه ۱ شبکه مختصات نزدیک‌تر می‌شویم، بر میزان اهمیت و راهبردی بودن متغیر افزوده می‌شود. از میان ۵ مؤلفه بررسی شده در این تحقیق، ۲ مؤلفه به‌عنوان مؤلفه کلیدی مؤثر بر جذب سرمایه در گردشگری به‌منظور ارتقا رقابت پذیری منطقه‌ای انتخاب شده است.

میزان توجه طرح‌های توسعه‌ای استان یزد به مؤلفه‌های منتخب از نرم‌افزار میک مک به‌صورت جدول

زیر می‌باشد:

جدول (۹): میزان توجه طرح‌های توسعه‌ای استان یزد به مؤلفه‌های منتخب

وزن استاندارد شده	مجموع کل مؤلفه‌ها	طرح‌های استان یزد مؤلفه
۰.۷	۱۱۷	مؤلفه‌های اقتصادی
-۱/۲	۱۸	مؤلفه‌های مدیریتی-سیاسی

همان‌طور که مشخص است طرح‌های توسعه‌ای استان به مؤلفه‌های اقتصادی تا حد نسبتاً مناسبی توجه داشته‌اند اما نسبت به مؤلفه‌های مدیریتی-سیاسی توجه چندانی نشده است؛ بنابراین به منظور دست‌یابی به رقابت پذیری استان یزد به وسیله جذب سرمایه در صنعت گردشگری باید شاخص‌های مؤلفه‌های مدیریتی سیاسی را بهبود بخشید و همچنین به شاخص‌های اقتصادی در استان یزد نیز بیشتر توجه نمود. در ادامه به منظور اولویت‌بندی نمودن شاخص‌های ابعاد اقتصادی و مدیریتی جهت برنامه‌ریزی برای ارتقا شاخص‌های اولویت‌دار این بار شاخص‌های این ابعاد را وارد نرم‌افزار میک مک شده و امتیاز داده شده‌اند؛ که نتایج به صورت زیر مشخص شد.

جدول (۱۰): تحلیل اولیه داده‌های ماتریس و تأثیرات متقابل شاخص‌های اقتصادی و مدیریتی-سیاسی

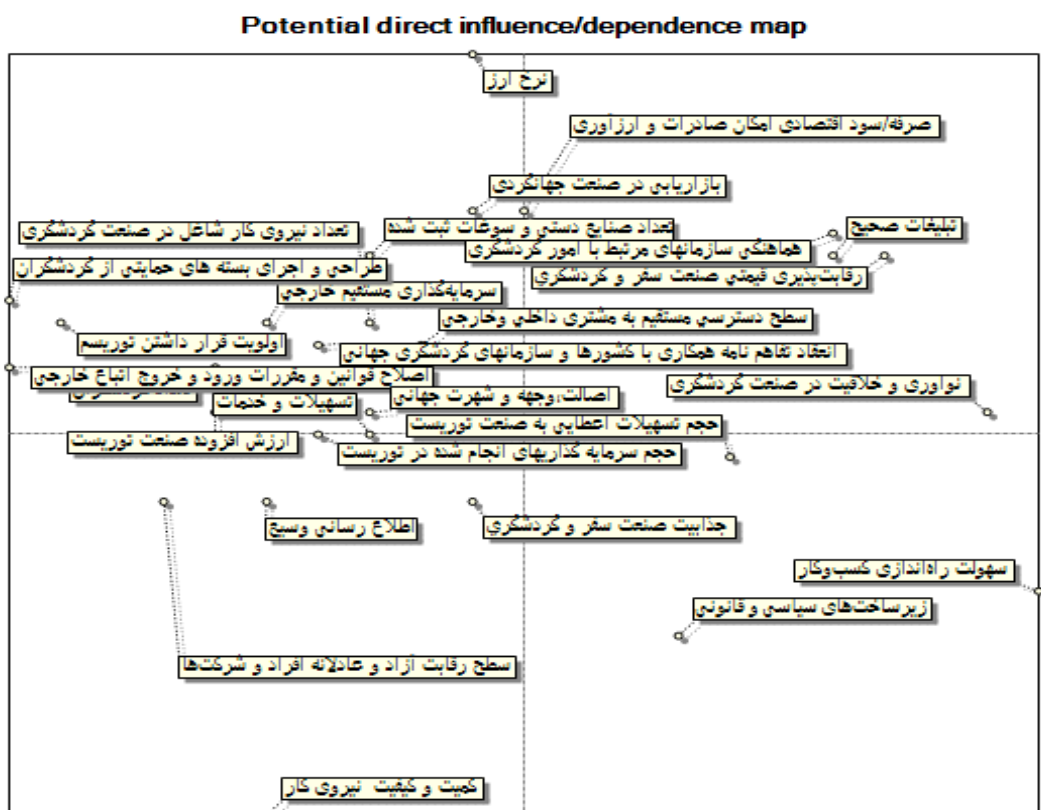
مقدار	شاخص	مقدار	شاخص
۲۹۷	تعداد دو	۲۷	اندازه ماتریس
۱۹۸	تعداد سه	۲	تعداد تکرار
۷۰۲	مجموع	۲۷	تعداد صفر
٪۹۶	درجه پرشدگی	۲۰۷	تعداد یک

ماتریس این پژوهش بر اساس شاخص‌های آماری ۲ بار چرخش داشته و مطلوبیت و بهینه‌شدگی آن ۱۰۰ درصد می‌باشد که بیانگر روایی بالای داده‌های وارد شده است.

شماره	توصیف	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27		
1	بازاریابی در صنعت جهانگردی :	0	2	3	3	1	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	2	2	2	1	3		
2	تالیفات صحیح :	3	0	2	2	1	2	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3	2	1	3	3	2	2	1	3	3	3	2	
3	اطلاع‌رسانی و سبک :	2	3	0	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	
4	تعداد گردشگران :	3	2	3	0	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3	1	3	1	3	2	2	3	3	2	
5	تعداد نیروی کار شاغل در صنعت گردشگری :	2	2	2	0	2	1	1	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	1	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	
6	تعداد صنایع دستی و سوغات ثبت شده :	3	3	3	1	3	0	2	3	2	3	1	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	
7	حجم سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در توریسم :	3	3	2	1	2	0	2	2	3	2	1	3	1	2	3	3	3	1	2	3	2	3	2	1	2	1	1	1	
8	حجم تسهیلات اعطایی به صنعت توریسم :	1	3	2	1	2	1	2	0	1	2	3	2	2	1	1	2	2	3	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	
9	ارزش افزوده صنعت توریسم :	3	1	1	2	1	2	1	2	0	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	2	
10	نوآوری و خلاقیت در صنعت گردشگری :	2	3	3	3	3	2	1	2	3	0	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	2
11	کمیت و کیفیت نیروی کار :	1	2	1	1	2	1	1	1	3	0	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	1	1	1
12	صرفه‌اسود اقتصادی امکان صادرات و ارزآوری :	1	3	1	2	3	3	2	3	3	3	0	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	2
13	سطح دسترسی مستقیم به مشتری داخلی و خارجی :	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	1	0	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	1
14	سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی :	1	2	2	1	3	3	2	3	3	2	2	3	0	2	2	1	3	3	2	3	2	3	2	2	3	1	2	3	1
15	سطح رقابت آزاد و عادلانه افراد و شرکت‌ها :	3	1	1	3	2	1	3	1	2	2	1	2	2	2	0	3	2	1	3	1	2	2	1	2	2	3	1	1	2
16	سپهرات راهداری کسب‌وکار :	2	3	1	2	1	2	2	3	1	3	1	1	2	1	1	0	3	2	2	2	1	3	1	1	2	1	1	1	2
17	نرخ ارز :	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	2	3	0	3	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	2
18	اولویت قرار داشتن توریسم :	1	3	1	2	2	1	2	2	3	3	1	3	3	2	2	2	0	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
19	رقابت‌پذیری قیمتی صنعت سفر و گردشگری :	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	1	0	2	3	3	1	2	2	2	3	3	1	2
20	جاذبیت صنعت سفر و گردشگری :	2	2	2	2	1	1	3	3	1	3	1	2	3	1	1	2	3	2	2	2	0	2	2	2	1	1	2	2	2
21	هماهنگی سازمانهای مرتبط با امور گردشگری :	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	1	2	2	3	1	2	3	3	2	0	1	2	0	3	3	3	3	2	3
22	انعقاد تفاهم‌نامه همکاری با کشورهای و سازمانهای گردشگری جهانی :	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	1	3	2	3	3	2	0	1	2	2	2	3	2
23	اصلاح قوانین و مقررات ورود و خروج اتباع خارجی :	3	2	2	1	3	3	3	1	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	0	3	3	3	2	3	2
24	طراحی و اجرای بسته‌های حمایتی از گردشگران :	2	3	3	1	2	1	2	2	3	2	3	1	2	3	3	3	1	3	2	3	3	2	0	2	2	3	2	3	2
25	اصالت، بوجه و شهرت جهانی :	1	1	2	2	2	2	3	2	3	1	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	3	2	3	
26	زیرساخت‌های سیاسی و قانونی :	1	3	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	0	1
27	تسهیلات و خدمات :	1	3	1	2	3	2	3	2	1	3	1	3	1	1	3	3	2	2	2	1	3	1	1	3	2	2	2	0	

© UJPSOR-EPTIK.MICMAC

شکل ۵: ماتریس تأثیرات متقابل شاخص‌های اقتصادی و مدیریتی-سیاسی (خروجی نرم‌افزار MIC MAC)



نمودار ۳: وضعیت توزیع و پراکنش هر کدام از شاخص‌ها در صفحه پراکنندگی

همان‌طور که در نمودار بالا مشخص است در میان شاخص‌های ابعاد اقتصادی و مدیریتی به ترتیب ۱- سود و صرفه اقتصادی و ارزآوری، ۲- تبلیغات صحیح، ۳- هماهنگی سازمان‌ها مرتبط با امور گردشگری، ۴- رقابت‌پذیری قیمتی صنعت سفر و گردشگری و ۵- نوآوری و خلاقیت دارای اولویت بوده است که با ارائه راهکارهای برنامه ریزانه برای ارتقا این شاخص‌ها و بهبود آن‌ها، منطقه توانایی رقابت با دیگر مناطق را از منظر جذب سرمایه در گردشگری پیدا خواهد کرد.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

با توجه به مطالعات انجام شده در مبانی نظری و بررسی جذب سرمایه در گردشگری با شاخص‌های رقابت‌پذیری منطقه‌ای روابط این مفاهیم به صورت شاخص‌های مرتبط و تأثیرگذار بر یکدیگر مورد بررسی قرار گرفت و شاخص‌های مرتبط و مؤثر استخراج شد. به صورتی که ابتدا شاخص‌های جذب سرمایه در گردشگری با شاخص‌های رقابت‌پذیری منطقه‌ای مورد تحلیل و بررسی کیفی قرار گرفت و سپس شاخص‌های مرتبط استخراج شد و شاخص‌های غیر مرتبط که مختص به مفاهیم مربوطه بودند و با شاخص‌های مفهوم دیگر رابطه‌ای نداشتند، حذف شدند. این شاخص‌ها درون ۵ مؤلفه اجتماعی، اقتصادی، کالبدی، محیطی، مدیریتی-سیاسی دسته‌بندی شده‌اند. با اعمال شاخص‌های استخراج شده در هر مؤلفه بر روی استان یزد شرایط استان یزد موردسنجش قرار گرفت. به صورتی که طرح ناحیه‌ای استان یزد و طرح آمایش استان یزد و طرح گردشگری استان یزد بررسی شد و میزان توجه هر طرح به شاخص‌های درون هر مؤلفه از طریق نرم‌افزار مکس کیو دی‌ای موردسنجش قرار گرفت و مشخص شد در طرح‌های استان یزد به مؤلفه‌های اقتصادی و اجتماعی و محیطی بیش از مؤلفه مدیریتی سیاسی توجه شده است.

در نهایت به منظور تحلیل روابط متقابل مؤلفه‌های رقابت‌پذیری منطقه‌ای ۵ مؤلفه نهایی که در قسمت قبل تحلیل و بررسی شد. به عنوان داده ورودی به نرم‌افزار میک مک مورد استفاده قرار گرفت؛ که نتایج نشان می‌دهد از میان ۵ مؤلفه بررسی شده در این پژوهش، ۲ مؤلفه به عنوان عوامل کلیدی مؤثر بر جذب سرمایه در گردشگری به منظور ارتقا رقابت‌پذیری منطقه‌ای انتخاب شده است. از بین این ۲ مؤلفه، مؤلفه اقتصادی و مدیریتی سیاسی در ناحیه یک که از تأثیرگذاری بالا و کمترین تأثیرپذیری برخوردارند به عنوان مؤثرترین و کلیدی‌ترین مؤلفه‌ها انتخاب شده‌اند.

با توجه به اینکه طرح‌های توسعه‌ای استان به مؤلفه‌های اقتصادی تا حد نسبتاً مناسبی توجه داشته‌اند اما نسبت به مؤلفه مدیریتی-سیاسی توجه چندانی نشده است؛ بنابراین به منظور دست‌یابی به رقابت‌پذیری استان یزد به وسیله جذب سرمایه در صنعت گردشگری باید شاخص‌های مؤلفه‌های مدیریتی سیاسی را بهبود بخشید و همچنین به شاخص‌های اقتصادی در استان یزد نیز توجه بیشتری نمود.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد برای اینکه به رقابت‌پذیری منطقه از طریق جذب سرمایه در صنعت گردشگری دست‌یابیم باید شاخص‌های مؤلفه اجتماعی، اقتصادی، کالبدی، محیطی، فناوری اطلاعات، گردشگری، حمل‌ونقلی و مدیریتی-سیاسی را ارتقا دهیم اما کلیدی‌ترین و اصلی‌ترین مؤلفه‌ها، مؤلفه‌های اقتصادی و مدیریتی-سیاسی است که شاخص‌های مؤلفه اقتصادی شامل: تنوع و کیفیت غذا و نوشیدنی،

تبلیغات مناسب، استفاده از محصولات بومی و...، به عنوان مثال اگر تنوع و کیفیت غذا و نوشیدنی یک منطقه ارتقا یابد و می تواند در این زمینه دارای مزیت نسبی شود و با دیگر مناطق رقابت کند ضمن اینکه گردشگری منطقه نیز ارتقا می یابد و باعث درآمدزایی در این بخش شود (برای دیگر شاخص های مؤلفه اقتصادی نیز به همین صورت اثر گذار است).

همچنین شاخص های مؤلفه شاخص های مؤلفه مدیریتی-سیاسی شامل زیرساخت های سیاسی و قانونی، تسهیلات و خدمات، ارائه تسهیلات بهداشتی و خدماتی، اصالت، وجهه و شهرت جهانی می باشد در این مؤلفه نیز به عنوان مثال اگر شاخص وجه و شهرت جهانی استان ارتقا یابد می تواند در زمینه گردشگری با دیگر استان ها رقابت کند به طور کلی که با تمرکز روی هر یک از این شاخص ها و بهبود آن ها منطقه توانایی رقابت با دیگر مناطق را از منظر جذب سرمایه در گردشگری پیدا خواهد کرد. در ادامه با اولویت بندی نمودن شاخص های مؤلفه های اقتصادی و مدیریتی-سیاسی مشخص گردید که شاخص های ۱- سود و صرفه اقتصادی و ارزآوری، ۲- تبلیغات صحیح، ۳- هماهنگی سازمان ها مرتبط با امور گردشگری، ۴- رقابت پذیری قیمتی صنعت سفر و گردشگری و ۵- نوآوری و خلاقیت به ترتیب دارای اولویت بوده است و با تمرکز بر روی این شاخص ها و ارتقا آن ها منطقه توانایی رقابت با دیگر مناطق را از منظر جذب سرمایه در گردشگری پیدا خواهد کرد.

در دیگر پژوهش های انجام شده در این زمینه به جذب سرمایه به عنوان یک الگو که هم می تواند باعث ارتقاء وضعیت صنعت گردشگری منطقه شود و هم منطقه را رقابت پذیر نماید توجه نشده است؛ که در این پژوهش به این مورد پرداخته شده و سعی شده است در این پژوهش به تأثیر جذب سرمایه در گردشگری و بالطبع آن رقابت پذیری منطقه ای پرداخته شود.

References

- Abbasi, M., & Rahimi Klor, H. (2011). Designing a structural equation model of competitiveness at the level of headquarters units of Tehran insurance companies, *Marketing Management*, 14(7), 75-88. (In Persian)
- Alwani, S. M. (1993). Necessary mechanisms for sustainable tourism development, summary of selected articles of the second tourism summit (Culture and Development), *Ministry of Culture and Islamic Guidance*. (In Persian)

Ankner, W. D. (2005). Revisiting transportation planning, *Public Works Management & Policy*, 9(4), 270-277.

Banister, D., & Berechman, J. (2003). Transport investment and economic development, *Routledge*, 30(4), 622-629.

Adeli, N., & Dadashpour, H. (2015). Measuring resilience capacities in Qazvin urban complex, *Scientific Crisis Management*, 4(2), 73-84. (In Persian)

Ahmadi, F., & Dadashpour, H. (2011). Regional competitiveness as a new approach in regional development, *Development Strategy*, 22(1), 49-80. (In Persian)

Dadashpour, H., & Deh Deh Jani, M. (2016). Identifying and prioritizing the root factors affecting the promotion of regional competitiveness studied: Kurdistan province, *Regional Planning*, 5(19), 27-42. (In Persian)

Abu Hashemabadi, F.; Delshad, A., & Ghasemian Sahebi, A. (2018). Prioritize and determine the relationships between indicators for measuring the sustainability of tourism development, *Tourism Management Studies*, 12(39), 73-94. (In Persian)

Eskandari, T. H.; Pilehvar, A., & Rezaei Nasab, A. (2017). Assessing the components affecting the competitiveness of regions for sustainable development Case study: North Khorasan province, *Quarterly Journal of Geography and Urban-Regional Planning*, 7(24), 57-70. (In Persian)

Espiner, S.; Orchiston, C., & Higham, J. (2017). Resilience and sustainability: A complementary relationship? Towards a practical conceptual model for the sustainability–resilience nexus in tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 25(10), 1385-1400.

Georgescu, C. (2015). Role of Road Transport in the International Development of Services and Tourism, *Knowledge Horizons. Economics*, 7(3), 74-78.

- Ghadami, M. (2015). Pathology of Tourism Sustainability Development Challenges. *Iranian Social Development Studies*, 8(1), 85-97. (In Persian)
- Ghorbani, R., & Kazemizad, S. H. (2020). An analysis of the effective factors in urban competitiveness based on the scenario writing method (Case study: Tabriz), *Geography and Urban-Regional Planning*, 9(30), 19-38. (In Persian)
- Haghshenas, H., & Vaziri, M. (2012). Urban sustainable transportation indicators for global comparison, *Ecological Indicators*, 15(1), 115-121. (In Persian)
- Hilhurst, J.; Shirazian, G. H; Siddiqui, M., & Abolghasem, H. (1991). Planning of systemic harvest areas, *program and budget organization*. (In Persian)
- Hong, S. W. C. (2008). *Competitiveness in the tourism sector: a comprehensive approach from Economic and Management points*, (1st ed), Springer science & business media.
- Hu, R. (2015). Sustainability and competitiveness in Australian cities. *Sustainability*, 7(2), 1840-1860.
- Ibanescu, B. C.; Eva, M., & Gheorghiu, A. (2020). Questioning the role of tourism as an engine for resilience: The role of accessibility and economic performance. *Sustainability*, 12(14), 5527.
- Ismailzadeh, H., & Ismailzadeh, Y. (2018). Identifying the effective and influential components of sustainable tourism in coastal cities (Case study: Bandar Anzali). *Geographical Space*, 17(60), 55-77. (In Persian)
- Jafartash, B., & Pouyanzadeh, N. (2014). evaluation and prioritization of competitiveness indicators of the tourism industry in Iran, *management and development*, 5(93), 85-105. (In Persian)
- Jafartash, B., & Pouyanzadeh, N. (2015). Evaluation and Prioritization of Tourism Industry Competitiveness Indicators in Iran, *Management and Development Process*, 3(93), 85-105. (In Persian)

Karami, G. H. (2017). Sustainable rural tourism with emphasis on Bazm village of Fars province, *Geographical Tourism Space*, 5(18), 143-166. (In Persian)

Keeling, D. J. (2007). Transportation geography: new directions on well-worn trails, *Progress in Human Geography*, 31(2), 217-225.

Antonic, B.; Kekovic, Z., & Lazarevic, E. (2018). In search of the principles of resilient urban design: Implementability of the principles in the case of the cities in Serbia, *Energy and buildings*, 158, 1130-1138.

Mir Azizi, S.; Talachian, M., & Shia, A. (2019). The role of transportation networks in the development of tourism-pilgrimage in the 20th district of Tehran, *Conference on Civil Engineering, Architecture and Urban Planning of the Islamic World, Tabriz*. (In Persian)