

Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development

Fall 2023, Vol.4, No.3, Serial Number 15, pp 20-38

doi 10.22077/vssd.2022.5392.1114



Examining Governing Factors and Impacts of Tourism Development based on Competitiveness Advantages: A Case Study of Rodbar Ghasran Rural Region

Sadegh saghafiasl¹, Hassan afrakhteh²

1. M.Sc. Department of Human Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

2. Professor of Geography and Rural Planning, Department of Human Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

*Corresponding author, Email: ssaghafiasl@gmail.com

Keywords:

Tourism development;
competitiveness advantages;
rural area; Rodbar Ghasran

Abstract

Attaining a distinct position and competitive edge among tourists is crucial for providing the foundation for rural tourism development. This study investigates the prevailing contexts and consequences of rural tourism development in Rodbar Ghasran region, focusing on competitiveness advantages. The research is applied, fundamental, interpretive, and analytical, employing both quantitative and qualitative methodologies. The analysis utilized Grounded Theory and Combined Models (FSORA, FCOPRAS), (EDAS), and SPSS software. Results indicated that among the studied villages, Lalan and Shemshak were in the best condition in terms of tourism indicators, while Hesarak was in the least favorable situation. Theoretical groundwork to examine governing contexts for tourism development identified factors such as optimal governance, institutionalization of tourism culture, decentralized approach, strategic planning based on competitive capacities, educibility of tourism, formation of a specialized team, development of tourism infrastructure, and effective advertising. Experts assigned the highest importance to optimal governance of tourism with a weight of 72.33. Similarly, the theoretical background for studying consequences highlighted sustainable tourism development, improved quality of life, marketing growth, and increased awareness and knowledge of tourism in rural areas. Sustainable development of tourism was considered the most significant consequence, with a weight of 72.54. Importantly, the results revealed a meaningful and positive relationship between prevailing contexts and consequences of rural tourism development based on competitiveness advantages in the Rodbar Ghasran region, with a significance level of 0.000.

Received:

26/Jun/2022

Revised:

15/Jul/2022

Accepted:

13/Sep/2022

How to cite this article:

Saghafiasl, S., & Afrakhteh, H. (2023) Examining Governing Factors and Impacts of Tourism Development based on Competitiveness Advantages: A Case Study of Rodbar Ghasran Rural Region. *Village and Space Sustainable Development*, 4(3), 20-38. [10.22077/vssd.2022.5392.1114](https://doi.org/10.22077/vssd.2022.5392.1114)



Copyright: © 2022 by the authors. Licensee Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا

دوره چهارم، شماره سوم، پیاپی پانزدهم، پاییز ۱۴۰۲، شماره صفحه ۲۰-۳۸

doi: 10.22077/vssd.2022.5392.1114

بسترهای حاکم و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری در ناحیه روستایی رودبار قصران

صادق ثقفی اصل^{۱*}، حسن افراخته^۲

۱. کارشناسی ارشد گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

۲. استاد گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

* نویسنده مسئول، ایمیل: ssaghafiasl@gmail.com

چکیده:

پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و بینادی و دارای ماهیت تفسیری و تحلیلی و از نظر روش، در گروه پژوهش‌های کمی و کیفی قرار دارد. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از روش گراندد تئوری و مدل ترکیبی (FSORA، FCOPRAS، EDAS)، و نرم افزار SPSS، استفاده شد. نتایج برخورداری روستاها از شاخص‌های گردشگری نشان داد، که از بین روستاهای مورد مطالعه روستای لالان و شمشک در بهترین وضعیت، و روستای حصارک در بدترین وضعیت قرار دارد. همچنین نتایج تئوری زمینه‌ای به منظور بررسی بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری نشان داد، بسترهای (حکمروایی مطلوب گردشگری، نهادینه‌سازی فرهنگ گردشگری، رویکرد نامتمرکز گردشگری، تدوین برنامه راهبردی از طریق ظرفیت‌ها و توانمندی‌های رقابت‌پذیر گردشگری، تشکیل تیم تخصصی در زمینه توسعه گردشگری، توسعه زیرساخت‌های گردشگری، تبلیغات مناسب گردشگری) از سوی متخصصان پیشنهاد شد و از بین آنها، حکمروایی مطلوب گردشگری با مقدار وزن ۷۲/۳۳، بیشترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده است. همچنین نتایج تئوری زمینه‌ای به منظور بررسی پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری نشان داد، پیامدهای (توسعه پایدار گردشگری، ارتقاء کیفیت زندگی، رونق بازاریابی، افزایش آگاهی و دانش گردشگری در روستاها)، از سوی متخصصان پیشنهاد شد، و از بین پیامدهای مطرح شده، توسعه پایدار گردشگری با مقدار وزن ۷۲/۵۴، بیشترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده است. در نهایت نتایج نشان داد، بین بسترهای حاکم و پیامدهای توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری ناحیه کوهستانی رودبار قصران ارتباط معنادار و مثبت وجود دارد.

واژگان کلیدی:

توسعه گردشگری، مزیت‌های رقابت‌پذیری، ناحیه روستایی، رودبار قصران

تاریخ ارسال:

۱۴۰۱/۰۳/۲۶

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۱/۰۴/۲۴

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۰۶/۲۲

۱- مقدمه

گردشگری فعالیتی در حال گسترش و یکی از پویاترین صنایع است که امروزه بعد از صنعت نفت و خودروسازی به سومین صنعت بزرگ دنیا با اثرات مستقیم و غیرمستقیم در زمینه رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است (Cossio-Silva et al, 2018, 1). در این راستا، گردشگری می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع‌بخشی به رشد اقتصادی و نیز خلق فرصت‌های شغلی جدید در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی ایفا کند (خانی و همکاران، ۱۳۸۸، ۵۲). بنابراین با فرض اهمیت گردشگری به عنوان فعالیتی گسترده و عمومی و تاکید روزافزون در حیطه سیاست‌های توسعه محلی و منطقه‌ای، توسعه گردشگری امری ضروری به نظر می‌رسد، بخصوص با توجه به اینکه ویژگی‌های این فعالیت در محل‌های خاص، بوضوح گردشگری نواحی کوهستانی از شکل‌های دیگر گردشگری مجزا می‌نماید (رکن‌الدین افتخاری، ۱۳۸۱، ۲۷).

در دو دهه اخیر رشد و توسعه صنعت گردشگری و اتخاذ آن به عنوان یکی از فعالیت‌های عمده اقتصادی، برنامه‌ریزان را بر آن داشته تا برای افزایش درآمدهای حاصله از فعالیت‌های گردشگری به دو مقوله مهم توجه کنند: اول افزایش رضایت گردشگران و ارتقاء لذت و کیفیت تجربه گردشگری و دوم تلاش برای حفظ منافع جوامع میزبان، به همین دلیل اغلب کشورها گردشگری را یک ضرورت می‌دانند و از تمامی ظرفیت‌ها و امکانات خود جهت کسب منافع و مزایای مورد نظر استفاده می‌کنند (اربابی سبزواری، ۱۳۹۸، ۲). از این رو، مناطق کوهستانی در جهت تبدیل شدن به مقصد گردشگری، در حال رقابت بر اساس ویژگی‌های کارکردی برای ارزش ویژه برند مبتنی بر مشتری هستند (Wong and Teho, 2015). فضای رقابتی به وجود آمده در حوزه گردشگری، ضرورت توجه به توان رقابتی مقاصد را خیلی زود نمایان نمود (برزگر و همکاران، ۱۴۰۰، ۳۰). در حال حاضر، رقابت‌پذیری یک موضوع محوری در سطح دنیا است و از آن به عنوان وسیله‌ای جهت دستیابی به رشد اقتصادی مطلوب و توسعه پایدار یاد می‌شود، اما دلیل توجه روزافزون به موضوع رقابت‌پذیری در ادبیات گردشگری و سایر کسب و کارها این است که شاخص رقابت‌پذیری می‌تواند نماینده بسیاری از شاخص‌های مهم و اساسی دیگر باشد، زمانی یک مقصد، رقابت‌پذیر تلقی می‌شود که نه تنها بتواند درآمد قابل توجهی از فعالیت‌های گردشگری و مرتبط به آن را کسب کند بلکه توانایی آن را داشته باشد تا از این طریق به حفظ و بهبود کیفیت زندگی ساکنین یاری رسانده و برای آن رفاه اجتماعی-اقتصادی فراهم آورد (Nadian, 2013, 4).

در همین راستا با توجه به این اقتصاد کشور ایران اتکا شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام دارد و متغیرهای کلان اقتصادی با دنباله‌روی از قیمت جهانی نفت در طول زمان دچار نوسانات شدید می‌شود، و با توجه به جوان بودن جمعیت کشور و بالا بودن نرخ بیکاری، توسعه صنعت گردشگری در ایران از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد (قیامی‌راد و همکاران، ۱۳۸۷، ۵۶). اما آنچه مسلم است کشور ایران با وجود داشتن ظرفیت‌های بسیاری در زمینه گردشگری، هنوز نتوانسته است به جایگاه و اعتبار واقعی خود در این زمینه دست یابد، به طوری که بر اساس گزارش سال ۲۰۱۸، سازمان جهانی گردشگری ملی متحد، تعداد گردشگران ورودی به ایران در سال ۲۰۱۶ برابر با ۴ میلیون و ۹۴۲ هزار نفر بود که این رقم با رشد منفی ۱/۵ درصد در سال ۲۰۱۷ به ۴ میلیون و ۸۶۷ هزار نفر رسید (دنیای اقتصاد، ۱۳۹۷، ۳)، و در سال ۲۰۱۷ به بعد رتبه ایران در بین ۱۴۰ کشور ۹۳ اعلام شد؛ در حالی که با وجود شاخص بین‌المللی فراوانی جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی، جایگاه گردشگری در سال‌های اخیر تغییر نکرده است (برومند و همکاران، ۱۳۹۷، ۱۰۶). بنابراین گردشگری نیازمند برنامه‌ریزی جامع و مناسب در هر منطقه و ناحیه جغرافیایی است.

در همین راستا، ناحیه کوهستانی رودبار قصران یکی از مستعدترین مناطق گردشگری کشور محسوب می‌شود که هر ساله میزبان انبوهی از گردشگران در سطح داخلی و خارجی مخصوصاً در فصل زمستان می‌باشد. موقعیت جغرافیایی،

راه‌های ارتباطی، سطوح ارتفاعی و شرایط اقلیمی منطقه و استقرار آن در دامنه قله پربرف، موقعیت منحصر به فردی به روستاهای این بخش بخشیده است، و آنچه این ناحیه را از سایر نواحی متمایز کرده، پیست اسکی می‌باشد. پیست اسکی رودبار قصران، از اوایل دی‌ماه تا اواخر اردیبهشت‌ماه، با چشم‌اندازهای کوهستانی بسیار زیبا و طبیعت منحصر به فرد، اسکی‌بازان را به سوی خود جلب می‌کند. این پیست در ۵۸ کیلومتری شرق تهران، به طول سه هزار متر احداث شده و اسکی‌بازان و کوهنوردان بسیاری از آن استفاده می‌کنند. پیست در شمشک از توابع رودبار قصران شهرستان شمیرانات تهران واقع شده است، و در سال ۱۳۳۷ بهره‌برداری شد، و بعدها در سال ۱۳۵۷، با اصلاحاتی که انجام گرفت از سوی فدراسیون جهانی اسکی به عنوان پیست بین‌المللی شناخته شد. از امکانات آن به منظور رقابت‌پذیری مقصد گردشگری می‌توان به دو دستگاه تله‌سی‌یژ^۱، دو دستگاه تله اسکی بشقابی و دو دستگاه تلی اسکی چکشی نام برد، همچنین مجهز به نورافکن زرد است و می‌توان تا پاسی از شب در آن به اسکی پرداخت، همچنین دارای مراکز اقامتی و هتل‌های دو ستاره می‌باشد. ولیکن در کنار همه مزیت‌های رقابت‌پذیری این مقصد گردشگری، آنچه که باید در توسعه گردشگری ناحیه کوهستانی رودبار قصران موثر باشد، نتیجه مطلوبی در بر نداشته است، و دستیابی به این مهم زمانی قابل تحقق است که بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری شناسایی و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری نیز شناسایی گردد. بر این اساس، می‌توان گفت که گردشگری جزء با تلاش برای ارتقای رقابت‌پذیری این صنعت میسر نخواهد شد، در این راستا، موضوع توجه به رقابت‌پذیری در خط‌مشی‌گذاری‌ها و پژوهش‌ها مورد توجه جدی قرار نگرفته است و تعداد پژوهش‌های انجام شده نیز در این زمینه محدود است، از این رو پژوهش حاضر قصد دارد تا با تأکید بر مزیت‌های رقابت‌پذیری، جایگاه ناحیه کوهستانی رودبار قصران را از منظر توسعه گردشگری مورد واکاوی قرار داده و در ادامه نیز با شناسایی بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری و پیامدهای حاصل از آن، سکونتگاه‌های ناحیه را به سمت توسعه گردشگری مطلوب هدایت نماید.

۲- بنیان نظریه‌ای

در این قسمت از پژوهش لازم دانسته شد به بررسی تحقیق‌های صورت گرفته در زمینه گردشگری و مزیت‌های رقابت‌پذیری پرداخته شود تا ضمن آشنایی با آخرین دستاوردهای آن‌ها، چهارچوب مناسب جهت تحلیل و بررسی پیش‌روی تحقیق حاضر قرار دهد. در این راستا از آنجا که مطالعات گسترده‌ای در زمینه گردشگری و رقابت‌پذیری در سطوح داخلی و خارجی انجام شده، ولیکن تاکنون مطالعه‌ای با روش کمی و کیفی، به بررسی بسترهای حاکم و پیامدهای توسعه گردشگری با تأکید بر مزیت‌های رقابت‌پذیری صورت نگرفته، در این راستا، در این قسمت از پژوهش به مطالعاتی که با پژوهش حاضر همخوانی دارند، پرداخته شده است.

رسینگر و همکاران (۲۰۱۹)، در پژوهشی تحت عنوان، شناسایی عوامل موثر بر رقابت‌پذیری گردشگری کشور امارات متحده عربی از دیدگاه گردشگران، به این نتایج دست یافتند، زیرساخت‌های مقصد و خدمات پشتیبانی و پس از آنها منابع مقصد، بیشترین تاثیر را در ادراک گردشگران از رقابت‌پذیری گردشگری این کشور داشتند. وویو و اسلابرت (۲۰۱۹)، در پژوهشی تحت عنوان، بررسی وضعیت رقابت‌پذیری گردشگری از دیدگاه تامین‌کنندگان خدمات گردشگری، به این نتایج دست یافتند که تامین‌کنندگان جذابیت طبیعی، جذابیت فرهنگی و منابع انسانی به عنوان ابعاد حیاتی موثر در رقابت‌پذیری زیمبابوه می‌باشند. ال سعید و عزیز (۲۰۱۹)، در مطالعه‌ای با استفاده از مدل رقابت‌پذیری مقصد نشان داند که فیزیوگرافی و آب و هوای کشور مصر به عنوان حداکثر و در دسترس بودن فعالیت‌های گوناگون از دید گردشگران به عنوان حداقل

^۱ Chairlift

ویژگی رضایت‌بخش در نظر گرفته شد. خوشخو و نادعلی‌پور (۱۳۹۵)، در پژوهشی تحت عنوان، ارائه الگوی مفهومی رقابت‌پذیری مقصد گردشگری در چارچوب توسعه پایدار، به این نتایج دست یافتند، که چارچوب مفهومی برای ارزیابی رقابت‌پذیری مقصد با محوریت پایدار را ارائه دادند، با این هدف که این چارچوب بتواند راهنمایی برای مقصدهای گردشگری کشورمان در دستیابی به توسعه و رقابت‌پذیری پایدار گردشگری، و به دنبال آن شکوفایی اقتصادی ملی باشد. برومند و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی تحت عنوان، توسعه مدل بومی سنجش رقابت‌پذیری گردشگری مقاصد گردشگری ایران، به این نتایج دست یافتند، یک مدل مشتمل بر ۹ شاخص امنیت، زیرساخت‌ها، خدمات مقصد و امکانات رقابتی، رقابت‌پذیری قیمتی و جو مقصد، عوامل انسانی، محیط مقصد، جذابیت‌های تفریحی، مدیریت مقصد و در نهایت اطلاع‌رسانی و برنامه‌ریزی ارائه شده است. فرزین و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی تحت عنوان، رقابت‌پذیری مقصد گردشگری: تحلیل اهمیت- عملکرد (مورد مطالعه: شهر یزد و شهر شیراز)، به این نتایج دست یافتند، در هر دو مقصد حدود نیمی از معیارها با اهمیت اندک و عملکرد ضعیف، اولویت پایینی برای اختصاص منابع دارند. بر اساس میانگین امتیازهای مرتبط با اهمیت، در شهر یزد ابعاد مدیریت بحران، بازاریابی، تغییرات اقلیمی، آموزش گردشگری و مهمان‌نوازی، توسعه پایدار و توسعه محصول و نوآوری، و در شهر شیراز ابعاد تغییرات اقلیمی، بازاریابی، مدیریت بحران، توسعه پایدار، توسعه محصول و نوآوری، آموزش گردشگری و مهمان‌نوازی به ترتیب با اهمیت‌ترین تا کم‌اهمیت‌ترین ابعاد مربوط به رقابت‌پذیری مقصد شناخته شدند. افراخته و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی تحت عنوان، تحلیل عوامل موثر در رقابت‌پذیری گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سرعین)، به این نتایج دست یافتند، از میان ۶ شاخص، به ترتیب منابع و جاذبه‌های محوری، مدیریت مقصد عوامل تقویت‌کننده، برنامه‌ریزی خط‌مشی و توسعه مقصد، رضایت گردشگران، عوامل و منابع پشتیبان از اولویت برخوردارند. خان‌زاده و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی تحت عنوان، مدل تبیین رقابت‌پذیری گردشگری شهرهای توریستی در ایران، به این نتایج دست یافتند، مدیریت مقصد بیشترین تاثیر را در رقابت‌پذیری گردشگری شهرهای توریستی ایران داشته است، سایر عوامل تاثیرگذار به ترتیب عبارت از خدمات گردشگری، عوامل و شرایط حمایتی، شرایط تقاضا، منابع و جاذبه‌های اصلی و زیرساخت‌ها بوده‌اند. حیدری و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی تحت عنوان، تبیین راهبردی پیشران‌های رقابت‌پذیری گردشگری در دستیابی به بازارهای هدف گردشگری مورد مطالعه: استان زنجان، به این نتایج دست یافتند، بر اساس الگوی تحلیل ساختار متقابل پیشران، رقابت‌پذیری گردشگری عبارت است: امنیت اقتصادی، تجارت الکترونیک، تنوع اکولوژیکی، زیرساخت بهداشت، محیط اقتصادی، روابط بین‌الملل، حمل و نقل، و خدمات هتل‌داری، بر اساس تحلیل تاثیرات متقابل تعادلی، مهمترین راهبرد تقویت رقابت‌پذیری گردشگری مبتنی بر ایجاد جذابیت صنعت گردشگری با ضریب $+2$ ، روابط بین‌الملل و توسعه تجارت الکترونیک در سطح بین‌الملل با ضریب سازنده $(+1)$ ، و توسعه زیرساخت‌های بهداشت با ضریب (-1) است. برزگر و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی تحت عنوان، تبیین راهبردهای توسعه گردشگری با تاکید بر مزیت‌های رقابت‌پذیری مطالعه موردی: شهرستان سقز، به این نتایج دست یافتند، خدمات گردشگری در سطح شهرستان‌ها به صورت متوازن توزیع نشده‌اند، به طوری که شهر سقز در ۵ مولفه اصلی مورد بررسی با فاصله زیاد از سایر شهرستان‌ها جایگاه برتری را به خود اختصاص داده است و سقز در این رده‌بندی جایگاه چهارم را بعد از مریوان و بیجار کسب کرده است.

بررسی پیشینه پژوهش نشانگر آن است که با توجه به اهمیت و ضرورتی که مسئله توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری در ناحیه روستایی ایران دارد، اما تاکنون با رویکرد کمی و کیفی به شناسایی بسترهای حاکم و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری در ناحیه روستایی توجه نشده است، این در حالی است که آگاهی از بسترهای حاکم و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری امروزه از اهمیت بسیاری برخوردار است و در این راستا، بهره‌گیری از رویکرد کمی و کیفی و طراحی مقولات نهایی گام موثری در این عرصه خواهد بود، باید توجه داشت که در جهان پر از تغییر و تحول و محیط سرشار از عدم قطعیت‌ها، تنها به کارگیری

همزمان رویکردهای کمی و کیفی است که می‌توان به نگاه به نواحی روستایی و با شناسایی و تعیین بسترها و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری با مدیریت صحیح و برنامه‌ریزی شده مدیران گردشگری و روستایی را در برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاری‌های توسعه روستایی و گردشگری یاری نمود. در ادامه نیز به منظور مطالعه عمیق‌تر به بررسی هر یک از متغیرهای پژوهش پرداخته شد.

صنعت گردشگری در حکم کارخانه‌ای بدون دود و صادرات نامرئی کالا و خدمات مورد توجه است. این صنعت اغلب موتور مهم برای رشد و توسعه اقتصادی در کشورها به شمار می‌آید (Brida et al, 2009, 180). در این راستا، گردشگری روستایی بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال و درآمد بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی-اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد. در کشورهای متعددی این امر با ختمی‌های کشاورزی در ارتباط است و غالباً به عنوان راهبردی برای حفظ محیط زیست و فرهنگ سنتی روستایی ارتقاء داده می‌شود، و مسلماً گردشگری نقش اساسی در میزان توسعه و حفظ ذخایر نواحی روستایی ایفا می‌کند. گردشگری روستایی شامل هر نوع فعالیت تفریحی و گذران اوقات فراغت است، با دریافت خدماتی از قبیل غذا، محل اقامت و محصولات محلی از ساکنان محلی در مکانی که از نظر قوانین و مقررات جاری کشور یا از نظر ماهیت اقتصادی و فرهنگی روستا محسوب می‌شود (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱، ۲۶).

حال با توجه به درجه اهمیت گردشگری روستایی، و ظرفیت‌های رقابت‌پذیری آن در عرصه‌های متنوع خرد و کلان، می‌توان گفت که رقابت‌پذیری یعنی توانایی مقصد برای افزایش مخارج گردشگری و جذب تعداد بیشتری دیدارکننده در عین ارائه تجربه‌های رضایت‌بخش و به یادماندنی، کسب سود، ارتقا رفاه ساکنان و حفاظت از منابع طبیعی مقصد برای آیندگان (Lee and King, 2009, 246). رقابت‌پذیری در سطح ملی، بدان معناست که یک کشور در شرایط تجارت آزاد و بازار عادلانه، نخست توانایی تولید کالاها و خدماتی را داشته باشد که در آزمون بازارهای بین‌المللی سر بلند بیرون آیند و دوم، به طور همزمان ضمن حفظ درآمد واقعی مردم خود، میزان این درآمد را در بلندمدت افزایش دهد (زورکی و اولیایی نسب، ۱۳۹۶، ۸۱).

در گذشته، تمرکز بیشتر بر ابعاد اقتصادی نقاط قوت مقصد بود، اگر چه کارایی اقتصادی یکی از ابعاد مهم رقابت گردشگری است، اما این فقط یکی از ابعاد است. به علت ماهیت منحصر به فرد گردشگری، توانایی یک مقصد برای رقابت به نقاط قوت اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیک و محیطی نیز بستگی دارد (فرزین و نادعلی‌پور، ۱۳۸۹، ۴۴). بنابراین صرف‌نظر از منافع اقتصادی حاصل از ورود گردشگران، کشور میزبان باید کالاها و خدماتی مانند مسکن، امکانات حمل و نقل، مبادلات خرده‌فروشی، مبادلات فرهنگی و خدمات ورزشی-تفریحی را برای گردشگران فراهم سازد. تحقق و فراهم‌سازی این احتیاجات، بسیاری از بخش‌های اقتصاد را تحت تاثیر قرار می‌دهد (Kum et al, 2015, 1077). در نتیجه رقابت‌پذیری هر مقصد به توانایی آن مقصد برای ارائه کالاها و خدماتی بستگی دارد که به نسبت سایر مقاصد عملکرد بهتری دارند (Gomezelj Omwezel, 2011, 27).

از مهمترین رویکردهای نظری در رابطه با رقابت‌پذیری مقصد، نظریه توسعه است. توسعه به معنی ارتقای مستمر کل جامعه و نظام اجتماعی به سوی زندگی بهتر یا انسانی‌تر است (تودارو، ۱۳۸۳: ۲۳). این پرسش که چه چیز زندگی خوب را تشکیل می‌دهد، به قدمت تاریخ و فلسفه بشر است. سؤال فوق، سؤال بی‌زمانی و همیشگی است که باید در جامعه متحول جهانی دوباره بررسی شود. جواب مناسب برای کشورهای در حال توسعه در ربع قرن آخر قرن بیستم، لزوماً همان جوابی نیست که در ربع سوم یا دوم آن بوده است. برای درک معنای درونی توسعه، باید دست کم سه ارزش اصلی به عنوان پایه فکری رهنمود عملی در نظر گرفته شود. این ارزش‌های اصلی عبارتند از: معاش زندگی، اعتماد به نفس و آزادی. این ارزش‌ها به نیازهای انسانی مربوط می‌شود و تقریباً در تمام جوامع و فرهنگ‌ها و در تمام زمان‌ها خود را متجلی می‌کند

(همان، ۲۴). شارپلی و تلفر (۲۰۰۲)، بیان می‌کنند تعریف توسعه از دیدگاهی مبتنی بر توجه صرف به رشد اقتصادی، به تعریفی جامع‌تر تغییر یافته است که همزمان به زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی توجه می‌کند. اگر قرار است گردشگری به عنوان یک کارگزار توسعه عمل کند، ضروری است مفاهیم تئوریک که اصطلاح توسعه را هدایت می‌کنند و ایدئولوژی که هدایت‌گر راهبرد توسعه گردشگری است، درک شود (خان‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰، ۴۹).

نولوکو و سوارت (۲۰۰۸)، پیشنهاد می‌کنند که به توسعه به عنوان یک فرایند نگرینسته شود. در این حالت، به توسعه گردشگری اغلب به شکل فرایندی از تغییرات فیزیکی توجه می‌شود. دیک (۲۰۰۵)، در موافقت با نورونا (۱۹۷۷)، سه مرحله برای توسعه گردشگری در نظر می‌گیرد: مرحله اول زمانی آغاز می‌شود که گردشگران محل مورد علاقه جدید خود را کشف می‌کنند. در مرحله دوم، خبر این کشف منتشر می‌شود و در مرحله سوم، جامعه میزبان با ساخت تسهیلات و ارائه خدمات، درصد پاسخ به این فعالیت اقتصادی جدید برمی‌آید، بنابراین ترویج و توسعه گردشگری می‌تواند به عنوان کاتالیزوری برای توسعه اجتماعی و اقتصادی ساکنین یک منطقه عمل کند. شارپلی و تلفر (۲۰۰۲)، معتقدند که شناسایی عوامل موثر بر توسعه گردشگری، به توسعه اقتصاد در حال تغییر کشورهای در حال توسعه، در سطوح ملی و محلی کمک می‌کند (خان‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰، ۴۹-۵۰).

۳- روش، تکنیک‌ها و قلمرو

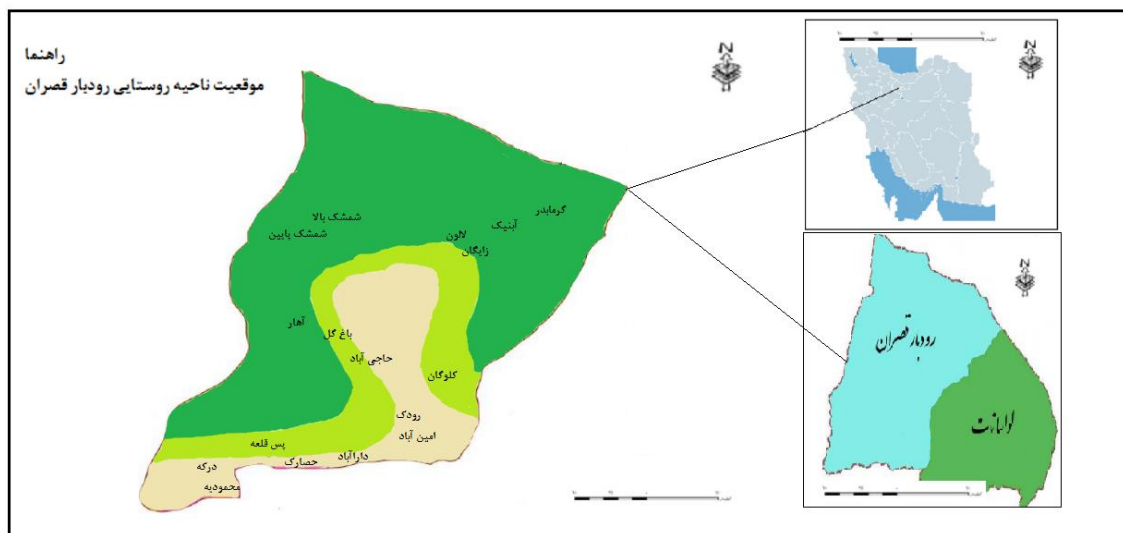
پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و بنیادی و دارای ماهیت تفسیری و تحلیلی و از نظر روش، در گروه پژوهش‌های کمی و کیفی قرار دارد. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از روش گراند تئوری^۱ و مدل ترکیبی (FSORA، FCOPRAS)، (EDAS)، و نرم‌افزار SPSS، استفاده شد. در ابتدای تحلیل با استفاده از مدل (EDAS)، به بررسی وضعیت ناحیه روستایی رودبار قصران بر اساس شاخص‌های (منابع و جاذبه‌های محوری، مدیریت مقصد، عوامل تقویت کننده، رضایت گردشگران، عوامل و منابع پشتیبان)، پرداخته شد. در ادامه نیز در بخش کیفی نتایج با استفاده از روش تئوری زمینه‌ای به شناسایی بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری پرداخته شد، و با استفاده از مدل ترکیبی (FCOPRAS، FSORA) به بررسی اهمیت هر یک از آنها پرداخته شد. در ادامه نیز به منظور ارتباط بین بسترهای حاکم و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری با استفاده از نرم‌افزار SPSS، از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد.

جامعه آماری در پژوهش حاضر، متخصصان و افراد نخبه و آگاه در روستاهای مورد مطالعه می‌باشند، که بر این اساس، در این پژوهش نمونه‌گیری تا مرحله اشباع (کفایت) نظری پیش رفت؛ نمونه‌گیری از نوع غیراحتمالی به صورت نمونه‌گیری هدفمند بود. در بخش کیفی پژوهش، در مجموع ۳۰ مصاحبه عمیق صورت گرفت. مصاحبه‌ها (بین ۷۰ تا ۱۲۰ دقیقه) ضبط و یادداشت و بلافاصله پیاده شد.

مناطق شمالی استان تهران، از دیرباز مرکز توجه جمعیت شهر تهران و اطراف آن بوده است. یکی از متفاوت‌ترین این بخش‌ها، رودبار قصران است که از لحاظ روند توسعه اقتصادی، فرهنگی و همچنین جایگاه جغرافیایی، ویژگی‌های منحصر به فردی دارد. این ویژگی‌ها همان پتانسیل‌ها و استعدادهای طبیعی است. بخش رودبار قصران یکی از بخش‌های شهرستان شمیرانات در استان تهران می‌باشد. رودبار قصران با مرکزیت فشم با یک دهستان به همان نام رودبار قصران و دارای ۲۲ آبادی است. این بخش در شمال شرقی تهران که از شمال به شهرستان نور، از غرب به شهرستان کرج، از شرق به شهرستان دماوند و از جنوب به شهر تهران منتهی و در موقعیت جغرافیایی ۵۱ درجه ۲۴ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۵۰ دقیقه

^۱ - Grounded Theory

طول شرقی و ۳۵ درجه و ۴۶ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۳ دقیقه عرض شمالی واقع شده است. آب و هوای منطقه ناحیه روستایی رودبار قصران، معتدل کوهستانی با زمستان‌هایی سرد و پربرف و تابستان‌هایی معتدل و دلپذیر است. ارتفاع‌های اطراف ناحیه روستایی رودبار قصران تا اواسط تابستان، از برف زمستانی پوشیده شده است (شکل ۱).



شکل ۱- موقعیت محدوده مورد مطالعه

۴- یافته‌ها و تحلیل داده

در ابتدا خلاصه‌ای از اطلاعات جمعیت‌شناختی (جنسیت، سن، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی، شغل) مصاحبه‌شوندگان آمده است. از میان ۳۰ نفر متخصص، ۲۵ نفر مرد و ۵ نفر زن بودند. دامنه سنی آنها نیز از ۳۰ تا ۶۰ سال و میانگین سنی نیز ۴۰ سال بود. رشته تحصیلات همه ۲۰ نفر (برنامه‌ریزی روستایی و گردشگری) می‌باشد. همچنین قابل ذکر است، از میان ۳۰ مشارکت‌کننده، ۱۳ نفر از مشارکت‌کنندگان اساتید دانشگاه‌های (تهران)، ۱۷ نفر از متخصصان در سازمان‌های گردشگری و روستایی، افراد نخبه و مطلع (شورای روستا و دهیار) می‌باشند.

محاسبه بر خور داری ناحیه از شاخص‌های گردشگری با استفاده از مدل ایداس

پس از مشخص‌سازی ارزش هر یک از شاخص‌های (منابع و جاذبه‌های محوری، مدیریت مقصد، عوامل تقویت‌کننده، رضایت گردشگران، عوامل و منابع پشتیبان) در توسعه گردشگری، در محیط نرم‌افزار ANP اقدام به وزن‌دار کردن مقادیر PDA و NDA در قالب SP و SN شده است. همانطور که در جدول (۱) مشخص است مقدار SPI روستاهای (لالان و شمشک) با مقدار ۱ بیشترین و روستای حصارک با سهم صفر کمترین بوده‌اند. اما روند SN متفاوت بوده است ولی همچنان بیشترین سهم مربوط به روستاهای لالان و شمشک با میزان (۰/۹۸) درصد بوده است. در مقابل روستای (حصارک) با صفر درصد کمترین مقدار را داشته است. شاخص ASI که بیانگر جایگاه روستاها از لحاظ گردشگری بوده، نشانگر جایگاه برتر روستاهای (لالان و شمشک) با مقدار (۰/۹۹) درصد و در مرتبه بعدی روستای (آبتیک) با سهم (۰/۵۴) و روستای (گرماپدر) با مقدار (۰/۴۱) درصد بوده است، در این میان جایگاه روستای (زایگان) از لحاظ شاخص‌های گردشگری با مقدار (۰/۳۲) درصد در رتبه چهارم قرار داشته است. با محاسبه نواحی روستایی بر اساس شاخص‌های گردشگری می‌توان آنها را از نظر اعتبار، ارزش و قابلیت با یکدیگر مقایسه کرد. پس از انجام این مقایسه می‌توان به میزان توانمندی و قابلیت‌های ویژه هر یک از نواحی روستایی پی برد. در نتیجه برنامه‌ریزان گردشگری و مسئولین مرتبط با آن، اولویت‌های

خود را می‌توانند بر اساس آن تهیه و تنظیم نمود. بر اساس مقادیر به دست آمده و مقایسه نواحی روستایی، نتایج نشانگر این است که روستاهای لالان و شمشک بالاترین امتیاز گردشگری را به خود اختصاص داده‌اند و می‌توان آنها را به عنوان پرجاذبه‌ترین مکان‌ها بین مکان‌های مقیاسه شده معرفی کرد. آنچه ارزش و اهمیت گردشگری روستاهای لالان و شمشک را بالا برده و آن‌ها را بر دیگر مکان‌ها برتری بخشیده، وجود زیرساخت‌های مناسب و دسترسی راحت است.

جدول ۱- محاسبه مقادیر nsni و nspi

روستا	Nspi	nsni	asi
گرمابدر	۰/۰۷	۰/۸۷	۰/۴۱
پس قلعه	۰/۰۱	۰/۰۱۱	۰/۱۰
آب‌نیک	۰/۰۸	۰/۸۹	۰/۵۴
آهار	۰/۰۳	۰/۰۴۳	۰/۱۳
ایگل	۰/۰۲	۰/۰۲۳	۰/۱۲
امین‌آباد	۰/۰۱	۰/۰۱۳	۰/۰۹
باغ گل	۰/۰۱	۰/۰۱۲	۰/۰۹
حاجی‌آباد	۰/۰۲	۰/۰۲۳	۰/۱۲
روته	۰/۰۴	۰/۰۵۱	۰/۱۹
رودک	۰/۰۵	۰/۰۵۰	۰/۲۵
زایگان	۰/۰۶	۰/۰۷۵	۰/۳۲
کلوگان	۰/۰۵	۰/۰۵۴	۰/۲۳
لالان	۱	۰/۹۸	۰/۹۹
دارآباد	۰/۰۳	۰/۰۳۲	۰/۱۲
حصارک	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
درکه	۰/۰۲	۰/۰۱۹	۰/۱۱
محمودیه	۰/۰۲	۰/۰۱۹	۰/۱۱
شمشک	۱	۰/۹۸	۰/۹۹



شکل ۲- رتبه‌بندی روستاهای ناحیه بر اساس شاخص‌های گردشگری

در ادامه نیز برای تعیین توان رقابت‌پذیری ناحیه کوهستانی رودبار قصران در زمینه گردشگری، در ابتدا به بررسی بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری با تاکید بر مزیت‌های رقابت‌پذیری پرداخته شد، و در ادامه نیز پیامدهای توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری با استفاده از روش تئوری زمینه‌ای مورد بررسی قرار داده شد.

بررسی مجموعه بسترهای حاکم و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری ناحیه با تاکید بر مزیت‌های رقابت‌پذیری در جدول (۲)، نتایج کدگذاری باز بر اساس کد ثانویه، کدهای مفهومی و مقولات ارایه شده است، (۳۳)، کد مفهومی از سوی متخصصان در راستای بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری در ناحیه کوهستانی رودبار قصران پیشنهاد گردیده شد. همچنین نتایج نشان داد، که واحدهای معنایی (مدیریت یکپارچه گردشگری، مسئولیت‌پذیری مسئولان سازمان‌های گردشگری، فرهنگ‌سازی گردشگری، داشتن ادبیات مشترک و سازنده در زمینه گردشگری، طراحی سند راهبردی و جامع گردشگری، شناسایی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری، شناسایی مزایای رقابتی در ابعاد مختلف، تشکیل کمیته در زمینه ظرفیت‌های موجود، زیرساخت‌های دسترسی، تصویرسازی از گردشگری منطقه)، از سوی متخصصان پیشنهاد شد.

جدول ۲- واحدهای معنایی استخراج شده از مصاحبه‌ها

ردیف	واحد معنایی	شاهد مثال	ردیف	واحد معنایی	شاهد مثال
۶	مسئولیت‌پذیری مسئولان سازمان‌های گردشگری	افزایش شفافیت و میزان پاسخگویی مسئولین روستایی با مردم	۶	مسئولیت‌پذیری مسئولان سازمان‌های گردشگری	باز تعریف نقش‌های سازمان‌های روستایی مرتبط با گردشگری
		تعامل مسئولین سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری با مردم روستایی			همانگی سازمان‌های ذی‌ربط در خصوص گردشگری
۷	فرهنگ‌سازی گردشگری	ترویج مزیت‌های گردشگری	۷	فرهنگ‌سازی گردشگری	تدوین سازوکار یکپارچگی مدیریت گردشگری
		فرهنگ‌سازی و گفت‌وگو در گردشگری در راستای ایجاد یک باور عمومی در جامعه و سازمان‌های روستایی			مدیریت منابع (درآمدها و هزینه‌ها) در راستای دستیابی به سند چشم‌انداز روستایی در راستای توسعه گردشگری
۸	طراحی سند راهبردی و جامع گردشگری	ایجاد کارگروه تخصصی فرهنگی، اجتماعی و آموزشی برای روستائیان	۸	طراحی سند راهبردی و جامع گردشگری	یکپارچه‌سازی سیاست‌ها و برنامه‌های دستگاه‌ها و سازمان‌های روستایی دخیل و تدوین برنامه مشترک
		تدوین سند راهبردی سازمان گردشگری برای روستاهای مورد مطالعه			مهارت برنامه‌ریزی گردشگری با زبان مردم
۳	شناسایی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری	تدوین برنامه‌های عملیاتی گردشگری در ابعاد اقتصادی، نهادی، کالبدی، زیست محیطی	۳	شناسایی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری	داشتن ادبیات مشترک و سازنده در زمینه گردشگری
					داشتن نگاه سازمان‌های روستایی و مدیران روستایی از پایین به بالا

شاهد مثال	واحد معنایی	ردیف	شاهد مثال	واحد معنایی	ردیف
شناسایی مزایای رقابتی در زمین‌های طبیعی و زیست‌محیطی			بررسی نقاط ضعف روستاهای هدف در زمینه امکانات و خدمات گردشگری		
شناسایی مزایای رقابتی در زمینه تاریخی			بررسی فرصت‌ها و تهدیدات مرتبط با گردشگری در روستاهای هدف		
شناسایی مزایای رقابتی در زمینه فضایی و کالبدی	شناسایی مزایای رقابتی در ابعاد مختلف	۹	تشکیل کمیته‌ای از شورای روستا، دهیاران و ارگان‌های مربوطه گردشگری در روستاهای هدف	تشکیل کمیته در زمینه ظرفیت‌های موجود	۴
شناسایی مزایای رقابتی در زمینه اجتماعی			تشکیل کمیته‌ای از جوانان تحصیل کرده روستایی		
شناسایی مزایای رقابتی در زمینه اقتصادی			تشکیل کمیته‌ای از سرمایه‌گذاران و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها		
تصویرسازی و طراحی لوگوهای متناسب با جاذبه‌های ناحیه روستایی رودبار قصران			گسترش زیرساخت‌های رویدادمداری و برگزاری رویدادهای علمی و هنری و ورزشی	زیرساخت‌های دسترسی	۵
طراحی هویت بومی ناحیه روستایی رودبار قصران در راستای گردشگری	تصویرسازی از گردشگری منطقه	۱۰	جلب مشارکت مردمی و سمن‌ها		
تصویرسازی و اطلاع‌رسانی			کیفیت و تنوع راه‌ها و وسایل دسترسی		

جدول ۳- مقوله‌ها و مضامین اصلی

واحد معنایی	مقوله	ردیف
مدیریت یکپارچه گردشگری	حکمروایی مطلوب گردشگری	۱
مسئولیت‌پذیری مسئولان سازمان‌های گردشگری	نهادینه‌سازی فرهنگ گردشگری	۲
فرهنگ‌سازی گردشگری	رویکرد نامتمرکز گردشگری	۳
داشتن ادبیات مشترک و سازنده در زمینه گردشگری		
طراحی سند راهبردی و جامع گردشگری	تدوین برنامه راهبردی از طریق ظرفیت‌ها و توانمندی‌های رقابت‌پذیر گردشگری	۴
شناسایی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری		
شناسایی مزایای رقابتی در ابعاد مختلف		
تشکیل کمیته در زمینه ظرفیت‌های موجود	تشکیل تیم تخصصی در زمینه توسعه گردشگری	۵
زیرساخت‌های دسترسی	توسعه زیرساخت‌های گردشگری	۶
تصویرسازی از گردشگری منطقه	تبلیغات مناسب	۷



مطابق جدول (۳)، بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری در ناحیه کوهستانی رودبار قصران، شامل مواردی از جمله: حکمروایی مطلوب گردشگری، نهادینه‌سازی فرهنگ گردشگری، رویکرد نامتمرکز گردشگری، تدوین برنامه راهبردی از طریق ظرفیت‌ها و توانمندی‌های رقابت‌پذیر گردشگری، تشکیل تیم تخصصی در زمینه توسعه گردشگری، توسعه زیرساخت‌های گردشگری، تبلیغات مناسب گردشگری، می‌باشد. در ادامه نیز به منظور رتبه‌بندی هر یک از بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری، از از مدل (تلفیقی FCOPRAS, FSORA)، استفاده شد. نتایج به شرح جدول (۴)، می‌باشد.

جدول ۴- امتیازات کسب شده در بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری

امتیاز از ۱۰۰	فاصله بین Q^{MIN} و Q^{MAX}	کمینه امتیاز (Q^{MIN})	بیشینه امتیاز (Q^{MAX})	امتیاز کسب شده (Q_L)	بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری
۷۲/۳۳	۲/۲۴۴	۱۳/۲۱۲	۱۵/۴۵۶	۱۴/۳۲۱	حکمروایی مطلوب گردشگری
۷۱/۴۵	۲/۲۳۲	۱۳/۱۰۹	۱۵/۳۴۱	۱۴/۱۱۲	نهادینه‌سازی فرهنگ گردشگری
۷۲/۲۱	۲/۲۶۷	۱۳/۱۷۶	۱۵/۴۴۳	۱۴/۲۱۳	رویکرد نامتمرکز گردشگری
۷۱/۵۶	۲/۰۴۴	۱۲/۲۱۳	۱۴/۶۵۳	۱۳/۴۵۶	تدوین برنامه راهبردی از طریق ظرفیت‌ها و توانمندی‌های رقابت‌پذیر گردشگری
۷۱/۶۳	۲/۳۴۳	۱۲/۳۳۲	۱۴/۶۷۵	۱۳/۵۶۴	تشکیل تیم تخصصی در زمینه توسعه گردشگری
۷۱/۵۴	۱/۵۳۱	۱۳/۱۲۳	۱۴/۶۵۴	۱۳/۴۴۳	توسعه زیرساخت‌های گردشگری
۷۱/۴۳	۲/۳۳۲	۱۲/۱۱۱	۱۴/۴۴۳	۱۳/۲۳۱	تبلیغات مناسب

مطابق جدول (۴)، به ترتیب بسترهای: (حکمروایی مطلوب گردشگری با مقدار وزن ۷۲/۳۳، رویکرد نامتمرکز گردشگری با مقدار وزن ۷۲/۲۱، تشکیل تیم تخصصی در زمینه توسعه گردشگری با مقدار وزن ۷۱/۶۳، تدوین برنامه راهبردی از طریق ظرفیت‌ها و توانمندی‌های رقابت‌پذیر گردشگری با مقدار وزن ۷۱/۵۶، توسعه زیرساخت‌های گردشگری با مقدار وزن ۷۱/۵۴، نهادینه‌سازی فرهنگ گردشگری با مقدار وزن ۷۱/۴۵، تبلیغات مناسب با مقدار وزن ۷۱/۴۳)، بااهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین را در توسعه گردشگری منطقه ناحیه روستایی رودبار قصران به خود اختصاص داده‌اند.

حال پس از شناسایی بسترهای حاکم، در ادامه به بررسی مجموعه پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری روستایی بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری پرداخته شده است، مطابق جدول (۵)، (۴۵) کد مفهومی از سوی متخصصان پیشنهاد شد، و (۸) واحد معنایی شامل: بهبود کیفیت زندگی، پویایی اقتصادی، توسعه زیرساختی و عمران گردشگری، توانمندسازی اجتماعی، توسعه اجتماعی و فرهنگی، توسعه زیست محیطی، آموزش گردشگری و مهمان‌نوازی، گسترش بازاریابی، از مصاحبه‌ها استخراج شد.

جدول ۵- واحدهای معنایی استخراج شده از مصاحبه‌ها

ردیف	واحد معنایی	شاهد مثال	ردیف	واحد معنایی	شاهد مثال
۱	بهبود کیفیت زندگی	های هدف گردشگری ارتقای امنیت ساکنان روستا	۵	توسعه زیرساختی و عمران گردشگری	ارتقای رضایتمندی سکونتی در روستاهای هدف گردشگری
		بهبود و ارتقای تصویر ذهنی مردم از گردشگری رونق مشاغل محلی			
		های شغلی و بالا بردن درآمد ایجاد فرصت ساکنین			
		تقویت بنیه اقتصادی روستاها از طریق ایجاد های گردشگری جذاب و درآمدزا			
		بهبود روند درآمد			
۲	پویایی اقتصادی	بهبود روند اشتغال	۶	توانمندسازی اجتماعی	های هدف گسترش بازارهای تولید در روستا
		کمک به بازگشت روستاییان مهاجر			
		کمک به افزایش قدرت خرید روستاییان			
		کمک به توسعه کمی و کیفی صنایع دستی هاروستا			
		کمک به بهبود اشتغال زنان روستایی			
۳	پویایی اجتماعی و فرهنگی	کمک به کاهش بیکاری در روستا	۷	پویایی زیست محیطی	های محلی احیای زبان
		تقویت هویت فرهنگی روستاها			
		تغییر نگرش جامعه میزبان نسبت به گردشگری			
		تغییر ماهیت جامعه میزبان			
		کاهش نرخ جرم و جنایت			
۴	گسترش بازاریابی	های تفریحی بهبود فرصت آشنا شدن ساکنین محلی با منافع صنعت گردشگری	۸	آموزش گردشگری و مهمانوازی	های گردشگری در مشارکت کسب و کار ریزی بلندمدت برای گردشگری فرایند برنامه هادر این روستا
		های ریزان به ویژگی افزایش تمرکز برنامه های مورد مطالعه منحصراً به فرد روستا			
		آموزش جوانان آموزش دیده در روستا با آموزش مربوط به عناصر مهم گردشگری مانند حمل و نقل، راهنمایی تور، هتلداری			
		افزایش آگاهی بومیان نسبت به سود گذاری توسط گردشگری و افزایش سرمایه آنان در منطقه			



شکل ۳- رتبه‌بندی بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری

جدول ۶- مقوله‌ها و مضامین اصلی

ردیف	مقوله	واحد معنایی
۱	توسعه پایدار گردشگری	پویایی اقتصادی پویایی اجتماعی-فرهنگی پویایی زیست‌محیطی توانمندسازی اجتماعی
۲	ارتقاء کیفیت زندگی	توسعه زیرساختی و عمران گردشگری بهبود کیفیت زندگی
۳	رونق بازاریابی	گسترش بازاریابی
۴	افزایش آگاهی و دانش گردشگری در روستاها	آموزش گردشگری و مهمان‌نوازی

مطابق جدول (۶)، پیامدهای توسعه پایدار گردشگری: (ارتقاء کیفیت زندگی، رونق بازاریابی، افزایش آگاهی و دانش گردشگری در روستاها)، از سوی متخصصان پیشنهاد شد. در ادامه نیز به منظور رتبه‌بندی هر یک از پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری منطقه ناحیه کوهستانی رودبار قصران، از مدل (تلفیقی) FSORA، استفاده شد. نتایج به شرح جدول (۷)، می‌باشد.

جدول ۷- امتیازات کسب شده در پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری

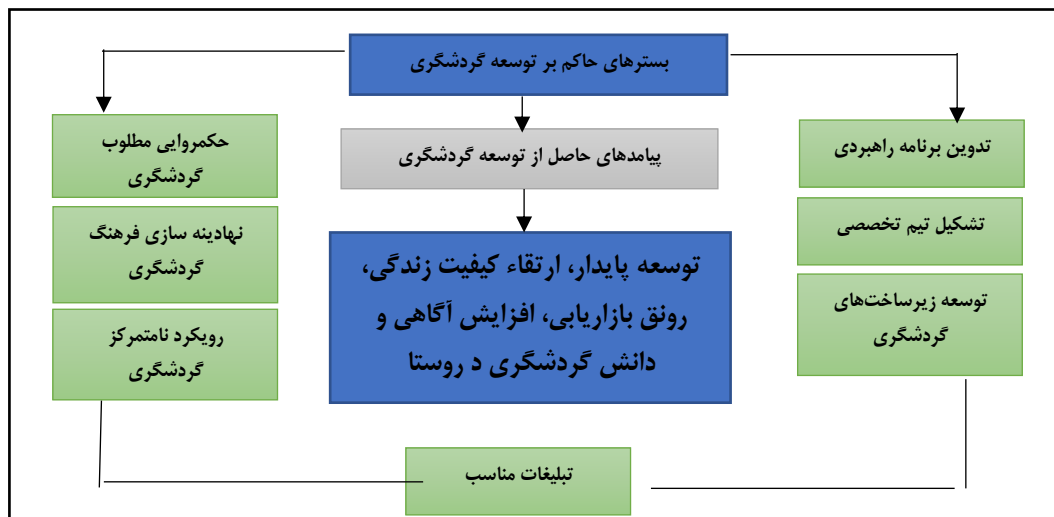
پیامدهای حاصل توسعه گردشگری	امتیاز کسب شده (Q_L)	بیشینه امتیاز (Q_{MAX})	کمینه امتیاز (Q_{MIN})	فاصله بین Q_{MIN} و Q_{MAX}	امتیاز از ۱۰۰
توسعه پایدار گردشگری	۱۴/۴۳۲	۱۵/۶۵۳	۱۳/۸۷۶	۱/۷۷۷	۷۲/۵۴
ارتقاء کیفیت زندگی	۱۴/۲۱۲	۱۵/۳۳۶	۱۳/۷۶۶	۱/۵۷	۷۲/۳۱
رونق بازاریابی	۱۳/۵۴۳	۱۴/۳۲۱	۱۲/۳۴۲	۱/۹۷۹	۷۱/۵۴
افزایش آگاهی و دانش گردشگری در روستاها	۱۳/۷۸۶	۱۴/۴۴۳	۱۲/۳۴۲	۲/۱۰۱	۷۱/۶۶

منبع: نگارندگان تحقیق، ۱۴۰۱



شکل ۴- رتبه‌بندی پیامدهای توسعه گردشگری

مطابق نتایج به دست آمده در جدول (۷)، به ترتیب پیامدهای توسعه پایدار گردشگری با مقدار وزن $۷۲/۵۴$ ، ارتقاء کیفیت زندگی با مقدار وزن $۷۲/۳۱$ ، افزایش آگاهی و دانش گردشگری در ناحیه با مقدار وزن $۷۱/۶۶$ ، رونق بازاریابی با مقدار $۷۱/۵۴$ ، بااهمیت‌ترین و بی‌اهمیت‌ترین پیامدها را به خود اختصاص داده‌اند.



شکل ۵- مدل پارادایمیک بسترهای حاکم و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری

حال در ادامه نیز، به منظور اطمینان از مصاحبه‌های صورت گرفته و مقولات استخراج شده، سعی گردیده شد به ارتباط بین بسترهای حاکم و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری در ناحیه کوهستانی رودبار قصران پرداخته شود، در این راستا، به منظور ارتباط بین دو متغیر مطرح شده، از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده

شد، بسترهای حاکم به عنوان متغیر مستقل، و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری به عنوان متغیر وابسته تعیین شدند. نتایج به شرح جدول (۸) می‌باشد.

جدول ۸- ارتباط بین بسترهای و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری در ناحیه کوهستانی رودبار قصران

سطح معناداری	ضریب همبستگی	متغیر مستقل	پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری
۰/۰۰۰	۰/۵۷۶		توسعه پایدار گردشگری
۰/۰۰۰	۰/۵۶۴		ارتقاء کیفیت زندگی
۰/۰۰۰	۰/۵۵۱	بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری	رونق بازاریابی
۰/۰۰۰	۰/۵۵۶		افزایش آگاهی و دانش گردشگری در روستاها

مطابق نتایج به دست آمده، بین پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری و بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری، با سطح معناداری ۰/۰۰۰، کوچکتر از ۰/۰۵، ارتباط معنادار و مثبتی مشاهده شد.

۵- بحث و فرجام

در ابتدای پژوهش، اقدام به مطالعه تطبیقی ناحیه کوهستانی رودبار قصران بر اساس شاخص‌های (منابع و جاذبه‌های محوری، مدیریت مقصد، عوامل تقویت کننده، رضایت گردشگران، عوامل و منابع پشتیبان) در توسعه گردشگری شد، در این راستا نتایج نشان داد، در بین روستاهای مورد مطالعه، روستای لالان و شمشک در بهترین وضعیت قرار دارد، روستای حصارک در بدترین وضعیت، علت جایگاه بهتر روستای لالان و شمشک و جایگاه بدتر روستای حصارک، در فاصله نزدیک و دور این روستاها با پیست اسکی است، همچنین از دیگر علت‌ها می‌توان به این موضوع اشاره نمود که اقلیم روستای لالان و روستای شمشک مرطوب و اقلیم روستای حصارک نیمه خشک می‌باشد. به عبارت دیگر هر چه از اقلیم مرطوب به سمت اقلیم نیمه خشک می‌رویم، جایگاه روستاها بر اساس توسعه گردشگری‌شان تغییر می‌کند. در راستای اختلاف شدید بین روستاها از نظر برخورداری از شاخص‌های گردشگری، به شناسایی مجموعه بسترهای حاکم بر توسعه گردشگری پرداخته شد. نتایج نشان داد که، حکمروایی مطلوب گردشگری، نهادینه‌سازی فرهنگ گردشگری، رویکرد نامتمرکز گردشگری، تدوین برنامه راهبردی از طریق ظرفیت‌ها و توانمندی‌های رقابت‌پذیر گردشگری، تشکیل تیم تخصصی در زمینه توسعه گردشگری، توسعه زیرساخت‌های گردشگری، تبلیغات مناسب گردشگری، به عنوان بسترهای توسعه گردشگری انتخاب شد.

حکمروایی مطلوب گردشگری، یکی از معضلات مهم در دستیابی به توسعه گردشگری، ناهماهنگی سازمان‌های گردشگری می‌باشد. در این راستا، بسیاری از سازمان‌های گردشگری هماهنگ عمل نمی‌کنند و منافع سازمانی خود را در نظر می‌گیرند، و همین امر باعث می‌شود که پروژه‌های گردشگری زمان‌بر شود و یا اصلاً صورت نگیرد. همچنین متخصصان به مواردی از جمله: مدیریت منابع در راستای دستیابی به سند چشم‌انداز روستایی در راستای توسعه گردشگری، یکپارچه‌سازی سیاست‌ها و برنامه‌های دستگاه‌ها و سازمان‌های روستایی) اشاره نمودند. دومین بستر حاکم بر توسعه گردشگری، نهادینه‌سازی فرهنگ گردشگری می‌باشد، بسیاری از ساکنین روستایی هنوز بر این پندارند که گردشگری

عاملی برای تخریب روستا و آسیب‌رسانی به فرهنگ‌های محلی است، در این راستا لازم است فرهنگ‌سازی و گفت‌وگو سازی گردشگری در راستای ایجاد یک باور عمومی در جامعه صورت گیرد. دیگر بستر حاکم بر توسعه گردشگری از سوی متخصصان، رویکرد نامتمرکز گردشگری است. رویکرد (بالا به پایین)، همواره بسیاری از سازمان‌های دولتی و غیردولتی را درگیر خود کرده است، این رویکرد در تمامی سازمان‌ها رخنه کرده، و بسیاری از طرح‌های توسعه از جمله گردشگری را با مشکل اساسی مواجه نموده است. در این راستا، لازم است رویکرد نامتمرکز گردشگری بر مبنای (پایین به بالا) و مشارکت جامعه محلی، در سازمان‌های منطقه و گردشگری با هدف توسعه گردشگری اعمال شود، تا مهارت برنامه ریزی گردشگری با زبان و عمل مردم انجام شود. چهارمین بستر حاکم بر توسعه گردشگری، تدوین برنامه راهبردی از طریق ظرفیت‌ها و توانمندی‌های رقابت‌پذیر گردشگری، می‌باشد که تاکید فراوان بر شناسایی مزایای رقابتی در زمینه‌های طبیعی و زیست محیطی، تاریخی، فضایی و کالبدی، اجتماعی و اقتصادی دارد. همچنین به شناسایی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری با تاکید بر نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها می‌پردازد. دیگر بستر حاکم بر توسعه گردشگری، تشکیل تیم تخصصی در زمینه توسعه گردشگری، می‌باشد. تیم متخصص در زمینه گردشگری و مسائل مرتبط با روستا، در توسعه گردشگری امری ضروری می‌باشد، بر این اساس، باید تیم‌های متشکل از شورای روستا، دهیار، جوانان تحصیل کرده، سرمایه‌گذاران و اعضای هیئت علمی تشکیل شود. ششمین بستر حاکم بر توسعه گردشگری، توسعه زیرساخت‌های گردشگری است، در این راستا از دیدگاه متخصصان، می‌توان با گسترش زیرساخت‌های رویدادمنداری و برگزاری رویداد‌های علمی، هنری و ورزشی، جلب مشارکت مردمی و سمن‌ها، کیفیت و تنوع راه‌ها و وسایل دسترسی، کیفیت و تنوع سامانه‌های حمل و نقل عمومی، شرایط مناسب را برای گردشگری فراهم نمود. در نهایت آخرین بستر حاکم بر توسعه گردشگری، تبلیغات مناسب می‌باشد، که می‌توان با تصویرسازی و طراحی لوگوهای متناسب با جاذبه‌های ناحیه روستایی رودبار قصران، و طراحی هویت بومی منطقه در راستای گردشگری و اطلاع‌رسانی از هر یک از جاذبه‌ها، در این راه گام برداشت. همچنین نتایج نشان داد، از بین بسترهای حاکم، حکمروایی مطلوب گردشگری بیشترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده است.

در ادامه نیز، نتایج به منظور مجموعه پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری نشان داد، پیامدهای (توسعه پایدار گردشگری، ارتقاء کیفیت زندگی، رونق بازاریابی، افزایش آگاهی و دانش گردشگری در روستاها) شناسایی شد، که بر اساس نتایج به دست آمده، پیامد توسعه پایدار بیشترین اهمیت را به خود اختصاص داده است. رسیدن به توسعه پایدار رابطه مستقیمی با حرکت آن روستا برای رسیدن به گردشگری مطلوب دارد. هدف از ساخت گردشگری، فکر کردن به محل سکونت به عنوان یک اثر هنری است که در آن روستاییان می‌توانند در ایجاد یک مکان مطلوب برای زندگی تعامل و همکاری داشته باشند. در این راستا، چند تن از متخصصان مطرح نمودند: با ورود گردشگری، عرصه‌های روستایی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، کالبدی توسعه می‌یابند، و به مرور نیز این عامل در بهبود کیفیت زندگی شان نیز موثر می‌باشد. در ادامه نیز ساکنین محلی با منافع صنعت گردشگری آشنا می‌شوند و مشارکت کسب و کارهای گردشگری در فرآیند برنامه‌ریزی بلندمدت برای گردشگری در روستاها فراهم می‌شود و همه اینها در افزایش تمرکز برنامه‌ریزان گردشگری به ویژگی‌های منحصربه‌فرد منطقه بیشتر می‌شود. در نهایت افزایش آگاهی و دانش گردشگری در بین ساکنین محلی از طریق: کسب مهارت‌های جدید به منظور مشارکت در صنعت گردشگری در همه سنین افراد، افزایش بکارگیری فناوری‌های نوین برای کمک به بهبود در تفسیر جاذبه‌های گردشگری، افزایش جوانان آموزش دیده با آموزش مربوط به عناصر مهم گردشگری) صورت می‌گیرد.

در نهایت نتایج نشان داد که بین بسترهای حاکم و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری در ناحیه کوهستانی رودبار قصران ارتباط معنادار و مثبتی وجود دارد، به عبارت دیگر، زمانی می‌توان پیامدهای (توسعه پایدار گردشگری، ارتقاء کیفیت زندگی، رونق بازاریابی، افزایش آگاهی و دانش گردشگری) را انتظار داشت که

بسترهای حاکم (حکمروایی مطلوب گردشگری، نهادینه‌سازی فرهنگ گردشگری، رویکرد نامتمرکز گردشگری، تدوین برنامه راهبردی از طریق ظرفیت‌ها و توانمندی‌های رقابت‌پذیر گردشگری، تشکیل تیم تخصصی در زمینه توسعه گردشگری، توسعه زیرساخت‌های گردشگری، تبلیغات مناسب گردشگری) محقق شود، و تا زمانی که این بسترها اتخاذ نگردد، نمی‌توان انتظار توسعه گردشگری در این ناحیه را داشت.

۶- منابع

- اربابی سبزواری و آزاده، علیزاده، محمد. زمانی، حمید. رحیمی، محمد (۱۳۹۸). کاربرد ماتریس لئوپولد ایرانی در تبیین اثرات اجتماعی-اقتصادی فیزیکی پروژه گردشگری هزاره و یک شهر (مطالعه موردی: پروژه هزار و یک شهر منطقه ۲۲ تهران). فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی شهری، ۳۰(۱)، ۳۳-۱. https://urb.dehaghan.iau.ir/article_665674_ec1adf38fc9d8f8a0f15f951a14261c6.pdf
- افراخته، حسن و جلالیان، حمید. آرامی، ابراهیم (۱۳۹۸). تحلیل عوامل موثر در رقابت‌پذیری گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سرعین). مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۴(۲)، ۴۵۷-۴۷۲. <https://www.sid.ir/paper/175990/fa>
- ایمانی خوشخو، محمدحسین و نادعلی‌پور، زهرا (۱۳۹۵). ارائه الگوی مفهومی رقابت‌پذیری مقصد گردشگری در چارچوب توسعه پایدار. فصلنامه علمی و پژوهشی گردشگری و توسعه، ۵(۷)، ۸۴-۱۰۶. <https://www.sid.ir/paper/514767/fa>
- برومند، بابک و کاظمی، علی. رنجبریان، بهرام (۱۳۹۷). توسعه مدل بومی سنجش رقابت‌پذیری گردشگری مقاصد گردشگری ایران. تحقیقات بازاریابی نوین، ۸(۲)، ۱۵-۱۲۲. <https://doi.org/10.22108/nmrj.2018.105465.1339>
- بزرگر، صادق و حیدری، محمدتقی. رسولی، محمد (۱۴۰۰). تبیین راهبردهای توسعه گردشگری با تاکید بر مزیت‌های رقابت‌پذیری مطالعه موردی: شهرستان سقز. گردشگری شهری، ۸(۴)، صص ۲۹-۴۲. <https://doi.org/10.22059/jut.2021.317548.875>
- تودارو، مایکل (۱۳۸۳). توسعه اقتصادی در جهان سوم. ترجمه غلامعلی فرجادی، تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی. <http://www.nosabooks.com/WebUI/book.aspx?simorgh=1&marckey=1380876&marckind=3>
- حیدری، محمدتقی و رحمانی، مریم. خانمرادی، سجاد. حقی، یعقوب (۱۴۰۰). تبیین راهبردی پیشران‌های رقابت‌پذیری گردشگری در دستیابی به بازارهای هدف گردشگری مورد مطالعه: استان زنجان. گردشگری و توسعه، ۱۰(۳). <https://www.doi.org/10.22034/jtd.2020.223240.1987>
- خان‌زاده، حامد و رهنورد، فرج‌اله. بامداد، ناصر. محمودزاده، سید مجتبی (۱۴۰۰). مدل تبیین رقابت‌پذیری گردشگری شهرهای توریستی در ایران. تحقیقات بازاریابی نوین، ۱۱(۲)، ۴۵-۶۸. <https://doi.org/10.22108/nmrj.2021.126677.2339>
- خانی، فسیله و قاسمی وسمه جانی، ابوطالب. قنبری نسب، علی (۱۳۸۸). بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی (مطالعه موردی، روستای چمخاله، شهرستان لنگرود)، جغرافیای انسانی، ۱۱(۴)، ۵۱-۶۴. <https://www.sid.ir/paper/177054/fa>
- زروکی، شهریار و اولیایی‌نسب، مرضیه (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر رشد گردشگری با تاکید بر رقابت‌پذیری مقصد کاربردی از روش داده‌های تابلویی پویا و تخمین‌زن GMM-Sys. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۶(۲۳)، ۷۷-۱۰۴. <https://www.doi.org/10.22080/jtpd.2018.1765>
- فرزین، محمدرضا و شکاری، فاطمه. عزیززی، فاطمه (۱۳۹۷). رقابت‌پذیری مقصد گردشگری: تحلیل اهمیت-عملکرد (مورد مطالعه: شهر یزد و شهر شیراز). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۳(۴۴)، ۲۱۹-۲۴۷. <https://doi.org/10.22054/tms.2018.9653>
- فرزین، محمدرضا و نادعلی‌پور، زهرا (۱۳۸۹). عوامل موثر بر مزیت رقابتی مقصدهای گردشگری در ایران (مورد مطالعه: منطقه چابهار). مطالعات گردشگری، ۵(۱۴)، ۴۱-۶۷. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23223294.1389.5.14.2.4>
- Brida, J.G & Risso, W.A. (2009). Tourism as a factor of long-run economic growth: An empirical analysis for Chile". European Journal of Tourism Research, 2(2), 178-185 <http://dx.doi.org/10.54055/ejtr.v2i2.36>
- Cossío-Silva, F. & Ángeles Revilla-Camacho, M. & Vega-Vázquez, M. (2018) The tourist loyalty index: A new indicator for measuring tourist destination, Journal of Innovation & Knowledge, 1, pp. 1-9 <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.10.003>
- Dieke, P. U. (2005). Critical success factors for tourism development in less developed countries (LDCs).

- El-Said, O. and Aziz, H. (2019). Egypt's competitiveness: Empirical examination of the relationship between destinations attributes, tourist satisfaction, and behavioral intentions among the hotel guests. *Tourism and Hospitality Management*, 21(1):1-21. <https://doi.org/10.20867/thm.25.1.2>
- Gomezelj Omerzel, D. (2011). The local business sector's perception of the competitiveness of Slovenia as a tourist destination". *Turizam: znanstveno-stručni časopis*, 59(1), 25-46 https://www.researchgate.net/publication/285936220_The_local_business_sector's_perception_of_the_competitiveness_of_Slovenia_as_a_tourist_destination
- Kum, H. Aslan, A. Gungor, M. (2015). Tourism and economic growth: The case of Next- 11 Countries". *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(4), 1075-1081 <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijefi/issue/31971/352244>
- Lee, C & King, B. (2009). "A determination of destination competitiveness for Taiwan's hot springs tourism sector using the Delphi technique". *Journal of Vacation Marketing*, 15, 243-257 <http://dx.doi.org/10.1177/1356766709104270>
- Nadian, M. (2013). Iranian Tourism Competition Evaluation from the Beginning of the Fourth to the Fifth Development Plan. Graduate Course. Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. (In Persian).
- Noronha, R. (1977). Social and cultural dimensions of tourism: A review of the literature in English. In English, draft report (to be issued as a World Bank WorkingPaper, 1977); <https://archivesholdings.worldbank.org/draft-working-paper-social-and-cultural-dimensions-of-tourism-a-review-of-the-literature-in-english-prepared-by-raymond-noronha-consultant-for-the-tourism-projects-department>
- Ntloko, N. J. & Swart, K. (2008). Sport tourism event impacts on the host community: A case study of Red Bull Big Wave Africa. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 30(2), 79-93. <http://dx.doi.org/10.4314/sajrs.v30i2.25991>
- Reisinger, Y. Michael, N. Hayes, J. P. (2019). Destination competitiveness from a tourist perspective: A case of the United Arab Emirates. *International Journal of Tourism Research*, 21(2), 259-279. <https://doi.org/10.1002/jtr.2259>
- Sharpley, R & Telfer J. D. (2002). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Cambrian Printers Ltd. https://books.google.com/books/about/Tourism_and_Development.html?id=Wvo1sIjZH3UC
- Wong, P. P. W. & Teoh, K. (2015) the influence of destination competitiveness on customer-based brand equity, *Journal of Destination Marketing & Management*. 4(4) pp. 206–212 <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.05.001>
- Woyo, E. & Slabbert, E. (2019). Crossborder destination marketing of attractions between borders: The case of Victoria Falls. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(2), 145-165. <http://dx.doi.org/10.1108/JHTI-10-2018-0073>

