

Evaluating the Competitiveness of Iran's Winter Tourism Destinations

Hooman Sabzavi * 

Sports and Health Tourism Department, Faculty of Management University of Tehran, University of Tehran, Tehran, Iran

Amin Dehghan Dehghan Ghahfarokhi 

Department of Sports Management, University of Tehran, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

Abstract

With the growing competition in the tourism industry and the increasing expectations of tourists for a unique experience, competitiveness has gained heightened importance as a key component in the success of tourist destinations. Despite this, the concept has rarely been scientifically examined, and no systematic assessment of the competitive status of winter destinations in Iran has been conducted so far. Accordingly, this study was carried out with the aim of identifying the dimensions affecting competitiveness and ranking Iran's active ski resorts, using a mixed-method approach in two qualitative and quantitative phases. In the qualitative phase, through a systematic literature review and the application of the fuzzy Delphi technique, the opinions of 18 experts in tourism and sports were collected and analyzed, leading to the identification of 23 indicators across six main dimensions. In the quantitative phase, the statistical population consisted of 302 tourism and sports managers and experts, selected purposefully and based on expertise. Data were collected using a researcher-made questionnaire, validated for reliability and validity. For data analysis, one-way ANOVA and Tukey's post-hoc test were used. The findings revealed significant differences in competitiveness indicators among Iran's ski resorts. Among them, Tochal Ski Resort ranked highest in most dimensions, while Kakan ranked lowest. The results of this study can assist policymakers and stakeholders involved in the development of winter tourism destinations to evaluate their status across various indicators and dimensions and enhance their overall competitiveness.

Keywords: Destination Competitiveness, Winter Tourism, Ski Resort, Sport Tourism

* Corresponding Author: hoomansabzavi78@ut.ac.ir

How to Cite: Sabzavi, H., Dehghan, A. (?). Evaluating the Competitiveness of Iran's Winter Tourism Destinations. *Tourism Management Studies*, ?? (?)

Introduction

In recent years, the global tourism industry has undergone significant changes in demand patterns, with experiential quality and destination uniqueness becoming key factors in tourists' decision-making. Within this context, winter tourism particularly skiing has grown rapidly. Despite Iran's mountainous geography and numerous ski resorts, no structured scientific research has been conducted on the competitiveness of these destinations, and most existing studies have focused on European and North American markets. This study aimed to evaluate and rank the competitiveness of Iran's active ski resorts in order to identify their strategic positions and strengths. A mixed-methods approach was employed: in the qualitative phase, a systematic review of literature and competitiveness models followed by a fuzzy Delphi technique involving 18 experts led to the identification and validation of 23 indicators across six main dimensions (general infrastructure, tourism infrastructure, destination image, destination management, resources and attractions, and demand conditions). In the quantitative phase, a questionnaire based on these indicators was distributed among 302 specialists and officials from tourism and sports organizations. Instrument validity was confirmed using CVR and CVI, while reliability was verified through Cronbach's alpha and composite reliability. Data were analyzed using one-way ANOVA and Tukey's test.

The results revealed significant differences in resort competitiveness, grouping them into six statistical clusters. Tochal ranked highest, benefiting from its proximity to the capital and good accessibility. Kakan ranked lowest, showing deficiencies in infrastructure, branding, and services. Resorts such as Dizin, Darbandsar, and Pooladkaf were positioned at medium-to-high levels. This variation highlights the lack of coordinated investment and strategic planning in certain regions. Theoretically, by localizing competitiveness indicators, this research contributes to the literature on winter tourism competitiveness in emerging economies. Practically, it offers recommendations such as improving infrastructure, implementing strategic branding, hosting events, enhancing stakeholder coordination, and adopting sustainable policies to improve destination image and competitiveness. Ultimately, this study introduces a localized model for evaluating and ranking the competitiveness of Iranian ski resorts and, through comparative evidence, provides a useful tool for decision-making and the future development of the country's winter tourism sector.

Literature Review

Destination competitiveness has been widely discussed in tourism literature, often through models such as Dwyer and Kim's (2003) integrated model. However, few studies have applied these frameworks in the context of emerging winter tourism markets. This review synthesizes prior research on competitiveness indicators, winter tourism development, and comparative evaluations of ski resorts.

Methodology

This research employed a sequential exploratory mixed-methods design. In the qualitative phase, a systematic literature review and Fuzzy Delphi Technique were used to identify and validate competitiveness indicators. In the quantitative phase, a structured questionnaire was distributed to 302 professionals, and data were analyzed using ANOVA and Tukey's post-hoc test.

Results

The analysis showed statistically significant differences among the ski resorts in all six dimensions of competitiveness. Tochal ranked highest overall, while Kakan was identified as the least competitive. The classification of resorts into six statistically distinct groups illustrates the disparity in resource allocation and strategic focus.

Limit the use of borders or lines in a table to those needed for clarity. In general, use a border at the top and bottom of the table, beneath column headings, and above column spanners. You may also use a border to separate a row containing totals or other summary information from other rows in the table. Do not use vertical borders to separate data and do not use borders around every cell in a table. Use spacing between columns and rows and strict alignment to clarify relations among the elements in a table. Also, add one blank double-spaced line between the table and any text to improve the visual presentation.

Discussion

The findings suggest that geographical accessibility, management effectiveness, and branding are the primary factors distinguishing high-performing ski resorts from others. The gap between top and bottom performers reflects the uneven development policies and lack of coordinated investment in winter tourism across regions.

Conclusion

This study developed a localized model for assessing ski resort competitiveness and demonstrated its application through a national case study. Its results offer valuable insights for strategic planning and policy formulation in Iran's winter tourism sector.

Acknowledgments

The authors gratefully acknowledge the support of the Ministry of Cultural Heritage, Tourism, and Handicrafts and all experts who participated in the Delphi process and field survey.

ارزیابی رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی ایران

هومن سبزوئی  * گروه گردشگری ورزش و سلامت، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران

امین دهقان  گروه مدیریت ورزشی دانشگاه تهران، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران

چکیده

با گسترش رقابت در صنعت گردشگری و افزایش انتظارات گردشگران برای تجربه‌ای متمایز، توجه به رقابت پذیری به عنوان یک مؤلفه کلیدی در موفقیت مقاصد گردشگری اهمیت فزاینده‌ای یافته است. با این وجود این مفهوم به ندرت مورد واکاوی علمی قرار گرفته و تاکنون ارزیابی نظام‌مندی از وضعیت رقابتی مقاصد زمستانی کشور صورت نگرفته است. بر همین اساس، این پژوهش با هدف شناسایی ابعاد موثر بر رقابت پذیری و رتبه‌بندی پیست‌های اسکی فعال ایران به صورت آمیخته و در دو فاز کیفی و کمی انجام شد. در فاز کیفی، با بهره‌گیری از مرور نظام‌مند ادبیات و استفاده از تکنیک دلفی فازی، نظرات ۱۸ نفر از خبرگان گردشگری و ورزش گردآوری و تحلیل شد و ۲۳ شاخص در شش بُعد اصلی شناسایی گردید. در فاز کمی، جامعه آماری شامل ۳۰۲ نفر از مدیران و کارشناسان گردشگری و ورزش بود که به صورت هدفمند و سرآمد انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته با تأیید روایی و پایایی بود و برای تحلیل داده‌ها از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه و آزمون تعقیبی توکی استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که پیست‌های اسکی ایران از نظر شاخص‌های رقابت پذیری تفاوت معناداری با یکدیگر دارند. در این میان، پیست توجال بالاترین جایگاه رقابتی را در اغلب ابعاد به خود اختصاص داد و پیست کاکان نیز در پایین‌ترین رتبه قرار گرفت. نتایج پژوهش به سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان مرتبط با توسعه مقاصد گردشگری زمستانی مورد ارزیابی یاری می‌رساند تا با بررسی وضعیت مقصد در هریک از شاخص‌ها و مؤلفه‌ها به بهبود وضعیت رقابت پذیری خود بپردازند.

کلیدواژه‌ها: رقابت پذیری مقصد، گردشگری زمستانی، پیست اسکی، گردشگری ورزشی

مقدمه

امروزه گردشگری زمستانی و در راس آن صنعت گردشگری اسکی به عنوان یکی از سریع‌ترین بازارهای در حال رشد صنعت گردشگری شناخته می‌شود. در این راستا Vanat (2024) اظهار داشت علیرغم اثرات منفی گرمایش جهانی زمین و همه‌گیری کرونا، تعداد گردشگران و پیست‌های اسکی به طور مداوم در حال افزایش هستند و اسکی‌بازان، به ویژه در کشورهای دارای گردشگری زمستانی توسعه یافته، در فرآیند انتخاب مقصد صدها گزینه دارند. طبق آخرین گزارشات Vanat (2024) اکنون بیش از ۶۰۰۰ مقصد گردشگری زمستانی فعال در ۱۰۰ کشور وجود دارد و شمار گردشگران اسکی در سراسر جهان از ۳۸۰ میلیون نفر فراتر رفته است که این رقم مقاصد گردشگری زمستانی را در زمره بیشترین جذب کنندگان گردشگران، در بین انواع گونه‌های گردشگری پس از گردشگری ساحلی قرار می‌دهد (Mokhtarian et al., 2022; Bacos & Gabor, 2021).

ایران نیز به علت برخورداری از شرایط اقلیمی کوهستانی و وجود ارتفاعات برفگیر، سابقه تاریخی در ورزش‌های زمستانی از جمله اسکی دارد و به عنوان یکی از بازارهای روبه‌رشد در حیطه گردشگری ورزشی زمستانی به شمار می‌آید (Vanat, 2023). براساس آخرین گزارش‌ها، در حال حاضر ۱۹ پیست اسکی در ایران فعال هستند که مهم‌ترین آن‌ها شامل دیزین، شمشک، دربندسر و توچال در رشته‌کوه‌های البرز و همچنین پولادکف، فریدون‌شهر، تاریک‌دره و کاکان در رشته‌کوه زاگرس می‌باشند (فدراسیون اسکی و ورزش‌های زمستانی ایران، ۱۴۰۳). بررسی روند تعداد گردشگران ورودی نشان می‌دهد که این رقم از نیم‌میلیون نفر در سال ۲۰۱۷ به تقریباً یک میلیون نفر در سال ۲۰۲۳ افزایش یافته است و میانگین پنج سال اخیر حدود ۷۵۰ هزار نفر بوده است. با توجه به تأثیرات پاندمی کرونا و نوسانات برف، این آمار نشان‌دهنده رشد قابل توجه و امیدبخش گردشگری ورزشی زمستانی در ایران است (Vanat, 2023).

با وجود این رشد چشمگیر در فضای به شدت رقابتی صنعت گردشگری، تداوم موفقیت مقاصد گردشگری زمستانی در جذب گردشگران، چه در جهان و چه در ایران، در گرو متمایز شدن از رقبا و درک درست از مفهوم رقابت‌پذیری است. به گفته Ritchie & Crouch (2005) مفهوم رقابت‌پذیری در مقاصد گردشگری، همواره عامل تعیین‌کننده در جذب گردشگران و به حداکثر رساندن مزایای حاصل از آن است. در نتیجه مفهوم رقابت

پذیری به عامل کلیدی در بازارهای دایما در حال تغییر صنعت گردشگری تبدیل شده است که این امر لزوم توجه مدیران مقصد را به درک عواملی که موجب رقابت پذیری می شود، طلب می کند (Novais et al., 2018).

از آنجایی که رقابت پذیری که به عنوان یک عنصر مهم و حیاتی در راستای موفقیت مقاصد گردشگری شناخته می شود (Kovačević et al., 2018; Cronjé & du Plessis, 2020; Goffi., 2013)، در دو دهه گذشته تلاش های متعددی از سوی محققان گردشگری، مدیران مقصد و سازمان های بین المللی برای اندازه گیری رقابت پذیری مقاصد گردشگری و همچنین شناسایی عواملی که می توانند به تقویت و پایداری موقعیت های رقابتی آن ها کمک کنند، انجام پذیرفته است. علی رغم محبوبیت روز افزون آن به عنوان موضوع پژوهش، مطالعات رقابت پذیری مقاصد گردشگری عمدتاً با سه شکاف نظری کلیدی همراه بوده است. اول از همه به دلیل پیچیدگی و ماهیت چند وجهی بودن مفهوم رقابت پذیری مقصد، هیچ اجماعی در خصوص اینکه رقابت پذیری مقصد به چه معناست و معیارهایی که به تقویت رقابت پذیری یک مقصد کمک می کنند، وجود ندارد. (Knežević et al., 2016). بدنه ادبیات پژوهشی نیز بر این حقیقت تأکید دارد که رقابت پذیری در مقصد را نمی توان به مجموعه ای کوچک از عوامل تعیین کننده خلاصه کرد (Cordova-Buiza & Serruto, 2024). در همین راستا، پژوهشگران مختلف بسته به ماهیت و کارکرد هر مقصد، بر ابعاد و شاخص های متفاوتی تأکید داشته اند؛ از جمله زیرساخت ها و کیفیت دسترسی به مقصد (Hallmann et al., 2014; Evren & Kozak, 2018)، منابع طبیعی (Yangutova et al., 2023)، مدیریت و سیاست مقصد (Moradi et al., 2024)، شهرت مقصد (Hallmann et al., 2012; 2023; Wue et al., 2024)، جذابیت مقصد (Laurent Botti, 2013)، تصویر مقصد (Frochot & Kreziak, 2008) و تعاملات بین سازمانی (Rachel Bocquet, 2008). بنابراین، می توان استنباط کرد که مطالعات در مورد رقابت پذیری مقصد دارای یک ویژگی مشترک هستند، و آن دشواری پژوهشگران برای توافق بر روی معیارهای مشابهی است که به رقابت پذیری یک مقصد گردشگری کمک می کند.

دومین شکاف به تفاوت و بعضاً تضاد در رویکردهای مفهومی نسبت به رقابت پذیری مقصد مربوط می شود. در این میان، برخی مطالعات با رویکردی درونی، رقابت پذیری را بر پایه شاخص ها و ویژگی های مطلق هر مقصد و مستقل از سایر مقاصد ارزیابی می کنند. در مقابل، گروهی دیگر بر رویکردی بیرونی تأکید داشته و رقابت پذیری را مفهومی نسبی دانسته و سنجش آن را تنها از طریق مقایسه عملکرد مقصد با رقبای مشابه امکان پذیر می دانند. (نویس و همکاران، ۲۰۱۸). در این زمینه ادبیات موجود در حوزه رقابت پذیری گردشگری زمستانی عمدتاً به مطالعات تک موردی و بررسی های مطلق محدود شده (قبادی و نوروزی، ۱۳۹۴؛ عزیززاده سولا و همکاران، ۱۴۰۰) و پژوهش های چند نمونه ای و روش مند که جایگاه رقابتی چند پیست را به صورت هم زمان بسنجند و اولویت های توسعه ای را مبتنی بر شواهد تعیین کنند، اندک است (Evren & Kozak, 2018).

و سوم، تا آنجا که می دانیم عمده مطالعات رقابت پذیری بر روی مقاصد پیشرفته ورزش های زمستانی مانند کانادا (Hudson et al., 2004)، ایتالیا (Sainaghi, 2008)، فرانسه (Frochot & Kreziak, 2008)، اتریش، آلمان و سوئیس (Hallmann et al., 2014) روسیه (Yangutova et al., 2023) و ترکیه (Evren & Kozak, 2018) متمرکز بوده است و این موضوع مهم از منظر اقتصادهای در حال توسعه مانند ایران و بر بستر مقاصد گردشگری زمستانی کشور مورد بررسی قرار نگرفته است. این در حالی است که مطالعه رقابت پذیری بر روی این مقاصد می تواند به عنوان یک محرک کلیدی برای افزایش درآمد بین المللی، ایجاد شغل و توسعه زیرساخت ها کشور باشد (Cimbaljevi et al., 2024). در این راستا، Bull & Weed (1999) بر این باورند که ورزش به طور فزاینده ای با صنعت گردشگری درهم آمیخته و به ابزاری برای رشد و توسعه اقتصادی مقاصد، به ویژه در گردشگری زمستانی، تبدیل شده است (Serbulent & Nurunnisa, 2007). این ادغام در کشورهای در حال توسعه ای مانند ایران، که با چالش هایی نظیر بیکاری، محدودیت منابع ارزی و رشد اقتصادی پایین مواجه اند، اهمیت دوچندان دارد (حسنوند و همکاران، ۱۳۹۳). در چنین شرایطی، گردشگری ورزشی به عنوان یکی از سریع ترین بخش های در حال رشد صنعت گردشگری، می تواند نقش محرک در رشد و بازسازی اقتصادی این کشورها ایفا کند (آهنگری و همکاران، ۱۳۹۸؛ عزیزان کهن و همکاران، ۱۴۰۳).

از این رو، با توجه به سه شکاف مطرح شده، یعنی (۱) عدم یکپارچگی و توافق بین محققان بر روی شاخص های رقابت پذیری مقصد. (۲) دوگانگی مفهومی میان رقابت پذیری مطلق و نسبی و (۳) عدم توجه محققان به مقاصد گردشگری زمستانی در کشورهای در حال توسعه مانند ایران با وجود پتانسیل قابل توجه این مقاصد در جذب گردشگران بین المللی و اهمیت گردشگری ورزشی در ارتقای رقابت و تنوع بخشی اقتصادی این مطالعه به دنبال ارزیابی و مقایسه رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی در ایران است.

با توجه به این خلأها، این پژوهش تلاش می کند با ارائه یک چارچوب نظری تلفیقی و بومی، شکاف های موجود در ادبیات علمی را پر کند و همزمان کاربرد عملی این چارچوب را برای مدیران و سیاست گذاران فراهم سازد. از منظر نظری، مطالعه حاضر با ادغام شاخص ها و ابعاد شناخته شده در مطالعات پیشین، به توسعه ادبیات رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی کمک می کند و رویکرد مقایسه ای چندموردی را به کار می گیرد که در پژوهش های پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از منظر کاربردی، یافته های پژوهش به مدیران و سیاست گذاران مقاصد گردشگری زمستانی در ایران این امکان را می دهد تا جایگاه رقابتی مقاصد خود را شناسایی کرده، اولویت های سرمایه گذاری و توسعه زیرساخت ها را مشخص و برنامه های بازاریابی را به صورت هدفمند طراحی کنند. به این ترتیب، یافته های این مطالعه هم به توسعه دانش نظری در زمینه رقابت پذیری مقاصد گردشگری کمک می کند و هم به مدیران و سیاست گذاران امکان می دهد تصمیمات مبتنی بر شواهد برای ارتقای مزیت رقابتی مقاصد اتخاذ کنند. به همین دلیل، سوالاتی که این پژوهش به دنبال پاسخ به آن است، این است که چه عواملی بر رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی تاثیر می گذارند و جایگاه رقابتی مقاصد گردشگری زمستانی در ایران نسبت به هم چگونه است؟

پیشینه پژوهش

رقابت پذیری مقصد

رقابت پذیری مقصد مفهومی است که در طول زمان تکامل یافته است. نظریه های مزیت نسبی ریکاردو و مزیت رقابتی پورتر، چارچوب های بنیادی برای مطالعه رقابت پذیری مقصد بوده اند (Tse & Tong, 2020). Ritchie & Crouch (2003) بر این باورند که یک مقصد تنها زمانی می تواند به رقابت پذیری دست یابد که مزیت های رقابتی و نسبی خود را

مورد توجه قرار دهد و این ابعاد را در راهبردهای توسعه و بهبود مقصد بگنجانند. مزیت نسبی به دسترسی به منابع مقصد اشاره دارد، در حالی که مزیت رقابتی به توانایی مقصد در بهره‌برداری کارآمد از این منابع مربوط می‌شود (Dwyer & Kim, 2003). با وجود مطالعات گسترده در زمینه رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری، (Novais et al., 2018) استدلال می‌کنند که به دلیل پیچیدگی و ماهیت چندبعدی این مفهوم، درک مشترک و واحدی از آن در میان پژوهشگران وجود ندارد (Dwyer & Kim, 2003; Zehrer & Hallmann, 2015).

برای نمونه، (D'Hartserre 2000) رقابت‌پذیری مقصد را توانایی مدیریت و افزایش سهم بازار مقصد تعریف کرده است. در تعریفی دیگر، (Ritchie & Crouch 1999) بر این باورند که رقابت‌پذیری مقصد به توانایی یک مکان در فراهم آوردن کیفیت بالای زندگی برای ساکنان آن اشاره دارد. (Hong 2008) مشخص کرده است که رقابت‌پذیری یک مقصد را می‌توان به عنوان توانایی آن در خلق، یکپارچه‌سازی و ارائه تجربه‌هایی به گردشگران در قالب کالا یا خدمات با ارزش افزوده تعریف کرد. (Du Plessis et al., 2015) نیز اظهار داشتند که مقصد زمانی رقابت‌پذیر در نظر گرفته می‌شود که توانایی افزایش مخارج گردشگری، جذب مستمر گردشگران و تولید خدمات مرتبط با گردشگری را داشته باشد و در عین حال پایداری مقصد برای آینده حفظ شود. همچنین (Dwyer & Kim 2003) تأکید می‌کنند که یک مقصد رقابت‌پذیر باید در جنبه‌های مختلف تجربه گردشگری موفق‌تر از رقبای خود عمل کند. بنابراین، برای رقابت در بازار جهانی گردشگری، مقاصد باید نوآور، متمایز و همواره در حال ارتقای تجربه یا رضایت گردشگران خود باشند (Dalakis et al., 2018).

مدل‌های رقابت‌پذیری مقصد

از اواخر دهه ۱۹۹۰، توجه علمی چشمگیری به موضوع رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری و نحوه موفقیت این مقاصد در بازارهای رقابتی معطوف شده است (Moradi et al., 2023; Khelashvili & Okroshidze, 2025). این مطالعات عمدتاً بر درک بهتر فرآیندهای رقابتی و شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر رقابت‌پذیری تمرکز داشته‌اند. در این راستا، مدل‌های گوناگونی برای سنجش رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ارائه شده‌اند که بسیاری از آنها بر اساس چارچوب نظری پورتر شکل گرفته‌اند (Cronjé & du Plessis, 2020).

Moradi et al., 2023). این چارچوب، رقابت‌پذیری مقاصد را بر مبنای مزیت نسبی منابع موجود و مزیت رقابتی ناشی از بهره‌برداری بهینه از این منابع تحلیل می‌کند (Moradi et al., 2023). این دیدگاه در مدل‌های مختلفی توسط پژوهشگرانی مانند Crouch and Dwyer and Kim Heath, (2002) Ritchie (1999, 2000), Hassan (2000) (2003) و شاخص توسعه سفر و گردشگری^۱ (World Economic Forum, 2024) گسترش یافته است.

مدل Ritchie & Crouch (2000) شامل پنج لایه مجزا است که رقابت‌پذیری مقاصد را با در نظر گرفتن عواملی مانند سیاست‌های مقصد، برنامه‌ریزی و توسعه، مدیریت مقصد، منابع اصلی و جاذبه‌ها تحلیل می‌کند. در این مدل، توجه ویژه‌ای به تحلیل شرایط و منابع حمایتی نیز شده است. مدل Dwyer and Kim (2003) نیز رقابت‌پذیری مقاصد را از منظر منابع طبیعی و میراثی، منابع ایجادشده و منابع حمایتی بررسی کرده و بر نقش اساسی مدیریت مقصد در بهره‌برداری از این منابع تأکید دارد. در این مدل، رقابت‌پذیری مقصد به عنوان مجموعه‌ای از ویژگی‌های مختلف، شامل مدیریت منابع، شرایط محیطی و منابع ایجادشده، تعریف می‌شود. مدل Hassan (2002) به‌طور خاص بر پایداری محیطی به عنوان یک عامل کلیدی در رقابت‌پذیری تمرکز دارد. این مدل چهار عامل اصلی را شامل می‌شود: مزیت نسبی، ساختار صنعت، تمرکز بر نیازهای مشتری و تعهد به محیط‌زیست. Hassan (2002) تأکید دارد که توسعه پایدار و حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی برای رقابت‌پذیری بلندمدت یک مقصد ضروری است. مدل Heath (2002) به‌طور خاص بر اهمیت افراد به‌عنوان یک عامل کلیدی موفقیت تأکید دارد و ارتباطات و اطلاعات را به‌عنوان پیوندهای اساسی در توسعه رقابت‌پذیری بلندمدت مقصد گردشگری معرفی می‌کند. در مدل هیث، رقابت‌پذیری مقصد گردشگری به‌صورت خانه‌ای چهارعنصری در نظر گرفته شده است که شامل پایه‌های رقابت‌پذیری، تعاملات میان ویژگی‌های رقابتی، چارچوب بازاریابی راهبردی مقصد، و افراد می‌شود. در سال ۲۰۰۷، معرفی شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگر که از سال ۲۰۲۱ با عنوان شاخص توسعه سفر و گردشگری شناخته می‌شود، نقطه عطفی در اندازه‌گیری رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری محسوب می‌شود. این شاخص، کشورها را بر اساس عملکرد رقابتی آن‌ها در گردشگری در ۵ شاخص فرعی و ۱۷ محور از جمله سیاست‌ها، قوانین زیست‌محیطی، ایمنی و زیرساخت‌ها رتبه‌بندی می‌کند. با این

حال، این شاخص بیشتر برای مقایسه کشورها مناسب است و نمی‌تواند ویژگی‌های خاص هر مقصد را در تحلیل رقابت‌پذیری در نظر بگیرد. (Khin et al., 2014) با اشاره به محدودیت‌های برخی مدل‌های موجود برای سنجش رقابت‌پذیری مقصد، مدلی تلفیقی پیشنهاد کردند که شاخص‌های اصلی رقابت هر مقصد را در بر گیرد. با توجه به تفاوت‌های جغرافیایی، پیشینه فرهنگی و کاربری خاص مقاصد گردشگری، استفاده از مجموعه‌ای واحد از شاخص‌ها برای تمامی مقاصد امکان‌پذیر نیست. بنابراین، برای دستیابی به تحلیل جامع و دقیق، مطالعه رقابت‌پذیری باید چارچوبی متناسب با نوع مقصد تدوین کند؛ چارچوبی که عوامل و شاخص‌های مؤثر بر رقابت را با توجه به ویژگی‌های خاص هر مقصد شناسایی کرده و تصویری کامل از موقعیت رقابتی آن ارائه دهد.

رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی

با واکاوی در ادبیات پژوهش می‌توان مطالعات متعددی را در زمینه رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی یافت. در یکی از اولین مطالعات انجام‌شده در زمینه و بستر گردشگری زمستانی، (Hudson et al., 2004) با بهره‌گیری از مدل (Ritchie & Crouch 1999) به بررسی رقابت‌پذیری پیست‌های اسکی کانادا پرداختند. یافته‌های آنان نشان داد که عواملی همچون کیفیت برف، سهولت دسترسی و مدیریت مقصد از شاخص‌های کلیدی به شمار می‌آیند که می‌توانند به شکل معناداری در افزایش توان رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی نقش آفرینی کنند. (Rachel Bocquet 2008) معتقد بود که کیفیت تعاملات بین سازمانی و موقعیت جغرافیایی پیست می‌تواند باعث مزیت رقابتی منحصر به فرد در مقابل رقبا منجر شود و به بهبود رقابت‌پذیری پیست‌های اسکی فرانسه کمک کند. از نظر بوکه همکاری مؤثر بین مشاغل و خدمات با کیفیت بالا برای جذب و حفظ بازدیدکنندگان ضروری است و در نهایت منجر به عملکرد بهتر در چشم انداز رقابتی مقاصد گردشگری زمستانی می‌شود.

در پژوهشی دیگر (Faullant et al., 2008) نشان دادند که کیفیت شیب‌ها و خدمات اطلاعاتی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران و رقابت‌پذیری پیست‌های اسکی در سوئیس هستند و پس از آن نسبت قیمت به کیفیت، تنوع تفریحات و دسترسی به استراحتگاه قرار دارند. در همان سال (Sainaghi 2008) نیز مطالعه‌ای در مورد ارزیابی عملکرد و جایگاه‌یابی مقاصد گردشگری زمستانی ایتالیا از دید گردشگران انجام داد. یافته‌های پژوهش

نشان داد که پیست‌های اسکی با دوره‌های طولانی اقامت، بالاترین توان رقابت پذیری را نسبت به سایر پیست‌های ایتالیا داشتند. در مقابل (Frochot & Kreziak 2008) بر اهمیت درک تصویر مقصد توسط گردشگران به عنوان شاخص کلیدی جهت افزایش رقابت پذیری پیست‌های اسکی فرانسه تأکید کردند.

Stankova (2011) با بررسی رقابت پذیری مقصد گردشگری زمستانی در بلغارستان نشان داد که کیفیت مسیرها و تجهیزات اسکی، دسترسی آسان به پیست، قیمت خدمات و امکانات اقامتی و تفریحی مناسب از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر توان رقابت پذیری پیست‌های این کشور هستند. علاوه بر این، ارائه فعالیت‌های فرهنگی و تفریحی غیرورزشی، خدمات سلامت و اسپا و سرمایه‌گذاری در تبلیغات نیز نقش مهمی در تقویت موقعیت رقابتی مقاصد زمستانی دارد و همزمان توجه به توسعه پایدار موجب ارتقای جایگاه رقابتی پیست‌های اسکی می‌شود.

Hallmann et al., (2012) در پژوهشی دیگر در زمینه گردشگری زمستانی، در قالب مدل (Ritchie & Crouch 1999) به شناسایی عواملی که ذینفعان مقصد برای رقابت پذیرتر شدن مقاصد خود مهم می‌دانند، پرداختند. نتایج مطالعه آنان نشان داد که هرچند مشخصه‌های تعدیل کننده و تقویت کننده در مقصد مانند ایمنی، تصویر و آگاهی به‌طور کلی بیشترین اهمیت را در رقابت پذیری پیست‌های اسکی دارند، اما اولویت‌های خاص بسته به گروه ذی‌نفعان تغییر می‌کند. (Botti 2013) نیز به تحلیل مقایسه‌ای از عوامل رقابت پذیری پیست‌های اسکی در کوه‌های پیرنه فرانسه پرداخت و بر عملکرد اپراتورهای تله‌کابین به عنوان یک شاخص اصلی از رقابت پذیری تمرکز کرد. نتایج این پژوهش بر اهمیت زیرساخت‌های تله‌کابین و مدیریت در تأثیرگذاری بر جذابیت و در نهایت رقابت پذیری پیست‌های اسکی تأکید دارد.

به فاصله‌ی یک سال بعد تقریباً همان تیم پژوهشی (Hallmann et al., 2014) در پژوهش خود به رقابت پذیری پیست‌های اسکی منطقه آلپ از دید گردشگران سه کشور آلمان، اتریش و سوئیس پرداختند. هدف این پژوهش بررسی و تشخیص آن بود که چه عوامل و مولفه‌هایی از رقابت پذیری مقصد بر رضایت درک شده گردشگران تأثیر دارد. نتایج پژوهش آنان نشان داد که زیرساخت‌ها، دسترسی به مقصد، مهمان‌نوازی، تنوع فعالیت‌های

موجود در مقصد، حس ایمنی و امنیت و تصویر مقصد ویژگی‌های کلیدی برای رضایت درک شده توسط گردشگران و افزایش رقابت پذیری پیست‌های اسکی هستند.

فقدان مطالعات تجربی در مورد ارزیابی رقابت پذیری مقاصد گردشگری از هر دو طرف عرضه و تقاضا، تیم پژوهشی (Hallmann et al., 2015) را بر آن داشت تا در راستای پر کردن این خلا پژوهشی، در مطالعه جدید خود به بررسی رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی در مناطق کوهستانی آلپ از دید دو سمت گردشگران و ذی نفعان مقصد بپردازند. بنابراین هدف اصلی و تمرکز پژوهش آنان بر روی ترکیب عوامل و ابعاد رقابت پذیری درک شده توسط گردشگران و ذینفعان از جمله افراد محلی، کارآفرینان، سیاستمداران و کارمندان شاغل در پیست‌های اسکی منطقه آلپ بود. نتایج پژوهش آنان نشان داد که شاخص‌هایی مانند کیفیت اقامت، کارکنان هتل، مدیریت اطلاعات، برنامه ریزی و سیاست مقصد به طور قابل توجهی بر رقابت پذیری پیست‌های اسکی تأثیر می‌گذارند.

(Evren & Kozak 2018) در پژوهشی با هدف ارزیابی رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی از منظر هر دو سوی عرضه و تقاضا، به تحلیل مقایسه‌ای دیدگاه گردشگران در پنج پیست اسکی منتخب ترکیه پرداختند. یافته‌های این مطالعه نشان داد که ارتقای رقابت پذیری مقاصد زمستانی از دید تقاضا مستلزم تمرکز بر کیفیت تجربه واقعی گردشگران، شامل شرایط برف، سیاست‌های قیمت گذاری، سطح خدمات و سهولت دسترسی است؛ در حالی که از دید عرضه، تأکید اصلی بر مدیریت حرفه‌ای مقصد، بازاریابی کارآمد و سرمایه گذاری در توسعه زیرساخت‌ها و سیاست‌های حمایتی قرار دارد.

در پژوهشی دیگر (Yangutova et al., 2023) با هدف ارزیابی رقابت پذیری پنج پیست اسکی واقع در اطراف دریاچه بایکال روسیه، چارچوبی جامع متشکل از پنج بُعد اصلی و ۴۲ شاخص پایه طراحی کردند. این ابعاد شامل منابع طبیعی، منابع گردشگری، حمایت دولتی و عمومی، خدمات و مدیریت آن‌ها، و زیرساخت‌ها بودند. شاخص‌ها نیز بر مبنای معیارهایی نظیر شرایط محیطی، امکانات اقامتی و خدماتی، سیاست‌های حمایتی، کیفیت زیرساخت‌ها و جذابیت‌های طبیعی و فرهنگی انتخاب شدند تا تصویری جامع از سطح رقابت پذیری مقاصد ارائه شود. نتایج تحلیل‌ها نشان داد که در میان ابعاد یادشده، منابع طبیعی محلی و سطح توسعه زیرساخت‌ها نقش محوری و تعیین کننده در ارتقای رقابت پذیری پیست‌های اسکی ایفا می‌کنند و از اهمیت بالاتری نسبت به سایر عوامل برخوردارند.

در داخل نیز مطالعاتی در خصوص مبحث رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی در نقاط مختلف کشور، انجام شده است. به عنوان نمونه در یکی از معدود مطالعات انجام شده در این زمینه، جانباز قبادی و نوروزی (۱۳۹۴) در پژوهشی با هدف شناسایی عوامل موثر بر رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی با رویکرد کمی به بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل رقابتی پیست اسکی دیزین به عنوان یکی از پیست های بین المللی ایران پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که عواملی مانند سرمایه گذاری برای ارتقای امکانات و خدمات پیست اسکی، بهبود کیفیت دسترسی به مقصد، توسعه، تبلیغ و بازاریابی محصولات گردشگری، مناسب سازی قیمت ارائه خدمات در مقصد، مدیریت و برنامه ریزی مقصد گردشگری بر رقابت پذیری پیست بین المللی اسکی دیزین تاثیر گذار خواهد بود.

در پژوهشی دیگر، علیزاده سولا و همکاران (۱۴۰۰) با رویکرد کمی و با استفاده از مدل رقابت پذیری مقصد دوایر و کیم، به بررسی ویژگی ها و مولفه های موثر بر رقابت پذیری شهرستان مشکین شهر در بخش گردشگری زمستانی استان اردبیل پرداختند. نتایج تحلیل نتایج این پژوهش، عوامل رقابت پذیری شهرستان مشکین شهر در گردشگری زمستانی را در هفت دسته، منابع طبیعی مورد نیاز گردشگران زمستانی، منابع فرهنگی، منابع انسان ساخت بر محور گردشگری زمستانی، منابع حمایتی، شرایط تقاضا، محرک های موقعیتی مدیریت مقصد شناسایی می کند. همچنین در بین عوامل شناسایی شده، عامل منابع طبیعی به عنوان اولویت اول و شرایط تقاضا برای بخش گردشگری زمستانی شهرستان مشکین شهر به عنوان اولویت آخر در بین عوامل شناسایی شدند.

با وجود انجام مطالعات متعدد در داخل و خارج کشور پیرامون رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی، مرور نقادانه این پژوهش ها نشان می دهد که همچنان اجماعی بر سر تعریف واحد و جامع از این مفهوم وجود ندارد. افزون بر این، متغیرهای محیطی و زمینه ای اثر گذار بر رقابت پذیری به طور کامل تبیین نشده و تضادهایی در رویکردهای مفهومی از جمله تمایز میان ارزیابی مطلق و نسبی مشاهده می شود. همچنین، شواهد تجربی کافی درباره مقاصد گردشگری زمستانی ایران در دسترس نیست. در نتیجه، به نظر می رسد مطالعات موجود هر یک صرفاً بخشی از تصویر کلی این پدیده را ترسیم کرده و پازل جامع رقابت پذیری در این حوزه همچنان ناقص باقی مانده است.

از همین‌رو منطقی نیست پژوهش‌های جدیدی که از سوی محققان مختلف در مقاصد و زمینه‌های متنوع و متفاوت طراحی می‌شوند، بر مبنای الگوهای پژوهش‌های پیشین انجام گیرند چراکه فارق از اینکه مقاصد در نقاط مختلف نسبت به همدیگر وجوه تمایزات بعضاً متنوعی دارند بسترهای تخصصی از جمله گردشگری زمستانی نیز دلیلی محکم بر این است که پژوهشگران از مدل‌ها، ابزارها و عوامل مختص به این حوزه‌ی خاص استفاده و با نگاهی تخصصی به مساله مورد نظر بتوانند به چارچوب مناسب با توجه به شرایط و بافت محیطی مقصد مورد نظر خود دست یابند. از سوی دیگر در خصوص روش‌ها و ابزارهای استفاده شده در مطالعات انجام شده چه در داخل و چه در خارج از کشور پارادیم قالب کمی‌گرایی و اکثریت قریب به اتفاق آنها با استفاده از ابزار پرسشنامه (Hudson et al., 2004; Stankova, 2011; Hallmann et al., 2012, 2014) و بر مبنای یکی دو مدل شناخته‌شده در این زمینه ریچی و کراوچ (Hallmann et al., 2012, 2014) دواپر و کیم (علیزاده سولا و همکاران، ۱۴۰۳) بنا نهاده شده و مورد استفاده قرار گرفته‌اند؛ بر همین اساس در این پژوهش سعی شد با پوشش دادن نقاط قابل تأمل ذکر شده فوق در خصوص مطالعات انجام شده پیشین از ابزارها، رویکردهای مختلف به منظور دستیابی و شناسایی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری مقصد گردشگری زمستانی استفاده شود که با استفاده از این کار شاید بتوان نقاط ضعف (شکاف موجود) پژوهش‌های پیشین را تا حدی پوشش داد.

بنابراین با جمع‌بندی پژوهش‌های انجام شده می‌توان دریافت که با وجود انجام چند مطالعه در زمینه رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی ایران، این تحقیقات عمدتاً به ارزیابی مطلق رقابت‌پذیری مقاصد پرداخته و جنبه مقایسه‌ای میان مقاصد رقیب را لحاظ نکرده‌اند. به عبارت دیگر، این مطالعات بر سنجش ویژگی‌ها و شاخص‌های داخلی هر مقصد به‌طور جداگانه متمرکز بوده‌اند و موقعیت نسبی آنها در میان سایر مقاصد مشابه مورد تحلیل قرار نگرفته است. این محدودیت نشان می‌دهد که هیچ پژوهش جامعی تاکنون رقابت‌پذیری مقاصد زمستانی ایران، به ویژه آنهایی که تمرکز اصلی‌شان بر فعالیت‌های تفریحی و ورزشی مانند پیست‌های اسکی است، را از منظر مقایسه‌ای و در چارچوبی جامع بررسی نکرده است. بنابراین، نیاز به مطالعه‌ای که با رویکرد مقایسه‌ای و با در نظر گرفتن رقبا، ابعاد مختلف رقابت‌پذیری را در این مقاصد ارزیابی کند، کاملاً احساس می‌شود و این پژوهش درصدد رفع این مورد خواهد بود.

جدول ۱ خلاصه‌ای از پیشینه پژوهش‌های انجام شده در حوزه رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی را نشان می‌دهد.

جدول ۱. عوامل شناسایی شده رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی در پیشینه پژوهش

بُعد	شاخص	منبع
زیرساخت عمومی	دسترسی	Evren and Kozak (2018), Yangutova et al., (2023)
	فناوری اطلاعات	Evren and Kozak (2018), Botti (2013)
	خدمات اورژانسی	Hallmann et al (2012), Hallmann et al (2014)
	خدمات بهداشتی	Hallmann et al. (2012), Evren and Kozak (2018)
	کیفیت اقامتگاه‌ها	Sainaghi (2008), Hallmann et al (2015), Stankova (2011)
	امکانات پذیرایی	Hallmann et al (2015), Evren and Kozak (2018), Ghobadi & Norouzi (2015)
زیرساخت گردشگری	قیمت بلیت اسکی	Evren and Kozak (2018), Stankova(2011)
	کیفیت برف	Evren and Kozak (2018), Hallmann et al. (2012), Yangutova et al., (2023)
	تنوع شیب‌های پیست	Evren and Kozak (2018), Hudson et al. (2004)
	ظرفیت پیست	Evren and Kozak (2018), Yangutova et al., (2023)
	تعداد بالابرها	Evren and Kozak (2018), Stankova(2011),Botti (2013)
	کیفیت بالابرها	Evren and Kozak (2018), Faullant et al. (2008),Botti (2013)
تصویر مقصد	تنوع فعالیت‌های ورزشی	Hallmann et al (2014), Evren and Kozak (2018)
	میزبانی رویدادهای ورزشی	Sainaghi (2008), Hallmann et al (2015)
	تفریحات پس از اسکی	Hallmann et al (2015), Evren and Kozak (2018)
	ایمنی و امنیت	Evren and Kozak (2018), Stankova(2011)
	مهمان نوازی	Hallmann et al (2012), Evren and Kozak (2018)
	ارزش در برابر هزینه	Hallmann et al (2012), Evren and Kozak (2018)
جاذبه‌ها و منابع	آب‌وهوای مطلوب	Evren and Kozak (2018), Hallmann et al. (2012), Hudson et al. (2004)
	منابع طبیعی	Hudson et al. (2004), Yangutova et al., (2023)
مدیریت مقصد	خدمات اطلاعاتی	Evren and Kozak (2018), Stankova(2011),Botti (2013)
	آموزش منابع انسانی	Hallmann et al. (2012)
	کیفیت خدمات	Hallmann et al. (2014)
	تبلیغات و بازاریابی مقصد	Evren and Kozak (2018),Ghobadi & Norouzi (2015)
	سیاست و مدیریت مقصد	Hudson et al. (2004), Yangutova et al., (2023)
	آگاهی و ادراک	Alizadeh Sola e al (2021), Hudson et al. (2004), Khin et al (2014)
تقاضا	ترجیحات و انگیزه	Khin et al (2014), Alizadeh Sola e al (2021)

محدوده مورد مطالعه پژوهش

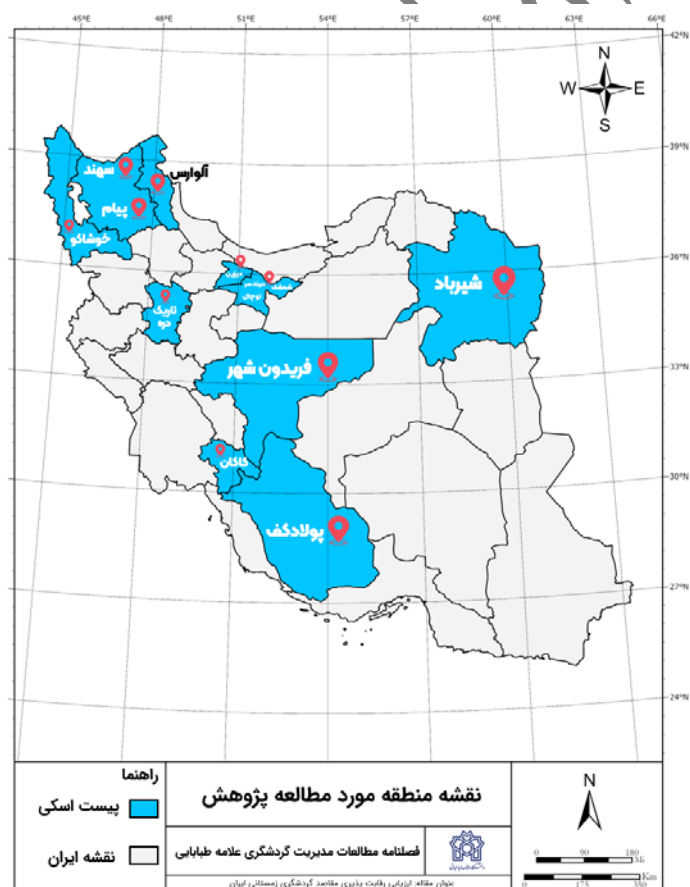
کشور ایران به علت بر خور داری از شرایط اقلیمی کوهستانی و وجود ارتفاعات برفگیر و همچنین داشتن ده‌ها پیست اسکی فعال، یکی از مقاصد بالقوه و در حال رشد گردشگری زمستانی در غرب آسیا محسوب می‌شود. در این میان، پیست دیزین به‌عنوان بزرگ‌ترین و مرتفع‌ترین پیست کشور شناخته می‌شود که مجوز برگزاری مسابقات بین‌المللی از فدراسیون جهانی اسکی را نیز داراست. پیست‌های شمشک و دربندسر به‌واسطه نزدیکی به پایتخت و سهولت دسترسی، نقش مهمی در جذب گردشگران داخلی ایفا می‌کنند و پیست توچال نیز با موقعیت ممتاز در شمال تهران و امکان دسترسی سریع از طریق تله‌کابین، یکی از در دسترس‌ترین مقاصد اسکی کشور محسوب می‌شود. افزون بر این، در سایر نقاط کشور نیز پیست‌هایی همچون سهند تبریز، خوشاکو ارومیه، تاریک‌دره همدان، فریدون‌شهر اصفهان، شیرباد مشهد و کاکان یاسوج فعال هستند که هرچند از نظر تجهیزات فنی و خدمات رفاهی نسبت به مقاصد مطرح کشور در سطح پایین‌تری قرار دارند، اما از ظرفیت‌های بالایی برای توسعه ورزش‌های زمستانی برخوردارند. برای تعیین محدوده مورد مطالعه پژوهش، مقاصد گردشگری زمستانی فعال در ایران (با استعلام از فدراسیون اسکی و ورزش‌های زمستانی) با در نظر گرفتن معیارهایی از قبیل تعداد بالابرها، ارتفاع، طول شیب و ظرفیت هتل که معیارهای عینی مهم برای مقاصد گردشگری زمستانی هستند، ارزیابی شدند. این معیارها پیش‌تر در مطالعه (Evren & Kozak, 2018) برای انتخاب پیست‌های ارزیابی جایگاه رقابتی ترکیه به کار رفته‌اند و بر اساس نظرات دو تن مشاوران فدراسیون اسکی، برای این پژوهش نیز ضروری تشخیص داده شدند. با توجه به این معیارهای در نظر گرفته شده دوازده مقصد پیشرو گردشگری زمستانی ایران در محدوده مطالعه قرار گرفتند (شکل ۱). جدول ۲ وضعیت این مقاصد را با توجه به هر معیار نشان می‌دهد.

جدول ۲. وضعیت پیست‌های اسکی ایران از منظر شاخص‌های عینی

مقصد	تعداد بالابر	ارتفاع	طول شیب	ظرفیت هتل	ظرفیت پیست
دیزین	۱۶	۳۵۱۰	۱۸	۱۲۹	۱۶۹۰۰
توچال	۷	۳۸۵۰	۶	۳۰	۸۶۰۰
دربندسر	۶	۳۶۰۰	۱۱	۳۳	۷۸۰۰
شمشک	۵	۳۰۵۰	۱۵	۳۳	۳۵۰۰
سهند	۴	۳۲۹۵	۶	۲۰	۳۰۰۰

مقصد	تعداد بالابر	ارتفاع	طول شیب	ظرفیت هتل	ظرفیت پیست
پولادکف	۲	۳۲۰۰	۱۲	۵۶	۲۴۰۰
خوشاکو	۳	۲۲۰۰	۳	۳۰	۱۰۰۰
تاریک‌دره	۲	۳۰۰۰	۰,۶	۳۰	۷۰۰
فریدونشهر	۲	۳۰۰۰	۴	۸	۱۰۰۰
کاکان	۲	۲۷۲۶	۰,۶	۱۰	۱۲۰۰
آلوارس	۱	۳۲۰۰	۲	۲۵	۸۰۰
شیرباد	۱	۳۲۰۰	۱,۱	۳۰	۷۲۰

شکل ۱. منطقه مورد مطالعه پژوهش



روش

هدف از این پژوهش ارزیابی و مقایسه رقابت پذیری پیست‌های اسکی ایران بود که به شیوه آمیخته و در دو فاز کیفی و کمی انجام شد. در همین راستا، این مطالعه در فاز کیفی، ابتدا به دنبال شناسایی عوامل کلیدی است که بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی تاثیرگذار هستند. بدین منظور در این فاز پژوهش ابتدا با مرور ادبیات و مدل‌های ارائه شده پیشین مربوط به حوزه پژوهش، لیست اولیه‌ای از عوامل موثر بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری در قالب مدل جامع رقابت‌پذیری (Khin et al., 2014) تهیه شد. با توجه به محدودیت‌های مدل‌های پیشین نظیر (Hassan, Crouch & Ritchie 1999, 2000)، (Heath 2002)، (Dwyer & Kim 2003) و با در نظر گرفتن انعطاف‌پذیری مدل (Khin et al., 2014) در تلفیق شاخص‌های مدل‌های پیشین و انطباق با ویژگی‌های متنوع مقاصد، این مدل پس از تعدیل و متناسب‌سازی با بستر گردشگری ورزشی زمستانی ایران به کار گرفته شد.

در ادامه به منظور متناسب‌سازی و غربال‌گری نهایی شاخص‌ها با تشکیل پانل خبرگان و دریافت نظرات متخصصان از تکنیک دلفی فازی استفاده شد. تصمیم بر این شد که تشکیل پانل خبرگان برای فاز کیفی پژوهش، بر اساس مجموعه خاصی از معیارهای از پیش تعریف شده (دارا بودن حداقل مدرک دکتری و سابقه انتشار مقالات علمی یا اجرای پروژه‌های پژوهشی در حوزه گردشگری و رقابت‌پذیری مقاصد) باشد تا از یکپارچگی مطالعه اطمینان حاصل شود. این تضمین می‌کند که متخصصان در زمینه‌های مربوطه قابل اعتماد و مورد توجه هستند جامعه آماری در فاز کیفی پژوهش را کلیه متخصصان، صاحب‌نظران، خبرگان دانشگاهی در رشته‌های مدیریت شهری، گردشگری، ورزشی و بازاریابی تشکیل داده‌اند. جهت نمونه‌گیری در فاز کیفی از روش نمونه‌گیری هدفمند و از نوع سرآمد بهره گرفته شد. رویکردی که مطابق با تأکید (Hasson et al., 2000) و سایر پژوهشگران، به‌ویژه در اجرای تکنیک دلفی فازی، به‌عنوان مناسب‌ترین شیوه شناخته می‌شود (Dawood et al., 2021). در خصوص حجم نمونه نیز، با توجه به پیشنهادها پیشین ۵ تا ۱۵ نفر توسط (Novakowski & Wellar 2008) و ۱۰ تا ۱۸ نفر توسط (Okoli and Pawlowski 2004) در این پژوهش ۱۸ متخصص به‌عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند (جدول ۳ را ببینید). در نهایت از نرم‌افزار میکروسافت اکسل برای تحلیل و ارزیابی دیدگاه‌های کارشناسان

استفاده شد. سنجش روایی در فاز کیفی پژوهش با اطمینان از سازگاری بین شاخص‌های اندازه‌گیری و ادبیات موجود انجام شد و بر اساس نظرات ۱۸ نفر از خبرگان حوزه گردشگری و مدیریت ورزشی مورد تأیید قرار گرفت. برای جمع‌بندی نظرات این خبرگان، از میانگین‌گیری استفاده شد تا اطمینان حاصل شود که شاخص‌ها از نظر مفهومی معتبر و با حوزه مطالعات مرتبط هستند. به منظور آزمون پایایی نیز، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و مقدار کلی این ضریب در این فاز پژوهش معادل ۰٫۸۷، محاسبه گردید و از آنجایی که مقادیر بالاتر از ۰٫۷ قابل قبول می‌باشند. پایایی ابزار در این پژوهش علاوه بر بررسی سازگاری داخلی شاخص‌ها، از طریق ثبات پاسخ‌های خبرگان بین دوره‌های مختلف فرآیند دلفی فازی نیز مورد ارزیابی قرار گرفت. تغییرات پاسخ‌ها در دوره‌های متوالی دلفی مورد تحلیل قرار گرفت و نشان داده شد که نظرات خبرگان به تدریج به توافق اجماعی پایدار رسید، که اعتبار و قابلیت اعتماد ابزار را تأیید می‌کند. پس از اجماع نظرات خبرگان درباره عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی و تهیه پرسشنامه نهایی پژوهش (فاز کیفی پژوهش)، در فاز کمی پژوهش، پرسشنامه پژوهش که در فاز کیفی توسط خبرگان نهایی شده بود، در اختیار پاسخ‌دهندگان قرار گرفت. پرسشنامه‌ای که برای این مطالعه طراحی شده است شامل دو بخش بود. بخش اول شامل شش سوال بود که برای شناسایی ویژگی‌های جمعیتی پاسخ‌دهندگان طراحی شد. در بخش دوم نیز عملکرد پیست‌های اسکی منتخب پژوهش (پیست‌های اسکی فعال در سال ۱۴۰۳) در هر یک از مولفه‌های رقابت‌پذیری، ارزیابی شد.

جامعه آماری در این فاز پژوهش شامل صاحب نظران، مدیران و معاونین وزارت میراث فرهنگی و گردشگری و فدراسیون‌های اسکی و ورزش‌های زمستانی و فدراسیون کوه نوردی و صعودهای ورزشی بودند. برای نمونه‌گیری در این فاز از روش نمونه‌گیری هدفمند و از نوع قضاوتی استفاده شد. تعیین حجم نمونه در این فاز با استفاده از نرم افزار G-Power براساس پیش فرض‌های لحاظ شده مبنی بر سطح آلفا ۰٫۰۵، توان آماری ۰٫۹۵ و اندازه اثر ۰٫۲ انجام شد که در نتیجه، ۳۰۲ نفر به عنوان حجم نمونه مناسب انتخاب گردیدند. روایی پرسشنامه در فاز کمی پژوهش، با استفاده از نسبت روایی محتوایی (CVR) و شاخص روایی محتوایی (CVI) توسط ۱۰ متخصص بررسی شد (رابطه ۱ و ۲). برای محاسبه شاخص روایی محتوایی CVI از خبرگان خواسته شد میزان مرتبط بودن هر گویه را با طیف

چهار قسمتی (غیر مرتبط، تاحدودی مرتبط، مرتبط، کاملاً مرتبط) مشخص کنند. نمره CVI هر گویه از تقسیم تعداد خبرگانی که گزینه‌های مرتبط و کاملاً مرتبط طیف را انتخاب کردند (متغیر X در رابطه ۲)، بر کل تعداد خبرگان بدست آمد. نتایج نشان داد که CVR همه گویه‌ها بالاتر از ۰,۶ و CVI بالاتر از ۰,۸ بوده که نشان‌دهنده روایی کافی است. پایایی پرسشنامه با شاخص آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی ارزیابی شد و از آنجایی که ضرایب تمامی ابعاد بالاتر از ۰,۷ بود، نشان از پایایی مناسب داده‌هاست. در نهایت در فاز کمی پژوهش، برای بررسی تفاوت رقابت‌پذیری پیست‌های اسکی ایران و رتبه‌بندی آن‌ها از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه و آزمون تعقیبی توکی در نرم افزار SPSS استفاده شد. شکل ۲ فرایند کلی انجام پژوهش در دو فاز کیفی و کمی را به طور خلاصه نشان می‌دهد.

$$CVR = \frac{n_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

رابطه ۱) نسبت روایی محتوایی

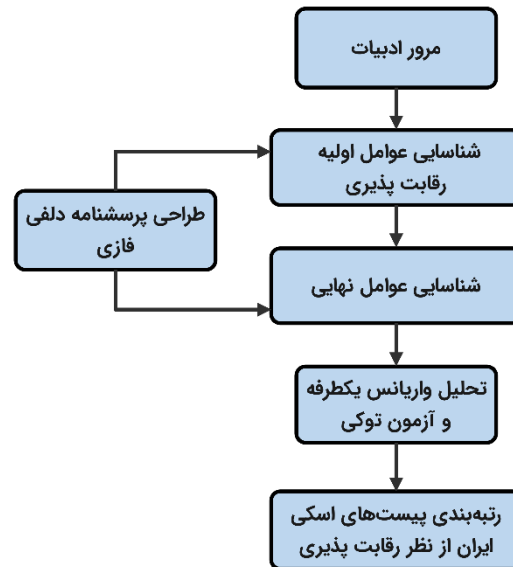
$$CVI = \frac{\sum X}{N}$$

رابطه ۲) شاخص روایی محتوایی

جدول ۳. اطلاعات دموگرافیک خبرگان پژوهش

رشته تحصیلی	مدرک تحصیلی	کد خبرگان
برنامه ریزی شهری	دکتری	E2,E4,E5,E18
مدیریت بازاریابی	دکتری	E3,E6,E7,E8
مدیریت گردشگری	دکتری	E1,E10,E11,E15,E17
مدیریت ورزشی	دکتری	E9,E12,E13,E14,E16

شکل ۲. فلوچارت فرایند انجام پژوهش



یافته‌ها

شناسایی عوامل موثر بر رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی

هدف اول این پژوهش در فاز کیفی شناسایی عوامل کلیدی موثر بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی بود. به منظور دستیابی به هدف تعیین شده از تکنیک دلفی فازی دو مرحله‌ای بهره گرفته شد. در ابتدا با مطالعه ادبیات فهرست اولیه‌ای از عوامل کلیدی موثر بر رقابت‌پذیری مقاصد در قالب مدل (Khin et al., 2014) تدوین شد. پس از تهیه فهرست اولیه، پرسشنامه طراحی شده به پنل خبرگان ارسال و در این مرحله از اعضای پنل سوال شد که آیا هر یک از عوامل شناسایی شده متناسب با موضوع پژوهش هستند یا خیر. در پرسشنامه طراحی شده مذکور، از یک طیف هفت گزینه‌ای از گزینه کاملاً بی اهمیت تا گزینه کاملاً با اهمیت برای هر یک از شاخص‌ها استفاده گردید. نظرات متخصصان که در پرسشنامه روش دلفی فازی جمع‌آوری شدند، با توجه به متغیرهای زبانی تعریف شده در جدول ۴، به اعداد فازی مثلثی متناظر تبدیل شدند و با استفاده از میانگین حسابی فازی (رابطه ۳)، دیدگاه خبرگان تجمیع شد. سپس برای فازی زدایی مقادیر (دی فازی) از رابطه ۴ استفاده شد. در

نهایت وضعیت هر گویه بر اساس حد آستانه در نظر گرفته شده (مقدار ۴) مشخص شد (Habibi et al., 2015). در تمامی رابطه‌های استفاده شده برای محاسبات فازی، L بیانگر حد پایین (کمترین عددی که خبرگان در طیف ۷ درجه‌ای لیکرت برای یک شاخص در نظر گرفتند)، M میانگین حسابی و U حد بالا طیف لیکرت پرسشنامه است. در نهایت همان‌طور که در جدول مرحله اول تکنیک دلفی فازی (جدول ۵) مشاهده می‌شود، تمامی ۲۳ عامل موجود در فهرست اولیه که تهیه شده بود، تأیید شدند.

$$F_{AVE} = \frac{\sum L}{n}, \frac{\sum M}{n}, \frac{\sum U}{n}$$

رابطه ۳) تجمیع دیدگاه و نظرات خبرگان

$$F(X) = \frac{L+M+U}{3}$$

رابطه ۴) فازی زدایی مقادیر (رابطه دی فازی)

جدول ۴. متغیرهای زبانی

متغیرهای زبانی	اعداد فازی مثلثی	طیف لیکرت
کاملاً بی اهمیت	(۰, ۰, ۱)	۱
خیلی بی اهمیت	(۰, ۰, ۳)	۲
بی اهمیت	(۰, ۱, ۵)	۳
متوسط	(۰, ۳, ۷)	۴
با اهمیت	(۰, ۵, ۹)	۵
خیلی با اهمیت	(۰, ۷, ۱)	۶
کاملاً با اهمیت	(۰, ۹, ۱)	۷

جدول ۵. نتایج محاسبات دلفی فازی مرحله اول

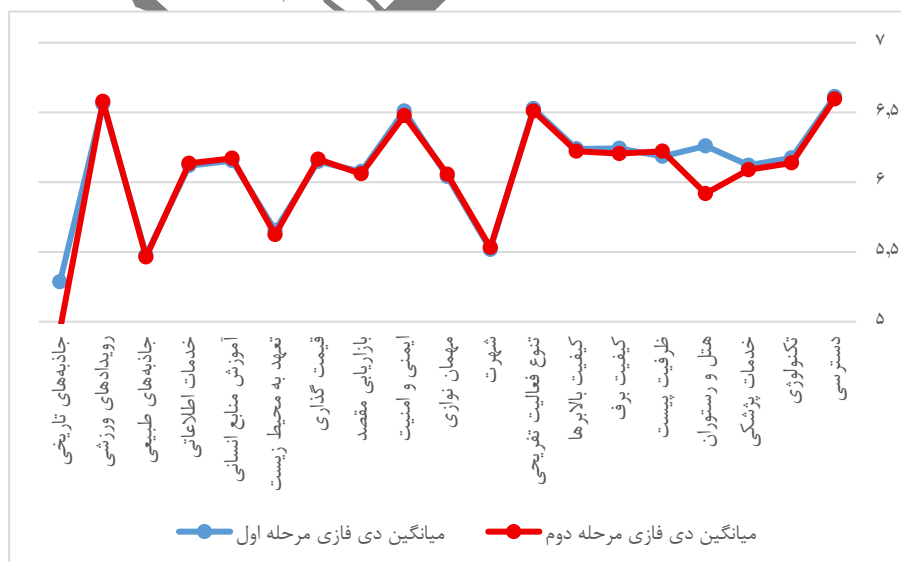
نتیجه نهایی	مقدار دی فازی شده	ارزش فازی			گویه	بُعد
		L	M	U		
پذیرش	۶,۶۱	۷	۶,۸۴	۶	دسترسی	زیر ساخت عمومی
پذیرش	۶,۱۷	۷	۶,۵۲	۵	تکنولوژی	
پذیرش	۶,۱۲	۷	۶,۳۶	۵	خدمات پزشکی	
پذیرش	۶,۲۶	۷	۶,۷۸	۵	هتل و رستوران	زیر ساخت گردشگری
پذیرش	۶,۱۸	۷	۶,۵۵	۵	ظرفیت پیست	
پذیرش	۶,۲۴	۷	۶,۷۳	۵	کیفیت برف	
پذیرش	۶,۲۴	۷	۶,۷۲	۵	کیفیت بالابرها	
پذیرش	۶,۵۳	۷	۶,۵۸	۶	تنوع فعالیت تفریحی	
پذیرش	۵,۵۲	۷	۵,۵۵	۴	شهرت	تصویر مقصد
پذیرش	۶,۰۴	۷	۶,۱۲	۵	مهمان نوازی	
پذیرش	۶,۵۱	۷	۶,۵۳	۶	ایمنی و امنیت	
پذیرش	۶,۰۸	۷	۶,۲۳	۵	بازاریابی مقصد	مدیریت مقصد
پذیرش	۶,۱۵	۷	۶,۴۴	۵	قیمت گذاری	
پذیرش	۵,۶۵	۷	۵,۹۶	۴	تعهد به محیط زیست	
پذیرش	۶,۱۵	۷	۴۶,۶	۵	آموزش منابع انسانی	
پذیرش	۶,۱۲	۷	۳۵,۶	۵	خدمات اطلاعاتی	
پذیرش	۵,۴۸	۷	۴۳,۵	۴	جاذبه‌های طبیعی	منابع و جاذبه‌ها
پذیرش	۶,۵۶	۷	۶۸,۶	۶	رویدادهای ورزشی	
پذیرش	۵,۲۹	۷	۸۶,۴	۴	جاذبه‌های تاریخی	
پذیرش	۵,۴۵	۷	۳۵,۵	۴	شرایط آب و هوایی	

ادامه جدول ۵. نتایج محاسبات دلفی فازی مرحله اول

نتیجه نهایی	مقدار دی فازی شده	ارزش فازی			گویه	بُعد
		L	M	U		
پذیرش	۶,۲۲	۵	۶,۶۷	۷	توجه به آگاهی	شرایط تقاضا
پذیرش	۶,۲۱	۵	۶,۶۲	۷	توجه به ترجیحات	
پذیرش	۵,۸۳	۵	۵,۵۰	۷	توجه به ادراک	

پس از نظرسنجی مرحله اول نیاز است که پرسشنامه دلفی برای بار دوم به پانل خبرگان ارسال شود تا با مقایسه نتایج دو مرحله و مشخص شدن میزان تفاوت نظرات خبرگان، تصمیم به ادامه یا توقف نظرسنجی گرفت. شکل ۳ اختلاف مرحله اول و دوم تکنیک دلفی فازی را نشان می‌دهد. با توجه به این که اختلاف نظرات مرحله اول و دوم دلفی فازی در مورد هر یک از شاخص‌ها کمتر از حد آستانه تعیین شده بود (مقدار ۴)، نظرسنجی از خبرگان متوقف و غربال‌گری شاخص‌ها به پایان رسید.

شکل ۳. مقایسه نظرات خبرگان در مرحله اول و دوم دلفی فازی



ارزیابی عملکرد رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی ایران

پس از شناسایی عوامل موثر بر رقابت پذیری، در فاز کمی پژوهش پرسشنامه‌ای به صورت آنلاین طراحی و از مسئولان و مدیران مقاصد منتخب خواسته شد تا عملکرد رقابت پذیری مقصد خود را با توجه به مقیاس ۵ امتیازی لیکرت در همه شاخص‌ها و در مقایسه با گروه مرجعی از مقاصد رقیب اعلام کنند. جدول شماره ۶ توزیع فراوانی مربوط به نمونه آماری پاسخ دهنده در این بخش را نشان می‌دهد.

جدول ۶. توزیع فراوانی پاسخ دهندگان بخش کمی پژوهش

پیست اسکی	فراوانی	درصد فراوانی	پیست اسکی	فراوانی	درصد فراوانی
دیزین	۴۰	۱۳,۲۰	توچال	۳۰	۹,۹۰
شمشک	۳۴	۱۱,۲۲	دریندسر	۲۷	۸,۹۱
سهند	۲۵	۸,۹۵	پولادکف	۲۳	۷,۵۹
خوشاکو	۱۸	۵,۹۴	تاریک دره	۲۲	۷,۲۶
فریدون شهر	۲۱	۶,۹۳	کاکان	۲۱	۶,۹۳
آلوارس	۲۵	۸,۲۵	شیرباد	۲۸	۹,۲۴
جمع	۳۰۲	۱۰۰			

در گام بعد برای بررسی معناداری تفاوت و مقایسه رقابت پذیری میان پیست‌های اسکی پژوهش، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. پیش از اجرای این آزمون، پیش‌فرض‌های آزمون تحلیل واریانس شامل نرمال بودن توزیع داده‌ها و همگنی واریانس‌ها بررسی شد. برای ارزیابی نرمال بودن، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد. با توجه به اینکه P-Value همه گویه‌ها بزرگتر از سطح معناداری بودند (مقدار ۰,۰۵)، فرض نرمال بودن داده‌ها تأیید شد. همچنین، جهت بررسی همگنی واریانس‌ها از آزمون لون (Levene's test) استفاده گردید. این آزمون تفاوت واریانس میان گروه‌ها را از طریق تحلیل انحراف مقادیر هر مشاهده از میانگین گروه مربوطه مورد ارزیابی قرار می‌دهد. آماره لون یک مقدار F است که بالا بودن P-Value مربوط به آن در ستون Sig از مقدار بحرانی ۰,۰۵، بیانگر آن است که دلیلی برای ناهمگنی واریانس‌ها وجود ندارد. با لحاظ شدن این پیش‌فرض در تمامی شش مورد بررسی، همگنی واریانس‌ها تأیید شد. در نهایت با توجه

به احراز تمامی پیش فرض‌ها، آزمون تحلیل واریانس یک طرفه با اطمینان اجرا شد که گزارش آن در جدول ۷ ارائه شد. مطابق نتایج این جدول از آنجایی که سطح معناداری تمامی ابعاد رقابت پذیری کمتر از سطح خطا ۰,۰۵ قرار دارد، لذا معناداری آزمون تایید می شود. یعنی به بیان دیگر میان ابعاد شش گانه رقابت پذیری در مقاصد ۱۲ گانه مورد بررسی (حداقل میان دو مقصد)، تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۷. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه

ابعاد	واریانس	جمع مربعات	df	میانگین مربعات	F	Sig
رقابت پذیری	بین گروهی	۱۲۱.۸۱۰	۱۱	۱۱.۰۷۴	۱۷۱.۵۱۶	.۰۰۰
	درون گروهی	۱۸.۷۲۳	۲۹۰	.۰۶۵		
	کل	۱۴۰.۵۳۳	۳۰۱			
زیر ساخت عمومی	بین گروهی	۱۸۰.۴۹۰	۱۱	۱۶.۴۰۸	۳۷.۰۸۷	.۰۰۰
	درون گروهی	۱۲۸.۳۰۴	۲۹۰	.۴۴۲		
	کل	۳۰۸.۷۹۵	۳۰۱			
زیر ساخت گردشگری	بین گروهی	۳۸۷.۷۱۹	۱۱	۳۵.۲۴۷	۱۶۳.۵۹۹	.۰۰۰
	درون گروهی	۶۲.۴۸۰	۲۹۰	.۲۱۵		
	کل	۴۵۰.۱۹۹	۳۰۱			
تصویر مقصد	بین گروهی	۳۴۲.۰۰۶	۱۱	۳۱.۰۹۱	۷۲.۱۷۸	.۰۰۰
	درون گروهی	۱۲۴.۹۲۱	۲۹۰	.۴۳۱		
	کل	۴۶۶.۹۲۷	۳۰۱			
مدیریت مقصد	بین گروهی	۲۰۱.۳۹۴	۱۱	۱۸.۳۰۹	۳۹.۵۷۷	.۰۰۰
	درون گروهی	۱۳۴.۱۵۵	۲۹۰	.۴۶۳		
	کل	۳۳۵.۵۵۰	۳۰۱			
منابع و جاذبه ها	بین گروهی	۴۴.۸۹۳	۱۱	۴.۰۸۱	۱۰.۲۲۸	.۰۰۰
	درون گروهی	۱۱۵.۷۱۷	۲۹۰	.۳۹۹		
	کل	۱۶۰.۶۰۹	۳۰۱			
شرایط تقاضا	بین گروهی	۱۴۶.۶۸۶	۱۱	۱۳.۳۳۵	۲۸.۰۰۱	.۰۰۰
	درون گروهی	۱۳۸.۱۰۹	۲۹۰	.۴۷۶		
	کل	۲۸۴.۷۹۵	۳۰۱			

در مرحله بعد برای رتبه بندی ۱۲ پست اسکی منتخب در هر یک از ابعاد شش گانه رقابت پذیری از آزمون تعقیبی توکی استفاده شد که به دلیل پرهیز از ارائه جداول متعدد، نتایج آزمون توکی در جدول ۸ و رتبه بندی پست‌های اسکی مورد مطالعه پژوهش در جدول ۹ ارائه شده است.

جدول ۸. نتایج آزمون توکی

مقصد	فراوانی خبرگان	رقابت پذیری	زیرساخت عمومی	زیرساخت گردشگری	تصویر مقصد	مدیریت مقصد	منابع و جاذبه‌ها	شرایط تقاضا
دیزین	۴۰	۳.۱۴	۱.۹۸	۳.۰۰	۴.۵۸	۲.۱۵	۴.۵۰	۲.۶۵
توچال	۲۸	۳.۸۹	۴.۰۷	۴.۰۰	۳.۸۲	۳.۸۹	۴.۱۴	۳.۴۳
دربندسر	۲۷	۳.۴۹	۲.۳۰	۳.۰۰	۴.۰۰	۲.۵۹	۴.۵۹	۲.۴۸
شمشک	۳۴	۲.۸۷	۲.۰۹	۲.۰۰	۴.۲۶	۱.۷۶	۴.۶۸	۲.۴۷
سهند	۱۵	۲.۰۶	۲.۴۰	۱.۱۳	۲.۱۳	۱.۲۷	۳.۸۷	۱.۶۰
پولادکف	۲۳	۳.۱۶	۲.۷۴	۳.۱۷	۲.۶۵	۳.۷۴	۳.۶۵	۳.۰۴
خوشاکو	۱۸	۱.۸۷	۱.۵۶	۱.۴۴	۱.۷۲	۱.۲۲	۳.۸۳	۱.۴۴
تاریک دره	۲۲	۲.۱۵	۱.۵۰	۱.۵۵	۲.۵۹	۱.۵۹	۳.۹۱	۱.۸۲
فریدون‌شهر	۲۱	۲.۱۶	۲.۰۰	۱.۶۷	۱.۸۶	۲.۴۸	۳.۵۷	۱.۴۳
کاکان	۲۱	۱.۷۳	۱.۱۰	۱.۱۹	۱.۳۸	۱.۴۸	۴.۱۹	۱.۱۰
آلوارس	۲۵	۳.۱۲	۳.۱۲	۳.۰۴	۲.۵۶	۲.۸۴	۴.۰۰	۳.۲۰
شیرباد	۲۸	۲.۷۷	۲.۸۹	۳.۱۱	۲.۴۳	۲.۳۲	۳.۶۱	۲.۲۹

جدول ۹. رتبه بندی پست‌های اسکی ایران بر اساس میزان رقابت پذیری و ابعاد آن

رتبه بندی	رقابت پذیری	زیرساخت عمومی	زیرساخت گردشگری	تصویر مقصد	مدیریت مقصد	منابع و جاذبه‌ها	شرایط تقاضا
۱	توچال	توچال	توچال	دیزین	توچال	شمشک	توچال
۲	دربندسر	آلوارس	دربندسر	شمشک	پولادکف	دربندسر	آلوارس
۳	پولادکف	شیرباد	پولادکف	دربندسر	آلوارس	دیزین	پولادکف
۴	دیزین	پولادکف	شیرباد	توچال	دربندسر	کاکان	دیزین
۵	آلوارس	سهند	آلوارس	پولادکف	فریدون‌شهر	توچال	دربندسر
۶	شمشک	دربندسر	دیزین	تاریک‌دره	شیرباد	آلوارس	شمشک
۷	شیرباد	شمشک	شمشک	آلوارس	دیزین	تاریک‌دره	شیرباد

ادامه جدول ۹. رتبه بندی پیست‌های اسکی ایران بر اساس میزان رقابت پذیری و ابعاد آن

رتبه بندی	رقابت پذیری	زیرساخت عمومی	زیرساخت گردشگری	تصویر مقصد	مدیریت مقصد	منابع و جاذبه‌ها	شرایط تقاضا
۸	فریدونشهر	فریدونشهر	فریدونشهر	شیرباد	شمشک	سهند	تاریکدره
۹	تاریکدره	دیزین	تاریکدره	سهند	تاریکدره	خوشاکو	سهند
۱۰	سهند	خوشاکو	خوشاکو	فریدونشهر	کاکان	پولادکف	خوشاکو
۱۱	خوشاکو	تاریکدره	کاکان	خوشاکو	سهند	شیرباد	فریدونشهر
۱۲	کاکان	کاکان	سهند	کاکان	خوشاکو	فریدونشهر	کاکان

بحث و نتیجه‌گیری

در فضای رقابتی و پیچیده صنعت گردشگری، مقاصد برای جذب گردشگران و ارتقای رضایت آن‌ها، ناگزیر به ارتقای مداوم رقابت‌پذیری خود هستند. با این وجود، مدیریت اثربخش رقابت‌پذیری در مقاصد گردشگری زمستانی با چالش‌های جدی مواجه است؛ چرا که از سویی، گردشگری زمستانی علیرغم برخورداری از ظرفیت‌های اقتصادی قابل توجه، با چالش‌های متعددی نظیر فصلی بودن تقاضا، آسیب‌پذیری نسبت به تغییرات آب‌وهوایی، وابستگی به زیرساخت‌های تخصصی، هزینه‌های بالای سرمایه‌گذاری و الزامات سخت‌گیرانه ایمنی و محیط‌زیستی روبه‌روست که این چالش‌ها پایداری، توسعه و ارتقای جایگاه رقابتی این نوع از گردشگری را در بسیاری از کشورها، از جمله ایران، با محدودیت‌هایی جدی مواجه کرده‌اند.

از سوی دیگر، با توجه به ماهیت چندبعدی رقابت‌پذیری و نبود یک الگوی جهان‌شمول برای سنجش آن، درک و تحلیل رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی ایران مستلزم تدوین شاخص‌هایی است که با ویژگی‌های جغرافیایی، اقلیمی، ساختاری و مدیریتی این مقاصد سازگار باشد و نیز پیچیدگی‌های چندلایه مفهوم رقابت‌پذیری را در نظر بگیرد. در همین راستا این مطالعه در ابتدا به دنبال پاسخ به این سوال بود که چه عواملی بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی ایران تأثیرگذار هستند؟ با توجه به اینکه تاکنون مطالعات معدودی در این حوزه انجام شده بود، از تکنیک دلفی فازی برای پاسخ به این پرسش استفاده شد که در آن خبرگان طی یک فرایند دو مرحله‌ای به توافق بر روی ۲۳ معیار در ۶ بُعد اصلی رسیدند. وجه تمایز این شاخص‌ها نسبت به شاخص‌های ارائه‌شده توسط محققان

دیگر، از سویی در کاسته شدن از تعداد آنها و از سوی دیگر متناسب سازی آنها با توجه به بافت مقاصد گردشگری زمستانی ایران بوده است. یافته های این بخش از پژوهش کمک به سزایی در پر کردن شکاف تئوریک شناسایی شده در ادبیات رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی داشته است.

با این وجود مهم ترین وجه تمایز این پژوهش با سایر پژوهش های انجام شده در این حوزه، ارزیابی، مقایسه و امکان رتبه بندی رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی ایران با استفاده از مولفه ها و شاخص های شناسایی شده در فاز کیفی پژوهش بوده است. گرچه مطالعات متعددی در زمینه مقایسه رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی انجام شده است، اما با این حال عمده این مطالعات یا بر روی مقاصد گردشگری زمستانی پیشرفته و سنتی ورزش های زمستانی مانند کانادا (Hudson et al., 2004)، ایتالیا (Sainaghi, 2008)، فرانسه (Frochot & Kreziak, 2008)، اتریش، آلمان و سوئیس (Hallmann et al., 2014)، ترکیه (Evren & Kozak, 2018) صورت گرفته است و این موضوع مهم از بر بستر مقاصد گردشگری زمستانی ایران مورد بررسی قرار نگرفته است، و یا اینکه رقابت پذیری یک مقصد را بدون در نظر گرفتن رقابتی موجود در بازار، مورد ارزیابی قرار داده اند (قبادی و نوروزی، ۱۳۹۴؛ علیزاده سولا و همکاران، ۱۴۰۰). بنابراین، با توجه به اینکه پژوهش حاضر امکان مقایسه توان رقابتی دوازده مقصد گردشگری زمستانی فعال در ایران را فراهم کرده است، از جامعیت، قابلیت اجرایی و کاربردپذیری بالاتری نسبت به مطالعات پیشین برخوردار است. برای دستیابی به این امکان، در فاز کمی پژوهش از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه و آزمون تعقیبی توکی برای بررسی تفاوت توان رقابتی پست های اسکی استفاده شد.

بر اساس نتایج آزمون تحلیل واریانس، در تمام ابعاد شش گانه رقابت پذیری شامل زیرساخت عمومی، زیرساخت گردشگری، تصویر مقصد، مدیریت مقصد، شرایط تقاضا و همچنین میانگین رقابت پذیری کلی، تفاوت معناداری میان دوازده پست اسکی مورد مطالعه وجود داشت. این نتیجه نشان می دهد که پست های اسکی ایران به لحاظ توان رقابت پذیری، در موقعیت های متفاوت و نامتوازن قرار دارند. در گام بعدی برای بررسی دقیق تر تفاوت های مشاهده شده و رتبه بندی پست ها، از آزمون تعقیبی توکی استفاده شد. نتایج آزمون توکی

نشان داد که پیست‌های اسکی ایران از منظر هر یک از ابعاد رقابت‌پذیری به گروه‌های آماری متمایز و معنادار تقسیم می‌شوند.

به طور مثال برای بُعد زیرساخت عمومی، پیست‌های اسکی ایران به شش گروه آماری قابل تمایز طبقه‌بندی شدند. در پایین‌ترین سطح، پیست‌های کاکان، تاریک‌دره و خوشاکو قرار دارند که از کمترین میزان توسعه‌یافتگی زیرساخت عمومی برخوردارند. در سطحی بالاتر، پیست‌های اسکی دیزین، فریدونشهر و شمشک قرار دارند که گرچه از وضعیت مطلوب فاصله دارند، اما نسبت به گروه اول وضعیت بهتری دارند. پیست دربندسر با قرارگیری در گروه سوم، در موقعیتی میان‌رده قرار گرفته و از زیرساخت نسبتاً بهتری نسبت به گروه‌های پیشین برخوردار است. در گروه چهارم، پیست‌های سهند و پولادکف جای می‌گیرند که شاخص زیرساخت عمومی در آن‌ها در وضعیت مطلوب‌تری قرار دارد. در گروه پنجم، پیست‌های شیرباد و آلوارس قرار دارند که نسبت به دیگر پیست‌ها از سطح زیرساخت قابل قبولی برخوردارند و در زمره مقاصد دارای توان زیرساختی بهتر محسوب می‌شوند. در نهایت، پیست توچال با بالاترین میانگین در شاخص زیرساخت عمومی به‌تنهایی در گروه ششم قرار گرفته و به عنوان پیش‌تاز توان رقابتی در این مؤلفه شناخته می‌شود.

نتایج این بُعد نشان‌دهنده شکاف عمیق و نامتوازن در کیفیت و گستره زیرساخت‌های عمومی در میان پیست‌های اسکی کشور است. شکاف گسترده زیرساختی در برخی پیست‌های اسکی کشور، به ویژه آن‌هایی که در پایین‌ترین سطح توسعه قرار دارند، نشان‌دهنده کمبود هماهنگی در سرمایه‌گذاری و ضعف در برنامه‌ریزی زیرساختی است. این وضعیت، نه تنها محدودیت‌هایی در دسترسی و جابه‌جایی گردشگران ایجاد می‌کند، بلکه توان رقابت‌پذیری کلی این پیست‌ها را نیز کاهش می‌دهد. برای کاهش این شکاف و ارتقای عملکرد رقابتی، لازم است اقدامات همزمان کوتاه‌مدت و بلندمدت در دستور کار قرار گیرد.

در کوتاه‌مدت، بهبود مسیرهای دسترسی و تقویت سیستم حمل‌ونقل عمومی پیرامون پیست می‌تواند سهولت دسترسی گردشگران را افزایش دهد و جریان بازدیدکنندگان را تسهیل کند. در کنار آن، توجه به خدمات پایه‌ای مانند برق، آب، سرویس‌های بهداشتی و امکانات رفاهی، کیفیت تجربه گردشگر را بهبود می‌بخشد. از نگاه بلندمدت، توسعه زیرساخت‌ها نیازمند سرمایه‌گذاری هدفمند و مشارکت بخش خصوصی است. ایجاد بسته‌های حمایتی مالی، تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و بهره‌گیری از مدل‌های مشارکتی می‌تواند

زمینه ارتقای زیرساخت‌های پیست و اماکن اطراف را فراهم کند. ترکیب این اقدامات می‌تواند نه تنها شکاف زیرساختی موجود را کاهش دهد، بلکه به پیست‌های پایین‌رده امکان دهد تا با افزایش قابلیت دسترسی، خدمات و امکانات پایه، توان رقابتی خود را ارتقا دهند و به سطح پیست‌های پیش‌تاز نزدیک‌تر شوند.

همانند بُعد زیرساخت عمومی، در بُعد زیرساخت گردشگری نیز پیست‌ها در شش گروه همگن تفکیک شدند. در پایین‌ترین رده، پیست‌های سهند و کاکان قرار دارند که نشان‌دهنده کمبود شدید خدمات رفاهی و گردشگری در این مقاصد است. پیست‌های خوشاکو، تاریک‌دره و فریدونشهر در سطحی اندکی بالاتر قرار گرفته و همچنان با محدودیت‌هایی در زیرساخت‌های گردشگری مواجه‌اند. شمشک به تنهایی در گروه سوم جای گرفته و از وضعیت نسبتاً متوسطی برخوردار است. دیزین در گروه چهارم، از وضعیت قابل قبولی برخوردار است. در حالی که پیست‌های آلوارس، شیرباد و پولادکف در گروه پنجم قرار گرفته و دارای زیرساخت گردشگری نسبتاً مناسب ارزیابی می‌شوند. در نهایت، دربندر و به‌ویژه توجال با بالاترین میانگین، پیشروترین پیست‌ها در این شاخص محسوب می‌شوند.

برای رفع شکاف‌ها و ارتقای سطح زیرساخت گردشگری پیست‌ها، لازم است اقدامات متنوع و هماهنگی انجام شود. افزایش و بهبود امکانات رفاهی شامل ایجاد کافی‌شاپ‌ها، رستوران‌ها، سرویس‌های بهداشتی مناسب و فضاهای استراحت برای گردشگران از ضرورت‌های اساسی است، به ویژه در پیست‌هایی مانند کاکان و سهند که کمبود شدیدی در این زمینه دارند. ارتقای خدمات اقامتی و گردشگری، از طریق سرمایه‌گذاری در هتل‌ها، مهمانسراها و مراکز تفریحی نزدیک پیست‌ها، به ویژه در پیست‌های با سطح متوسط و پایین، ضروری است. همچنین، آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی جهت ارائه خدمات حرفه‌ای و افزایش رضایت گردشگران، یکی دیگر از گام‌های اساسی محسوب می‌شود. در نهایت، مدیریت یکپارچه و نظارت مستمر، شامل تدوین برنامه‌های راهبردی توسعه پایدار و پایش منظم کیفیت خدمات، برای تحقق توسعه متوازن و کاهش شکاف بین پیست‌ها ضروری است. این اقدامات به ارتقای تجربه گردشگری در تمامی مقاصد منجر شده و پیست‌های پایین‌رده را به سطح رقابتی با پیست‌های پیشرو مانند توجال نزدیک خواهد کرد.

در بُعد تصویر مقصد، پیست‌ها در شش گروه متمایز طبقه‌بندی شدند. پیست کاکان مجدداً در پایین‌ترین سطح قرار گرفته و بیانگر ادراک بسیار ضعیف مخاطبان نسبت به جذابیت یا شهرت آن است. خوشاکو و فریدونشهر نیز در گروه دوم، از تصویر ذهنی محدودی برخوردارند. پیست‌های سبلان، شیرباد، آلوارس، تاریک‌دره و پولادکف در گروه‌های میانی قرار گرفته‌اند و از سطح شناخته‌شدگی و ادراک مثبت نسبتاً قابل قبولی برخوردارند. در مقابل، پیست توجال در گروه پنجم و سه پیست دربندسر، شمشک و دیزین در بالاترین سطح جای گرفته‌اند؛ این موضوع بیانگر جایگاه ممتاز آن‌ها در ذهن گردشگران و عموم مخاطبان است.

برای ارتقای تصویر مقصد پیست‌های اسکی کمتر شناخته‌شده، ضروری است اقدامات هدفمند و هماهنگ انجام شود. ابتدا می‌توان با تقویت برند و هویت بصری هر پیست، نمادی مشخص و متمایز برای آن ایجاد کرد تا در ذهن مخاطبان تثبیت شود. طراحی کمپین‌های تبلیغاتی هدفمند و استفاده از رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی برای معرفی ویژگی‌های منحصر به فرد پیست‌ها و ارائه محتوای جذاب، نقش مؤثری در افزایش شناخت مقصد ایفا می‌کند. همچنین، توسعه فعالیت‌های فرهنگی، ورزشی و تفریحی جانبی در پیست‌ها می‌تواند تجربه گردشگران را غنی‌تر کرده و خاطره‌ای مثبت در ذهن آن‌ها ایجاد کند. همکاری با تورهای گردشگری، وبسایت‌های تخصصی و رسانه‌های خبری نیز به افزایش پوشش رسانه‌ای و ارتقای تصویر عمومی پیست‌ها کمک می‌کند. در کنار این اقدامات، برگزاری رویدادها و مسابقات ملی و بین‌المللی اسکی می‌تواند اعتبار و جذابیت پیست‌ها را تقویت کرده و جایگاه آن‌ها را در ذهن گردشگران ارتقا دهد. این رویکردهای ترکیبی موجب کاهش شکاف تصویر ذهنی بین پیست‌های کمتر شناخته‌شده و پیست‌های پیشرو خواهد شد. در بُعد مدیریت مقصد، نتایج نشان‌دهنده وجود شکاف قابل توجه بین پیست‌ها در توانمندی‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی راهبردی است. پیست‌های خوشاکو، سبلان و کاکان با پایین‌ترین میانگین‌ها در ضعیف‌ترین وضعیت قرار دارند و نبود ساختار مدیریتی منسجم، هماهنگی نهادی ناکافی و فقدان برنامه‌ریزی استراتژیک در این مقاصد مشهود است. پیست‌های تاریک‌دره، شمشک و دیزین نیز وضعیت مدیریت نسبتاً ضعیفی دارند و هنوز به استانداردهای مطلوب نزدیک نشده‌اند. در سطح میانی، پیست‌های شیرباد، فریدونشهر و دربندسر دارای برخی ظرفیت‌های مدیریتی هستند اما نیازمند تقویت ساختارها و فرآیندهای

تصمیم‌گیری می‌باشند. آلوارس با وضعیت مدیریتی نسبتاً قابل قبول و پولادکف و به‌ویژه توچال با میانگین بالاتر، نمونه‌های موفق در مدیریت هماهنگ، اجرای سیاست‌های گردشگری و بهره‌گیری از ظرفیت نهادی محسوب می‌شوند.

برای ارتقای مدیریت مقصد و کاهش شکاف موجود بین پیست‌ها، لازم است مجموعه‌ای از اقدامات هدفمند و هماهنگ پیاده‌سازی شود. نخست، توسعه ساختار مدیریتی منسجم و شفاف در پیست‌های کمتر توسعه‌یافته اهمیت دارد تا وظایف و مسئولیت‌ها به وضوح تعریف شده و هماهنگی نهادی بین نهادهای مرتبط تقویت شود. هم‌زمان، تدوین و اجرای برنامه‌های راهبردی مبتنی بر نیازهای محلی و ظرفیت‌های هر پیست می‌تواند مسیر توسعه پایدار را تسهیل کند و به تصمیم‌گیری‌های مؤثر کمک نماید. آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی و مدیران محلی در زمینه مدیریت مقصد و بازاریابی گردشگری، نقش کلیدی در ارتقای کیفیت خدمات و ایجاد تجربه‌ای رضایت‌بخش برای گردشگران ایفا می‌کند. بهره‌گیری از سیستم‌های اطلاعاتی و پایش مستمر عملکرد، امکان اتخاذ تصمیمات مبتنی بر داده را فراهم کرده و شفافیت در مدیریت را افزایش می‌دهد. همچنین، ایجاد شبکه‌های همکاری با پیست‌های موفق و سازمان‌های تخصصی می‌تواند انتقال تجارب، شیوه‌های مدیریتی مؤثر و نوآوری‌های عملیاتی را تسهیل کند. اجرای این رویکردهای ترکیبی، علاوه بر ارتقای هماهنگی و کارآمدی مدیریت، موجب تقویت جایگاه پیست‌های کمتر توسعه‌یافته در بازار گردشگری و بهبود تصویر ذهنی آن‌ها در میان مخاطبان خواهد شد.

در بُعد منابع و جاذبه‌ها، نتایج نشان‌دهنده وجود شکاف تدریجی میان پیست‌ها است؛ فریدونشهر، شیرباد و پولادکف در پایین‌ترین گروه قرار گرفته‌اند که محدودیت در تنوع، کیفیت یا بهره‌برداری مؤثر از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی را نشان می‌دهد. گروه‌های میانی شامل پیست‌هایی مانند خوشاکو، سبلان، تاریک‌دره و آلوارس هستند که از منظر منابع و جاذبه‌ها وضعیت نسبتاً رضایت‌بخشی دارند و ظرفیت‌هایی بالقوه برای ارتقای تجربه گردشگری در آن‌ها وجود دارد. در رتبه‌های بالاتر، توچال و کاکان قرار دارند که بیانگر پتانسیل‌های طبیعی و تفریحی قابل توجه این پیست‌هاست و می‌تواند به جذب گردشگران بیشتر کمک کند. در نهایت، پیست‌های دیزین، دربندسر و شمشک با کسب بالاترین

میانگین‌ها، جایگاهی ممتاز در این شاخص دارند که احتمالاً ناشی از ترکیب جاذبه‌های کوهستانی چشمگیر و پیشینه تاریخی این پیست‌هاست.

به منظور تقویت منابع و جاذبه‌های پیست‌های مانند فریدونشهر، شیرباد و پولادکف، اجرای راهبردهای یکپارچه و هدفمند برای شناسایی ظرفیت‌ها، بهره‌برداری مؤثر از امکانات طبیعی و فرهنگی، و ارتقای تجربه گردشگران ضروری است. توسعه زیرساخت‌های مناسب برای دسترسی و استفاده از این منابع، از جمله مسیرهای کوه‌پیمایی، امکانات تفریحی و تابلوهای راهنمای آموزشی، می‌تواند تجربه گردشگری را غنی‌تر سازد و جذابیت پیست‌ها را افزایش دهد. همچنین طراحی برنامه‌ها و رویدادهای تفریحی و فرهنگی با هدف فعال‌سازی مشارکت گردشگران و معرفی ارزش‌های محلی، موجب ایجاد خاطره‌ای مثبت و ماندگار خواهد شد. استفاده از بازاریابی محتوایی و رسانه‌ای برای معرفی منابع و جاذبه‌ها و روایت داستان‌های جذاب درباره تاریخ، فرهنگ و طبیعت هر پیست نیز نقش مؤثری در تثبیت تصویر مثبت در ذهن مخاطبان ایفا می‌کند. ترکیب این رویکردها می‌تواند بهره‌وری از منابع و جاذبه‌ها را افزایش داده، رضایت گردشگران را ارتقا دهد و شکاف میان پیست‌های کمتر شناخته‌شده و مقاصد پیشرو را به طور ملموس کاهش دهد.

در بُعد شرایط تقاضا، که بر اساس ادراک مدیران از میزان آگاهی، انگیزه و ترجیحات گردشگران نسبت به مقاصد اسکی ارزیابی شده است، تفاوت‌های قابل توجهی میان پیست‌ها مشهود است. پیست کاکان با پایین‌ترین میانگین، نشان‌دهنده ارزیابی بسیار محدود مدیران از شناخت، علاقه و تقاضای بالقوه گردشگران برای این مقصد است. همچنین پیست‌هایی مانند فریدونشهر، خوشاکو و سبلان در گروه‌های پایین قرار دارند و از دید مدیران، میزان توجه و تمایل گردشگران به این مقاصد در سطح پایینی ارزیابی شده است. در نقطه مقابل، پیست‌های دیزین، پولادکف، آلوارس و توجال با میانگین‌های بالاتر، از جایگاه ذهنی مطلوب‌تر و تقاضای بیشتری از سوی گردشگران برخوردارند و نشان‌دهنده شناخته‌شدگی و جذابیت بالای این مقاصد در بازار گردشگری است. برای ارتقای شرایط تقاضا در پیست‌های کمتر شناخته‌شده، لازم است راهکارهایی مبتنی بر تقویت شناخت و آگاهی گردشگران اجرا شود. طراحی و اجرای کمپین‌های اطلاع‌رسانی و بازاریابی هدفمند، بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های دیجیتال برای معرفی جاذبه‌ها، ارائه بسته‌های

جذاب گردشگری و برنامه‌های تجربه‌محور، می‌تواند علاقه و انگیزه گردشگران را افزایش دهد. همچنین، برگزاری رویدادهای فصلی و مسابقات ورزشی یا فرهنگی می‌تواند حضور گردشگران را تحریک کند و به تثبیت تصویر مثبت پیست در ذهن مخاطبان کمک نماید. اجرای این اقدامات باعث افزایش تقاضای گردشگری، ارتقای جایگاه ذهنی پیست‌ها و کاهش فاصله آن‌ها با مقاصد پیشرو خواهد شد.

نهایتاً در شاخص رقابت‌پذیری کلی، پیست‌های کاکان، خوشاکو و سبلان با پایین‌ترین میانگین‌ها در گروه نخست قرار گرفته‌اند و بیانگر ضعف چندجانبه آن‌ها در ابعاد گوناگون رقابت‌پذیری هستند. در سطوح میانی، پیست‌هایی همچون تاریک‌دره، فریدونشهر، شیرباد و شمشک قرار دارند که از رقابت‌پذیری نسبی برخوردارند اما همچنان نیازمند ارتقاء در برخی ابعاد کلیدی‌اند. در مقابل، پیست‌های آلوارس، دیزین، پولادکف و دربندسر در گروه‌های بالاتر جای گرفته و بیانگر عملکرد متوازن‌تری در ابعاد مختلف هستند. در نهایت همان‌طور که انتظار آن می‌رفت، پیست اسکی توجال در بالاترین رتبه قرار گرفت و به عنوان، رقابت‌پذیرترین پیست اسکی ایران در این پژوهش شناخته شد. به طور خلاصه نتایج این مطالعه نشان داد که رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی در ایران از نظر تمامی ابعاد شش‌گانه مورد بررسی، نامتوازن و شکاف‌های قابل توجه و معناداری دارد. پیست‌های اسکی مورد مطالعه در این پژوهش، در هر یک از ابعاد شش‌گانه رقابت‌پذیری در گروه‌های متفاوت قرار می‌گیرند و برخی پیست‌ها مانند پیست اسکی توجال و دربندسر پیش‌تاز و برخی دیگر از پیست‌ها مانند پیست اسکی کاکان در پایین‌ترین سطوح توسعه هستند. این نتایج تأکید می‌کنند که ارتقای توان رقابتی مقاصد گردشگری زمستانی مستلزم اقدامات هدفمند و هماهنگ در تمامی ابعاد چندوجهی رقابت‌پذیری است.

بدین ترتیب این پژوهش با شناسایی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی، به ارتقای فهم و تبیین بهتر مسائل مربوط به رقابت‌پذیری پیست‌های اسکی در کشور کمک خواهد کرد. نوآوری اصلی این تحقیق نیز در بررسی جامع رقبا در بازار گردشگری زمستانی ایران و ارائه روشی برای مقایسه و رتبه‌بندی پیست‌های اسکی نهفته است؛ اقدامی که تاکنون در مطالعات پیشین مرتبط با گردشگری زمستانی ایران انجام نشده و امکان تحلیل رقابت‌پذیری مقاصد را به‌طور سیستماتیک فراهم می‌کند. از این جهت یافته‌های این پژوهش می‌تواند برای سیاست‌گذاران و مدیران مقاصد گردشگری زمستانی

ایران مفید واقع شود و به آنان در شناخت نقاط قوت و ضعف و در نهایت ارتقای توان رقابت پذیری مقاصد آنان کمک کند.

این تحقیق دارای محدودیت هایی نیز می باشد. یکی از مهم ترین محدودیت های این پژوهش آن است که ارزیابی رقابت پذیری مقاصد تنها از دیدگاه سمت عرضه صورت گرفته است. پژوهش های آتی می توانند علاوه بر مدیران، دیدگاه گردشگران و سایر ذی نفعان سمت تقاضا را نیز در سنجش رقابت پذیری لحاظ کنند تا تصویری جامع تر از وضعیت پیست ها ارائه شود. محدودیت دیگر این مطالعه آن است که تنها به مقایسه رقابت پذیری پیست های اسکی ایران پرداخته است. برای بررسی قابلیت رقابت در بازارهای منطقه ای و جذب گردشگران بین المللی، پیشنهاد می شود پژوهش های آینده مقایسه ای میان پیست های اسکی ایران و رقبای مشابه منطقه ای، از جمله پیست های اسکی ترکیه، انجام دهند. چنین مطالعات تطبیقی می تواند نقاط قوت و ضعف رقابتی پیست های ایران را در سطح بین المللی روشن تر سازد.

ORCID

Hooman Sabzavi  <https://orcid.org/0009-0009-7009-6881>

Amin Dehghan  <https://orcid.org/0000-0001-8696-0894>

منابع

آهنگری، نوید، حسین زاده، فخرالدین و حاجی نژاد، صادق. (۱۳۹۸). برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی با استفاده از مدل ترکیبی swot و vikor (مورد مطالعه: استان آذربایجان غربی). پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، (۴) ۹۱-۱۰۶.

https://www.sportrc.ir/article_107714.html

حسنوند، سمیه و خداپناه، مسعود. (۱۳۹۳). تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه: دو رویکرد پانل ایستا و پانل پویا. سیاست های راهبردی و کلان، (شماره ۶)، ۸۷-۱۰۲.

https://www.jmsp.ir/article_7364.html

دلشاد، علی. (۱۴۰۰). تحلیل رقابت پذیری مقصدهای گردشگری شهری در ایران. گردشگری شهری، ۸ (۱)، ۱۴۳-۱۶۰. <https://doi.org/10.22059/jut.2021.310205.836>

عزیزیان، نسرین، اجاق، سید امیر و محرم زاده، مهرداد. (۱۴۰۳). تحلیل محتوای گردشگری ورزشی از منظر بین الملل. پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش. https://www.sportrc.ir/article_199791.html

علیزاده سولا، رضا، میکائیلی کیوی، سیامک، و طاهر، احمد. (۱۴۰۰). واکاوی عوامل رقابت پذیری شهرستان مشکین شهر در گردشگری زمستانی. نخبگان علوم و مهندسی، ۶ (۲)، ۱۹-۱۰. <https://sid.ir/paper/967477/fa>

غلامرضا جانبازقبادی، شیدا نوروزی ورنکشی. ۱۳۹۴. اولویت بندی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی (مطالعه موردی: پیست بین المللی اسکی دیزین). اولین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار. <https://civilica.com/doc/452951>

فدراسیون اسکی و ورزشهای زمستانی جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۳). دیزین. <http://www.skifed.ir/NewsOne/d?id=7>

References

- Albayrak, T., Caber, M., González-Rodríguez, M. R., & Aksu, A. (2018). Analysis of destination competitiveness by IPA and IPCA methods: The case of Costa Brava, Spain against Antalya, Turkey. *Tourism management perspectives*, 28, 53-61. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.07.005>
- Armenski, T., Dwyer, L., & Pavluković, V. (2018). Destination competitiveness: Public and private sector tourism management in Serbia. *Journal of travel research*, 57(3), 384-398. <https://doi.org/10.1177/0047287517692445>
- Bacoş, I. B., and Gabor, M. R. (2021). Tourism economy. Mountain tourism: quantitative analysis of winter destinations in romania. *Economics*, 9, 143-159. doi: 10.2478/eoik-2021-0005

Bocquet, R. (2008). Proximités et coordination inter-firmes: une analyse empirique de la compétitivité des stations de sports d'hiver. *Revue d'économie régionale & urbaine*, (2), 159-178. <http://dx.doi.org/10.3917/reru.082.0159>

Botti, L., Goncalves, O., & Peypoch, N. (2012). Benchmarking Pyrenean ski resorts. *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine*, (100-4). <https://doi.org/10.4000/rga.1855>

Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism management*, 21(1), 1-7. <http://dx.doi.org/10.1079/9780851996646.0000>

Cronjé, D. F., & du Plessis, E. (2020). A review on tourism destination competitiveness. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 256-265. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.012>

Cordova-Buiza, F., & Serruto-Perea, Y. A. (2024). The Competitiveness of Tourist Destinations: A Review of the Scientific Literature. *International Conference on Tourism Research*. <http://dx.doi.org/10.34190/ictr.7.1.2146>

Cimbaljević, M., Panić, A., Kovačić, S., Knežević, M., & Pavluković, V. (2025). What factors do tourists consider most important when evaluating the competitiveness of tourism? The focus on developing economy. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 75(1), 67-85. <https://ojs.gi.sanu.ac.rs/index.php/zbornik/article/view/981>

d'Hauteserre, A. -M. (2000). Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort. *Tourism Management*, 21(1), 23-32. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00097-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00097-7)

Du Plessis, E., Van der Merwe, A. and Saayman, M. (2017), "Explore changes in the aspects fundamental to the competitiveness of South Africa as a preferred tourist destination", *SouthAfrican Journal of Economic and Management Sciences*, Vol. 20 No. 1, pp. 1-11. <https://doi.org/10.4102/SAJEMS.V20I1.1519>

Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in tourism*, 6(5), 369-414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>

Dalakis, A., Yfantidou, G., Costa, G., Matsouka, O., & Tsitskari, E. (2018). Tourists' perspective and nationality impact on destination competitiveness. *e-Review of Tourism Research*, 15. <https://B2n.ir/tt8198>

Hong, S. W. C. (2008). Competitiveness in the tourism sector: a comprehensive approach from Economic and Management points. *Springer science & business media*. <https://B2n.ir/kr7700>

Evren, S. and Kozak, N. (2018), "Competitive positioning of winter tourism destinations: a comparative analysis of demand and supply sides perspectives–Cases from Turkey", *Journal of Destination Marketing and Management*, Vol. 9, pp. 247-257, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.009>

Rita Faullant, Kurt Matzler, Johann Füller; The impact of satisfaction and image on loyalty: the case of Alpine ski resorts. *Managing Service Quality: An International Journal* 21 March 2008; 18 (2): 163–178. <https://doi.org/10.1108/09604520810859210>

Frochot, I., & Kreziak, D. (2008). Customers' perceptions of ski resorts' images: implications for resorts' positioning strategies. *Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 298-308. <http://dx.doi.org/10.1057/thr.2008.27>

Hallmann, K., Muller, S., Feiler, S., Breuer, C. and Roth, R. (2012), "Suppliers' perception of destination competitiveness in a winter sport resort", *Tourism Review*, Vol. 67 No. 2, pp. 13-21. [doi: 10.1108/16605371211236105](https://doi.org/10.1108/16605371211236105)

Hallmann, K., Müller, S. and Feiler, S. (2014), "Destination competitiveness of winter sport resorts in the Alps: how sport tourists perceive destinations?", *Current Issues in Tourism*, Vol. 17 No. 4, pp. 327-349, [doi: 10.1080/13683500.2012.720247](https://doi.org/10.1080/13683500.2012.720247).

Hallmann, K., Mueller, S., & Peters, M. (2015). The assessment of competitiveness: The case of three alpine winter sports destinations. *Tourism Analysis*, 20(6), 677–687. <http://dx.doi.org/10.3727/108354215X14464845878110>

Hudson, S., Ritchie, B. and Timur, S. (2004), "Measuring destination competitiveness: an empirical study of Canadian ski resorts", *Tourism and Hospitality Planning and Development*, Vol. 1 No. 1, pp. 79-94. <http://dx.doi.org/10.2174/1875399X01609010053>

Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of travel research*, 38(3), 239-245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>

Heath, E. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: A Southern African perspective. CAUTHE 2003: *Riding the Wave of Tourism and Hospitality Research*, 500. <http://hdl.handle.net/2263/6058>

Khin, E., Daengbuppha, J., & Nonsiri, P. (2014). Destination competitiveness: a structural model for measuring attributes competitiveness of Bagan, Myanmar. *International journal of business, economics and law*, 4(2), 51-59. <https://ijbel.com/wp-content/uploads/2014/06/KLE4221-Ei-Ei-Khin-Petchsri-Nonsiri-DESTINATION-COMPETITIVENESS.pdf>

Khelashvili, I., & Okroshidze, L. (2025). Exploring the Tourism Competitiveness of a Destination: A Case Study of Georgia. *Sustainability*, 17(8), 3342. <https://doi.org/10.3390/su17083342>

Moradi, E., Ehsani, M., Saffari, M., & Norouzi Seyed Hosseini, R. (2023). How can destination competitiveness play an essential role in small island sports tourism development? Integrated ISM-MICMAC modelling of key factors. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(3), 1222-1252. <https://doi.org/10.1108/JHTI-03-2022-0118>

Mokhtarian Pourzavareh, M., Khodayari, A., & Kohandel, M. (2022). Sustainable development mountain tourism in Iran. *Sports Business Journal*, 2(2), 301-320. <https://doi.org/10.22051/sbj.2023.42023.1057>

Mulec, I. and Wise, N. (2013), "Indicating the competitiveness of Serbia's Vojvodina Region as an emerging tourism destination", *Tourism Management Perspectives*, Vol. 8, pp. 68-79. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.07.001>

Novais, M.A., Ruhanen, L. and Arcodia, C. (2018), "Destination competitiveness: a phenomenographic study", *Tourism Management*, Vol. 64, pp. 324-334, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.014>

Novakowski, N. and Wellar, B. (2008), "Using the Delphi technique in normative planning research: methodological design considerations", *Environment and Planning*, Vol. 40 No. 6, pp. 1485-1500. <https://doi.org/10.1068/a39267>

Okoli, C. and Pawlowski, S.D. (2004), "The Delphi method as a research tool: an example, design considerations and applications", *Information and Management*, Vol. 42 No. 1, pp. 15-29. <http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2003.11.002>

- Porter, M. E. (1990). Competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68(2):73–93. <http://dx.doi.org/10.1111/1467-6486.00221>
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. *Cabi*.
<http://dx.doi.org/10.1079/9780851996646.0000>
- Stankova, M. (2011). Competitiveness analysis and management of a tourist destination. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 1(1), 65-77. available at:
https://www.academia.edu/69569373/Competitiveness_Analysis_and_Management_of_a_Tourist_Destination
- Sainaghi, R. (2008). Strategic positioning and performance of winter destinations. *Tourism Review*, 63(4), 40-57.
<http://dx.doi.org/10.1108/16605370810912209>
- Tse, S. and Tung, V.W.S. (2022), “Measuring the valence and intensity of residents’ behaviors in host–tourist interactions: implications for destination image and destination competitiveness”, *Journal of Travel Research*, Vol. 61 No. 3, pp. 565-580. <https://doi.org/10.1177/0047287521997576>
- Vanat, L. (2023). *International Report on Snow & Mountain Tourism* (Issue May, p. 83). <https://www.vanat.ch/ski-resorts-english.shtml>
- Vanat, L. (n.d.). 2024 International Snow Report.
<https://www.thebookedition.com/fr/2024-international-snow-report-p-405209.html>
- Wu, H., Pongsakornrungrasit, P., Kumar, V., & Chinchachokchai, S. (2024). Key determinants to enhance the competitiveness of tourist destinations. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*. <https://systems.enpress-publisher.com/index.php/jipd/article/view/5298>
- World Economic Forum. (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024*. <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
- Yangutova, A., Dong, S., Cheng, H., Xu, S., Li, F., Li, Z., Zhang, M., Li, J., Bazarzhapov, T., & Boldanov, T. (2023). Assessing the Competitiveness of the Ski Resources around Lake Baikal (Russia) and Measures for Their Further Development. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su151410752>

Zehrer, A., Smeral, E. and Hallmann, K. (2017), "Destination competitiveness: a comparison of subjective and objective indicators for winter sports areas", *Journal of Travel Research*, Vol. 56 No. 1, pp. 55-66, <https://doi.org/10.1177/0047287515625129>

References [In Persian]

Ahangari, N. , Hosseinzade, F. and hajinezhad, S. (2019). Sports tourism development strategic planning by using combined model SWOT and VIKOR (Case Study: West Azarbaijan province. *Sport Physiology & Management Investigations*, 11(4), 91-106. https://www.sportrc.ir/article_107714.html [In Persian]

Alizadeh Sola, R., Mikaeili Kivi, S., & Taher, A. (2021). Investigating the competitive factors of Meshginshahr County in winter tourism. *Nokhbeḡān-e 'Olūm va Mohandesī [Elites of Science and Engineering]*, 6(2), 10–19. <https://sid.ir/paper/967477/fa> [In Persian]

Delshad, A. (2021). Analysis of the competitiveness of urban tourism destinations in Iran. *Urban Tourism*, 8(1), 143-161. <http://doi.org/10.22059/JUT.2021.310205.836> [In Persian]

Ghobadi, G., & Norouzi, S. (2015). Investigating factors affecting the development of winter tourism (case study: Dizin International Ski Resort) [Review of Investigating factors affecting the development of winter tourism (case study: Dizin International Ski Resort)]. The First National Conference on Geography, Tourism, Natural Resources and Sustainable Development , 2, 14–15. <https://civilica.com/doc/357264/> [In Persian]

Hasanvand,S., Khodapanah,M. (2014).The impact of tourism on economic growth in developing countries: Two approaches static panel data and dynamic panel data. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 2(Vol 2- No6), 87-102. https://www.jmsp.ir/article_7364.html [In Persian]

Nasrin Azizian Kohan, N. , ojagh, S. A. and Moharramzadeh, M. (2024). Content Analysis of Sports Tourism from an International Perspective. Sport Physiology & Management Investigations, 16(1), 177-196. https://www.sportrc.ir/article_199791.html [In Persian]

Ski Federation of Iran. (2024). **Dizin Ski Resort**. Ski Federation of Iran. <http://www.skifed.ir/NewsOne/d?id=7> [In Persian]

آماده انتشار

استناد به این مقاله:



Management Studies in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.