University of Tehran
Faculty of
Sport Sciences and Health

Sport Management Journal

Online ISSN: 2676-427X

An Evaluation of Competitiveness in Desert Sports Tourism Destinations through the IPCA Approach: Case Analysis of Mesr and Maranjab Deserts

Hooman Sabzavi[1]✉, Amin Dehghan[2]

1. Sports and Health Tourism Department, Faculty of Tourism, University of Tehran, Tehran, Iran.E-mail: hoomansabzavi78@ut.ac.ir
2. Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences and Health, University of Tehran, Tehran, Iran.E-mail: a-dehghan@ut.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:
Received:
…….18 March 2022
Received in revised form:
…….10 June 2022
Accepted:
…….16 June 2022
Published online:
…….25 June 2022

Keywords:
Sports Tourism,
Mesr desert,
Desert Sports,
Destination Competitiveness,
IPCA Matrix

ABSTRACT

Introduction: In the highly competitive market of the sports tourism industry, understanding the competitive position of a destination is of great importance for destination managers. Therefore, the primary aim of this study was to identify the competitive factors and assess the competitiveness of Mesr Desert as a desert sports tourism destination compared to its direct competitor in the industry, Maranjab Desert, from the perspective of tourists and by using the Importance-Performance Competitor Analysis (IPCA) matrix.

Methods: This research is applied in terms of its objective and falls within the category of descriptive-survey research by nature, conducted in a mixed-methods approach across qualitative and quantitative phases. In the qualitative phase, the fuzzy Delphi technique was used, while in the quantitative phase, the Importance-Performance Competitor Analysis (IPCA) technique was applied to map out the competitive position matrix.

Results: Based on the study results, six dimensions and 19 key aspects influencing the competitiveness of the Mesr Desert were identified according to the Khin model. The findings of the Importance-Performance Competitor Analysis matrix also revealed that the Mesr Desert holds a sustainable competitive advantage over the Maranjab Desert in only three indicators: destination advertising and marketing, environmental sustainability, and destination reputation. In all other aspects, improvement or immediate action is required.

Conclusion: In conclusion, each of the 19 identified factors plays a key role in the competitiveness of desert-based sports tourism destinations. Additionally, the results of the Importance-Performance Competitor Analysis matrix reveal critical insights for the managers of Mesr Desert, which can serve as a strategic guide in decision-making for the development of desert sports and the improvement of destination competitiveness.

In Press

Cite this article: Sabzavi, H., Dehghan, A. (2024). An Evaluation of Competitiveness in Desert Sports Tourism Destinations through the IPCA Approach: Case Analysis of Mesr and Maranjab Deserts. *Sport Management Journal*, 56 (1), 1-20. DOI: http//doi.org/10.22059/JSM.2024.113386.

© The Author(s).

Publisher: University of Tehran, Faculty of Sport Sciences and Health.

University of Tehran
Faculty of
Sport Sciences and Health

Sport Management Journal

Online ISSN: 2676-427X

Extended Abstract

Introduction

In the highly competitive sports tourism market, understanding the competitive positioning of destinations is essential for destination managers to make informed decisions. This study primarily aims to identify critical competitive factors and assess the competitiveness of Mesr Desert as a desert sports tourism destination in comparison to its main competitor, Maranjab Desert, from the perspective of tourists. To achieve this, the study applies the Importance-Performance Competitor Analysis (IPCA) matrix, which helps in understanding both the strengths and improvement areas for each destination.

Methods

The study employs an applied research approach and falls within the category of descriptive-survey research. The research was conducted in two phase a qualitative and a quantitative phase using a mixed-methods design. In the qualitative phase, the fuzzy Delphi technique was utilized to refine and prioritize competitive factors. In the quantitative phase, the IPCA matrix was applied to construct a competitive positioning map based on tourist feedback. The combination of these methods provided a comprehensive framework for assessing the competitive standing of Mesr Desert relative to Maranjab Desert.

Results

Based on the study findings, 19 factors influencing the competitiveness of Mesr Desert were identified across six dimensions following the Khin model, covering aspects such as infrastructure, destination image, and environmental sustainability. The IPCA results revealed that Mesr Desert has a sustainable competitive advantage over Maranjab Desert in three key areas: destination marketing, environmental sustainability, and reputation. However, the findings also indicate that Mesr Desert requires improvement or immediate action in other areas to strengthen its appeal and meet tourist expectations effectively.

Conclusion

This study underscores the importance of the 19 identified factors in shaping the competitiveness of desert-based sports tourism destinations. The IPCA matrix results provide critical insights for Mesr Desert managers, highlighting areas that need strategic attention, such as enhancing infrastructure and improving serving quality. These insights can serve as valuable guidance in the development of desert sports tourism and enhancing the destination's overall competitiveness. By understanding its strengths and addressing areas needing improvement, Mesr Desert can better position itself against Maranjab Desert and other regional competitors.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: This study fully complies with the ethical guidelines required by the university's review board, with all necessary approvals obtained before data collection

Compliance with ethical guidelines: This study fully complies with the ethical guidelines required by the university's review board, with all necessary approvals obtained before data collection.

Funding: This research was conducted without any external financial support or funding.

Authors' contribution: All authors contributed equally to the study design, data collection, analysis, and preparation of the manuscript. The tasks were divided based on expertise, ensuring a comprehensive approach to both the qualitative and quantitative aspects of the study.

Conflict of interest: The authors declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this research.

Acknowledgment: The authors would like to express their sincere gratitude to the management of Maranjab Caravanserai for their valuable assistance and support during the research process. We also appreciate the cooperation of the Ministry of Cultural Heritage, Tourism, and Handicrafts of Iran for providing relevant data and facilitating access to necessary resources. Their contributions were instrumental in the completion of this study.

In Press

مدیریت ورزشی
شاپا الکترونیکی: ۲۶۷۶-۴۲۷X
دانشگاه تهران
دانشکده علوم ورزشی و تندرستی

ارزیابی رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزش‌های کویری با رویکرد IPCA: تحلیل موردی کویر مصر و مرنجاب

هومن سبزوی[۱]✉، امین دهقان قهفرخی[۲]

۱. نویسنده مسئوول: گروه گردشگری ورزش و سلامت ، دانشکده گردشگری ، دانشگاه تهران ، تهران، ایـران. رایانامه: hoomansabzavi78@ut.ac.ir
۲. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: a-dehghan@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۱۱/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۲۸

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱/۲۵

کلیدواژه‌ها:
گردشگری ورزشی،
کویر مصر.
ورزش‌های کویری،
رقابت‌پذیری مقصد،
ماتریس IPCA

چکیده

مقدمه: در بازار به‌شدت رقابتی صنعت گردشگری ورزشی، درک موقعیت رقابتی مقصد برای مدیران مقاصد از اهمیت زیادی برخوردار است. از این رو هدف اصلی این مطالعه شناسایی عوامل رقابتی و ارزیابی رقابت‌پذیری کویر مصر به عنوان یک مقصد گردشگری مبتنی بر ورزش‌های کویری در برابر رقیب مستقیم آن در صنعت؛کویر مرنجاب از دید گردشگران و با استفاده از ماتریس اهمیت عملکرد رقابتی بود.

روش پژوهش: پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت در دسته پژوهش‌های توصیفی پیمایشی قرار می‌گیرد که در دو فاز کیفی و کمی و به شیوه آمیخته انجام گرفت. در فاز کیفی از تکنیک دلفی فازی و در فاز کمی به منظور ترسیم ماتریس جایگاه رقابتی، از تکنیک اهمیت عملکرد رقابتی استفاده شد.

یافته ها: بر اساس نتایج پژوهش عوامل موثر بر رقابت‌پذیری کویر مصر در ۶ بعد و ۱۹ عامل بر اساس ابعاد مدل خین شناسایی شدند. نتایج ماتریس اهمیت عملکرد رقابتی نیز نشان داد که کویر مصر تنها در سه شاخص تبلیغات و بازاریابی مقصد، پایداری محیط زیستی مقصد و شهرت مقصد دارای مزیت رقابتی پایدار نسبت به کویر مرنجاب بود و در سایر ویژگی‌ها نیاز به بهبود و یا اقدامات فوری دارد.

نتیجه گیری: در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که عوامل نوزده‌گانه شناسایی شده در این پژوهش هریک در جایگاه خود نقش کلیدی در رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزشی مبتنی بر کویر ایفا می‌کنند.علاوه بر این نتایج ماتریس اهمیت عملکرد رقابتی نیز نکاتی کلیدی را برای مدیران کویر مصر روشن می‌سازد که می‌تواند به عنوان راهنمای استراتژیک در تصمیم‌گیری‌های توسعه ورزش‌های کویری و بهبود توان رقابتی مقصد مورد استفاده قرار گیرد.

استناد: سبزوی، هومن؛ دهقان، امین (۱۴۰۴). ارزیابی رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزش‌های کویری با رویکرد IPCA: تحلیل موردی کویر مصر و مرنجاب. نشریه مدیریت ورزشی، (۵) ۱۴، ۵-۲۰.

DOI: http//doi.org/10.22059/JSM.2024.113386.

CC BY NC

In Press

© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی.

مقدمه

امروزه گردشگری به یکی از محرک های کلیدی پیشرفت و رشد اقتصادی چه در کشورهای پیشرفته و چه در کشورهای در حال توسعه تبدیل شده است (هالووی و هامپریز [1]، ۲۰۱۹ :۳). همچنین ورزش به عنوان صنعتی بزرگ و تأثیرگذار، نقش مهمی در گسترش گردشگری ایفا می‌کند (هایام [2]، ۲۰۰۵). به عقیده استاندیون و دی ناپ پیوند میان ورزش و گردشگری به ایجاد حوزه‌ای تحت عنوان گردشگری ورزشی منجر می‌شود (مرادی و همکاران، ۲۰۲۳). فعالیت‌هایی که به منابع طبیعی و جاذبه‌های جغرافیایی وابسته‌اند، مهم‌ترین بخش قابل‌توجه در گردشگری ورزشی را تشکیل می‌دهند (گندمکار و همکاران، ۲۰۲۱). کویر به عنوان یک محیط طبیعی منحصر به فرد، فرصت‌های ویژه‌ای را برای گردشگران ورزشی با فعالیت‌هایی مانند سافاری، پاراگلایدینگ، اسکی روی شن، دوچرخه‌سواری بر روی تپه‌های ماسه‌ای و کوهنوردی، تجربه‌ای هیجان‌انگیز و متفاوت از طبیعت را برای گردشگران به ارمغان می‌آورد و در سالیان اخیر به یکی از حوزه‌های پرطرفدار گردشگری ورزشی تبدیل شده و توجه زیادی از گردشگران را به خود جلب کرده‌است (کهدوئی و همکاران، ۲۰۲۴؛جابری، ۲۰۲۴).

این نوع گردشگری علاوه بر جذب گردشگران به ترویج فرهنگ محلی، حفظ اکوسیستم‌های حساس مناطق کویری و توسعه پایدار اقتصادی این مناطق نیز کمک می‌کند. در این راستا اتکینسون (۲۰۱۶) خاطرنشان کرد که ترکیب گردشگری و تجارت برای ایجاد منافع بیشتر برای اقتصاد مناطق کویری و رشد گردشگری آنان بسیار مهم است. چرا که بسیاری از مناطق کویری به دلیل کمبود منابع مالی از نظر اقتصادی آسیب پذیر هستند (آندرادس و دیمانشه [3]، ۲۰۱۷ :۳۷۶-۳۶۰) و گردشگری به عنوان یکی از مهمترین راهبردها در جهت تحقق توسعه پایدار محیطی، اجتماعی و اقتصادی در این گونه مناطق مطرح بوده است (خلیفه و همکاران، ۲۰۱۷). به همین جهت توسعه ورزش‌های کویری می‌تواند موجب پیشرفت و توسعه در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و گردشگری در این گونه مناطق شود (جابری، ۲۰۲۴؛مظلومی و همکاران، ۲۰۲۲). از سویی به منظور بهره‌مندی از این اثرات در فضای به شدت رقابتی امروزه صنعت گردشگری، مقاصد نیز با تغییر جهت راهبردی در تلاش برای تطبیق خود با واقعیت‌های رقابتی و عصر نوین گردشگری برآمده اند. در این فضا، مقصدهای رقیب گردشگری به دنبال کسب، حفظ و ارتقا جایگاه خود متناسب با توانمندی هایشان هستند (دلشاد، ۲۰۲۰). یعنی درست همانگونه که رقابت در بین کالاهای مصرفی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، مقاصد گردشگری نیز باید بتوانند گردشگران خود را متقاعد نمایند که ترکیبی از کالا و خدمات را عرضه می دارند که در سایر مقاصد گردشگری مشابه ارائه نمی‌شود. بنابراین، می توان ادعا کرد که یکی از مهمترین موضوعات برای مقاصد گردشگری کویری، چه در جهان و چه در ایران، باید معطوف بر مسئله رقابت‌پذیری و متمایز شدن از رقبا باشد و رقابت پذیری به یک تاکید مهم در بازارهای دائما در حال تغییر امروز تبدیل شده است که این امر لزوم توجه مدیران مقصد را به درک عواملی که موجب رقابت‌پذیری می‌شود، طلب می‌کند (نوایس و همکاران [4]، ۲۰۱۸).

از اواخر دهه ۱۹۹۰، علاقه آکادمیک به موضوع اینکه مقاصد گردشگری چگونه می‌توانند در یک بازار به‌شدت رقابتی موفق شوند، روبه‌رشد بوده است. این توجه نشان از تلاش برای درک عمیق‌تر فرایندهای رقابت در بازارها و شناخت عوامل کلیدی موثر بر رقابت‌پذیری مقاصد دارد. در این مدت، محققان مختلف به بررسی این موضوع پرداخته و مدل‌های مختلفی را برای سنجش رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ارائه کرده‌اند. هرچند که اصول بنیادین اکثریت این مدل‌ها به چارچوب ارائه شده توسط مایکل پورتر، استاد معروف استراتژی کسب‌وکار، برمی‌گردد، اما تنوع زیادی در این مدل‌ها مشاهده می‌شود. با پیگیری این رویکرد،

1. Holloway & Humphreys
2. Higham
3. Andrades & Dimanche
4. Novais et al

In Press

مدل‌های مفهومی رقابت‌پذیری مقصد توسط کراوچ و ریچی[1] (۲۰۰۰)، حسن[2] (۲۰۰۰)، هیث[3] (۲۰۰۲)، دویر و کیم[4] (۲۰۰۳) و شورای جهانی سفر و گردشگری[5] (میرا وهمکاران[6]، ۲۰۱۶)، گسترش یافتند. این مدل‌ها به‌عنوان نخستین، شناخته‌شده‌ترین و الهام‌بخش‌ترین تلاش‌های صورت گرفته در این زمینه محسوب می‌شوند. محققان با ارائه این مدل‌ها، الگوها، فرایندها و روش‌های متنوع، به‌نوعی توانستند در تبیین و توسعه مفهوم رقابت‌پذیری مقصد و نیز ارائه راهکارهای عملی برای دستیابی به موفقیت در بازارهای رقابتی، سهمی مؤثر داشته باشند.

در این بین خین و همکاران[7] (۲۰۱۴) با بیان اینکه برخی از مدل‌های فوق برای اندازه‌گیری رقابت مقصد دارای کاستی‌هایی هستند، بیان کردند که می‌توان مدلی تلفیق شده‌ای که دربرگیرنده‌ی شاخص‌های اصلی رقابت‌پذیری یک مقصد باشد را استخراج کرد. به عقیده آنان هر یک از مقاصد گردشگری دارای ویژگی‌های جغرافیایی متفاوت، پیشینه فرهنگی منحصربه‌فرد و کاربری خاص خود می‌باشند، بنابراین یک رویکرد جامع و مجموعه واحدی از شاخص‌ها که بتوان از آن برای اندازه‌گیری رقابت هر نوع مقصدی استفاده نمود، وجود ندارد. به‌عبارت‌دیگر، مطالعه رقابت‌پذیری مقصد در صورتی به نتیجه جامع‌تری می‌رسد که در کنار استفاده از مدل‌های مفهومی کلی ذکر شده، یک چارچوب مفهومی متناسبی را ایجاد کند که عوامل و شاخص‌های مؤثر بر رقابت را از نوع مقصد مورد مطالعه در برگیرد. به عقیده کراوچ[8] (۲۰۱۱) نیز رقابت پذیری مقصد مفهومی چند وجهی و پیچیده است که تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد که همه آنها به یک اندازه مهم نیستند.

به بیان دیگر هر مقصد، بسته به نوع فعالیت بر عوامل مختلفی تاکید می‌کند (مولک و وایز[9]، ۲۰۱۳؛ خین و همکاران، ۲۰۱۴). به عنوان مثال هالمن و همکاران[10] (۲۰۱۲) اذعان داشتند که رقابت‌پذیری یک مقصد گردشگری ورزشی تحت تاثیر شاخص هایی مانند زیرساخت‌ها، دسترسی به مقصد، مهمان‌نوازی، تنوع فعالیت‌های موجود در مقصد، حس ایمنی و امنیت و تصویر مقصد تعیین می‌شود. درحالی‌که همان تیم پژوهشی هالمن و همکاران به فاصله دو سال بعد تصدیق کردند که رقابت‌پذیری یک مقصد ورزشی کوهستانی توسط کیفیت اقامتگاه، کارکنان هتل، مدیریت اطلاعات، برنامه‌ریزی و سیاست مقصد تعیین می‌شود. در پژوهشی دیگر ایورن و کوزاک[11] (۲۰۱۸) معتقد بودند که زیرساخت‌ها، دسترسی مناسب، قیمت گذاری رقابتی و مناظر طبیعی زیبا جنبه‌های کلیدی رقابت پذیری مقصد گردشگری ورزشی هستند. در حالی که راشل بوکه[12] (۲۰۰۸) معتقد بود که کیفیت تعاملات بین سازمانی می‌تواند باعث مزیت رقابتی منحصربه‌فرد در مقابل رقبا منجر شود و به بهبود رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزشی کمک کند. آرمنسکی و همکاران (۲۰۱۸) نیز با بیان چندبعدی بودن ماهیت این پدیده، ساختار رقابت‌پذیری در مقاصد گردشگری ورزشی صربستان را متشکل از پنج بعد مدیریت ریسک و استراتژی‌های سازگار با محیط زیست، نوآوری و توسعه محصول، برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار، شبکه‌سازی و وابستگی‌های جامعه و آموزش برای پایداری برشمردند. همچنین مرادی و همکاران (۲۰۲۳) اظهار داشتند که علاوه بر موارد فوق، امکانات و تجهیزات ورزشی، قابلیت میزبانی رویدادهای ورزشی، مقرون‌به‌صرفه بودن مقصد، حمایت

1. Crouch & Ritchie
2. Hassan
3. Heath
4. Dwyer & Kim
5. World Travel and Tourism Council (WTTC)
6. Frochot & Kreziak
7. Khin et al
8. Crouch
9. Mulec & Wise
10. Hallmann et al
11. Evren & Kozak
12. Rachel Bocquet

In Press

ثبات سیاسی و پایداری محیطی مقصد، نیز از عواملی هستند که می‌توانند بر رقابت‌پذیری یک مقصد گردشگری ورزشی ساحلی اثرگذار باشند.

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 کمک می کند. از سویی دیگر تا آنجا که ما می‌دانیم عمده مطالعات رقابت پذیری بر روی مقاصد پیشرفته و سنتی ورزش‌های زمستانی مانند کانادا (هادسون و همکاران[1]، ۲۰۰۴)، ایتالیا (سینجی[2]، ۲۰۰۸)، فرانسه (فروچات و کریزیاک[3]، ۲۰۰۸)، اتریش، آلمان و سوئیس (هالمن و همکاران، ۲۰۱۴)، ترکیه (ایورن و کوزاک، ۲۰۱۸)، مقاصد گردشگری ساحلی (آل بایراک و همکاران[4]، ۲۰۱۸؛ مصطفی و همکاران[5]، ۲۰۲۰؛ مرادی و همکاران،۲۰۲۳) متمرکز بوده است و این موضوع مهم از منظر اقتصادهای کمتر توسعه یافته مانند ایران و بر بستر مقاصد گردشگری ورزشی کویری مورد بررسی قرار نگرفته است. از جمله معدود مطالعات انجام‌شده در این زمینه، می‌توان به پژوهش جابری و همکاران (۲۰۲۴) اشاره کرد که با هدف شناسایی نیازها و الزامات توسعه ورزش‌های کویری در استان کرمان انجام شده است و نشان می‌دهد که برای این توسعه، ایجاد زیرساخت‌ها، برگزاری رویدادها، تبلیغات و آموزش از الزامات کلیدی محسوب می‌شوند. در پژوهشی دیگر آبیار و همکاران (۲۰۱۴) با بررسی عواملی چون منابع طبیعی، خدمات ورزشی، امکانات رفاهی، حمل و نقل و جاذبه‌های فرهنگی نشان داده‌اند که وجود زیرساخت‌ها و امکانات مناسب، توسعه‌ی کویرنوردی را تسهیل می‌کند. علم رغم این کم توجهی، مناطق کویری به‌عنوان یکی از پهناورترین مناطق طبیعی جهان، ظرفیت‌های قابل‌توجهی برای توسعه انواع فعالیت‌های ورزشی را دارند و موقعیت جغرافیایی و اقلیمی ایران نیز شرایط ایده‌آلی را برای بهره‌برداری از این ظرفیت‌ها در راستای گسترش ورزش‌های کویری فراهم می‌کند. بیش از یک پنجم فلات ایران را مناطق وسیع بیابانی پوشانده است و ویژگی‌های منحصربه‌فرد این گونه مناطق، کویرهای ایران را در میان چهار کویر جذاب برتر جهان قرار داده است (اشراقی، ۲۰۱۰). این مناطق اسرارآمیز به عنوان مقاصدی جذاب می‌توانند شمار زیادی از بازدیدکنندگان را از سراسر ایران و دنیا به خود جذب کنند و قابلیت تبدیل شدن به یک مقصد بین‌المللی برای گردشگران ورزشی را دارا هستند (مظلومی و همکاران،۲۰۲۲).

یکی از مقاصد گردشگری کویری ایران که می‌تواند در این زمینه پیشرو باشد، کویر مصر است که در استان اصفهان و در دل کویر مرکزی ایران قرار دارد. کویر مصر با مناظر طبیعی منحصر به فرد خود، ظرفیت‌های قابل توجهی برای فعالیت‌های ورزشی نظیر آفرود، موتورسواری و سندبوردینگ ارائه می‌دهد (وبگاه ایران توریسم،۲۰۲۲). این منطقه همچنین به‌دلیل تاریخچه فرهنگی و معماری سنتی روستای مصر، به یک مقصد جذاب برای علاقه‌مندان به تاریخ و فرهنگ نیز تبدیل شده است. به واقع ترکیب شگفت‌انگیز زیبایی‌های طبیعی، میراث فرهنگی غنی، و ظرفیت‌های ورزشی کویر مصر، این منطقه را به یکی از مقاصد برجسته برای طیفی گوناگونی از گردشگران مبدل ساخته است (اسدی و همکاران، ۲۰۲۲ ؛ وبگاه ایران آماز، ۲۰۲۴).

یکی از رقبای اصلی کویر مصر در بازار گردشگری کویری ایران، کویر مرنجاب است که در نزدیکی شهرستان آران و بیدگل و در استان اصفهان واقع شده است (سبک‌خیز و همکاران،۲۰۱۶). کویر مرنجاب به دلیل ویژگی‌های منحصربه‌فردی همچون تپه‌های شنی زیبا، دریاچه نمک، کاروانسرای تاریخی مرنجاب (قلعه شاه عباسی) و همچنین ظرفیت‌های ورزشی فراوان، گردشگران زیادی را به خود جذب کرده است (اسدی و همکاران،۲۰۲۲) و به همراه کویر مصر اصفهان به عنوان پر مخاطب ترین مقاصد گردشگری مناطق کویری ایران شناخته می‌شوند (حسن پور و همکاران،۲۰۱۱) و رقابت تنگاتنگی بر سر جذب گردشگران دارند.

1. Hudson et al
2. Sainaghi
3. Frochot & Kreziak
4. Albayrak et al
5. Mustafa et al

In Press

آخرین آمارهای موجود حاکی از آن است که کویر مرنجاب سالانه حدود ۱۹هزار نفر گردشگر را به خود جذب می‌کند، در مقابل، کویر مصر نیز سالانه پذیرای حدود ۲۰ هزار نفر گردشگر است (ضیابری و لطفی،۲۰۱۵) که این میزان نشان دهنده آن است که هر یک از مقاصد سهمی تقریبا برابر از این بخش بازار گردشگری دارند و هر کدام از آن ها برای تصاحب سهمی بیشتر از این بازار به نوعی رقیب یکدیگر محسوب می شوند.

از سویی تشابه ویژگی‌ها و جاذبه‌های جغرافیایی، طبیعی و فرهنگی در کویر مصر و مرنجاب سبب آن شده است که این دو مقصد نسبتا بازارهای هدف یکسانی را نشانه بگیرند که شامل بازار گردشگری ورزشی، گردشگری کویری، گردشگری تاریخی و گردشگری سلامت می‌باشد (ضیابری و لطفی،۲۰۱۵). این اشتراک در بازار هدف، رقابت بین کویر مصر و کویر مرنجاب را تشدید می‌کند، چرا که هر دو مقصد تلاش می‌کنند تا با ارائه خدمات بهتر و تجربه‌های منحصر به فرد، سهم بیشتری از این بازار را به خود اختصاص دهند. به همین جهت مطالعه و ارزیابی رقابت پذیری بر روی این مقاصد می‌تواند به عنوان یک محرک کلیدی برای افزایش سهم بازار، جذب گردشگران و در نهایت رشد و توسعه اقتصادی مناطق کویری باشد. از سویی در یک بازار رقابتی، مدیران مقصد همچنین باید از نقاط قوت و ضعف خود نسبت به مقاصد رقیب آگاه باشند. این امر به این دلیل است که انتخاب و انتظارات گردشگران به‌طور قابل توجهی تحت تأثیر پیشنهادات سایر مقاصد قرار می‌گیرد. بنابراین، برای شناسایی موقعیت رقابتی یک مقصد، مدیران باید عملکرد ویژگی‌های مقصد خود را با مقاصد دیگر مقایسه کنند. در عین حال علی‌رغم اهمیت موضوع درک رقابت‌پذیری و پتانسیل‌های بالقوه کویر مصر برای توسعه گردشگری ورزشی و متنوع‌سازی اقتصاد محلی، تا به امروز پژوهشی به تبیین و ارزیابی عواملی که بر رقابت‌پذیری این منطقه اثرمی‌گذارند، توجهی نکرده است.

از این رو، با توجه به سه محور مطرح شده در این پژوهش، یعنی (۱) عدم یکپارچگی و توافق بین محققان بر روی عوامل موثر بر رقابت پذیری مقصد. (۲) عدم توجه محققان به مقاصد کمتر توسعه یافته مانند نواحی کویری و (۳) پتانسیل مقاصد گردشگری کویری ایران از جمله کویر مصر و مرنجاب برای جذب گردشگران بین المللی، توسعه گردشگری ورزشی، ارتقای رقابت و در نهایت رشد و متنوع سازی اقتصاد محلی منطقه، این مطالعه به دنبال ارزیابی و مقایسه رقابت‌پذیری کویر مصر و مرنجاب است. به همین دلیل، سوالاتی که این پژوهش به دنبال پاسخ به آن است، این است که چه عواملی بر رقابت پذیری کویر مصر به عنوان یک مقصد گردشگری ورزشی مبتنی بر کویر تأثیر می گذارد و جایگاه رقابتی آن نسبت به یکی از رقبای اصلی آن؛کویر مرنجاب چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

هدف این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر رقابت‌پذیری کویر مصر به عنوان یک مقصد گردشگری ورزشی مبتنی بر کویر و ترسیم جایگاه رقابتی کویر مصر نسبت به کویر مرنجاب به عنوان رقیب مستقیم بود که به شیوه آمیخته و در دو فاز کیفی و کمی انجام گرفت. به منظور دستیابی به اهداف پژوهش یک روش تحلیلی و ترکیبی در پژوهش ما انجام شد که شامل تکنیک دلفی فازی و تکنیک اهمیت عملکرد رقابتی (IPCA) بود. بدین منظور در فاز کیفی 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 خین و همکاران (۲۰۱۴) تهیه شد.

در ادامه به منظور نهایی‌سازی و اولویت بندی شاخص‌ها و مولفه‌های اثرگذار بر موضوع تحقیق با تشکیل پانل خبرگان و دریافت نظرات متخصصان از تکنیک دلفی فازی استفاده شد. تصمیم بر این شد که تشکیل پانل خبرگان برای مطالعه ما بر اساس مجموعه خاصی از معیارهای از پیش تعریف شده (سطح تحصیلات، حوزه تخصص، تجربه و نوع فعالیت) باشد تا از یکپارچگی مطالعه اطمینان حاصل شود. این تضمین می‌کند که متخصصان در زمینه‌های مربوطه قابل اعتماد و مورد توجه هستند (جدول۱ را ببینید). جهت نمونه‌گیری و انتخاب خبرگان از روش نمونه‌گیری هدفمند و از نوع سرآمد استفاده شد. برای حجم نمونه و اینکه چه تعداد

In Press

از خبرگان برای اهداف پژوهش مناسب هستند به نظرات پژوهشگران مراجعه کردیم. برای مثال نواکفسکی و ولار[1] (۲۰۰۸) حجم نمونه ۵ تا ۱۵ خبره را پیشنهاد کردند در حالی که اوکولی و پاولسکی[2] (۲۰۰۴) تاکیدکردند که برای دستیابی موثر به اهداف پژوهش حدود ۱۰ الی ۱۸ متخصص لازم است. از این رو در پژوهش ما تعداد ۲۰ متخصص به عنوان حجم نمونه مناسب در نظر گرفته شد. در نهایت از نرم‌افزار مایکروسافت اکسل برای تحلیل و ارزیابی دیدگاه‌های کارشناسان استفاده شد. برای سنجش روایی پرسشنامه دلفی فازی، از روایی محتوایی و صوری به روش کیفی استفاده شد. سنجش روایی در فاز کیفی پژوهش، به وسیله اطمینان از سازگاری بین شاخص های اندازه گیری و ادبیات موجود ایجاد شده بر اساس نظرات اساتید راهنما و مشاور و همچنین تعدادی خبرگان حوزه گردشگری ورزشی و رقابت پذیری مقصد مورد تأیید قرار گرفت. به منظور آزمون پایایی نیز، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و مقدار کلی این ضریب در این فاز پژوهش معادل ۰.۸۶ محاسبه گردید و از آنجایی که مقادیر بالاتر از ۰.۷ قابل قبول می‌باشند، در نتیجه پرسشنامه این بخش از پایایی لازم برخوردار است.

جدول ۱. اطلاعات دموگرافیک خبرگان پژوهش

کد خبرگان	مدرک تحصیلی	رشته تحصیلی
۱.۲.۴.۷.۱۷	دکتری	برنامه ریزی شهری
۹.۱۱.۱۲.۱۰	دکتری	مدیریت بازاریابی
۵.۳.۶.۸.۱۹	دکتری	مدیریت گردشگری
۱۳.۱۴.۱۶.۲۰.۱۸.۱۵	دکتری	مدیریت ورزشی

پس از اجماع نظرات خبرگان درباره عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری مقصد گردشگری ورزشی کویری، در فاز کمی پژوهش، پرسش‌نامه پژوهش طراحی و در اختیار گردشگران قرار گرفت. در این فاز پژوهش، از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای به منظور تعیین حجم نمونه استفاده شد. حجم کل نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۲۷۰ نفر گردشگر تعیین گردید که به طور مساوی بین دو مقصد گردشگری (کویر مصر و کویر مرنجاب) تقسیم شدند. این روش اطمینان می‌دهد که نمونه‌ها به‌طور تصادفی و نماینده از کل جمعیت گردشگران هر مقصد انتخاب شده‌اند، که به تحلیل و مقایسه دقیق‌تر کمک می‌کند. در مرحله بعد برای ترسیم نقشه جایگاه رقابتی کویر مصر در برابر کویر مرنجاب (به عنوان واحد تحلیل پژوهش) از تکنیک اهمیت عملکرد رقابتی استفاده شد. در این فاز به منظور سنجش روایی، از نسبت روایی محتوایی و شاخص روایی محتوایی به شیوه کمی استفاده شد.

جهت محاسبه نسبت روایی محتوایی (CVR) از پانلی متشکل از ۱۰ متخصص در زمینه محتوای آزمون مورد نظر استفاده شد. ابتدا اهداف آزمون برای خبرگان توضیح داده شد و تعاریف عملیاتی مربوط به محتوای سؤالات بیان شد. سپس از آنها خواسته شد تا هریک از سؤالات را بر اساس طیف سه بخشی لیکرت (گویه ضروری است، مناسب است، ضرورتی ندارد) طبقه بندی کنند. پس از گردآوری دیدگاه خبرگان با استفاده از رابطه ۱، CVR محاسبه شد. با توجه به اینکه CVR همه گویه‌های پژوهش بالاتر از ۰.۶ به دست آمدند لذا پرسشنامه از روایی کافی برخوردار است.

برای محاسبه شاخص روایی محتوایی CVI از خبرگان خواسته می‌شود میزان مرتبط بودن هر گویه را با طیف چهار قسمتی (غیرمرتبط، تاحدودی مرتبط، مرتبط، کاملا مرتبط) مشخص کنند. نمره CVI هر گویه از تقسیم تعداد خبرگانی که گزینه‌های مرتبط و کاملا مرتبط طیف را انتخاب کردند (متغیرX در رابطه ۲)، بر کل تعداد خبرگان بدست می‌آید. با توجه به اینکه CVI همه گویه‌ها بالاتر از ۰.۸ به دست آمد لذا پرسشنامه از روایی کافی برخوردار است. به منظور آزمون پایایی پرسشنامه نیز از شاخص

1. Novakowski and Wellar
2. Okoli and Pawlowski

In Press

آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی استفاده شد. با توجه به اینکه در همه ابعاد پرسشنامه پژوهش ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالاتر از ۰.۷ بدست آمدند، لذا داده‌های پژوهش از پایایی کافی برخوردارند.

۱) رابطه نسبت روایی محتوایی $CVR = \frac{n_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$

۲) رابطه شاخص روایی محتوایی $CVI = \frac{\sum X}{N}$

یافته‌های پژوهش

هدف اول این پژوهش در فاز کیفی شناسایی عوامل کلیدی موثر بر رقابت‌پذیری کویر مصر بود. به منظور دستیابی به هدف تعیین شده از تکنیک دلفی فازی بهره گرفته شد. در ابتدا با مطالعه کامل ادبیات رقابت‌پذیری مقصد، فهرست اولیه‌ای از عوامل کلیدی موثر بر رقابت پذیری مقاصد گردشگری جمع آوری و تدوین شد (جدول ۲). پس از تهیه فهرست اولیه، پرسشنامه آنلاین طراحی شده به پنل خبرگان ارسال شد.

در این مرحله از اعضای پنل سوال شد که آیا هر یک از عوامل شناسایی شده متناسب با موضوع پژوهش هستند؟ و با حضور آنان موافقند یا خیر. بدین ترتیب اهمیت وجود هر یک از عوامل مورد بررسی قرار گرفت. برای انجام این کار از متغیرهای کلامی استفاده شد. از آنجایی که ویژگی‌های مختلف افراد بر تفسیر ذهنی آنها از عوامل کیفی تأثیر می‌گذارد، محدود کردن دامنه متغیرهای کیفی تضمین می‌کند که متخصصان با ذهنیتی مشابه بقیه افراد به پرسش‌ها پاسخ می‌دهند. جدول ۳ شامل فهرستی از متغیرهای زبانی و اعداد فازی مثلثی است. نظرات کارشناسان بیان شده در پرسشنامه های روش دلفی فازی به اعداد مثلثی فازی تبدیل شد. به هر معیار جایگزینی که کارشناسان بر اساس اعداد مثلثی فازی ارائه کردند، مقداری اختصاص داده شد.

جدول ۲. فهرست اولیه عوامل موثر بر رقابت‌پذیری مقصد گردشگری

کد	معیارهای نهایی شده نظرات خبرگان	منبع
TI1	مراکز اقامتی	Stankova(2011), Akkuş (2016), Cao et al (2022), Hallmann et al (2015)
TI2	مراکز پذیرایی	Murgante et al (2021), Zehrer (2017), Mustafa et al (2020)
TI3	امکانات و فعالیت‌های ورزشی متنوع	Jaberi et al (2024), Laurent Botti (2013), Hallmann et al (2014)
TI4	برگزاری رویدادهای ویژه	Keegan Remy-Miller (2017),Evren and Kozak (2018)
GI1	دسترسی به مقصد	Hallmann et al (2014), Pantic and Miliji (2021), Jaberi et al (2024)
GI2	تکنولوژی و فناوری اطلاعات در مقصد	Chen (2016), Liao & Nong (2021), Moradi et al (2023)
GI3	خدمات پزشکی و اورژانسی	Evren and Kozak (2018), Jaberi et al (2024), Khin et al (2014)
AT1	مناظر طبیعی	Evren and Kozak (2018), Pazandeh et al (2023), Hudson et al (2004)
AT2	شرایط مطلوب آب و هوایی	Murayama(2022), Hudson et al (2004), Bulatović (2018), Enright (2005)
AT3	جاذبه‌ها و منابع تاریخی فرهنگی	Hallmann et al (2014), Liu (2013), Jaberi et al (2024),Pantic & Milijic (2021) ,Rheeders (2022), Hudson et al (2004)
DI1	مهمان نوازی و صمیمیت کارکنان	Murayama(2022), Mustafa et al (2020), Hallmann et al (2012)

In Press

کد	معیارهای نهایی شده نظرات خبرگان	منبع
DI2	ایمنی و احساس امنیت در مقصد	Evren and Kozak (2018), Hallmann et al (2014), Pantic and Miliji (2021)
DI3	شهرت مقصد	Jaberi et al (2024), Hudson et al. (2004), Artigas et al (2015), Iglesias Sanchez et al (2019)
DM1	تبلیغات و بازاریابی مقصد	Hallmann et al. (2012), Murgante et al (2021), Fernando & Long (2013)
DM2	قیمت گذاری رقابتی	Hallmann et al. (2014),Albayarak et al (2018) ,Evren and Kozak (2018)
DM3	پایداری محیط زیستی مقصد	Ghazbani et al (2020) ,Evren and Kozak (2018), Mustafa et al (2020)
DC1	توجه به آگاهی گردشگران	Khin et al (2014), Crouch (2011), Alizadeh Sola e al (2021), Ghazbani et al (2020)
DC2	توجه به ترجیحات گردشگران	Khin et al (2014),Ghazbani et al (2020), Hudson et al (2004)
DC3	توجه به ادراک گردشگران	Ghazbani et al (2020), Khin et al (2014)

جدول ۳. اعداد فاز مثلثی و مقیاس‌های زبانی

متغیرهای زبانی	اعداد فازی مثلثی	عدد فازی
کاملا بی اهمیت	(۰,۰,۰.۱)	۱
خیلی بی اهمیت	(۰,۰.۱,۰.۳)	۲
بی اهمیت	(۰.۱,۰.۳,۰.۵)	۳
متوسط	(۰.۳,۰.۵,۰.۷)	۴
با اهمیت	(۰.۵,۰.۷,۰.۹)	۵
خیلی با اهمیت	(۰.۷,۰.۹,۱)	۶
کاملا با اهمیت	(۰.۹,۱,۱)	۷

با توجه به شاخص‌های پیشنهادی و متغیرهای زبانی تعریف شده در پرسشنامه، جدول۴ اطلاعات مربوط به مرحله اول تکنیک دلفی فازی شامل حد پایین (L)، میانگین هندسی(M)، حد بالا(U) مقدار فازی زدایی شده (L+M+U/3) و در نهایت وضعیت هر گویه (رد یا پذیریش) بر اساس حد آستانه در نظر گرفته شده برای هر آیتم (مقدار ۴) را به طور واضح نشان می‌دهد.

جدول ٤. نتایج محاسبات دلفی فازی مرحله اول

شاخص	ارزش فازی هر یک از سوالات			مقدار دی‌فازی شده	نتیجه نهایی
	L	M	U		
مراکز اقامتی	۵	۶.۶۱	۷	۶.۲۰	تایید شده
مراکز پذیرایی	۵	۶.۵۲	۷	۶.۱۷	تایید شده
امکانات و فعالیت‌های ورزشی متنوع	۶	۶.۴۸	۷	۶.۴۹	تایید شده
برگزاری رویدادهای ویژه	۵	۶.۳۶	۷	۶.۱۲	تایید شده

In Press

ادامه **جدول ٤. نتایج محاسبات دلفی فازی مرحله اول**

شاخص	ارزش فازی هر یک از سوالات			مقدار دی‌فازی شده	نتیجه نهایی
	L	M	U		
دسترسی به مقصد	۵	۶.۴۰	۷	۶.۱۳	تایید شده
تکنولوژی و فناوری اطلاعات	۵	۶.۲۹	۷	۶.۱۰	تایید شده
خدمات پزشکی و اورژانسی	۵	۶.۰۵	۷	۶.۰۲	تایید شده
مناظر طبیعی	۶	۶.۵۸	۷	۶.۵۳	تایید شده
شرایط مطلوب آب و هوایی	۴	۵.۵۵	۷	۵.۵۲	تایید شده
جاذبه‌ها و منابع تاریخی فرهنگی	۳	۵.۲۱	۷	۵.۰۷	تایید شده
مهمان نوازی و صمیمیت کارکنان	۶	۶.۵۳	۷	۶.۵۱	تایید شده
ایمنی و احساس امنیت در مقصد	۵	۶.۲۳	۷	۶.۰۸	تایید شده
شهرت مقصد	۶	۶.۹۵	۷	۶.۶۵	تایید شده
تبلیغات و بازاریابی مقصد	۵	۶.۳۱	۷	۶.۱۰	تایید شده
قیمت گذاری رقابتی	۶	۶.۴۶	۷	۶.۱۵	تایید شده
پایداری محیط زیستی مقصد	۵	۶.۶۱	۷	۶.۲۰	تایید شده
توجه به آگاهی گردشگران	۵	۶.۵۲	۷	۶.۱۷	تایید شده
توجه به ترجیحات گردشگران	۶	۶.۴۸	۷	۶.۴۹	تایید شده
توجه به ادراک گردشگران	۵	۶.۳۶	۷	۶.۱۲	تایید شده

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.

در صورتی که اختلاف نظرات مرحله اول و دوم دلفی فازی در مورد هر یک از شاخص‌ها کمتر از حد آستانه باشد نظرسنجی از خبرگان متوقف و غربال گری شاخص‌ها به پایان خواهد رسید. بنابراین در این قسمت عینا تمامی محاسباتی که در مرحله اول انجام شده بود در این قسمت نیز صورت گرفت تا بر اساس نتایج حاصله تصمیم به ادامه یا اتمام فرایند تکنیک دلفی فازی به منظور غربال‌گری شاخص‌ها گرفته شود. جدول ۵ نتایج محاسبه اختلاف مرحله اول و دوم تکنیک دلفی فازی را نشان می‌دهد.

جدول ۵. نتایج محاسبه اختلاف مرحله اول و دوم تکنیک دلفی فازی

In Press

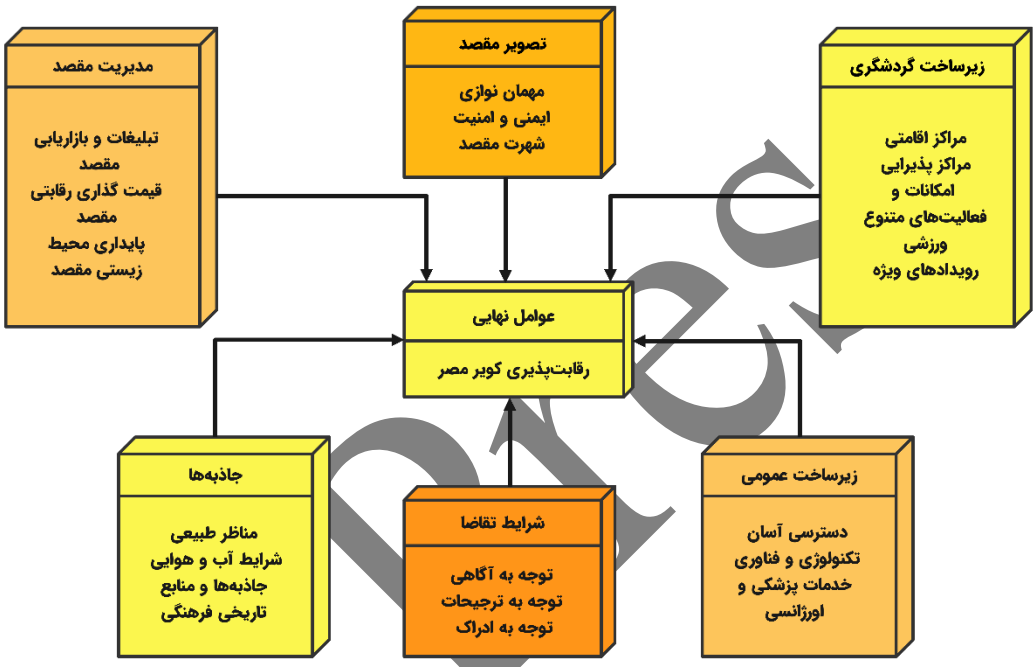
شاخص	میانگین دی فازی مرحله اول	میانگین دی فازی مرحله دوم	اختلاف دو مرحله
مراکز اقامتی	۶.۲۰	۶.۱۹	۰.۰۲
مراکز پذیرایی	۶.۱۷	۶.۱۰	۰.۰۷
امکانات و فعالیت‌های ورزشی متنوع	۶.۴۹	۶.۰۷	۰.۴۲
برگزاری رویدادهای ویژه	۶.۱۲	۶.۱۳	۰.۰۱
دسترسی به مقصد	۶.۱۳	۶.۱۷	۰.۰۴
تکنولوژی و فناوری اطلاعات	۶.۱۰	۶.۱۲	۰.۰۲
خدمات پزشکی و اورژانسی	۶.۰۲	۶.۰۳	۰.۰۱
مناظر طبیعی	۶.۵۳	۶.۵۶	۰.۰۳
شرایط مطلوب آب و هوایی	۵.۵۲	۵.۴۱	۰.۱۱
جاذبه‌ها و منابع تاریخی فرهنگی	۵.۰۷	۵.۴۵	۰.۳۸
مهمان نوازی و صمیمیت کارکنان	۶.۵۱	۶.۲۱	۰.۳
ایمنی و احساس امنیت در مقصد	۶.۰۸	۶.۰۹	۰.۰۲
شهرت مقصد	۶.۶۵	۶.۶۳	۰.۰۲
تبلیغات و بازاریابی مقصد	۶.۱۰	۶.۴۹	۰.۳۹
قیمت گذاری رقابتی	۶.۱۵	۶.۱۴	۰.۰۱
پایداری محیط زیستی مقصد	۶.۲۰	۶.۲۱	۰.۰۱
توجه به آگاهی گردشگران	۶.۱۷	۶.۲۰	۰.۰۳
توجه به ترجیحات گردشگران	۶.۴۹	۶.۵۰	۰.۰۱
توجه به ادراک گردشگران	۶.۱۲	۶.۱۵	۰.۰۳



شکل ۱. مقایسه نظرات خبرگان در مرحله اول و دوم دلفی فازی

Press

همان طور که در جدول۵ مشخص می‌باشد چون اختلاف نظرات خبرگان بین دو مرحله کمتر از عدد ۱(حد پایین طیف هفت درجه‌ای لیکرت) لذا فرایند غربالگری و شناسایی عوامل در این مرحله به پایان می‌رسد و اینطور استنباط می‌شود که خبرگان به درجه اجماع مطلوبی بر روی شاخص‌های کلیدی موثر بر رقابت‌پذیری کویر مصر به عنوان یک مقصد گردشگری ورزشی مبتنی بر کویر رسیده‌اند. شکل ۱ نیز به خوبی توافق خبرگان و اختلاف کم نظرات آنان را در فرایند غربالگری شاخص‌ها نشان می‌دهد. در نهایت، همان طور که مشاهده می‌شود تمامی ۱۹ عاملی که در لیست اولیه توسط پژوهشگر تهیه شده بودند توسط اعضای پانل خبرگان تایید و هیچ عاملی رد نشد (شکل ۲).



شکل ۲. عوامل نهایی موثر بر رقابت پذیری مقصد گردشگری ورزشی کویری مصر

پس از شناسایی عوامل موثر بر رقابت‌پذیری مقصد گردشگری ورزشی مبتنی بر کویر مصر، هدف نهایی این پژوهش در فاز کمی، ترسیم جایگاه رقابتی کویر مصر در برابر رقیب مستقیم آن کویر مرنجاب از دید گردشگران و با استفاده ماتریس اهمیت عملکرد رقابتی بود. ماتریس IPCA را آلبایراک و همکاران[1] (۲۰۱۵) در جهت رفع نقیصه‌های متدهای پیشین از جمله ماتریس اهمیت عملکرد (IPA) پیشنهاد کردند. به عقیده آنان تحلیل IPA با نادیده گرفتن بعد رقابتی، ممکن است استراتژی های نامناسبی را پیشنهاد کند.

شیوه ابداعی آنان یک مقصد (هر کسب و کار دیگر) را نه فقط با ارزیابی میزان اهمیت و عملکرد ویژگی‌ها، بلکه با مقاصد رقیب نیز مقایسه می‌کند. IPCA برای انجام این کار، در محور Y تفاوت بین عملکرد و اهمیت یک کسب و کار را اندازه‌گیری می‌کند، که به آن نمره شکاف (GAP) می‌گویند. محور X نیز تفاوت بین عملکرد یک کسب و کار و عملکرد رقیب را اندازه گیری می‌کند. این معیاری است که در تحلیل IPCA به عنوان امتیاز تفاوت عملکرد (PD) شناخته می‌شود. این ماتریس دارای چهار ربع شامل مزیت رقابتی پایدار، مزیت رقابتی پوچ یا کم اثر، رقابت رودرو و اقدامات فوری است که به بسته اینکه هر ویژگی در کدام بخش قرار گیرد استراتژی‌های مختلفی به مدیران مقصد و یا هر کسب وکار دیگر پیشنهاد می‌دهد. برای ترسیم ماتریس IPCA ابتدا اهمیت و عملکرد ویژگی‌های مورد مطالعه از دید گردشگران ارزیابی شد. سپس با استفاده از این‌دوشاخص، شکاف (GAP) و

1. Albayrak et al

تفاوت عملکرد (Performance Difference) محاسبه شد. در این مرحله به ترتیب برای محاسبه شکاف و تفاوت عملکرد از فرمول‌های زیر استفاده شد:

$$GAP = P_i - I_i$$ ۳) رابطه محاسبه شکاف

$$PD = P_{focal,i} - P_{competitor,i}$$ ۴) رابطه محاسبه تفاوت عملکرد

که در فرمول سوم P_i میانگین عملکرد ویژگی i اُم و I_i بیانگر میانگین اهمیت ویژگی i اُم می‌باشد. در فرمول چهارم که برای محاسبه تفاوت عملکرد استفاده می‌شود، $P_{focal,i}$ نشان دهنده عملکرد مقصد مبنا (کویر مصر) در ویژگی i اُم و $P_{competitor,i}$ بیانگر عملکرد مقصد رقیب (کویر مرنجاب) در همان ویژگی است. در نهایت میانگین نمرات GAP و PD به ترتیب برای مختصات Y و X در ماتریس اهمیت عملکرد رقابتی استفاده می‌شود. جدول ۶ محاسبات تکنیک اهمیت عملکرد رقابتی کویر مصر در برابر کویر مرنجاب را برای ۱۹ ویژگی شناسایی شده نمایش می‌دهد.

جدول٦. محاسبات تکنیک اهمیت عملکرد رقابتی کویر مصر در برابر کویر مرنجاب

کد	ویژگی‌ها	I_{mesr}	P_{mesr}	$P_{maranjab}$	GAP_{mesr}	PD
TI1	مراکز اقامتی	۴.۸۰	۳.۱۷	۲.۵۰	−۱.۶۳	۰.۶۷
TI2	مراکز پذیرایی	۴.۷۹	۳	۲.۸۱	−۱.۷۹	۰.۱۹
TI3	امکانات و فعالیت‌های ورزشی متنوع	۴.۵۲	۲.۷۷	۲.۲۴	−۱.۷۵	۰.۵۳
TI4	برگزاری رویدادهای ویژه	۴.۷۴	۲.۸۵	۲.۷۰	−۱.۸۹	۰.۱۵
GI1	دسترسی به مقصد	۴.۸۵	۳.۳۰	۴.۳۰	−۱.۵۵	−.۱
GI2	تکنولوژی و فناوری اطلاعات	۴.۵۰	۲.۲۲	۲.۲۱	−۲.۲۸	۰.۰۱
GI3	خدمات پزشکی و اورژانسی	۴.۸۱	۲.۴	۲.۲۳	−۲.۴۱	۰.۱۷
AT1	مناظر طبیعی	۴.۷۰	۴.۳۸	۴.۳۶	−۰.۳۲	۰.۰۲
AT2	شرایط مطلوب آب و هوایی	۴.۴۷	۳.۷۵	۳.۷۲	−۰.۷۲	۰.۰۳
AT3	جاذبه‌ها و منابع تاریخی فرهنگی	۴.۵۶	۴.۴۹	۴.۵۱	−۰.۰۷	−۰.۰۲
DI1	مهمان نوازی و صمیمیت کارکنان	۴.۶۶	۳.۸۹	۳.۷۸	−۰.۷۷	۰.۱۱
DI2	ایمنی و احساس امنیت در مقصد	۴.۸۹	۳.۴۸	۳.۵۰	−۱.۴۱	−۰.۰۲
DI3	شهرت مقصد	۴.۳۹	۴.۵۱	۴.۲۵	۰.۱۲	۰.۲۶
DM1	تبلیغات و بازاریابی مقصد	۴.۳۹	۴.۴۳	۲.۱۷	۰.۰۴	۲.۲۶

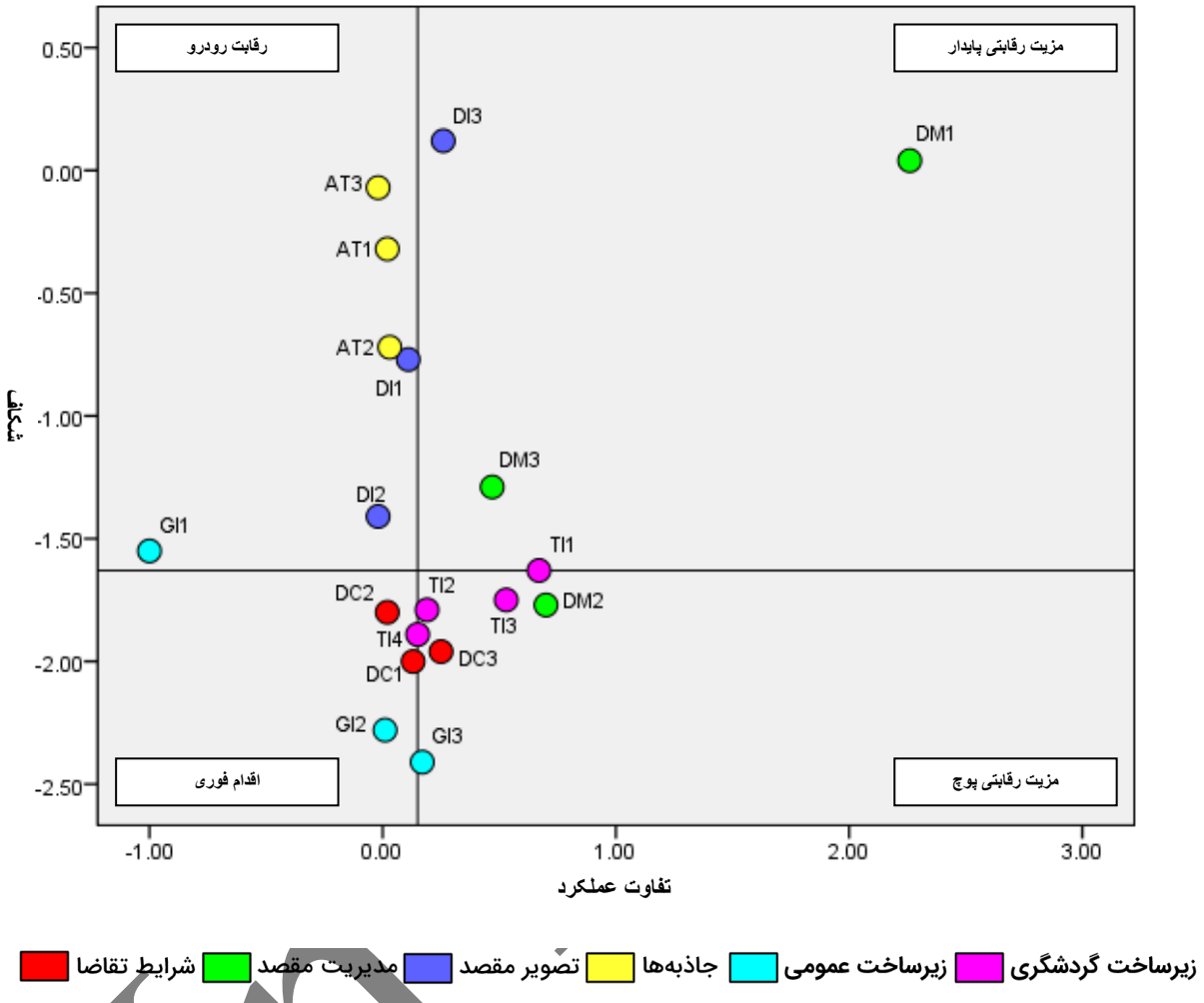
In Press

کد	ویژگی‌ها	I_{mesr}	P_{mesr}	$P_{maranjab}$	GAP_{mesr}	PD
DM2	قیمت گذاری رقابتی	۴.۴۹	۲.۷۲	۲.۰۲	−۱.۷۷	۰.۷
DM3	پایداری محیط زیستی مقصد	۳.۴۹	۲.۲	۱.۷۳	−۱.۲۹	۰.۴۷
DC1	توجه به آگاهی گردشگران	۴.۷۹	۲.۷۹	۲.۶۶	−۲	۰.۱۳
DC2	توجه به ترجیحات گردشگران	۴.۶۰	۲.۸	۲.۷۷	−۱.۸۰	۰.۰۲
DC3	توجه به ادراک گردشگران	۴.۷۵	۲.۷۹	۲.۵۴	−۱.۹۶	۰.۲۵

پس از محاسبات مربوط به ماتریس اهمیت عملکرد رقابتی (جدول ۶)، گام نهایی پژوهش ترسیم ماتریس اهمین عملکرد رقابتی IPCA از دید گردشگران بود. شکل ۳ ماتریس اهمیت عملکرد رقابتی کویر مصر در برابر کویر مرنجاب را نسبت به ۱۹ شاخص موثر بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزشی مبتنی بر کویر نشان می‌دهد. همان طور که در شکل ۳ نمایان است، نتایج IPCA نشان می‌دهد از ۱۹ ویژگی مورد بررسی در ۳ ویژگی تکنولوژی و فناوری اطلاعات، توجه به آگاهی گردشگران و توجه به ترجیحات گردشگران عملکرد کویر مصر هم از انتظارات گردشگران و هم از عملکرد مقصد رقیب کویر مرنجاب پایین‌تر است. بنابراین در این ویژگی‌ها برای کویرمصر نیاز به اقدامات فوری وجود دارد. زیرا کویر مصر در این ویژگی‌ها نه انتظارات مخاطبان خود را برآورده کرده است و نه نسبت به رقیبش عملکرد بهتری دارد.

ربع مزیت رقابتی پایدار نیز ۳ ویژگی تبلیغات و بازاریابی مقصد، پایداری محیط زیستی مقصد و شهرت مقصد را در برمی‌گیرد. از آنجایی که عملکرد کویرمصر در این ویژگی ها بالاتر از انتظارات گردشگران و عملکرد کویر مرنجاب است، آنها نشان دهنده نقاط قوت کویر مصر در برابر رقیب هستند. ۶ ویژگی دسترسی به مقصد، مناظر طبیعی، شرایط مطلوب آب و هوایی، جاذبه‌ها و منابع تاریخی فرهنگی، مهمان نوازی و صمیمیت کارکنان و ایمنی و احساس امنیت در مقصد در ربع رقابت رودرو قرار گرفتند. اگرچه عملکرد کویرمصر در ارتباط با این ویژگی ها انتظارات گردشگران را برآورده می کند، اما عملکرد آنها نسبت به کویر مرنجاب پایین تر است. ۵ ویژگی در ربع مزیت رقابتی پوچ قرار گرفتند که شامل امکانات و فعالیت‌های ورزشی متنوع، توجه به ادراک گردشگران، خدمات پزشکی و اورژانسی، قیمت گذاری رقابتی و مراکز پذیرایی هستند. کویر مصر نسبت به مرنجاب از نظر این ویژگی‌ها عملکرد بهتری دارد، در حالی که انتظارات گردشگران را برآورده نمی‌کند. در نهایت ۲ ویژگی مراکز اقامتی و برگزاری رویدادهای ویژه در وضعیت بینابینی میان ربع های متفاوت قرار دارند. برای مثال شاخص مراکز اقامتی در بین ربع‌های مزیت رقابتی پایدار و پوچ و شاخص رویدادهای ویژه میان دو ربع مزیت رقابتی پوچ و اقدام فوری قرار گرفته است. به طور کلی عواملی که میان دو ربع قرار می‌گیرند به دلیل ناپایداری در شکاف مقصد و تفاوت عملکرد، باید مورد توجه ویژه قرار گیرند، زیرا هرگونه تغییر کوچک در شرایط می‌تواند آن‌ها را به سمت ربع‌های دیگر منتقل کند. بنابراین، لازم است به عنوان اولویت‌های مدیریت مورد توجه قرار گیرند.

In Press



شکل ۳. نقشه جایگاه رقابتی کویر مصر در برابر کویر مرنجاب با استفاده از تکنیک اهمیت عملکرد رقابتی

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر، ترسیم نقشه جایگاه‌رقابتی کویر مصر در برابر کویر مرنجاب از دیدگاه گردشگران بود. شناسایی معیارهای تاثیرگذار بر مقصد به عنوان محصول گردشگری، گام ضروری و بسیار مهم برای ترسیم و تعیین جایگاه مقاصد نسبت به یکدیگر است. از آنجا که این پژوهش از لنز عوامل موثر بر رقابت‌پذیری به مساله تعیین جایگاه رقابتی نگریسته است، لذا در ابتدای کار این پژوهش به دنبال پاسخ این سوال است که چه عواملی بر رقابت پذیری کویر مصر به عنوان یک مقصد گردشگری ورزشی کویری اثر می‌گذارد؟ از آنجایی که تا به امروز در پژوهشات خارجی و داخلی مطالعه‌ای سازمان یافته‌ای در مورد عوامل موثر بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری کویری صورت نپذیرفته‌است، تکنیک دلفی فازی برای پاسخ به این سوال و شناسایی عوامل کلیدی به کار گرفته شد. طبق نتایج ما عوامل متعددی بر رقابت‌پذیری کویر مصر به عنوان یک مقصد گردشگری ورزشی مبتنی بر کویر تاثیر می‌گذارد. برای مثال بُعد زیرساخت‌های گردشگری که در این پژوهش شامل برخورداری از مراکز اقامتی و پذیرایی، ارائه‌ی فعالیت‌ها ورزشی متنوع و برگزاری رویدادهای ویژه بودند، به عنوان یکی از عوامل تاثیرگذار در ارتقای رقابت‌پذیری کویر مصر شناخته شدند. نتایج

این بخش از پژوهش با مطالعات قبلی در این زمینه همسو است. به عنوان مثال مورگانته و همکاران[1] (۲۰۲۱) جابری و همکاران (۲۰۲۴) و زیرساخت‌های اقامتی و پذیرایی را به عنوان یکی از عوامل موثر بر توسعه و ارتقای رقابت مقصد گردشگری کویر لوت برشمردند. هالمن و همکاران (۲۰۱۵) نیز در بررسی رقابت‌پذیری پیست‌های اسکی منطقه آلپ به این نتیجه رسیدند که کیفیت اقامتگاه‌ها و همچنین رستوران‌ها (مراکز پذیرایی) به عنوان مهم‌ترین شاخص اثر گذار بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزشی این منطقه به شمار می‌آیند. زیرا به طور مستقیم بر تجربیات و سطح رضایت گردشگران تأثیر می گذارند. استانکوا[2] (۲۰۱۱) نیز در پژوهش خود ضمن تاکید بر اهمیت وجود مراکز اقامتی و پذیرایی مطلوب در مقاصد گردشگری ورزشی اظهار داشت که سرمایه گذاری های مداوم مقصد گردشگری ورزشی بانسکو بلغارستان در امکانات مدرن و اقامتگاه های لوکس به طور قابل توجهی به مزیت رقابتی آن کمک می کند.

از سویی ارائه فعالیت‌های تفریحی ورزشی متنوع و برگزاری رویدادهای ویژه نیز نقش بسیار کلیدی را در رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری کویری ایفا می‌کند. به گفته جابری و همکاران (۲۰۲۴) برگزاری رویدادهای ورزشی در مقاصد کویری می‌تواند به افزایش آگاهی و ترویج ورزش‌های بیابانی کمک کند و به شکل‌گیری جامعه‌ای از علاقه‌مندان به این ورزش‌ها منجر شود. به عقیده آنان رویدادهای فرهنگی مرتبط با مناطق بیابانی به افزایش شناخت مردم از فرهنگ‌های بومی و افزایش جذابیت‌های گردشگری این مناطق کمک می‌کنند. کگان رمی میلر[3] (۵۱:۲۰۱۷) نیز با مهم شمردن این موضوع اذعان داشت که امارات با استفاده از رویدادهای ورزشی بزرگ، از جمله مسابقات بین‌المللی در مناطق کویری به دنبال جذب گردشگران، سرمایه‌گذاری و ارتقاء تصویر جهانی خود می‌باشد. به عقیده او ورزش‌های کویری و رویدادهای ورزشی مبتنی بر کویر در توسعه اقتصادی و ارتقای رقابت‌پذیری مناطق کویری نقش کلیدی را ایفا می‌کنند. هالمن و همکاران (۲۰۱۴) و ایورن و کوزاک (۲۰۱۸) نیز معتقد بودند طیف متنوعی از فعالیت‌های موجود در مقاصد لذت گردشگران ورزشی را افزایش می‌دهد. استانکوا (۲۰۱۱) و لوران بوتی[4] (۲۰۱۳) با مهم برشمردن تنوع فعالیت‌ها در مقاصد گردشگری ورزشی خاطر نشان کردند که در دسترس بودن فعالیت‌های متنوع تفریحی ورزشی اهمیت فزاینده ای در جلب رضایت گردشگران و ارتقای رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزشی دارد. دومین بُعد از عوامل شناسایی شده رقابت‌پذیری مربوط به زیرساخت‌های‌عمومی بود که در این پژوهش شامل دسترسی، تکنولوژی و فناوری اطلاعات و خدمات پزشکی و اورژانسی بودند. نتایج این بخش از پژوهش نیز با مطالعات قبلی در این زمینه کاملا همسو است. به عنوان مثال هالمن و همکاران (۲۰۱۴) تاکید می‌کنند، در میان شاخص‌های کلیدی رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزشی منطقه‌آلپ، زیرساخت‌ها و به ویژه دسترسی نقش مهم و حیاتی در جذب گردشگران ورزشی ایفا می‌کند. در پژوهشی دیگر جابری و همکاران (۲۰۲۴) با تاکید بر اهمیت زیرساخت‌ها در توسعه گردشگری ورزشی بیابانی بیان کردند که عواملی زیرساختی همانند دسترسی، وضعیت‌جاده‌ای منتهی به مناطق کویری، حمل و نقل و خدمات بهداشتی و پزشکی از موارد مؤثر بر توسعه ورزش‌های بیابانی در مقاصد گردشگری ورزشی کویری به شمار می‌روند.

از سویی دیگر به گفته بوهالیس و آمارانگانا (۲۰۱۳)، تکنولوژی و فناوری اطلاعات نقش مهمی در توسعه رقابت‌پذیری یک مقصد گردشگری ایفا می‌کند. زیرا به عقیده آنان دسترسی گردشگران ورزشی به اطلاعات لازم را تضمین کرده و تجربه‌ای لذت‌بخش فراهم می‌آورد. همچنین چن (۲۰۱۶)، ایورن و کوزاک (۲۰۱۸)، نونگ و لیائو[5] (۲۰۲۱) و مرادی و همکاران (۲۰۲۳) نیز بر اهمیت تکنولوژی و فناوری اطلاعات در مقصد به عنوان یک عنصر اساسی و مهم برای افزایش توان رقابت پذیری مقصد

1. Murgante et al
2. Stankova
3. Keegan Remy-Miller
4. Laurent Botti
5. Liao & Nong

In Press

گردشگری ورزشی تاکید کردند. سومین بُعد مربوط به جاذبه‌ها بود که در این پژوهش به سه دسته برخورداری از مناظر طبیعی، جاذبه‌ها و منابع فرهنگی تاریخی و شرایط مطلوب آب و هوایی در مقصد تقسیم بندی شدند. اهمیت و تاثیر این عوامل نیز بر رقابت‌پذیری مقصد گردشگری ورزشی در مطالعات پیشین مشهود است. به عنوان مثال پزنده و همکاران (۲۰۲۳) با بررسی شاخص‌های موثر بر جذب گردشگران به ورزش‌های کویری شهرستان فردوس اذعان داشتند که عامل جاذبه‌های طبیعی بیشترین تاثیرگذاری را بر جذب گردشران در میان شاخص‌های مورد ارزیابی داشت. هالمن و همکاران (۲۰۱۲) نیز اظهار داشتند که مناظر و جاذبه‌ها دلیل اصلی جذب گردشگران به مقاصد گردشگری ورزشی هستند. در پژوهشی دیگر هادسون و همکاران[1] (۲۰۰۴) اظهار داشتند که مقاصد گردشگری ورزشی با منابع و جاذبه‌های منحصربه فرد و شرایط آب و هوایی مطلوب از نظر رقابت‌پذیری در مرتبه بالاتری قرار می‌گیرند. برای مثال آنها دلیل برتری پیست اسکی ویسلر بلک کومب[2] کانادا نسبت به پیست‌های اسکی رقیب را در مزیت‌های جغرافیایی و چشم‌اندازهای منحصربه‌فرد این پیست برشمردند. بُعد چهارم به تصویر مقصد مربوط می‌شد که در این مطالعه به سه بخش اصلی تقسیم شد: مهمان‌نوازی، ایمنی و احساس امنیت و شهرت مقصد. یافته‌های این قسمت از پژوهش با نتایج تحقیقات پیشین در این حوزه همخوانی دارد. به گفته الهی و همکاران (۲۰۲۰) تصویر مقصد جز مهمی از استراتژی‌های بازاریابی مقصد به شمار می‌آید و در ترویج اهداف گردشگری نقش حیاتی دارد. مرادی و همکاران (۲۰۲۳) در توسعه یک مدل ساختاری تفسیری جهت شناسایی و سطح بندی عوامل موثر بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزشی به این نتیجه رسیده بودند که عامل تصویر مقصد به عنوان یکی از عوامل موثر در دسته عوامل سطح یک مدل تبیین شده قرار می‌گیرند که به شدت از سایر عوامل موثر بر رقابت‌پذیری تاثیر می‌پذیرند. مظلومی و گاسپار (۲۰۲۲) نیز اذعان داشتند تصویر مقصد، به عنوان یک عامل کلیدی در شکل‌گیری تجربه گردشگران، تأثیر مستقیمی بر سطح رضایت آنها از مقاصد گردشگری ورزشی کویری دارد. همچنین، رضایت بالاتر از تجربه سفر به نوبه خود موجب افزایش تمایل به بازگشت به مقصد در آینده می‌شود. هالمن و همکاران (۲۰۱۲) اظهار داشتند، رفتار دوستانه کارکنان و جامعه محلی به میزان قابل توجهی در رضایتمندی و تصویر ادراکی گردشگران ورزشی نقش دارد. در پژوهشی دیگر هالمن و همکاران (۲۰۱۴) به مدیران مقاصد گردشگری ورزشی پیشنهاد می‌کنند که هنگام ایجاد پیشنهادات برای گردشگران ورزشی، مسائل ایمنی نیز باید در نظر گرفته شود. زیرا به رضایت‌مندی هرچه بیشتر گردشگران و تصویر کلی آنان از مقصد کمک شایانی می‌کند. به گفته ایگلسیاس سانچز و همکاران[3] (۲۰۱۹) گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین صنایع خدماتی، به شهرت خود بسیار وابسته است. گردشگران، میزبانان و ساکنان محلی در شکل‌گیری شهرت یک مقصد تأثیرگذارند (آرتیگاس و همکاران[4] ، ۲۰۱۵). به گفته کومسیچ و دورچیچ[5] (۲۰۱۶) و مرادی و همکاران (۲۰۲۳) شهرت مثبت یک مقصد گردشگری ورزشی، رقابت‌پذیری آن را افزایش داده و به جذابیت آن و در نتیجه به تقاضای بالقوه برای بازدید از آن کمک می‌کند. به گفته جابری و همکاران (۲۰۲۴) این موضوع شامل مقاصد گردشگری ورزشی کویری نیز می‌شود. به عقیده او شهرت یک مقصد رقابت‌پذیری مقصد کویری را می‌تواند افزایش دهد و بازدیدکنندگان بیشتری را جذب کند.

پنجمین بُعد مربوط به مدیریت مقصد بود که در این پژوهش به ۳ دسته تبلیغات و بازاریابی در مقصد، قیمت گذاری رقابتی و پایداری محیط زیستی مقصد دسته بندی شدند. نتایج پژوهش در این دسته از عوامل نیز با نتایج پژوهش‌های پیشین موجود در ادبیات رقابت‌پذیری مقصد کاملا همسوست. به عنوان مثال استانکوا (۲۰۱۱) اظهار داشت که استراتژی های بازاریابی موثر برای افزایش رقابت یک مقصد گردشگری ورزشی ضروری است. به گفته آنان سرمایه‌گذاری در تبلیغات به جذب گردشگر و بهبود رقابت

1. Hudson et al
2. Whistler Blackcomb
3. Iglesias-Sanchez et al
4. Artigas et al
5. Komšić & Dorić

In Press

کلی این مقاصد کمک می‌کند. فرناندو و لانگ[1] (۲۰۱۲) نیز اذعان کردند که برای افزایش رقابت‌پذیری، مقصدها باید از استراتژی‌های بازاریابی استفاده کنند که بر مزایای مقصد تأکید ویژه داشته باشند. در پژوهشی دیگر هادسون و همکاران (۲۰۰۴) بیان کردند که شیوه های مدیریت موثر، از جمله استراتژی های بازاریابی و مشارکت ذینفعان، نقشی حیاتی در افزایش رقابت پذیری مقاصد گردشگری ورزشی ایفا می‌کند. به گفته بوتی (۲۰۱۳) نیز بازاریابی موثر می تواند دید و جذابیت مقاصد گردشگری ورزشی را افزایش دهد و گردشگران بیشتری را به سمت خود بکشاند. راشل بوکه[2] (۲۰۰۸) نیز اذعان داشت مقاصد گردشگری ورزشی که به طور مؤثر خود را بازاریابی می کنند و یک برند قوی ایجاد می‌کنند، می توانند خود را از رقبا متمایز کنند و در نتیجه رقابت خود را افزایش دهند. جابری و همکاران (۲۰۲۴) نیز بیان داشتند تبلیغات مؤثر از طریق رسانه‌های مختلف و آموزش جامعه برای جذب علاقه‌مندان و گردشگران ورزشی به مقاصد کویری حیاتی است. این ترویج نه تنها به جذب بازدیدکنندگان بلکه به شناساندن فرهنگ بومی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی جدید در این مناطق کمک می‌کند. مورگانته و همکاران (۲۰۲۱) نیز اذعان داشتند افزایش آگاهی و تبلیغات بین‌المللی می‌تواند به جذب بیشتر گردشگران خارجی به مقاصد گردشگری کویری در ایران کمک کند و جایگاه کویر لوت را به عنوان یک مقصد گردشگری بیابانی در سطح جهانی تقویت کند. در کنار استراتژی‌های بازاریابی، جانباز قبادی و نوروزی (۲۰۱۵)، آل بایراک و همکاران[3] (۲۰۱۸)، جابری و همکاران (۲۰۲۴) معتقدند استراتژی های قیمت گذاری نیز به طور قابل توجهی بر ادراک بازدیدکنندگان در مقاصد گردشگری تأثیر می گذارد. استانکوا (۲۰۱۱) نیز اذعان داشت که یکی از عوامل اساسی در انتخاب مقاصد گردشگری ورزشی زمستانی در بلغارستان از سوی گردشگران، هزینه‌های تمام شده مقصد از جمله هزینه‌های ورودی پیست‌ها، استفاده از بالابرها و سایر هزینه‌های مرتبط است. آخرین عامل در بُعد مدیریت مقصد مربوط به تعهد به محیط زیست بود. در این راستا نیز استانکوا (۲۰۱۱) اذعان داشت با تغییر روندهای گردشگری جهانی به سمت پایداری، مقاصدی که از شیوه‌های سازگار با محیط زیست استفاده می کنند احتمالاً مزیت رقابتی ویژه‌ای به دست می آورند. در پژوهشی دیگر غزبانی و همکاران (۲۰۱۸) نیز با تاکید بر لزوم مدیریت مسئولانه محیطی در مقاصد گردشگری ژئوتوریسم بیان می‌دارند که کاهش اثرات سوء زیست محیطی و توسعه پایدار در جهت حفظ و تداوم رقابت‌پذیری مقصد امری حیاتی است. ششمین و آخرین بُعد مدل رقابت‌پذیری مقصد متعلق به شرایط تقاضا (عوامل مؤثر بر تقاضای مصرف‌کننده) بود که در این پژوهش به سه عامل توجه به آگاهی گردشگران از مقصد، توجه به ترجیحات (انگیزه) گردشگران و توجه به ادراک گردشگران از مقصد دسته‌بندی شدند. در این زمینه نیز هادسون و همکاران (۲۰۰۴) اذعان دارند که این عوامل بسته به اینکه چقدر خوب مدیریت می شوند، می توانند تجربه بازدیدکنندگان را بهبود و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزشی را افزایش دهند. در پژوهشی دیگر غزبانی و همکاران (۲۰۲۰) با بیان اهمیت عوامل موثر بر تقاضای مصرف‌کننده به عنوان یکی از ابعاد کلیدی موثر بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری، اذعان داشتند که مدیران برای تقویت توان رقابتی مقاصد گردشگری باید نیازها و ترجیحات گردشگران را به‌طور کامل درک کرده و تجربه‌ای مثبت را برای آنان فراهم آورند. همچنین، مدیران مقاصد باید با نظارت بر رفتار گردشگران و ارزیابی سطح رضایت آنان، به بهبود تجربه سفر بپردازند. این اقدامات نه تنها احساس مطلوبیت گردشگران را افزایش می‌دهد بلکه موجب ایجاد احساس مثبت نسبت به مقصد و همچنین ارتقای ارزش ادراک‌شده نیز خواهد شد. پس از شناسایی عوامل موثر هدف نهایی این پژوهش ترسیم جایگاه رقابتی کویر مصر در برابر کویر مرنجاب با استفاده از ماتریس اهمیت عملکرد رقابتی بود. در تحلیل رقابت‌پذیری کویر مصر نسبت به مقصد رقیب؛ کویر مرنجاب، یافته‌های پژوهش نشان داد که مدیران مقصد کویر مصر باید رویکردی چندوجهی برای توسعه گردشگری ورزشی مبتنی بر کویر اتخاذ کنند. تحلیل ماتریس اهمیت عملکرد رقابتی نکاتی کلیدی را برای مدیران روشن می‌سازد که می‌تواند به عنوان راهنمای استراتژیک در تصمیم‌گیری‌های توسعه و بهبود مقصد مورد استفاده قرار گیرد. برای

1. Fernando & Long
2. Rachel Bocquet
3. Albayrak

In Press

مثال کویر مصر در سه شاخص اصلی، شامل فناوری اطلاعات، آگاهی‌بخشی به گردشگران، و توجه به ترجیحات آنان نسبت به انتظارات گردشگران و عملکرد کویر مرنجاب پایین‌تر عمل می‌کند و در این زمینه‌ها نیاز به اقدامات فوری دارد. از این‌رو، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین و برنامه‌های دیجیتال برای تقویت زیرساخت‌های اطلاعاتی و تسهیل دسترسی گردشگران به اطلاعات در مورد مقصد می‌تواند یک گام مهم برای برآورده‌سازی نیازهای گردشگران ورزشی کویر مصر باشد. همچنین، توجه به سلایق و ترجیحات گردشگران از طریق پژوهش‌های دوره‌ای و تحلیل بازخوردهای آن‌ها به عنوان اولویت‌های کلیدی باید مدنظر قرار گیرد. از سویی کویر مصر در شش ویژگی شامل دسترسی به مقصد، مناظر طبیعی، شرایط آب و هوایی، جاذبه‌های تاریخی فرهنگی، مهمان‌نوازی و امنیت مقصد در سطحی قرار دارد که انتظارات گردشگران را برآورده می‌سازد، اما نسبت به کویر مرنجاب عملکرد ضعیف‌تری دارد. تلاش برای بهبود دسترسی به مقصد از طریق توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل و ایجاد مسیرهای امن و مناسب و همچنین تقویت خدمات مهمان‌نوازی کارکنان مقصد می‌تواند تاثیر زیادی در رقابت‌پذیری کویر مصر ایجاد کند. تقویت امنیت و افزایش حس امنیت گردشگران ورزشی نیز یکی از عوامل اساسی در این زمینه است که باید در کویر مصر بهبود یابد. زیرا همواره یکی از دغدغه ها و مشکلات گردشگران در این گونه مناطق، مساله حس امنیت بوده است. همچنین پنج ویژگی شامل امکانات و فعالیت‌های ورزشی متنوع، توجه به ادراک گردشگران، خدمات پزشکی، قیمت‌گذاری رقابتی، و مراکز پذیرایی اگرچه نسبت به کویر مرنجاب عملکرد بهتری دارد، اما انتظارات گردشگران را به طور کامل برآورده نمی‌کند. در این زمینه به مدیران و تصمیم سازان کویر مصر توصیه می‌شود به گسترش امکانات و تنوع فعالیت‌های ورزشی مبتنی بر کویر مانند سندبوردینگ، سافاری و غیره اقدام کنند تا جذابیت بیشتری برای گردشگران ورزشی ایجاد شود. زیرا ایورن و کوزاک (۲۰۱۸)، جابری و همکاران (۲۰۲۴) نیز اذعان داشتند که در دسترس بودن فعالیت‌های متنوع ورزشی اهمیت فزاینده ای در جلب رضایت گردشگران و ارتقای رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ورزشی و همچنین مقاصد گردشگری ورزش‌های کویری دارد. از سویی طبق گفته سدویک و همکاران[1] (۲۰۱۵) ورزش در مناطق کویری همواره با چالش های بهداشتی و پزشکی همراه بوده و به دلیل عدم دسترسی کافی به مراکز و تجهیزات پزشکی، یکی از مشکلات اساسی ورزش‌های کویری محسوب می شود. علاوه بر این موارد، بازنگری در قیمت‌گذاری و ارائه خدمات پزشکی به‌موقع و مراکز پذیرایی باکیفیت نیز از جمله اقداماتی است که می‌تواند موجب رضایت گردشگران ورزشی شود و رقابت‌پذیری کویر مصر را نسبت به کویر مرنجاب افزایش دهد. از سویی نتایج نقشه ادراکی پژوهش نشان داد که کویر مصر در سه حوزه تبلیغات و بازاریابی، پایداری محیط زیستی، و شهرت مقصد به نسبت کویر مرنجاب از مزیت رقابتی پایداری برخوردار است به این معنا که در عوامل کویر مصر هم انتظارات گردشگران ورزشی را برآورده کرده است و هم نسبت به کویر مرنجاب بهتر عمل کرده‌اند. مدیران کویر مصر باید این نقاط قوت و مزیت رقابتی را تقویت کرده و از آن‌ها در بازاریابی مقصد استفاده کنند. برنامه‌های تبلیغاتی باید بر جنبه‌های پایدار و شهرت خاص کویر مصر تأکید داشته و تلاش کنند تصویری منحصربه‌فرد از آن در ذهن گردشگران ورزشی ایجاد کنند. همچنین، توجه به پایداری محیط زیستی باید همواره حفظ شود تا این مقصد به عنوان یک نمونه موفق در حوزه گردشگری پایدار مطرح گردد. در نهایت دو ویژگی مراکز اقامتی و برگزاری رویدادهای ویژه در نقشه ادراکی پژوهش در وضعیت ناپایداری قرار دارند و ممکن است در اثر تغییرات کوچک، موقعیت رقابتی متفاوتی پیدا کنند. در این دسته از ویژگی‌ها مدیران کویر مصر باید به طور مداوم کیفیت و تنوع مراکز اقامتی را بهبود داده و از برگزاری رویدادهای ورزشی و متمایز برای جلب توجه گردشگران ورزشی حمایت کنند. این امر نه تنها به جذب گردشگران بیشتر کمک می‌کند، بلکه تصویر کویر مصر را به عنوان مقصد تخصصی گردشگری مبتنی بر ورزشی را نیز تقویت خواهد کرد.

بدین ترتیب این مطالعه با بررسی اینکه چه عواملی بر رقابت‌پذیری در یک مقصد گردشگری ورزشی مبتنی بر کویر تأثیر دارند، کمک قابل توجهی به ادبیات گردشگری ورزشی می‌کند. در عین حال، به دانش در مورد مسائل مربوط به رقابت‌پذیری مقصد می

1. Sedgwick et al

In Press

افزاید. علاوه بر آنچه که این مطالعه به ادبیات گردشگری ورزشی و رقابت‌پذیری مقصد افزود، این تحقیق دارای محدودیت هایی نیز می باشد. با توجه به جدید بودن حوزه پژوهش، یکی از محدودیت های این پژوهش، نبود ادبیات پژوهشی غنی در حوزه رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری کویری است. محدود بودن مناطق کویری مورد مطالعه نیز از دیگر محدودیت های این پژوهش است که به نوعی تعمیم نتایج را محدود می کند. مقایسه رقابت‌پذیری سایر مقاصد گردشگری کویری در ایران و نیز بررسی جنبه‌های مختلف ورزش‌های کویری به منظور شناخت دقیق‌تر و عمیق‌تر ابعاد ورزش‌های کویری می‌تواند از موضوعات قابل توجه در تحقیقات آتی باشد. علاوه بر این موارد به گفته بسیاری از پژوهشگران مفهوم رقابت پذیری دیگر به خودی خود یک هدف نیست، بلکه ابزاری است برای دستیابی به کیفیت زندگی در میان ساکنان مقاصد گردشگری بنابراین، محققان آینده می‌توانند رابطه بین رقابت‌پذیری مقصد و رفاه ساکنان و گردشگران ورزشی را بررسی کنند تا شکاف تحقیقاتی موجود در این زمینه را پر کنند و اطلاعات ارزشمندی در اختیار سیاست‌گذاران و مدیران مقصد قرار دهند.

References

Abyar, N., Asadi, H., Farahani, A., & Zarchi, M. Z. (2014). Determination of effective factors on desert trekking development in Iran province Yazd with the emphasis on desert attractions tourism and desert sports. Sport Science, 7(2), 58-62.

Artigas, E. M., Vilches-Montero, S., & Yrigoyen, C. C. (2015). Antecedents of tourism destination reputation: The mediating role of familiarity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *26*, 147-152.

Atkinson, D. (2016). Is South Africa's Great Karoo region becoming a tourism destination?. *Journal of Arid Environments*, *127*, 199-210.

Alipour, A., Hashemi, S. M., Khalifeh, E., & Moradi, A. (2017). Studying of the role of tourism in the social sustainable development of the sandy and salty regions, case study: Kerman Province. *Regional Planning*, *7*(28), 39-50. **[In Persian]**

Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism management*, *62*, 360-376.

Asadi, M., & Douzandeh Ziabary, F. (2024). Night sky tourism and its role in the economy of desert regions: A case study of the Mesr desert. *Journal of Arid Regions Geographic Studies, 14*(54), 60-73.

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.

Botti, L., Goncalves, O., & Peypoch, N. (2012). Benchmarking Pyrenean ski resorts. *Journal of Alpine Research| Revue de géographie alpine*, (100-4).

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.

Buhalis, D. and Amaranggana, A. (2013), "Smart tourism destinations", in Information and Communication Technologies in Tourism 2014, pp. 553-564.

In Press

Crouch, G. I. (2011). Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes. *Journal of Travel Research, 50*(1), 27-45.

Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. Tourism management, 21(1), 1-7.

Chen, C.M., Chen, S.H., Lee, H.T. and Tsai, T.H. (2016), "Exploring destination resources and competitiveness–A comparative analysis of tourists' perceptions and satisfaction toward an island of Taiwan", Ocean and Coastal Management, Vol. 119, pp. 58-67.

Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. Current issues in tourism, 6(5), 369-414.

Delshad, A. (2021). Analysis of the competitiveness of urban tourism destinations in Iran. *Urban Tourism, 8*(1), 143-161. **[In Persian]**

Douzandeh Ziabary, F., & Lotfi, H. (2015). Investigating the capabilities of desert areas in Iran in order to attract foreign tourists (Case Study: Mesr Desert and Maranjab Desert). *Journal of Tourism Hospitality Research*, *4*(3), 5-32.

Elahi, A., Moradi, E., & Saffari, M. (2020). Antecedents and consequences of tourists' satisfaction in sport events: Mediating role of destination image. *Journal of Convention and Event Tourism, 21,* 123-154.

Evren, S., & 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, 9,* 247-257.

Eshraghi, M., Toriman, M. E., & Ahmad, H. (2010). Sustainable ecotourism in desert areas in Iran: Potential and issues. *e-BANGI: Jurnal Sains Sosial dan Kemanusiaan, 5*(1), 38-51.

Frochot, I., & Kreziak, D. (2008). Customers' perceptions of ski resorts' images: Implications for resorts' positioning strategies. *Tourism and Hospitality Research, 8*(4), 298-308.

Fernando, I. N., & Long, W. (2012). New conceptual model on cluster competitiveness: A new paradigm for tourism? *International Journal of Business and Management*, *7*(9), 75.

Gandomkar, A., Daneshvar, F., & Ghasemi, N. (2016). Locating ski sports and recreational sites: A case study of Isfahan province. *Tourism Space, 6*(24), 1-18. **[In Persian]**

Ghozbanii, R. , Aminbeidokhti, A. , Jafari, S. and Haqiqat, H. (2020). Factors Affecting Competitiveness of Geotourism Destination. *Tourism Management Studies*, *15*(49), 63-93. **[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*

In Press

of winter tourism (case study: Dizin International Ski Resort)]. *The First National Conference on Geography, Tourism, Natural Resources and Sustainable Development* , *2*, 14–15. **[In Persian]**

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.

Hallmann, K., Müller, S., Feiler, S., Breuer, C., & Roth, R. (2012). Suppliers' perception of destination competitiveness in a winter sport resort. Tourism Review, 67(2), 13-21.

Hallmann, K., Müller, S., & Feiler, S. (2014). Destination competitiveness of winter sport resorts in the Alps: How sport tourists perceive destinations. Current Issues in Tourism, 17(4), 327-349.

Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. Journal of travel research, 38(3), 239-245.

Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2019). *The business of tourism.* Sage.

Hassanpour, Mahmoud, Ahmadi, Zeynab, & Elyasi, Hassan. (2011). Tourism Carrying Capacity Determination for Desert Regions of Iran Case Studies: Shahdad, Maranjab-Band E Rig, and Mesr-Farahzad. Tourism Management Studies (Tourism Studies), -(14), 177-197. **[In Persian]**

Hudson, S., Ritchie, B., & Timur, S. (2004). Measuring destination competitiveness: An empirical study of Canadian ski resorts. *Tourism and Hospitality Planning and Development, 1*(1), 79-94.

Heath, E. (2002). Towards a model to enhance Africa's sustainable tourism competitiveness. Journal of Public Administration, 37(si-1), 327–353.

Higham, J. (2005). Sport tourism destinations: Issues, opportunities and analysis. In *Sport tourism destinations: Issues, opportunities and analysis*. Amsterdam: Elsevier Butterworth Heinemann.

Iran Mesr desert: Nature's Silent Majesty - Irantourism. (2022, July 15). Irantourism. https://irantourism.travel/en/where-is-iran-mesr-desert/

Iglesias-Sánchez, P. P., Correia, M. B., & Jambrino-Maldonado, C. (2019). Challenges in linking destinations' online reputation with competitiveness. *Tourism & Management Studies*, *15*(1), 35-43.

Jaberi, A. (2024). Identifying the requirements for the development of desert sports in Kerman. *Research in Sport Management and Marketing*, *5*(3), 28-41.

Kahdouei, E. , Farzan, F. and Abedi Samakosh, M. (2024). Identifying Factors Affecting the Adoption of Sport Tourism in The Desert (Case Study: Yazd University Students). Desert Management, 11(4), 71-82. **[In Persian]**

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.

In Press

Komsic, J. and Dorcic, J. (2016), "Tourism destination competitiveness and online reputation: conceptualization and literature framework analysis", Tourism and Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings, pp. 144-157.

Mira, M. R., Moura, A., & Breda, Z. (2016). Destination competitiveness and competitiveness indicators: Illustration of the Portuguese reality. Tékhne, 14(2), 90-103.

Mazloomi Soveini, F., & Gaspar, P. (2022). The effect of destination image on satisfaction and revisiting intention of desert sport tourists. *Journal of New Studies in Sport Management, 3*(2), 486-493.

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.

Mustafa, H., Omar, B., & Mukhiar, S. N. S. (2020). Measuring destination competitiveness: An importance-performance analysis (IPA) of six top island destinations in Southeast Asia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(3), 223-243.

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.

Murgante, B.; Eskandari Sani, M.; Pishgahi, S.; Zarghamfard M.; Kahaki, F. Factors Affecting the Lut Desert Tourism in Iran:Developing an Interpretive-Structural Model. Sustainability **2021**, 13, 7245

Liao, C. and Nong, L. (2021), "WITHDRAWN: smart city sports tourism integration based on network and Internet of Things", Microprocessors and Microsystems, Advance online publication, 103971.

Novais, M. A., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2018). Destination competitiveness: A phenomenographic study. Tourism Management, 64, 324-334.

Novakowski, N. and Wellar, B. (2008), "Using the Delphi technique in normative planning research: methodological design considerations", Environment and Planning A, Vol. 40 No. 6, pp. 1485-1500.

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.

Pazandeh, M. M. , razavi, S. M. H. , Amirnejad, ٔ. and Mohammadi, N. (2024). An Examination of Factors Influencing Tourist Attraction in Desert Sports Activities of Ferdous City. *Journal of Socio-Cultural Studies of Khorasan*, *17*(4), 37-68. **[In Persian]**

Remy-Miller, K. (2017). *Sports in the Desert: How Qatar, Abu Dhabi, and Dubai are employing sports to make economic, political, and international gains* (Doctoral dissertation, Brandeis University).

In Press

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. *Tourism Management*, 23(3), 275-287.

Sainaghi, R. (2008). *Strategic positioning and performance of winter destinations. Tourism Review, 63(4), 40-57.*

Sabokkhiz, M., Sabokkhiz, F., Shayesteh, K., Malaz, J., & Shieh, E. (2016). Sustainable tourism management by using recreational carrying capacity concept (Case: Mesr Desert in Iran). *Rev. Eur. Stud.*, *8*, 105.

Sedgwick, P. E., Wortley, G. C., Wright, J. M., Asplund, C., William, O. R., & Usman, S. (2015). Medical clearance for desert and land sports, adventure, and endurance events. Wilderness & Environmental Medicine, 26(4), 47-54.

Soheil. (2024, May 28). MESR Desert Tours and Travel Guide. Iran Tours IranAmaze.

Standeven, J., & De Knop, P. (1999). „*Sport Tourism. Human Kinetics*: Champaign". *Annals of Tourism Research*, 638-657.

Stankova, M. (2011). Competitiveness analysis and management of a tourist destination. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, *1*(1), 65-77.

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.

In Press