



The impact of developing tourism destination infrastructure on the competitiveness of tourism destinations in Gorgan County

Mohammad Reza Salimi Sobhan¹ ✉, Afsane Razaji², Farzad Darvishi³

1. (Corresponding Author) *Department of Geography, Institute for Security, Law Enforcement and Social Studies, Institute for Law Enforcement Sciences and Social Studies, Tehran, Iran*

Email: salimi_geo@yahoo.com

2. *Department of Geography, Faculty of Geography, University of Zanjan, Tehran, Iran*

Email: razajiaf@gmail.com

3. *Department of Social, Institute for Security, Regulatory and Social Studies, Institute for Regulatory Sciences and Social Studies, Tehran, Iran*

Email: dazraf1358@gmail.com

ARTICLE INFO

Article type:

Research Paper

Article History:

Received:

1 June 2025

Revised:

6 August 2025

Accepted:

10 September 2025

Published online:

20 October 2025

Keywords:

Tourism Destination
Infrastructure,
Competitiveness,
Tourism Destinations,
Gorgan.

ABSTRACT

Gorgan County has high capabilities in terms of natural and human capacities in the tourism sector and can occupy a special place in the country in terms of attracting tourists, which requires the provision and development of infrastructure and recognition of the services needed by tourists in this area. The present study was designed and implemented to investigate the impact of developing tourism destination infrastructure on the competitiveness of tourism destinations in Gorgan County. For this purpose, the approach governing the research is of an applied-developmental type, and its research method is descriptive-analytical. The library and field methods (questionnaire tool) were used to collect the required information. After determining the sample size of 384 people, the questionnaires were completed, and their data were extracted. SPSS and Amos software and t-tests were used to analyze the questionnaire data and test the research variables. The t-test results show that the service and accommodation infrastructure index is higher, and the transportation and recreational-sports infrastructure index is lower than other tourism destination infrastructure indicators. The results of structural equation modeling (AMOS) indicate that among the dimensions of tourism infrastructure examined, accommodation and service infrastructure have the most significant impact on the competitiveness of tourists in Gorgan city. In this regard, urban managers are advised to contribute to the satisfaction of tourists and repeat travel to Gorgan city by developing tourism infrastructure such as services and accommodation and improving roads and transportation conditions.

Citation: Salimi Sobhan, M. R., Razaji, A., & Darvishi, F. (2025). The impact of developing tourism destination infrastructure on the competitiveness of tourism destinations in Gorgan County. *Journal of Urban Tourism*, 12 (3), 19-35.

<http://doi.org/10.22059/jut.2025.378946.1223>



© The Author(s)

Publisher: University of Tehran Press

This is an open access article under the CC BY NC license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

The tourism industry has a significant impact on strengthening economic and social foundations and relationships between people, and the development of tourism destinations is one of the most important factors that can affect the competitiveness of tourists. The present study was designed and implemented to investigate the impact of developing tourism destination infrastructure on the competitiveness of tourism destinations, analyzing tourism infrastructure in different dimensions (accommodation infrastructure, service infrastructure, transportation infrastructure, and recreational infrastructure) simultaneously and identifying the relative importance of each dimension. What distinguishes this study from other studies is the in-depth study of the multidimensional effects of tourism infrastructure on the competitiveness of tourists and the identification of factors affecting the competitiveness of tourist destinations in the study area.

Methodology

The present research method is of an applied type, using descriptive-analytical methods and structural equation modeling to comprehensively analyze the development of tourism destination infrastructure and its impact on the competitiveness of the target population's tourism destinations. The statistical population is tourists from Gorgan who have traveled to Gorgan in the first quarter of 2024 for over 15 years. Also, the sample size is 384 respondents who were selected by simple random method. For this purpose, after conducting library studies and processing them, a questionnaire was prepared, and the necessary information about tourism development and its impact on competitiveness in Gorgan was collected. This study's measurement and data collection tool is a researcher-made questionnaire, which was applied to measure its reliability using Cronbach's alpha, which is above 87 percent. Also, to analyze the results of this research, descriptive statistics were used in descriptive statistical analysis, and

structural equation modeling in the SPSS and AMOS software environments were employed in inferential statistical analysis.

Results and discussion

The results of the study of the duration of stay and the way tourists get acquainted showed that 74.5 percent of them stated that their duration of stay was 1 to 3 days. Regarding the way, they got acquainted with the attractions of Gorgan city, 38.2 percent of them stated that the Internet and cyberspace were the options, and 29.4 percent stated that their way of staying in Gorgan city was in organizational accommodation centers. Next, the tourism infrastructure variable was measured in the form of four indicators such as accommodation, service, transportation, and recreational infrastructure. Among the items of accommodation infrastructure, the quantitative status of guesthouses and hotels has the highest average, 3.47. In the service area, the item of the quantitative status of shopping centers to meet the needs of tourists has the highest average of 3.75. The item of the status of the public transportation system in the city has the highest average, with an average of 3.67. In the recreation area, the existence of sufficient public parks in the city has the highest average, with an average of 3.21.

The results of the confirmatory factor analysis of the variable measurement model of the quality of infrastructure of tourist destinations, which includes the status of accommodation, service, transportation, and entertainment infrastructure, show that the image of the quality of infrastructure of tourist destinations and also the competitiveness of tourist destinations have factor loadings of more than 0.4. The factor analysis model of these variables is also approved. Also, considering the value of the T-statistic obtained for the path coefficient equal to 5.23, it can be inferred that the quality of infrastructure of tourist destinations increases the competitiveness of tourist destinations in Gorgan.

Tourism infrastructure development indicators such as accommodation infrastructure, transportation, service and recreational infrastructure play a very

important role in the competitiveness of Gorgan city's tourism destinations. In a way, the accommodation infrastructure index, one of the most important concerns of tourists, is the existence of desirable accommodation facilities in tourism destinations because the quality of infrastructure and their number and diversity in the area of interest for tourists will be promising for the development of tourism in Gorgan city. The results of the study showed that the number of existing camps in the province needs further development because the location of Gorgan city, due to the buffer zone between the movement of tourists and travelers to the holy Mashhad, requires the use of camps and resorts in these areas.

On the other hand, the index of various infrastructure and service, recreational and sports factors, such as the existence of infrastructure and sports facilities and children's play facilities and the existence of sufficient public parks at the city level, can be among the important factors in attracting tourists and ensuring their comfort and well-being when traveling to this region. Overall, the infrastructure indicators of Gorgan city's tourist destinations are in an average state, and they affect the prosperity of tourism in this city because the infrastructure index is at a lower level due to lack of desirability, which is due to the lack of facilities and amenities related to transportation, accommodation and services in the region. Moreover, it can have a negative impact on the ability to attract tourists.

Conclusion

The results of the present study, in relation to statistical data and answers to the main research questions, indicate that the components of the indicators of accommodation, services, transportation, recreation, and sports infrastructures have a high range and diversity concerning the evaluation of the competitiveness of tourism destinations. The results of structural equation modeling indicate that accommodation and services infrastructures have the most significant role in the competitiveness of tourists in the target region among the dimensions of tourism infrastructures examined. After that, the dimensions of transportation, recreation, and sports infrastructures are recognized in third and fourth place by the respondents and affect the competitiveness of tourists in Gorgan city, respectively.

Authors' Contribution

The authors have contributed equally in all stages and parts of the research.

Funding

According to the statement of the corresponding author, this article has not been sponsored.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgements

The authors would like to thank all those who helped conduct this research, especially those who assessed the quality of the article.

تأثیر توسعه زیرساخت‌های مقاصد گردشگری بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری شهرستان گرگان

محمدرضا سلیمی سبحان^۱✉، افسانه رزجی^۲، فرزاد درویشی^۳

۱- نویسنده مسئول، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، پژوهشگاه علوم انتظامی و مطالعات اجتماعی، تهران، ایران. رایانامه: salimi_geo@yahoo.com

۲- گروه جغرافیا، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران. رایانامه: razajiaf@yahoo.com

۳- گروه انتظامی، پژوهشگاه علوم انتظامی و مطالعات اجتماعی، تهران، ایران. رایانامه: dazraf1358@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۳/۱۱

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۰۵/۱۵

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۶/۱۹

تاریخ چاپ:

۱۴۰۴/۰۷/۲۸

واژگان کلیدی:

بازاریابی تأثیرگذار،

جذابیت محتوا،

بیان تجارب،

گردشگری فرهنگی،

شهر تهران.

امروزه مقاصد گردشگری برای دستیابی به توسعه پایدار، می‌بایست از زیرساخت‌ها، منابع و مزیت‌های رقابتی خود در زمینه گردشگری، بهترین استفاده را داشته باشند. پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر توسعه زیرساخت‌های مقاصد گردشگری بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری طراحی و اجرا شد. از نظر هدف، کاربردی و دارای ماهیتی توصیفی-تحلیلی و ژرفانگرانه است. از نظر نوع روش، در گروه پژوهش‌های کمی است. جامعه آماری پژوهش حاضر گردشگران ورودی به شهرستان گرگان بودند. با توجه به این که تعداد حجم جامعه آماری مشخص نبود از فرمول کوکران برای حجم جامعه نامحدود استفاده شد و حجم نمونه ۳۸۴ نفر برآورد گردید. روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت تصادفی ساده بود و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ای پژوهش از نرم‌افزارهای spss و Amos استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که با توجه به مقدار ضریب مسیر به دست آمده متغیر کیفیت زیرساخت‌های گردشگری با ضریب مسیر ۰/۴۸ دارای بیشترین تأثیر بر روی متغیر وابسته یعنی رقابت‌پذیری مجتمع‌های گردشگری داشته است. نتایج حاصل شده این پژوهش حاکی از آن بود که مؤلفه‌های حمایت از توسعه زیرساخت‌های اقامتی، تفریحی، خدماتی و حمل و نقل گردشگری بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری شهرستان گرگان مؤثر است.

استناد: سلیمی سبحان، محمدرضا؛ رزجی، افسانه و درویشی، فرزاد. (۱۴۰۴). تأثیر توسعه زیرساخت‌های مقاصد گردشگری بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری شهرستان گرگان. *مجله گردشگری شهری*، ۱۲ (۳)، ۳۵-۱۹.

<http://doi.org/10.22059/jut.2025.378946.1223>

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری، سومین صنعت شغل و سرمایه بعد از صنعت نفت و خودروسازی بوده و به منزله سیستمی جهانی، بخش درخور توجهی از تولید ناخالص جهان را به خود اختصاص داده است از طرفی صنعت گردشگری به دلیل مزایای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بسیار زیادی که می‌تواند به همراه خود داشته باشد، به یکی از صنایع مهم کشورها تبدیل گردیده است (عبدالهی، ۱۴۰۱: ۳۲). بر اساس آمار سازمان گردشگری جهانی، در سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران بین‌المللی به بیش از ۱/۳ میلیارد نفر و درآمد حاصل از این صنعت بالغ بر ۱/۲۳ تریلیون دلار شده است (Unwto, 2021: 1429).

مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهد، صنعت گردشگری در سطح جهانی، به‌طور فزاینده‌ای در حال رشد است بخش گردشگری به‌طور گسترده‌ای به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محرک‌های رشد اقتصادی شناخته می‌شود و باعث ظهور پدیده‌های به نام رقابت‌پذیری گردشگری شده است. (Simarmata et al, 2022: 34) و در مورد کشور ایران نیز بر اساس برنامه چشم‌انداز ۲ ساله، ایران باید اولین کشور منطقه در زمینه گردشگری باشد و بر اساس این هدف، ایران باید تا سال ۱۴۰۴ پذیرای ۲۰ میلیون گردشگر باشد و درآمد ۱۵ میلیارد دلاری از این حوزه داشته باشد که با توجه به ظرفیت‌ها و توان کشور در حوزه گردشگری می‌تواند در تحقق بخش مهمی از این هدف، نقش مؤثر داشته باشد با رقابت‌پذیری در مقاصد گردشگری و توسعه زیرساخت‌ها، توان تبدیل شدن به کشور اول منطقه در حوزه گردشگری دور از دسترس نیست. (چگین، ۱۴۰۱: ۲۰۵).

رقابت‌پذیری گردشگری اصولاً بر پایه مزیت رقابتی شکل می‌گیرد. برای یک مقاصد گردشگری منابع بکری مانند آب‌وهوا، مناظر طبیعی، گونه‌های گیاهی و جانوری مزیت نسبی محسوب می‌شوند، درحالی‌که منابع ساخت بشر (مانند هتل‌ها، جاذبه‌ها، شبکه‌های حمل‌ونقل)، جشنواره‌ها، کیفیت مدیریت، مهارت منابع انسانی، قوانین دولتی و ... که برآمده از خلاقیت‌های بشری است مزیت رقابتی می‌باشد (عبدالهی، ۱۴۰۱: ۳۴) برای رقابت‌پذیر بودن مقصد تمرکز بر منابع ساخت بشر خواهد بود. امروزه مقصدها برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری، می‌بایست از منابع و مزیت‌های رقابتی خود در زمینه گردشگری، بهترین استفاده را داشته باشند. از سوی دیگر، رقابت‌پذیری یک مقصد گردشگری، می‌بایست پایدار باشد در یک مقصد گردشگری، بازیگران اصلی، گردشگران و طیف وسیعی از ذی‌نفعان داخلی اعم از ساکنین محلی، کسب‌وکارها و دولت‌ها را شامل می‌شود و تنها در نظر گرفتن گردشگر، مقصد و رقبا، بدون توجه به ذی‌نفعان داخلی، نمی‌تواند ضامن بقای رقابت‌پذیری و پایداری مقاصد گردشگری شهری شود (Jensen, 2016: 35).

در این راستا، کشور ایران نیز دارای جاذبه‌های گردشگری تاریخی و طبیعی فراوان و منحصر به فردی است. از دید سازمانی معتبر چون یونسکو، در زمره پنج کشور اول جهان از نظر جاذبه‌های گردشگری محسوب می‌گردد، این جایگاه گردشگری با توجه به ظرفیت‌های بی‌نهایت ایران در ارتباط با گردشگری به‌گونه‌ای غیرقابل‌باور در جایگاه مردم و کشور ایران نیست (شهریاری، ۱۴۰۱: ۹۱). چرا که گردشگری صنعتی است که قادر نیست به‌صورت مجزا رشد کند بلکه توسعه آن در گرو رشد و توسعه بخش‌ها و زیرساخت‌های مختلف است. به دلیل نقشی که این صنعت می‌تواند در این زمینه به‌خصوص در کشور ایفا نماید، ضرورت و لزوم توجه به گردشگری و توسعه پایدار و شناخت عوامل مؤثر بر آن، اهمیت پیدا می‌کند. پرواضح است که با ایجاد و تقویت ارتباط متقابل بین گردشگری و توسعه زیرساخت‌ها می‌توان در ارتقاء و پیشرفت کشور و برنامه‌ریزی درازمدت، اشتغال مفید، پایدار و همه‌جانبه‌ای را ممکن ساخت (عزیزی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۲). در این بین، زیرساخت‌های مقاصد گردشگری و به‌منزله یکی از مهم‌ترین دلایل اساسی در رشد و پویایی صنعت گردشگری و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری در کشور یاد می‌شود. بدین‌سان برنامه‌ریزی برای تقویت

زیرساخت‌های گردشگری و ارتقای کیفیت خدمات و امکانات گردشگران، بیش‌ازپیش حائز اهمیت است؛ زیرا اعتقاد بر این است که رضایت گردشگران از یک‌سو سبب بازگشت و تداوم بازدید گردشگران به مقصد می‌شود و از سوی دیگر در ترغیب دوستان و آشنایان به دیدار از مقصد مؤثر است (فرهادی یونکی و خوشخو، ۱۳۹۹: ۱۳۰).

بر این مبنا، زمینه‌های ایجاد رقابت‌پذیری گردشگری در شهر گرگان، توسعه زیرساخت‌های گردشگری است زیرا رقابت‌پذیری و توسعه زیرساخت‌های گردشگری پارامترهای یک معادله هستند که با یکدیگر ارتباط مستقیمی دارند. در واقع همان‌طور که یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری وجود رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری است و توسعه زیرساخت‌های گردشگری در شهرستان گرگان نیز با تردد گردشگر بیشتر در این مناطق موجب به وجود رقابت‌پذیری در آن منطقه می‌گردد. شهرستان گرگان به‌عنوان محلی زیبا و مقدس در رأس تمام آبادی‌های مزبور قرار داشته است. دره‌های سرسبز و مناطق جنگلی، چشمه‌سارها ارتفاعات و قله‌ها، آبشارها، غارها، شکارگاه‌ها، و به‌ویژه جاذبه‌های حیات‌وحش از خصوصیات جالب‌توجه طبیعت شهرستان گرگان است. که برخی از آن‌ها از تفرجگاه‌های مهم به شمار می‌آید. شهرستان گرگان از لحاظ کنش‌های فرهنگی خود ایران کوچک است این منطقه از لحاظ رفتارهای فرهنگی مردم کانون گوناگونی‌هاست و در این‌بین خصوصیات فرهنگی فارس، ترکمن، ارامنه، کرد، بلوچ، عرب، روس و ... از پیشینه تاریخی برخوردار است. شهرستان گرگان در مقایسه با سایر نواحی با وجود داشتن ظرفیت‌های بالقوه، آن‌گونه که باید گردشگر به خود جذب نکرده است. این پژوهش ضمن مرور پیشینه تحقیقات انجام‌شده در رابطه با موضوع و مطالعه اسنادی مفاهیم و مبانی نظری مطرح در حوزه توسعه و زیرساخت‌های گردشگری و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری به دنبال پاسخ به این سؤال است که آیا توسعه زیرساخت‌های مقاصد گردشگری شهرستان گرگان تأثیری در رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری دارد؟

رجبی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان: «سنجش توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی با رویکرد رقابت‌پذیری سفر و گردشگری» به این نتایج دست یافتند که ورود گردشگران تا حد زیادی در مقاصدی متمرکز است که به سطوح بالاتری از رقابت می‌رسند. اما این ارتباط در تمام کشورهای مورد مطالعه تأیید نمی‌شود. تعداد گردشگران بین‌المللی که از کشورهای اسلامی منتخب بازدید می‌کنند، بر این فرض دلالت نمی‌کند که رقابت‌پذیری بیشتر یک مقصد برابر با تعداد بازدیدکنندگان بیشتر و در نتیجه رشد گردشگری در کشور مقصد است. چگین (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «چارچوب توسعه زیرساخت‌های گردشگری سلامت در کشور» یافته‌های حاصل از مطالعه عمیق گزارش‌ها، پژوهش‌ها و مصاحبه‌ها بیانگر آن است که توسعه گردشگری سلامت در گرو توجه به هفت دسته از زیرساخت‌ها از جمله اقتصادی، اجتماعی، سیستمی، نظارتی، حمل‌ونقل، فیزیکی و اشتراکی است و ضمن تعیین نهادهای مسئول، چارچوب توسعه زیرساخت‌ها با تأکید بر دو مفهوم نوسازی و نوگرایی پیشنهاد شده است. شعبانی و همکاران (۱۴۰۱) بررسی ظرفیت‌های گردشگری و نقش آن در توسعه آن (مورد مطالعه: شرق استان تهران) نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که بین مؤلفه‌های توسعه گردشگری و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری در سطح معناداری ۰.۰ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارتی هر مقدار توسعه مقاصد گردشگران، افزایش یابد به همان اندازه تمایل آنان به سفر به این مناطق، بیشتر است. عزیزی و همکاران (۱۴۰۰) نتایج پژوهشی با عنوان «تحلیل پراکنش فضایی خدمات زیرساختی عمومی و رفاهی گردشگری در ایران» نشان می‌دهد دولت به‌عنوان سیاست‌گذار اصلی توسعه برنامه‌ریزی فضایی-کالبدی و رویکرد آمایشی صنعت گردشگری در استان‌های کشور، مقوله نامتوازن آن را موجب شده است به‌طوری‌که تمرکز موفق عمل نکرده است و نوعی توسعه تأسیسات گردشگری در برخی استان‌ها و کمبود آن‌ها در برخی استان‌های دیگر کاملاً مشهود است، نیاز به خدمات مختلف حوزه گردشگری، توزیع انواع تأسیسات و زیرساخت‌ها در استان‌ها برای تحت پوشش قرار دادن همه نوع

نیاز گردشگران بسیار مهم و حیاتی است. فرهادی یونکی و همکاران (۱۳۹۹) نتایج تحقیق با عنوان «تأثیرگذاری زیرساخت‌های گردشگری در میزان وفاداری گردشگران» مطالعه موردی: شهر اصفهان» نشان داد که بهبود زیرساخت گردشگری باعث افزایش رضایت گردشگر و مطلوبیت تصویر مقصد به صورت مستقیم و افزایش وفاداری در گردشگر به صورت غیرمستقیم می‌شود.

پریک^۱ و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان «تأثیر کیفیت خدمات بر رضایتمندی و وفاداری گردشگران در گردشگری روستایی در صربستان» به این نتایج دست یافتند که بین کیفیت خدمات و رضایتمندی، همچنین بین وفاداری و رضایتمندی رابطه مستقیمی وجود دارد. در ادامه بین کیفیت خدمات و وفاداری رابطه مستقیمی وجود ندارد، اما تأثیرگذاری غیرمستقیم مثبتی وجود دارد. مامیرکلو و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در مطالعه تحت عنوان فرصت‌های جدید زیرساخت جاده ابریشم در توسعه محیط گردشگری برای کیفیت بهتر زندگی ساکنان در قزاقستان نشان دادند که طرح جدید جاده ابریشم برای زیرساخت‌های گردشگری بر ایجاد فرصت‌های گردشگری پایدار تأثیر مثبت دارد، که به نوبه خود کیفیت زندگی ساکنان را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، یافته‌ها در طراحی تبلیغات اداره گردشگری پایدار و رفاه ساکنان تحت پروژه‌های زیربنایی جاده ابریشم جدید مفید هستند. با این حال، صرفاً استراتژی‌های زیرساخت‌های گردشگری نمی‌توانند کیفیت زندگی ساکنان را بهبود بخشند، بلکه عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی برای توسعه گردشگری پایدار در مقصد نیز حیاتی است. لیم^۳ و همکاران (۲۰۱۹) در مقاله ساختار مکانی تأسیسات گردشگری و زیرساخت‌ها مانند خدمات اقامتی، پذیرایی، تفریحی-رفاهی، شبکه ارتباطی و وسایل حمل‌ونقل، جهت و توزیع عمومی و سرمایه‌گذاری‌های گردشگری توسط بخش خصوصی که به عنوان حوزه‌های خدماتی بخش گردشگری کشور محسوب شده و بر این اساس از مجاری رسمی و قانونی دارای مجوز فعالیت بوده و در حال خدمات‌رسانی به گردشگران می‌باشد، مورد بررسی قرار می‌گیرد. همچنین برخی مانند خدمات حمل‌ونقل تأثیر مستقیم بر گردشگری داشته، ولی صرفاً واحدهای خدماتی بخش گردشگری نیستند. جانسن^۴ (۲۰۱۶) در پژوهشی با موضوع اعتماد و انتخاب مقصد گردشگری به این نتایج دست یافتند که اعتماد یکی از فاکتورهای مهم گردشگران در انتخاب مقصد گردشگری است. به گونه‌ای که این عامل در کنار عوامل دیگر از جمله تسهیلات زیرساخت گردشگری، مجاورت و نزدیکی جغرافیایی به عنوان مهم‌ترین عامل یاد شده است. نتایج تحقیق مچیندا و همکاران^۵ (۲۰۱۶) در خصوص تأثیر نسبی عوامل رقابت و کیفیت مقصد بر وفاداری گردشگران در که چانگ حاکی از آن بود که توسعه زیرساخت‌ها بر رقابت‌پذیری بر وفاداری نگرشی گردشگران که چانگ تأثیری ندارد. جوانیک و ایوان^۶ (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «زیرساخت، عامل مهم توسعه گردشگری در کشورهای اروپای شرقی» به این نتایج دست یافتند که توسعه گردشگری در آینده به سرمایه‌گذاری متمرکز در زیرساخت‌ها و نوسازی آن، به منزله یکی از عوامل مهم توسعه بخش گردشگری بستگی دارد. علیرغم پیشینه مورد اشاره، باید گفت در پژوهش‌های انجام‌شده به‌طور کلی به بررسی، تأثیر و تأثر دو متغیر توسعه زیرساخت‌های گردشگری و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری در مناطق مختلف پرداخته شده است ولی در هیچ‌یک از پژوهش‌های انجام‌گرفته به‌طور خاص به این موضوع در جامعه هدف پرداخته نشده است.

1. Perić

2. Mamirkulova

3. Lim

4. Jensen

5. Mechinda

6. Jovanovic & Ivana

مبانی نظری

زیرساخت مقصد گردشگری

سازمان جهانی گردشگری^۱ توسعه گردشگری را شامل کیفیت زندگی برای جامعه میزبان، رضایت گردشگران، حفظ محیط‌زیست و منابع انسانی و اجتماعی مورد استفاده در فرایند گردشگری می‌داند (Asli & Boylu, 2009). امروزه، توسعه زیرساخت گردشگری مورد توجه تعداد زیادی از کشورها واقع شده و تمایل به دستیابی به جایگاه بهتر در زمینه گردشگری و کمک به توسعه اقتصادی از این طریق انگیزه اصلی آن‌ها است. زیرساخت مقصد گردشگری، پایه و اساس توسعه گردشگری و نیز پایه‌های برای بهره‌برداری از منابع مقصد است. زیرساخت‌های گردشگری را می‌توان به عنوان عناصر فیزیکی در نظر گرفت که برای میزبانی بازدیدکنندگان طراحی و ساخته شده‌اند. از نظر برخی پژوهشگران، رابطه تنگاتنگی بین توسعه گردشگری و زیرساخت‌ها وجود دارد (Adobayo & Iweka, 2014:15). اهمیت زیرساخت گردشگری در این است که می‌تواند به افزایش بهره‌وری تولید و توزیع خدمات گردشگری کمک کند و در برخی موارد، مانند مقصدهای دورافتاده، حتی خدمات گردشگری را افزایش می‌دهد (Glinos et al, 2010:1150).

بسیاری از کشورهای جهان سوم به این دلیل که زیرساخت‌های موجود در کشورشان حتی پاسخگوی نیاز داخلی نیست، در برابر پیشرفت روزافزون گردشگری در کشور خود ایستادگی می‌کنند. زیرساخت‌های گردشگری شامل تعداد زیادی خدمات است که برای رفع نیازهای گردشگران و افزایش رضایت در طول اقامت آن‌ها در مقصد مورد نیاز است (Jovanović & Ilić, 2016:290). این زیرساخت‌های عبارت‌اند از تمامی تسهیلات و امکاناتی که گردشگر در حین گردشگری از آنان بهره‌مند شده، موجب تسهیل ارائه خدمات به گردشگر و در نتیجه افزایش جذابیت مقصد می‌شود. هدف از ایجاد زیرساخت‌های مناسب گردشگری، تأمین خواسته‌ها و نیازهای گردشگران و ارائه خدمات مطلوب به آنان است و تشکیل مؤلفه‌های زیرساخت گردشگری شامل بررسی مؤلفه‌هایی از گردشگری است که برای توسعه یک مقصد حیاتی‌اند. در این پژوهش، این اجزا را به منزله زیرساخت‌های متمرکز گردشگری به شرح جدول شماره (۱) در نظر می‌گیریم:

جدول ۱. مؤلفه‌های و شاخص‌های موردسنجش توسعه زیرساخت‌های گردشگری

مؤلفه‌ها	شاخص
زیرساخت‌های اقامتی	تعداد کمپ‌های مخصوص گردشگران، وضعیت کمی مهمان‌پذیرها و هتل‌ها، وجود اتاق‌های باکیفیت در هتل‌ها، واحدهای پذیرایی مختلف در مناطق مختلف گردشگری گران
زیرساخت‌های خدماتی	وضعیت کمی رستوران‌ها وضعیت کمی دستشویی و توالت عمومی در سطح شهر و مکان‌های گردشگری، غرفه‌های غذاخوری در مکان‌های هدف گردشگری، وضعیت دسترسی به مکان‌های هدف گردشگری، وضعیت آژانس‌های گردشگری در شهرستان، وضعیت کمی مراکز خرید برای جوابگویی به نیازهای گردشگران
زیرساخت‌های حمل‌ونقل	وضعیت تعاونی‌های مسافربری در سطح شهر، وضعیت سرویس‌های امدادی، وضعیت سیستم حمل‌ونقل عمومی در سطح شهر، وجود تعداد مناسب پارکینگ در مناطق هدف گردشگری
زیرساخت‌های تفریحی	وجود زیرساخت‌ها و امکانات ورزشی در مناطق هدف گردشگری شهرستان، وجود زیرساخت‌ها و امکانات بازی کودکان در مناطق هدف گردشگری شهرستان، وجود زیرساخت‌ها و امکانات ورزش برای بانوان در شهر، وجود پارک‌های عمومی کافی در سطح شهر گران

رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری

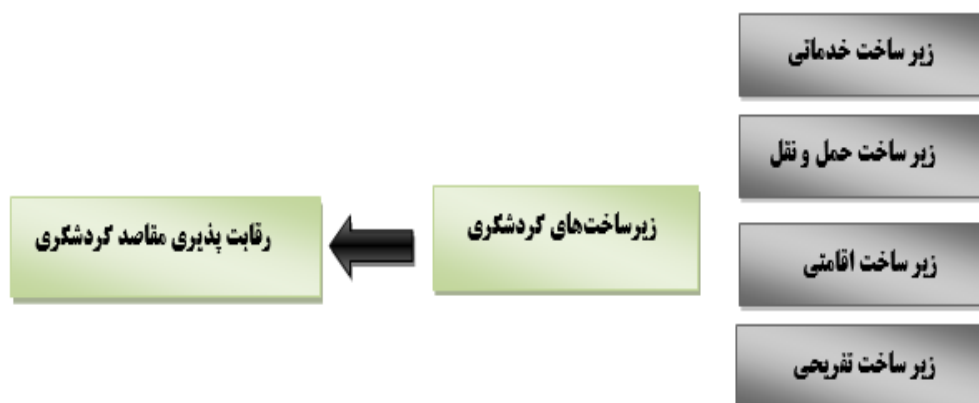
معنای رقابت‌پذیری مقصد متکی بر درک معنای هر کلمه در رقابت‌پذیری مقصد از منظر گردشگری است. تعریف مقصد گردشگری توسط سازمان جهانی گردشگری بدین شرح در نظر گرفته می‌شود: فضای فیزیکی که یک بازدیدکننده

حداقل یک‌شب را در آن سپری می‌کند. این فضا شامل محصولات گردشگری مانند خدمات پشتیبانی و جاذبه‌ها و منابع گردشگری در مدت‌زمان بازگشت همان‌طور که در یک‌روزه است از طرفی رقابت‌پذیری یکی از مؤلفه‌های اصلی، عملکرد مرتبط با کسب‌وکار و پیوند آن با سایر اجزا است. رقابت‌پذیری گردشگری، مقصدی با ویژگی‌های ملموس است که باعث رقابت موفق می‌شود یا در مورد توانایی یک کشور در بهینه‌سازی جذابیت خود برای گردشگران است. رقابت‌پذیری به مفهوم توانایی یک مقصد ملی برای دستیابی به اهداف خاص است. به‌طور خاص، ارزش‌های عالی و محصولات و خدمات گردشگری نوآورانه و جذاب را در بازارهای جهانی به مشتری ارائه می‌کند و درعین‌حال اطمینان می‌دهد که منابع موجود برای حمایت از گردشگری به‌طور کارآمد و پایدار استفاده گردد..

رقابت‌پذیری و توسعه مقاصد گردشگری

بسیاری از متغیرهای بالقوه نظیر متغیرهای اندازه‌گیری شده عینی مانند رقابت‌پذیری قیمت، پیشرفت فناوری، باز بودن بازار، بهداشت، و منابع انسانی و همچنین متغیرهای اندازه‌گیری شده ذهنی، مانند جاذبه‌های مرتبط با محیط‌زیست، توسعه زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری الکترونیکی و... با مفهوم رقابت‌پذیری گردشگری ارتباط تنگاتنگی دارند. باین‌حال، توسعه اندک زیرساخت گردشگری یا نبود آن در یک مکان توریستی یا حوالی آن، از موانعی است که بر تجربه و رضایت توریست‌ها در خصوص آن مکان تأثیر بگذارد (Gao et al, 2021).

مطالعات نشان می‌دهد پس از بازدید از یک مقصد گردشگری، زیرساخت‌ها نقش مهمی در رضایت‌مندی گردشگران داشته است از این‌رو رقابت‌پذیری، مربوط به تولید بیشتر و با کیفیت بهتر کالاها و خدمات است که برای مصرف‌کنندگان خوب بازاریابی شود. این امر منجر به افزایش دستمزد و ایجاد منابع و زیرساخت‌های مناسب برای بخش خدمات عمومی می‌شود (Gianfaldoni, 2017: 567). بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش مدل مفهومی پژوهش به‌صورت زیر ارائه می‌شود (شکل ۱)



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

مطالعه حاضر بر مبنای هدف، پژوهشی کاربردی و بر اساس ماهیت و روش یک پژوهش توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری گردشگران شهرستان گرگان که بالای ۱۵ سال است که در سه‌ماهه پایانی سال ۱۴۰۱ به شهرستان گرگان سفر کرده‌اند و حجم نمونه ۳۸۴ پاسخگو می‌باشد که به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری داده‌های موردنیاز دو روش کتابخانه‌ای و روش میدانی (از طریق تهیه و تکمیل پرسشنامه) استفاده شده است. بدین منظور

پس‌ازآنجام مطالعات کتابخانه‌ای و پردازش آن، پرسشنامه تهیه و بر اساس آن، اطلاعات لازم از توسعه گردشگری و تأثیر آن بر رقابت‌پذیری در شهرستان گرگان گردآوری شد. ابزار سنجش و گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد که مؤلفه‌ها و شاخص‌های و گویه‌های آن، با بررسی ادبیات تجربی و نظری پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته طراحی و تدوین گردید که برای سنجش قابلیت اعتماد آن‌ها از آلفای کرونباخ استفاده شده بالای ۸۷ درصد می‌باشد. همچنین برای تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از این تحقیق در تحلیل آمار توصیفی از آماره‌های توصیفی مانند توزیع درصد فراوانی، و در تحلیل آماری استنباطی، از مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزارهای spss و Amos استفاده شد.

محدوده مورد مطالعه

شهرستان گرگان از نظر موقعیتی در شمال کشور و استان گلستان واقع شده است، مساحت شهر با احتساب حوزه نفوذ شهرستان، ۱۶۱۵/۸۱ کیلومتر مربع می‌باشد. شهر گرگان از عرض جغرافیایی ۱۷° ۴۷' ۳۶" تا ۵۷° ۴۷' ۳۶" شمالی و از طول جغرافیایی ۳۳° ۲۲' ۵۴" تا ۴۳° ۲۲' ۵۴" شرقی قرار گرفته است. جمعیت شهرستان گرگان طبق آخرین سرشماری در سال ۱۳۹۵، ۳۵۰۶۷۰ نفر بوده است (آمار جمعیتی سرشماری ۱۳۹۵). شهرستان گرگان در دشتی وسیع و حاصلخیز که از شرق به شهرستان علی‌آباد، از شمال به مناطق مرزی ایران و ترکمنستان (از طریق شهرستان آق‌قلا) و از غرب به شهرستان کردکوی و از جنوب با ارتفاعات شاخه شرقی رشته‌کوه البرز و استان سمنان (شهرستان شاهرود) هم‌مرز می‌باشد. این شهر به لحاظ جغرافیای طبیعی به سه ناحیه قابل تقسیم می‌باشد (میرکتولی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۵).

بخش میانی: واقع در بین ارتفاع ۱۰۰ متری جلگه و کوهستان از تپه‌ها و ارتفاعات متعددی تشکیل یافته و زمین این قسمت از آبرفت رودها اراضی حاصلخیزی را به وجود آورده است. بخش جنوبی را کوهستان شاخه‌های شرقی سلسله جبال البرز تشکیل داده است. شهرستان گرگان در دامنه شمالی رشته‌کوه‌های البرز با شیب ملایم (در حدود ۴ درصد) استقرار یافته و بخش شمالی شهر نیز باغات و زمین‌های کشاورزی حاصلخیز محصور شده است، این شهر به علت موقعیت جغرافیایی خاص آن و وضعیت طبیعی مناسب به صورت یک مرکز خدمات و مبادلات منطقه در طول تاریخ شکل گرفته است. دروازه‌های متعدد شهر که محل تقاطع راه‌های مختلف بوده می‌تواند علل پیدایش و نحوه رشد شهر را بیان نمایند. شهر تا اوایل قرن حاضر (۱۳۰۰) در داخل برج و باروی خود رشد کرد. پس‌از آن به طرف جنوب و شرق (که پادگان شهر در زمان رضاخان ساخته شد) رشد کرد. رشد بعدی شهر در قسمت شرق و جنوب شرقی و همچنین غرب بوده است. از آنجاکه شهرستان گرگان دارای پیشینه و هویت تاریخی بالایی است، مساحت بافت تاریخی، قدیمی و فرسوده شهری در آن بالا می‌باشد. علاوه بر این بافت ناهمگون فرهنگی شهر از دیگر خصایص آن می‌باشد (عادل، ۱۳۸۵: ۲). شهرستان گرگان با داشتن آثار تاریخی و باستانی، چشم‌اندازها و مناظر و جاذبه‌های بکر طبیعی و تنوع آب و هوایی، آداب و رسوم که برای گردشگران غیربومی جذابیت دارد و همچنین موقعیت جغرافیایی ظرفیت‌های زیادی در امر گردشگری دارد که می‌توان در جهت رشد هرچه بیشتر استان از آن‌ها بهره برد.

یافته‌ها

بر اساس بررسی‌های صورت گرفته ۷۵ درصد مرد و ۲۵ درصد زن بوده‌اند، بیشترین تعداد نمونه آماری پژوهش با ۴۸/۷ درصد در گروه سنی ۲۱ الی ۳۵ سال و کمترین درصد نمونه آماری پژوهش با ۳/۱ درصد در گروه کمتر از ۲۰ سال قرار

داشتند، گرفته ۶۸ درصد متأهل و ۳۲ درصد مجرد بوده‌اند. از لحاظ وضعیت تحصیلات ۵/۴ درصد دیپلم و پایین‌تر، ۵۲.۳ درصد لیسانس و ۳۳.۵ درصد نیز دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و مابقی دکتری بوده‌اند. همچنین وضعیت شغلی پاسخگویان بیانگر آن است که ۲۳.۱ درصد شاغل در بخش خصوصی، ۲۷.۸ درصد شاغل در بخش دولتی، ۱۵.۱ درصد خانه‌دار و ۱۰.۱ درصد بیکار و مابقی نیز سایر را عنوان نموده‌اند. بیشترین تعداد نمونه آماری پژوهش ۱۶۳ نفر مبدأ سفر خود را خود را بین ۳ الی ۵ میلیون تومان عنوان نموده‌اند. بیشترین تعداد نمونه آماری پژوهش ۱۶۳ نفر مبدأ سفر خود را استان‌های هم‌جوار بیان کرده‌اند در ارتباط به دفعات سفر به شهرستان گرگان بیشترین تعداد یعنی ۳۴/۶ درصد بار اول است که به شهرستان گرگان مسافرت کرده‌اند. همچنین کمترین تعداد نمونه آماری پژوهش سومین بار است که به شهرستان گرگان سفر کرده‌اند. در ارتباط با وسیله سفر بیشترین تعداد ۵۴/۴ درصد با وسیله شخصی به شهرستان گرگان مسافرت کرده‌اند. در ارتباط به همراهان سفر بیشترین تعداد نمونه آماری ۷۲/۱ درصد با خانواده خود به شهرستان گرگان مسافرت کرده‌اند.

یافته‌های توصیفی تعداد روزهای اقامت، نحوه آشنایی و نحوه اقامت

در جدول شماره (۲) یافته‌های توصیفی سؤالات مربوط به تعداد روزهای اقامت، نحوه آشنایی و نحوه اقامت مسافران ارائه شده است. با عنایت به نتایج توصیفی در ارتباط با تعداد روزهای اقامت بیشترین تعداد نمونه آماری مدت اقامت خود را ۱ الی ۳ روز، در ارتباط با نحوه آشنایی با جاذبه‌های شهرستان گرگان بیشترین تعداد نمونه آماری گزینه اینترنت و فضای مجازی را انتخاب نموده‌اند. در ارتباط با سؤال نحوه اقامت در شهرستان گرگان بیشترین تعداد نمونه آماری پژوهش منزل دوستان و آشنایان عنوان کرده‌اند.

جدول ۲. فراوانی مدت‌زمان اقامت، نحوه و نحوه آشنایی پاسخگویان با شهرستان گرگان

متغیرها	گزینه‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
مدت‌زمان اقامت	کمتر از یک روز	۲۴	۶/۲
	۱ الی ۳ روز	۲۸۵	۷۴/۵
	۳ الی ۵ روز	۵۲	۱۳/۴
	۵ الی ۷ روز	۵	۱/۳
	بیش از ۷ روز	۱۸	۴/۶
	جمع	۳۸۴	۱۰۰
نحوه اقامت	هتل	۳۳	۸/۵
	مهمان‌پذیر	۸۳	۲۱/۴
	مراکز اسکان سازمانی	۱۰۶	۲۹/۴
	منزل دوستان و آشنایان	۱۱۰	۵/۷
	پارک‌ها و کمپ‌های مسافر	۲۲	۲۷/۳
	سایر	۳۰	۷/۷
نحوه آشنایی با جاذبه‌های شهرستان گرگان	جمع	۳۸۴	۱۰۰
	دوستان و آشنایان	۹۸	۲۵/۵
	رسانه‌های تصویری	۶۶	۱۷/۱
	اینترنت و فضای مجازی	۱۴۷	۳۸/۲
	آژانس‌های مسافرتی	۷۳	۱۹
	جمع کل	۳۸۴	۱۰۰

یافته‌های توصیفی متغیر زیرساخت‌های گردشگری

متغیر زیرساخت‌های گردشگری در قالب چهار شاخص زیرساخت‌های اقامتی، زیرساخت‌های حمل‌ونقل، خدماتی و تفریحی موردسنجش قرار گرفت در ادامه یافته‌های توصیفی هر کدام از این شاخص‌ها ارائه شده است.

یافته‌های توصیفی زیرساخت‌های اقامتی

جدول ۳. یافته‌های توصیفی وضعیت زیرساخت‌های اقامتی

گویه‌ها	گزینه‌ها						انحراف معیار
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	
تعداد کمپ‌ها	۲۵	۹۲	۱۴۶	۶۷	۵۴	۲/۹۸	۰/۶۷۸
	۶/۵	۲۳/۹	۳۸	۱۷/۴	۱۴		
وضعیت کمی مهمان‌پذیرها	۴۹	۵۷	۹۰	۱۱۰	۷۸	۳/۴۷	۱/۱۷
	۱۲/۷	۱۴/۸	۲۳/۴	۲۸/۶	۲۰/۳		
وجود اتاق‌های باکیفیت	۱۹	۴۱	۷۲	۱۸۴	۶۸	۳/۵۵	۱/۲۳
	۴/۹	۱۰/۷	۱۸/۸	۴۷/۹	۱۷/۷		
واحدهای پذیرایی مختلف در مناطق مختلف	۲۱	۳۱	۷۹	۱۶۴	۸۹	۳/۴۲	۱/۷۸
	۵/۵	۸/۱	۲۰/۶	۴۲/۷	۲۳/۲		

در جدول ۳، با عنایت به یافته‌های توصیفی از بین گویه‌ها وضعیت زیرساخت‌های اقامتی، گویه وضعیت کمی مهمان‌پذیرها و هتل‌ها با میانگین ۳/۴۵ دارای بیشترین میانگین و گویه تعداد کمپ‌های مخصوص گردشگران با میانگین ۲/۹۸ دارای کمترین میانگین است.

یافته‌های توصیفی گویه‌های زیرساخت‌های خدماتی

جدول ۴. یافته‌های توصیفی وضعیت زیرساخت‌های خدماتی

گویه‌ها	گزینه‌ها						انحراف معیار
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	
وضعیت کمی رستوران‌ها	۰	۷	۱۷۴	۱۰۷	۹۶	۳/۶۵	۰/۸۸۳
	۰	۱/۸	۴۵/۳	۲۷/۹	۲۵		
وضعیت کمی دستشویی و توالت عمومی در سطح شهر و مکان‌های گردشگری	۰	۸	۷۰	۲۳۰	۷۶	۲/۵۶	۱/۵۴
	۰	۲	۱۸/۲	۵۹/۹	۱۹/۸		
غرفه‌های غذاخوری در مکان‌های هدف گردشگری	۵	۱۸	۶۹	۱۹۷	۹۵	۳/۳۲	۰/۹۸۷
	۱/۳	۴/۷	۱۸	۵۱/۳	۲۴/۷		
وضعیت دسترسی به مکان‌های هدف گردشگری	۳	۲	۶۷	۲۲۲	۹۰	۳/۵۶	۱/۱۷
	۰/۸	۰/۵	۱۷/۴	۵۷/۸	۲۳/۴		
وضعیت آژانس‌های گردشگری در شهرستان	۲	۲	۱۹۹	۹۰	۹۱	۳/۴۳	۰/۸۹۷
	۰/۵	۰/۵	۵۱/۸	۲۳/۴	۲۳/۷		
وضعیت کمی مراکز خرید برای جوابگویی به نیازهای گردشگران	۳	۷	۹۳	۱۹۰	۹۱	۳/۷۵	۱/۱۲
	۰/۸	۱/۸	۲۴/۲	۴۹/۵	۲۳/۷		

مطابق در جدول ۴ با عنایت به یافته‌های توصیفی از بین گویه‌ها موردنظر گویه وضعیت کمی مراکز خرید برای جوابگویی به نیازهای گردشگران با میانگین ۳/۷۵ دارای بیشترین میانگین و گویه وضعیت کمی دستشویی و توالت عمومی در سطح شهر و مکان‌های گردشگری با میانگین ۲/۵۶ دارای کمترین میانگین است.

یافته‌های توصیفی گویه‌های زیرساخت‌های حمل‌ونقل

جدول ۵. یافته‌های توصیفی وضعیت زیرساخت‌های خدماتی

گویه‌ها	گزینه‌ها						انحراف معیار
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	
وضعیت تعاونی‌های مسافربری در سطح شهر	فراوانی	۳۴	۴۵	۱۸۷	۹۸	۲۰	۳/۵۵
وضعیت سرویس‌های امدادی	درصد فراوانی	۸/۸	۱۱/۷	۴۸/۶	۲۵/۵	۵/۲	۰/۹۸۷
وضعیت سیستم حمل‌ونقل عمومی در سطح شهر	فراوانی	۶۷	۹۷	۱۳۶	۴۵	۳۹	۳/۳۲
وجود تعداد مناسب پارکینگ در مناطق هدف گردشگری	درصد فراوانی	۱۷/۴	۲۵/۲	۳۵/۴	۱۱/۷	۱۰/۱	۱/۰۹
	فراوانی	۲۳	۳۱	۸۷	۱۵۳	۹۰	۳/۶۷
	درصد فراوانی	۵/۹	۸	۲۲/۶	۳۹/۸	۲۳/۴	۱/۲۱
	فراوانی	۳۶	۶۵	۱۲۱	۸۶	۷۶	۳/۱۸
	درصد فراوانی	۹/۳	۱۶/۹	۳۱/۵	۲۲/۳	۱۹/۷	۰/۶۷۱

در جدول ۵، یافته‌های توصیفی خدمات حمل‌ونقل، از بین گویه‌ها موردنظر گویه وضعیت سیستم حمل‌ونقل عمومی در سطح شهر با میانگین ۳/۶۷ دارای بیشترین میانگین و گویه وجود تعداد مناسب پارکینگ در مناطق هدف گردشگری با میانگین ۳/۱۸ دارای کمترین میانگین است.

یافته‌های توصیفی گویه‌های زیرساخت‌های تفریحی

جدول ۶. یافته‌های توصیفی وضعیت زیرساخت‌های خدماتی

گویه‌ها	گزینه‌ها						انحراف معیار
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	
وجود زیرساخت‌ها و امکانات ورزشی در مناطق هدف گردشگری شهرستان	فراوانی	۸۹	۱۱۳	۸۸	۵۲	۴۲	۲/۸۷
وجود زیرساخت‌ها و امکانات بازی کودکان در مناطق هدف گردشگری شهرستان	درصد فراوانی	۲۳/۱	۲۹/۴	۲۲/۹	۱۳/۵	۱۰/۹	۰/۵۶۷
وجود زیرساخت‌ها و امکانات ورزش برای بانوان در شهر	فراوانی	۹۱	۱۴۶	۷۰	۵۷	۲۰	۲/۶۰
وجود پارک‌های عمومی کافی در سطح شهر	درصد فراوانی	۲۳/۶	۳۸	۱۸/۲	۱۴/۸	۵/۲	۰/۷۶۵
	فراوانی	۸۱	۱۵۷	۶۷	۵۰	۲۹	۲/۷۸
	درصد فراوانی	۲۱	۴۰/۸	۱۷/۴	۱۳	۷/۵	۰/۶۳۲
	فراوانی	۲۶	۹۴	۱۲۶	۱۱۵	۲۳	۳/۲۱
	درصد فراوانی	۶/۷	۲۴/۴	۳۲/۸	۲۹/۹	۵/۹	۱/۱۲

با عنایت به یافته‌های توصیفی در جدول شماره (۶)، از بین گویه‌ها وضعیت زیرساخت‌های تفریحی، گویه وجود پارک‌های عمومی کافی در سطح شهر با میانگین ۳/۲۱ دارای بیشترین میانگین و گویه وجود زیرساخت‌ها و امکانات بازی کودکان در مناطق هدف گردشگری شهرستان با میانگین ۲/۶۰ دارای کمترین میانگین است. همچنین نتایج نشان می‌دهد به‌غیراز گویه وجود پارک‌های عمومی کافی در سطح شهر، دیگر گویه‌ها مقدار میانگین به‌دست‌آمده برای آن‌ها کمتر از حد متوسط یعنی عدد ۳ است.

بررسی توزیع داده‌ها

از نرم‌افزار آموس ابتدا باید مشخص شود که داده‌های جمع‌آوری شده از توزیع نرمال یا غیر نرمال برخوردار است؟ چون در صورت نرمال بودن توزیع داده‌های جمع‌آوری شده، برای آزمون فرضیه‌ها می‌توان آزمون‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزار آموس استفاده نمود. به‌منظور بررسی توزیع نرمال یا غیر نرمال بودن داده‌های جمع‌آوری شده در جهت استفاده از تکنیک‌های آماری و مدل‌سازی معادلات ساختاری آزمون کولموگروف-اسمیرنف استفاده شد که در جدول شماره (۷) آورده شده است.

جدول ۷. نتایج آزمون نرمال بودن متغیرها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنف

متغیرها	سطح معنی‌داری	وضعیت توزیع
زیرساخت‌های گردشگری	۰/۸۰۶	نرمال است
رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری	۰/۵۶۷	نرمال است.

با عنایت به نتایج مندرج در جدول ۸ سطح معنی‌داری برای تمامی متغیرها بزرگ‌تر از مقدار خطا ۰/۰۵ است بنابراین توزیع فراوانی گویه‌های متغیرها موردنظر دارای توزیع نرمال می‌باشد. ازاین‌رو می‌توان از مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزار آموس استفاده نمود.

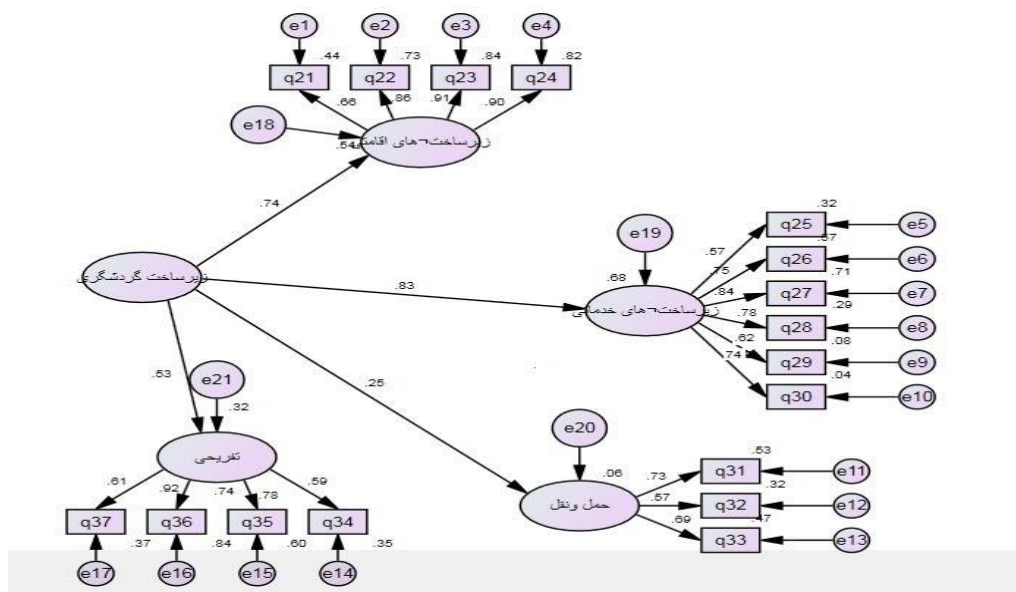
در این پژوهش به‌منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزار آموس استفاده شد. در این پژوهش برای انجام تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری از رویکرد دومارحله‌ای استفاده شد. در مرحله اول (مدل اندازه‌گیری) تحلیل‌ها بر اساس تعیین روابط علی بین متغیرها و سازه‌های نظری انجام می‌گیرد. بدین منظور، با استفاده از نرم‌افزار آموس ۲۰ تحلیل عامل تأییدی انجام شد. و در مرحله بعدی، مسیرها یا روابط علی بین سازه‌های بیرونی و داخلی در مدل ساختاری مشخص شدند.

مدل اندازه‌گیری متغیر توسعه زیرساخت‌های مقاصد گردشگری

جدول ۸. شاخص‌های برازش متغیر زیرساخت‌های مقاصد گردشگری

شاخص	X2	df	p	GFI	AGFI	TLI	NFI	CFI	RMSEA	X2/df
مقادیر	۱۵۶/۳۴	۱۳۲	۰/۰۰	۰/۹۶۱	۰/۹۰۳	۰/۹۱۳	۰/۹۳۲	۰/۹۵۸	۰/۰۵۶	۱/۱۸

با توجه به ارقام به‌دست‌آمده برای شاخص‌های برازش که همگی بالای ۰/۹۰ هستند مورد تأیید قرار می‌گیرد و مدل تحلیل عاملی تأییدی این متغیر نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.



شکل ۲. نتیجه تحلیل عاملی تأییدی مدل اندازه‌گیری متغیر زیرساخت‌های مقاصد گردشگری

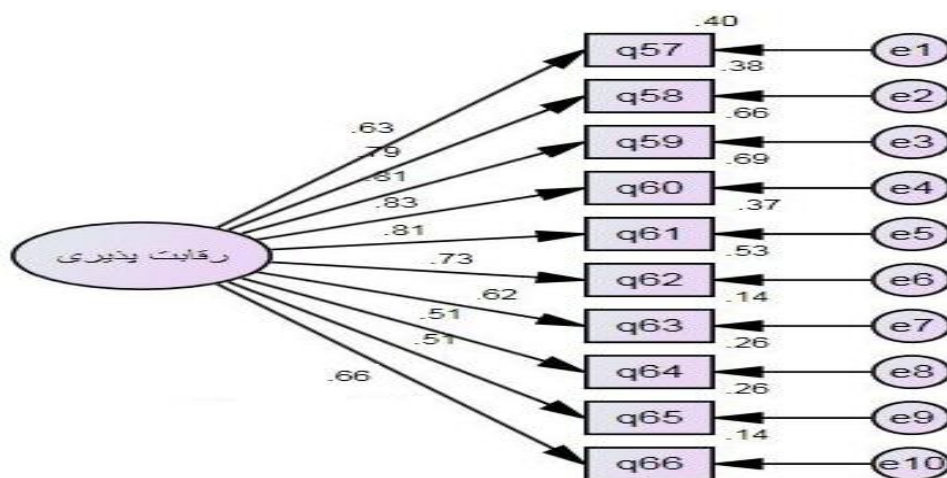
نتایج تحلیل عاملی تأییدی شکل ۲ ارائه مدل اندازه‌گیری متغیر کیفیت زیرساخت‌های مقاصد گردشگری که دربرگیرنده وضعیت زیرساخت‌های اقامتی، خدماتی، حمل و نقل و تفریحی است نشان می‌دهد که تصویر کیفیت زیرساخت‌های مقاصد گردشگری هم بارهای عاملی بیش از ۰/۴ می‌باشند.

مدل اندازه‌گیری متغیر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری

جدول ۹. شاخص‌های براز متغیر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری

شاخص	X2	df	p	GFI	AGFI	TLI	NFI	CFI	RMSEA	X2/df
مقادیر	۲۰۷/۶۷	۱۷۸	۰/۰۰۰	۰/۹۷۱	۰/۹۷۵	۰/۹۱۶	۰/۹۵۶	۰/۹۲۳	۰/۰۵۵	۱/۱۶

با توجه به ارقام به‌دست‌آمده برای شاخص‌های برازش متغیر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری که همگی بالاتر از حد متوسط هستند مورد تأیید قرار می‌گیرد و مدل تحلیل عاملی تأییدی متغیر موردنظر این متغیر نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.



شکل ۳. تحلیل عاملی تأییدی مدل اندازه‌گیری متغیر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری

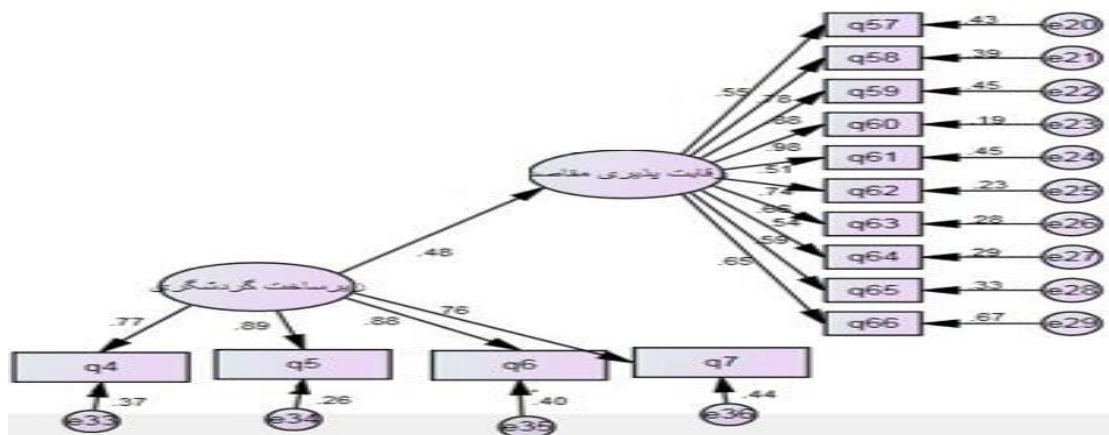
مطابق شکل شماره (۳) متغیر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری در غالب ۱۰ سؤال موردسنجش قرار گرفته است. نتایج تحلیل عاملی تأییدی رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری نشان می‌دهد هم بارهای عاملی بیش از ۰/۴ می‌باشند و مدل تحلیل عاملی تأییدی متغیر موردنظر این متغیر نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

آزمون فرضیه‌ها بر اساس معادلات ساختاری

فرضیه: کیفیت زیرساخت‌های مقاصد گردشگری موجب افزایش توان رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری می‌گردد. به‌منظور بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزار Amos بهره گرفته شد. ارزیابی بخش ساختاری مدل همان معناداری آماری پارامترهای برآورد شده به‌صورت مجزا برای مسیرهای علی مدل است که مقادیر بحرانی بوده و بر اساس تقسیم برآورد پارامترها بر خطاهای معیار مربوطه به دست می‌آیند. این‌ها همان مقادیر t هستند. چنان چه آماره T به‌دست‌آمده بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و یا کوچک‌تر از -۱/۹۶ باشد، ضرایب مسیر معنادار است و فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد در غیر این صورت فرضیه پژوهش رد می‌شود. با استفاده از روش حداکثر درست‌نمایی، مدل‌سازی معادلات ساختاری اجرا شد. مشاهده می‌شود که کلیه شاخص‌های برازش در محدوده موردپذیرش واقع شدند

جدول ۱۰. شاخص‌های برازش مدل ساختاری پژوهش

شاخص	X2	df	p	GFI	AGFI	TLI	NFI	CFI	RMSEA	X2/df
مقادیر	۲۶۲/۳۳	۱۶۸	۰/۰۰۰	۰/۹۰۵	۰/۹۸۳	۰/۹۱۲	۰/۹۱۰	۰/۹۳۰	۰/۰۷۰	۱/۵۶۱



شکل ۴. تحلیل عاملی تأییدی مدل اندازه‌گیری رابطه متغیر کیفیت زیرساخت‌های مقاصد گردشگری و رقابت‌پذیری

با عنایت به شکل ۴ مقدار ضریب مسیر به‌دست‌آمده برای رابطه فوق‌الذکر برابر با ۰/۴۸ است. به‌گونه‌ای مقدار آماره T به‌دست‌آمده برای این مسیر برابر با ۵/۲۳ که بزرگ‌تر از ۱/۹۶ می‌باشد و رابطه مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود کیفیت زیرساخت‌های مقاصد گردشگری موجب افزایش توان رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری می‌شود.

بحث

یافته‌های توصیفی مرتبط با متغیر زیرساخت‌های گردشگری در قالب چهار شاخص زیرساخت‌های اقامتی، زیرساخت‌های حمل‌ونقل، خدماتی و تفریحی موردسنجش قرار گرفت. گویه‌های مربوط به وضعیت زیرساخت‌های اقامتی

از بین گویه‌ها موردنظر گویه وضعیت کمی مهمان‌پذیرها و هتل‌ها با میانگین ۳/۴۵ دارای بیشترین میانگین و گویه تعداد کمپ‌های مخصوص گردشگران با میانگین ۲/۹۸ دارای کمترین میانگین است. نتایج یافته‌های توصیفی مربوط به وضعیت زیرساخت‌های اقامتی نشان می‌دهد که گردشگران از وضعیت تعداد کمپ‌های موجود در شهرستان گرگان اعلام نارضایتی داشتند به‌طور کلی با افزایش مشکلات زیرساختی گردشگران، رقابت‌پذیری در مقصد بیشتر خواهد شد. نتایج با یافته‌های نتایج با یافته‌های عزیزی و همکاران (۱۴۰۰)، رجبی و همکاران (۱۴۰۲) چگین (۱۴۰۱) جوانویچ و الیچ (۲۰۱۶)، جانسن (۲۰۱۶) لیم و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد. همسویی دارد.

در ارتباط با وضعیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل از بین گویه‌ها موردنظر گویه وضعیت سیستم حمل‌ونقل عمومی در سطح شهر با میانگین ۳/۶۷ دارای بیشترین میانگین و گویه وجود تعداد مناسب پارکینگ در مناطق هدف گردشگری با میانگین ۳/۱۸ دارای کمترین میانگین است. نتایج با یافته‌های رجبی و همکاران (۱۴۰۲) چگین (۱۴۰۱) فرهادی یونکی و همکاران (۱۳۹۹) پریک و همکاران (۲۰۲۰) مامیرکلو و همکاران (۲۰۲۰)، جیان فالدونی (۲۰۱۷)، همسویی دارد.

در ارتباط با وضعیت زیرساخت‌های از بین گویه‌ها موردنظر گویه وجود پارک‌های عمومی کافی در سطح شهر با میانگین ۳/۲۱ دارای بیشترین میانگین و گویه وجود زیرساخت‌ها و امکانات بازی کودکان در مناطق هدف گردشگری شهرستان با میانگین ۲/۶۰ دارای کمترین میانگین است. همچنین نتایج نشان می‌دهد به‌غیر از گویه وجود پارک‌های عمومی کافی در سطح شهر، دیگر گویه‌ها مقدار میانگین به‌دست‌آمده برای آن‌ها کمتر از حد متوسط یعنی عدد ۳ است. نتایج با یافته‌های (عبدالهی، ۱۴۰۱: ۳۴)، عزیزی و همکاران (۱۴۰۰)، فرهادی یونکی و همکاران (۱۳۹۹) پریک و همکاران (۲۰۲۰) گاگو و همکاران (۲۰۲۱)، جوانویچ و الیچ (۲۰۱۶)، جانسن (۲۰۱۶) همسویی دارد.

نتیجه‌گیری

گردشگری تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی، اجتماعی و روابط بین انسان‌ها دارد. انتخاب مقصد گردشگری همیشه یکی از مسائل مهم مدیریت گردشگری است. هم‌زمان با افزایش تقاضای گردشگری و رشد این صنعت، مطالعه راجع به فرآیند انتخاب مقصد افزایش یافته است. هر مقصد محصولات و خدمات مختلفی برای جذب گردشگران به آنان عرضه می‌کند و هر گردشگر فرصت انتخاب از میان یک مجموعه مقاصد را دارد. توسعه مقاصد گردشگری، یکی از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند بر رقابت‌پذیری تأثیرگذار باشد، بر این اساس پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر توسعه زیرساخت‌های مقاصد گردشگری بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری طراحی و اجرا شد.

به‌منظور بررسی و آزمون فرضیه پژوهش "کیفیت زیرساخت‌های مقاصد گردشگری موجب افزایش توان رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری می‌گردد" از مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزار Amos بهره گرفته شد. مقدار ضریب مسیر به‌دست‌آمده برای رابطه فوق‌الذکر برابر با ۰/۴۸ است. به‌گونه‌ای مقدار آماره T به‌دست‌آمده برای این مسیر برابر با ۵/۲۳ که بزرگ‌تر از ۱/۹۶ می‌باشد و رابطه مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود کیفیت زیرساخت‌های مقاصد گردشگری موجب افزایش توان رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری می‌شود. نتایج با یافته‌های (عبدالهی، ۱۴۰۱: ۳۴)، عزیزی و همکاران (۱۴۰۰)، رجبی و همکاران (۱۴۰۲) چگین (۱۴۰۱) فرهادی یونکی و همکاران (۱۳۹۹) پریک و همکاران (۲۰۲۰) مامیرکلو و همکاران (۲۰۲۰)، جیان فالدونی (۲۰۱۷)، گاگو و همکاران (۲۰۲۱)، جوانویچ و الیچ (۲۰۱۶)، جانسن (۲۰۱۶) لیم و همکاران (۲۰۱۹) همسویی دارد.

در خاتمه با توجه به نتایج، به‌منظور توسعه سطح گردشگران این شهرستان، می‌توان پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه کرد:

- تهیه سند راهبردی توسعه گردشگری در شهرستان گرگان و در استان گلستان؛
- ایجاد امکانات زیرساختی برای دریافت گزارش‌های مردمی به‌صورت پیامکی و رسانه‌های اجتماعی از گردشگران جهت تصمیم‌گیری‌های مدیریتی در جهت تقویت صنعت گردشگری؛
- برگزاری دوره‌های آموزشی رایگان در زمینه گردشگری برای عموم شهروندان و بازاریان؛
- نهادهای متولی صنعت گردشگری و هتلداری با همکاری رسانه‌های استانی، مطبوعات محلی، مدیریت شهری، نیروی انتظامی، مراکز فرهنگی بسیج و سپاه و... در راستای آسایش روانی جامعه میزبان و میهمان تبلیغات وسیعی را در سطح هتل‌ها، مراکز اقامتی جهت افزایش احساس امنیت اجتماعی گردشگران به عمل آورند.
- اقداماتی زیرساختی حمل‌ونقل، تفریحی، خدماتی و اقامتی در مکان‌های مهم گردشگری شهرستان گرگان مانند: پایانه‌های مسافری، محوره‌های تاریخی، بازارها، محوره‌های طبیعی شهر، مکان‌های اقامتی گردشگران شهر، سیستم‌های حمل‌ونقل، مراکز تجاری و... صورت گیرد.
- تنوع‌بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، فرهنگی، آداب‌ورسوم در شبکه‌های مجازی،

حامی مالی

این اثر حامی مالی ندارد.

سهم نویسندگان در پژوهش

نویسندگان در تمامی بخش‌ها و مراحل پژوهش سهم برابر داشتند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند، به‌ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- چگین، میثم. (۱۴۰۱)، سنجش توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی با رویکرد رقابت‌پذیری سفر و گردشگری. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۱ (۲)، ۲۰۱-۲۲۴.
- خادم الحسینی، احمد. (۱۳۹۷). تحلیل فضایی فضاهای گردشگری شهر اصفهان با تأکید بر امنیت. فرماندهی انتظامی استان اصفهان. دفتر تحقیقات کاربردی.
- رجبی، مریم؛ زیاری، کرامت اله و زنگنه شهرکی، سعید. (۱۴۰۲). سنجش توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی با رویکرد رقابت‌پذیری سفر و گردشگری، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۲ (۳)، ۶۹-۹۱.
- رضایی، محمدرضا؛ مرادی رمقانی، رضا؛ اکبریان رونیزی، سعیدرضا؛ لشگری تفرشی، احسان. (۱۴۰۰). ارزیابی تأثیر امنیت بر وفاداری گردشگران به مقصد با تکیه بر نقش میانجی رضایتمندی و تصویر مقصد (مورد مطالعه: گردشگران خارجی شیراز، دو

- فصلنامه جغرافیای اجتماعی شهری، ۸(۲)، ۱۳۲-۱۰۹.
- شعبانی، حسین؛ میرزایی، خلیل؛ رادفر، مجید و آقابابایی، زهرا (۱۴۰۱). بررسی ظرفیت‌های گردشگری و نقش امنیت در توسعه آن (مورد مطالعه: شرق استان تهران). *فصلنامه دانش انتظامی اصفهان*، ۳۱(۱)، ۵۶-۱۷.
- شهریاری، محمدرضا. (۱۴۰۱). بررسی رابطه بین شاخص‌های امنیت اجتماعی و وفاداری گردشگران خارجی (مطالعه موردی: شهر شیراز). *فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای*، ۳(۲)، ۸۴-۱۰۰.
- فرهادی یونکی، مجید و ایمانی خوشخو، محمدحسین (۱۳۹۹). تأثیرگذاری زیرساخت‌های گردشگری در میزان وفاداری گردشگران مطالعه موردی: شهر اصفهان. *فصلنامه گردشگری و توسعه*، ۱۱(۱)، ۱۴۲-۱۳۹. DOI:10.22034/jtd.2021.251974.2145
- سالنامه آمار جمعیتی سرشماری سال ۱۳۹۵
- عبدالهی، مهدی. (۱۴۰۱). *ارائه رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر امنیت گردشگری با استفاده از روش تاپسیس*. فرماندهی انتظامی استان اصفهان. دفتر تحقیقات کاربردی.
- عزیزی، عذرا؛ عزیزپور، فرهاد؛ قاسمی وسمه جانی، ابوطالب و کریمی، بهرام، (۱۴۰۰). تحلیل پراکنش فضایی خدمات زیرساختی عمومی و رفاهی گردشگری در ایران. *فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۲)، ۹۹-۱۲۱. DOI:10.22080/jtpd.2021.20372.3420

References

- Abdollahi, M. (2022). *Presenting a ranking of factors affecting tourism security using the TOPSIS method*. Isfahan Provincial Police Command, Applied Research Office. [in Persian]
- Adobayo, K. A., & Iweka, C. O. A. (2014). Optimizing the sustainability of tourism infrastructure in Nigeria through design for deconstruction framework. *American Journal of Tourism Management*, 3(1A), 13-19.
- Asli, D. A. T., & Boylu, Y. (2009). *Cultural comparison of tourists' safety perception in relation to trip satisfaction*. School of Tourism and Hospitality Management, Mugla University.
- Azizi, O., Azizpour, F., Ghasemi Vasmajani, A., & Karimi, B. (2021). Analysis of the spatial distribution of public infrastructure and welfare tourism services in Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(2), 99-121. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2021.20372.3420> [in Persian]
- Chegin, M. (2022). Assessing tourism development in Islamic countries with a travel and tourism competitiveness approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(2), 201-224. [in Persian]
- Farhadi Younki, M., & Imani Khoshkhoo, M. H. (2020). The impact of tourism infrastructure on tourist loyalty case study: Isfahan City. *Journal of Tourism and Development*, 11(1), 129-142. <https://doi.org/10.22034/jtd.2021.251974.2145> [in Persian]
- Gao, J., Shao, C., Chen, S., & Wei, Z. (2021). Evaluation of sustainable development of tourism cities based on SDGs and tourism competitiveness index: Analysis of 221 prefecture-level cities in China. *Sustainability*, 13(22), 12338. <https://doi.org/10.3390/su132212338>
- Gianfaldoni, S. T. (2017). History of the baths and thermal medicine. *Macedonian Journal of Medical Sciences*, 5(4), 566-568.
- Glinos, I. B. (2010). A typology of cross-border patient mobility. *Health & Place*, 16(6), 1145-1155. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2010.08.003>
- Jensen, S. (2016). Social trust, safety and the choice of tourist destination. *Business and Management Horizons*, 4(1), 1-9. <https://doi.org/10.5296/bmh.v4i1.9250>
- Jovanović, S., & Ilić, I. (2016). Infrastructure as important determinant of tourism development in the countries of Southeast Europe. *Ecoforum*, 5(1), 288-295.
- Khadem Al-Husseini, A. (2018). *Spatial analysis of tourism spaces in Isfahan city with an emphasis on security*. Isfahan Provincial Police Command, Applied Research Office. [in Persian]
- Lim, C., Zhu, L., & Koo, T. T. R. (2019). Urban redevelopment and tourism growth: Relationship between tourism infrastructure and international visitor flows. *International*

- Journal of Tourism Research*, 21(2), 187–196. <https://doi.org/10.1002/jtr.2255>
- Mamirkulova, G., Mi, J., Abbas, J., Mahmood, S., Mubeen, R., & Ziapour, A. (2020). New Silk Road infrastructure opportunities in developing tourism environment for residents better quality of life. *Global Ecology and Conservation*, 24, e01194. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2020.e01194>
- Mechinda, P., Serirat, S., Popajit, N., Lertwannawit, A., & Anuwichanont, J. (2010). *The relative impact of competitiveness factors and destination equity on tourist satisfaction and loyalty: A case of Thailand as a tourist destination*.
- Perić, G., Dramićanin, S., & Gašić, M. (2020). Impact of service quality on satisfaction and loyalty of tourists in rural tourism of Šumadija and Western Serbia. *Economics of Agriculture*, 67(4), 1071–1086. <https://doi.org/10.5937/ekoPolj2004071P>
- Rajabi, M., Ziari, K., & Zanganeh Shahraki, S. (2023). Assessing tourism development in Islamic countries with a travel and tourism competitiveness approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, 12(3), 69–91. [in Persian]
- Rezaei, M. R., Moradi Rameqani, R., Akbarian Ronizi, S. R., & Lashgari Tafreshi, E. (2021). Evaluating the impact of security on tourist destination loyalty with emphasis on the mediating role of satisfaction and destination image (Case study: Foreign tourists in Shiraz). *Biannual Journal of Urban Social Geography*, 8(2), 109–132. [in Persian]
- Shabani, H., Mirzaei, K., Radfar, M., & Aghababaei, Z. (2022). Investigating tourism capacities and the role of security in its development (Case study: East of Tehran Province). *Isfahan Police Science Quarterly*, 31(1), 17–56. [in Persian]
- Shahriari, M. R. (2022). Investigating the relationship between social security indicators and foreign tourist loyalty (Case study: Shiraz City). *Quarterly Journal of Sustainable Urban and Regional Development Studies*, 3(2), 84–100. [in Persian]
- Simarmata, E., Kusumastuti, R., & Wijaya, C. (2022). Achieving sustainable competitiveness of tourism dynamics with resource-based view. *European Journal of Innovation Management*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2022-0095>
- Statistical Center of Iran. (2017). *Statistical yearbook of the 2016 population census*. [in Persian]
- World Tourism Organization (UNWTO). (2021). *UNWTO tourism database*. Retrieved February 15, 2020, from <https://www.unwto.org/data>