



The Role of Innovation and Creativity in Enhancing Urban Tourism Competitiveness: A case study of Chabahar city

Armina Mirzadeh¹ , Seyyed Morteza Ghayour Baghbani²

1. Department of Management, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Khorasan Razavi, Mashhad, Iran

Email: armina.mirzadeh@imamreza.ac.ir

2. (Corresponding Author) Department of Management, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Khorasan Razavi, Mashhad, Iran

Email: ghayoor@imamreza.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:

Research Paper

Article History:

Received:

12 March 2026

Received in revised form:

3 June 2026

Accepted:

28 June 2026

Available online:

1 August 2026

Keywords:

Tourism Competitiveness,
Urban Tourism,
Innovation and Creativity,
Tourism Infrastructure.

ABSTRACT

Intensifying competition among urban tourism destinations, along with shifting patterns of demand, has highlighted the importance of new determinants of competitiveness enhancement. In this context, innovation and creativity, when integrated with infrastructural and environmental components, can play a crucial role in strengthening the competitive position of urban destinations. This study examines the impact of innovation and creativity on urban tourism competitiveness, with a particular focus on tourism infrastructure, natural and cultural resources, supportive environments, and governance frameworks. The research is applied in nature and adopts a descriptive-survey design. The statistical population consists of tourism experts and practitioners in the Chabahar Free Zone, from which 223 respondents were selected using purposive sampling. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in SmartPLS 4 software. The findings indicate that tourism infrastructure ($\beta = 0.229$) exerts the strongest direct effect on competitiveness, followed by supportive environments ($\beta = 0.212$) and innovation and creativity ($\beta = 0.201$). Moreover, the proposed model explains approximately 68% of the variance in tourism competitiveness. The results further demonstrate that innovation and creativity not only exert a direct effect but also function as a mediating mechanism, playing a significant role in transforming resource potential and infrastructural assets into dynamic competitive advantages.

Citation: Mirzadeh, A., & Ghayour Baghbani, S. M. (2026). The Role of Innovation and Creativity in Enhancing Urban Tourism Competitiveness: A case study of Chabahar city. *Journal of Urban Tourism*, 13 (2), 17-31.

<http://doi.org/10.22059/jut.2026.409323.1359>



© The Author(s)

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

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

Urban tourism has increasingly become a central component of contemporary urban development strategies, playing a significant role in economic vitality, cultural representation, and spatial transformation. In recent years, the intensification of global competition among destinations has compelled cities to search for new mechanisms capable of enhancing their competitiveness in sustainable and future-oriented ways. Traditional competitive advantages rooted solely in natural, cultural, or historical resources are no longer sufficient, as modern tourists demand innovative, immersive, and personalized experiences. Consequently, many scholars emphasize that innovation and creativity represent fundamental drivers in shaping the competitive structure of tourism destinations, particularly within urban contexts where economic and cultural dynamics evolve rapidly. Innovation contributes to the modernization of services, adoption of digital technologies, improvement of managerial processes, and development of new tourism products that align with changing market expectations. Creativity, on the other hand, enriches tourism through interpretive depth, experiential design, cultural storytelling, artistic expression, and the construction of symbolic identities. Together, these elements enable destinations to convert static resources into dynamic and experience-based tourism offerings.

Chabahar, as Iran's only oceanic port and a unique urban setting in the southeastern part of the country, represents a highly valuable yet underutilized tourism destination. The city benefits from privileged geographic positioning, diverse coastal and ecological landscapes, and a rich multicultural heritage rooted in long-standing trade and cultural interactions. Despite these inherent strengths, Chabahar has not achieved tourism growth proportional to its potential. This discrepancy underscores a critical challenge faced by many emerging destinations: the mere possession of natural and cultural assets does not automatically guarantee competitiveness. Instead, these resources

must be activated through innovative planning, creative product development, institutional coordination, and infrastructural enhancement. Chabahar's evolving economic role as part of the Free Trade–Industrial Zone adds further complexity, offering opportunities for investment, entrepreneurship, and urban transformation that can contribute to tourism development if properly integrated into strategic planning.

The global shift toward creative and smart tourism models highlights the need for destinations to reimagine their tourism systems. Digital platforms, smart infrastructure, participatory governance, and creative economies increasingly shape tourists' expectations and influence their destination choices. For a developing coastal city like Chabahar, adopting innovation-driven and creativity-oriented approaches is essential for improving competitiveness and establishing a coherent position within national and regional tourism networks. Understanding how innovation and creativity interact with other determinants such as infrastructure, supportive environments, and administrative frameworks therefore becomes particularly important. The present study examines these dynamics through an empirical analysis that evaluates the direct effects of multiple determinants on urban tourism competitiveness in Chabahar, while also interpreting the transformative roles of innovation and creativity within this structure.

The significance of this research lies in its contribution to both theoretical and practical domains. At the theoretical level, it deepens the understanding of how innovation and creativity function as pivotal mechanisms in urban tourism competitiveness, especially in contexts where resource endowments exist but remain insufficiently operationalized. At the practical level, the study provides evidence-based insights for policymakers, tourism managers, investors, and community stakeholders seeking to develop sustainable and experience-based tourism strategies. By identifying the most influential drivers of competitiveness and clarifying how innovation and creativity

can amplify their impacts, the research offers applicable guidance for strengthening Chabahar's position as a distinctive tourism destination capable of sustained economic and cultural growth.

Methodology

This study adopts a quantitative, descriptive-correlational research design aimed at examining the structural relationships among key determinants of urban tourism competitiveness. The research is applied in nature and relies on empirical data collected from tourism professionals and stakeholders in Chabahar city.

The statistical population includes managers, experts, and practitioners working in tourism-related organizations such as the Chabahar Free Zone Organization, the Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Administration, travel agencies, and local tourism service providers. A purposive sampling technique was employed to ensure that respondents possessed sufficient professional experience and knowledge in the field. Ultimately, 223 valid questionnaires were collected and analyzed.

Data were accumulated using a structured questionnaire based on a five-point Likert scale ranging from strongly disagree to strongly agree. The questionnaire measured six latent constructs: tourism infrastructure, natural and cultural resources, supportive environment, executive framework, innovation and creativity, and tourism competitiveness. The measurement items were adapted from previous validated studies in tourism and innovation literature and refined to be align with the context of urban tourism in Iran.

To ensure the reliability and validity of the measurement instrument, Cronbach's alpha, composite reliability (CR), average variance extracted (AVE), and discriminant validity criteria (Fornell-Larcker and HTMT ratios) were applied. The results confirmed satisfactory reliability and validity levels for all constructs.

For data analysis, Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS-SEM) was employed using SmartPLS 4 software. This approach was

selected due to its suitability for exploratory models and complex relationships among latent variables. Bootstrapping with 5000 resamples was conducted to assess the statistical significance of path coefficients. Additionally, model fit indices, multicollinearity diagnostics, and predictive relevance tests (Q^2 and PLSpredict) were used to evaluate model robustness.

Results and Discussion

The empirical findings indicate that all proposed hypotheses are statistically supported, confirming that tourism infrastructure, natural and cultural resources, supportive environment, executive framework, and innovation and creativity all have significant positive effects on urban tourism competitiveness.

Among these factors, tourism infrastructure exhibits the strongest direct effect on competitiveness ($\beta = 0.229$), followed by supportive environment ($\beta = 0.212$), innovation and creativity ($\beta = 0.201$), natural and cultural resources ($\beta = 0.187$), and executive framework ($\beta = 0.164$). The model explains approximately 68 percent of the variance in tourism competitiveness, indicating strong explanatory power.

The findings highlight the central role of infrastructure in shaping destination performance. In the case of Chabahar, despite its strategic location and natural attractions, limitations in transportation systems, hospitality facilities, and digital infrastructure remain significant barriers to tourism development. Improving these components can significantly enhance accessibility, visitor satisfaction, and overall destination attractiveness.

Natural and cultural resources also play a fundamental role in shaping the identity of Chabahar as a tourism destination. The presence of unique coastal landscapes, geological formations, and cultural diversity provides a strong foundation for developing experience-based tourism. However, the transformation of these resources into competitive advantages requires creative interpretation, storytelling, and community engagement.

The supportive environment, including institutional frameworks, policies, and stakeholder collaboration, significantly

influences the effectiveness of tourism development strategies. A well-coordinated governance system can facilitate investment, reduce uncertainty, and foster innovation ecosystems within the tourism sector. Similarly, the executive framework ensures that policies are effectively translated into operational actions, reducing the gap between planning and implementation.

Innovation and creativity play a mediating and transformative role in this model. They act as mechanisms that convert static resources into dynamic tourism experiences. Through digital technologies, personalized services, and creative tourism design, innovation enhances efficiency and visitor engagement. Creativity strengthens emotional connections between tourists and destinations through cultural narratives, participatory activities, and immersive experiences. In this sense, innovation and creativity function as catalytic forces that integrate and amplify the effects of other determinants.

Conclusion

This study demonstrates that urban tourism competitiveness is the result of a complex interplay among structural, institutional, cultural, and innovation-related factors. Innovation and creativity, in the context of Chabahal, serve as key mediating forces that transform underlying resources and infrastructure into sustainable competitive advantages.

The findings suggest that relying solely on physical infrastructure or natural attractions is insufficient for achieving long-term tourism development. Instead, a balanced and integrated approach that simultaneously strengthens infrastructure, enhances institutional support, leverages cultural and natural assets, and promotes innovation is essential.

From a practical perspective, policymakers and tourism planners should prioritize investment in smart tourism infrastructure, encourage digital transformation, support creative tourism initiatives, and foster collaboration between public and private sectors. Furthermore, empowering local communities and integrating cultural authenticity into tourism experiences can

significantly enhance destination differentiation and visitor loyalty.

Overall, the study underscores the importance of transitioning from traditional tourism development models toward innovation-driven and creativity-oriented approaches. Such a shift is essential for improving the global competitiveness of emerging tourism destinations like Chabahal and ensuring sustainable and inclusive tourism growth.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The first author was responsible for the overall design of the study, the development of the theoretical framework, the development of the conceptual model, and the writing of the introduction and literature review sections. The first author also played the main role in analyzing and interpreting the findings and in drafting the discussion section. The second author contributed to the research methodology, the development of the data collection instrument, the implementation of the data collection process, and the statistical analysis using SmartPLS 4. The second author also played an active role in writing the results section and in the technical and scientific editing of the article. Both authors participated in the final review of the article and approved the final version.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

نقش نوآوری و خلاقیت در افزایش رقابت پذیری گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر چابهار

آرمینا میرزاده^۱ ✉، سید مرتضی غیور باغبانی^۲ 

۱- گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، خراسان رضوی، مشهد، ایران. رایانامه: armina.mirzadeh@imamreza.ac.ir

۲- نویسنده مسئول، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، خراسان رضوی، مشهد، ایران. رایانامه: ghayoor@imamreza.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	تشدید رقابت میان مقاصد گردشگری شهری و تغییر الگوهای تقاضا، ضرورت توجه به عوامل نوین ارتقای رقابت پذیری را برجسته کرده است. در این راستا، نوآوری و خلاقیت در تعامل با مؤلفه های زیرساختی و محیطی می توانند نقش مهمی در تقویت جایگاه رقابتی مقاصد شهری ایفا کنند. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر نوآوری و خلاقیت بر رقابت پذیری گردشگری شهری با تأکید بر زیرساخت های گردشگری، منابع طبیعی و فرهنگی، بستر حمایتی و چارچوب اجرایی است. پژوهش حاضر از نوع هدف کاربردی بوده و با رویکرد توصیفی-پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری شامل متخصصان و فعالان گردشگری شهری در منطقه آزاد چابهار بود که با استفاده از نمونه گیری هدفمند، ۲۲۳ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده ها از طریق پرسش نامه ساختاریافته گردآوری و با بهره گیری از مدل سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی در نرم افزار SmartPLS 4 تحلیل شدند. نتایج نشان داد زیرساخت های گردشگری ($\beta=0/229$) بیشترین تأثیر مستقیم را بر رقابت پذیری دارند و پس از آن بستر حمایتی ($\beta=0/212$) و نوآوری و خلاقیت ($\beta=0/201$) قرار می گیرند. مدل پژوهش توانست حدود ۶۸ درصد از واریانس رقابت پذیری را تبیین کند. یافته ها نشان می دهد نوآوری و خلاقیت علاوه بر اثر مستقیم، به عنوان سازوکاری میانجی، نقش مهمی در تبدیل ظرفیت های منابع و زیرساخت ها به مزیت رقابتی پویا ایفا می کنند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۲/۲۱	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۳/۱۳	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۰۷	
تاریخ چاپ: ۱۴۰۵/۰۵/۱۰	
واژگان کلیدی: رقابت پذیری گردشگری گردشگری شهری نوآوری و خلاقیت زیرساخت های گردشگری	

استناد: میرزاده، آرمینا و غیور باغبانی، سید مرتضی. (۱۴۰۵). نقش نوآوری و خلاقیت در افزایش رقابت پذیری گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر چابهار. مجله گردشگری شهری، ۱۳ (۲)، ۱۷-۳۱.

<http://doi.org/10.22059/jut.2026.409323.1359>

مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصادی، تقویت تعاملات اجتماعی و حفاظت از میراث فرهنگی، جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد جهانی یافته و در زمره صنایع پیشرو جهان محسوب می‌شود (Streimikiene et al., 2021). بر اساس گزارش‌های اخیر، روند رو به رشد تقاضای گردشگری و افزایش سهم این صنعت در تولید ناخالص داخلی جهانی، رقابت میان مقاصد گردشگری، به ویژه در فضاهای شهری را به‌طور چشمگیری تشدید کرده است (Ahmed et al., 2025). در چنین شرایطی، اتکا صرف به مزیت‌های سنتی مانند جاذبه‌های طبیعی یا تاریخی دیگر کافی نیست و شهرها باید با رویکردهای نوین جایگاه رقابتی خود را بازتعریف کنند. نوآوری و خلاقیت به عنوان عوامل کلیدی در ارتقای رقابت‌پذیری گردشگری مطرح شده‌اند. نوآوری با به‌کارگیری فناوری‌های نوین، بهینه‌سازی فرآیندها و ارائه خدمات جدید کارایی و کیفیت تجربه گردشگران را افزایش می‌دهد (Ku & Chen, 2024). خلاقیت نیز از طریق خلق تجربه‌های منحصر به فرد و معنادار پیوند عاطفی گردشگران با مقصد را تقویت می‌کند (Gato et al., 2022). ترکیب این دو عامل با زیرساخت‌های کارآمد، منابع طبیعی و فرهنگی و سیاست‌های حمایتی می‌تواند به شکل‌گیری مزیت رقابتی پایدار در مقاصد گردشگری منجر شود (Azmi et al., 2023). بسیاری از مقاصد به ویژه در کشورهای در حال توسعه علی‌رغم برخورداری از ظرفیت‌های غنی طبیعی و فرهنگی نتوانسته‌اند این منابع را به عملکرد رقابتی تبدیل کنند. این مسئله بیشتر به ضعف در سازوکارهای تبدیل منابع به تجربه‌های نوآورانه و ارزش‌آفرین بازمی‌گردد. در واقع، فقدان چارچوب‌های یکپارچه نهادی و اجرایی، شکاف میان پتانسیل و عملکرد واقعی را افزایش داده است (González-Rodríguez et al., 2023). در ایران نیز، علی‌رغم تنوع اقلیمی، میراث فرهنگی غنی و ظرفیت‌های قابل‌توجه گردشگری، این صنعت با چالش‌هایی همچون محدودیت‌های زیرساختی، تمرکز فضایی توسعه و ضعف در سیاست‌گذاری مواجه است (امیری فهلیانی و ملکی، ۱۳۹۸). شهر چابهار به عنوان یکی از مهم‌ترین کانون‌های توسعه در جنوب شرق ایران نمونه بارزی از این تناقض محسوب می‌شود. این شهر با موقعیت ژئوپلیتیکی راهبردی، سواحل مکران، تنوع فرهنگی و جاذبه‌های طبیعی منحصر به فرد ظرفیت بالایی برای تبدیل شدن به مقصد رقابتی دارد، اما سهم آن از جریان گردشگری داخلی و بین‌المللی همچنان محدود باقی‌مانده است. این وضعیت نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در این منطقه نیازمند رویکردی فراتر از توسعه زیرساخت‌های فیزیکی و مبتنی بر فعال‌سازی ظرفیت‌ها از طریق نوآوری و خلاقیت است.

مرور ادبیات نشان می‌دهد که اگرچه پژوهش‌های متعددی به بررسی ابعاد مختلف رقابت‌پذیری گردشگری پرداخته‌اند، اما اغلب بر یک یا چند عامل به صورت مجزا تمرکز داشته و کمتر به تحلیل تعامل و هم‌افزایی میان آن‌ها در قالب چارچوب یکپارچه توجه کرده‌اند. بنابراین، خلأ پژوهشی در تبیین نقش میانجی نوآوری و خلاقیت در تبدیل ظرفیت‌های ساختاری به مزیت رقابتی محسوس است. پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش نوآوری و خلاقیت در ارتقای رقابت‌پذیری گردشگری شهری در پی پاسخ به این پرسش است که چگونه این عوامل می‌توانند در تعامل با زیرساخت‌ها، منابع و بسترهای نهادی، ظرفیت‌های بالقوه گردشگری را به مزیت رقابتی پایدار تبدیل کنند. تمرکز بر شهر چابهار به عنوان مطالعه موردی امکان تحلیل این سازوکارها در بستر واقعی را فراهم می‌سازد و بینش‌های کاربردی ارزشمندی برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان گردشگری ارائه دهد.

مبانی نظری

چارچوب نظری پژوهش، نوآوری و خلاقیت را به عنوان محرک‌های هم‌افزایی در ارتقای رقابت‌پذیری گردشگری

شهری در نظر می‌گیرد. نوآوری شامل پذیرش فرآیندها، فناوری‌ها و خدمات نوین مانند ابزارهای دیجیتال و هوش مصنوعی است که بهره‌وری و پایداری را تقویت می‌کند (Ku & Chen, 2024). خلاقیت نیز از طریق خلق تجربه‌های فرهنگی منحصربه‌فرد، پیوندهای عاطفی و دل‌بستگی گردشگران را افزایش می‌دهد (Chiengkul & Kumjorn, 2024). این عناصر با ادغام فناوری، تنوع محصول و هم‌آفرینی جذابیت مقاصد را ارتقا داده و تاب‌آوری اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی را تقویت می‌کنند (Maziliauske, 2024). مدل مفهومی ارائه‌شده در شکل ۱ بر پایه مطالعات پیشین شکل گرفته و ابعاد آن از مرور ادبیات استخراج شده‌اند. این ابعاد با وجود تمایز، در تعامل با یکدیگر چارچوبی جامع برای تحلیل پدیده مورد مطالعه ایجاد می‌کنند.

زیرساخت گردشگری

زیرساخت‌های گردشگری به عنوان بنیان رقابت‌پذیری مقاصد شامل عناصر فیزیکی، فناوریانه و خدماتی مانند حمل‌ونقل، اقامت و ارتباطات دیجیتال هستند که دسترسی، کیفیت تجربه و کارایی مقصد را بهبود می‌بخشند (Streimikiene et al., 2021). این زیرساخت‌ها با تسهیل بهره‌برداری از منابع طبیعی و فرهنگی و فراهم‌سازی بستر نوآوری و خلاقیت، نقش مهمی در جذب و نگه‌داشت گردشگران ایفا می‌کنند (González-Rodríguez et al., 2023). ترکیب زیرساخت‌های سخت و نرم در چارچوبی پایدار علاوه بر افزایش بهره‌وری به تمایز مقصد و کاهش محدودیت‌هایی مانند ازدحام و موانع دسترسی کمک می‌کند (Della Corte et al., 2017). در ایران نیز توسعه زیرساخت‌های شهری به ویژه حمل‌ونقل با ارتقای رقابت‌پذیری و بهبود عملکرد مقاصد همراه است (فراهادی‌خواه و همکاران، ۱۴۰۳). در نهایت زیرساخت‌ها با ایفای نقشی فراتر از پشتیبانی در خلق ارزش و تحقق توسعه پایدار مقاصد گردشگری مؤثرند.

فرضیه اول: زیرساخت گردشگری تأثیر مثبت و معناداری در رقابت گردشگری دارد. (H1)

منابع طبیعی و فرهنگی

منابع طبیعی و فرهنگی به عنوان دارایی‌های ذاتی، بنیان رقابت‌پذیری گردشگری را شکل می‌دهند و شامل عناصر ملموس و ناملموس هستند که هویت و جذابیت منحصربه‌فرد مقصد را شکل می‌دهند (Wasela, 2023). این منابع با تبدیل میراث ایستا به تجربه‌های پویا و تعاملی، زمینه تقویت نوآوری و خلاقیت را فراهم می‌سازند، ارزش اقتصادی ایجاد می‌کنند و به ارتقای تاب‌آوری اجتماعی-فرهنگی کمک می‌کنند (González-Rodríguez et al., 2023). بهره‌برداری خلاقانه از این منابع از طریق تورهای فرهنگی و روایتگری، دل‌بستگی گردشگران و بازدیدهای مجدد را افزایش می‌دهد (Wei et al., 2023). افزون بر این، نوآوری‌های پایدار امکان بازآفرینی منابع در چارچوب اقتصاد چرخشی را فراهم کرده و به توسعه اقتصادهای منطقه‌ای کمک می‌کنند (Foster, 2020). بهره‌برداری هدفمند از این منابع در راستای راهبردهای توسعه ملی، ضمن ارتقای رقابت‌پذیری، به تحقق رشد پایدار و فراگیر منجر می‌شود (پیری، ۱۳۹۹).

فرضیه دوم: منابع فرهنگی و طبیعی تأثیر مثبت و معناداری در رقابت گردشگری دارد. (H2)

بستر و فضای حمایتی

بستر و فضای حمایتی به مجموعه عوامل نهادی، سیاستی، اجتماعی و همکاری‌های میان‌ذی‌نفعان اشاره دارد که زمینه شکل‌گیری اکوسیستمی توانمند برای توسعه نوآوری و خلاقیت در مقاصد گردشگری را فراهم می‌آورند (Salvado

(et al., 2020). این بستر با ایجاد شرایط لازم، ارتباط میان ورودی‌هایی مانند منابع طبیعی و زیرساخت‌ها و خروجی‌هایی همچون جذابیت و هویت مقصد را برقرار می‌سازد و از طریق فرآیندهای مشارکتی، شکل‌گیری ایده‌های نوآورانه را تسهیل می‌کند (Daldanise, 2020). این فضا بر اصول شمول‌گرایی، سازگاری و هم‌افزایی استوار بوده و با ابزارهایی مانند مشوق‌های سیاستی، مشارکت‌های دولتی-خصوصی، موانع ورود را کاهش داده و توسعه خدمات و محصولات نوآورانه گردشگری را تسهیل می‌کند (Sutarman et al., 2023). در نهایت، این رویکرد امکان طراحی و هدایت اکوسیستم‌های هماهنگ را برای تحقق رشد پایدار گردشگری فراهم می‌سازد.

فرضیه سوم: بستر و فضای حمایتی تأثیر مثبت و معناداری در رقابت گردشگری دارد. (H۳)

چارچوب اجرایی

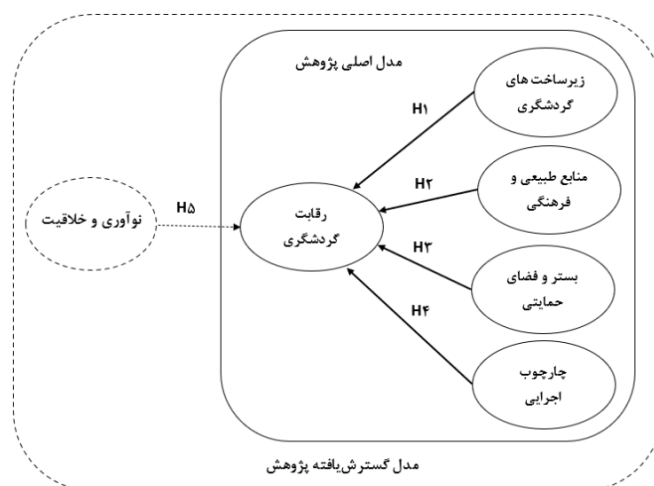
چارچوب اجرایی گردشگری به مجموعه‌ای از ساختارها، سیاست‌ها و برنامه‌های عملیاتی اطلاق می‌شود که تعامل میان اجزای سیستم گردشگری را به راهبردهای منسجم و قابل اجرا تبدیل کرده و از طریق هم‌راستا سازی نوآوری، خلاقیت و متغیرهای پشتیبان به ارتقای رقابت‌پذیری مقصد منجر می‌شود (Luongo et al., 2023). این چارچوب با یکپارچه‌سازی فناوری‌های نوین و طراحی‌های خلاقانه، جذابیت مقصد و مدیریت پایدار را محقق می‌سازد و با تکیه بر مشارکت ذی‌نفعان، مفاهیم نظری را به اقدامات عملی سازگار با شرایط محلی تبدیل می‌کند (Waligo et al., 2013). این عامل با کاهش شکاف‌های اجرایی و تقویت هم‌افزایی میان مؤلفه‌ها، امکان طراحی مداخلات هدفمند را فراهم کرده و از طریق ارزیابی مستمر، تاب‌آوری مقاصد را افزایش می‌دهد (Bakker, 2019).

فرضیه چهارم: چارچوب اجرایی تأثیر مثبت و معناداری در رقابت گردشگری دارد. (H۴)

نوآوری و خلاقیت

نوآوری و خلاقیت در مدل پیشنهادی به عنوان میانجی‌گرهای کلیدی عمل می‌کنند و با ورود فرآیندها، فناوری‌ها و عناصر تجربی نوین، رقابت‌پذیری گردشگری را افزایش می‌دهند. این متغیرها جاذبه‌های ایستا را به تجربه‌های پویا و معنادار تبدیل کرده و توان جذب و حفظ گردشگران آگاه را تقویت می‌کنند (Ku & Chen, 2024). نوآوری شامل پیشرفت‌هایی مانند شخصی سازی مبتنی بر هوش مصنوعی و همکاری‌های باز است که کارایی و پایداری را بهبود می‌بخشد، درحالی‌که خلاقیت با تکیه بر روایت‌های فرهنگی و فعالیت‌های فراگیر، پیوند عاطفی و وفاداری گردشگران را تقویت می‌کند (Madanaguli et al., 2022). این دو متغیر ورودی‌هایی مانند منابع طبیعی و زیرساخت‌ها را به افزایش جذابیت مقصد و تمایز رقابتی تبدیل می‌کنند (Gonzalez-Rodriguez et al., 2023). در واقع، نوآوری و خلاقیت گردشگری را به عنوان یک اکوسیستم پویا بازتعریف می‌کنند که در آن فناوری و خلاقیت انسانی برای رشد پایدار تلفیق می‌شوند. این رویکردها تجربه گردشگری را بهبود می‌بخشند و ضمن ارتقای رقابت‌پذیری، به شکل‌گیری جوامع تاب‌آور و منافع اقتصادی و اجتماعی کمک می‌کنند.

فرضیه پنجم: خلاقیت و نوآوری تأثیر مثبت و معناداری در رقابت گردشگری دارد. (H۵)



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (محقق ساخته)

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کمی و با هدف بررسی نقش نوآوری و خلاقیت در ارتقای رقابت پذیری گردشگری شهری انجام شده است. برای آزمون روابط علی میان متغیرها، از مدل سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی استفاده شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری شامل متخصصان، کارشناسان و مدیران فعال در حوزه گردشگری شهری در شهر چابهار تشکیل دادند. این جامعه شامل کارکنان سازمان منطقه آزاد چابهار، اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شهرستان چابهار، مدیران و کارشناسان دفاتر خدمات مسافرتی و آژانس های گردشگری و همچنین راهنمایان رسمی گردشگری فعال در منطقه بود. برای اطمینان از تخصص پاسخ دهندگان، معیارهایی مانند تحصیلات دانشگاهی مرتبط و حداقل پنج سال سابقه فعالیت حرفه ای یا مدیریتی در نظر گرفته شد. نمونه گیری به صورت هدفمند و غیر احتمالی (در دسترس) انجام گرفت تا دیدگاه های تخصصی ذی نفعان کلیدی گردآوری شود و اعتبار نتایج تقویت گردد (Do Valle & Assaker, 2016).

ابزار گردآوری داده ها، پرسش نامه ساختاریافته شامل ۲۴ گویه در قالب شش سازه پنهان بود که با طیف پنج درجه ای لیکرت (۱=کاملاً مخالف تا ۵=کاملاً موافق) سنجش شد. شاخص نوآوری و خلاقیت (در مجموع ۴ گویه) از مطالعات کو و چن (۲۰۲۴) و گاتو و همکاران (۲۰۲۲) استخراج شده و زیرشاخص هایی مانند شخصی سازی مبتنی بر هوش مصنوعی و رویدادهای خلاقانه مشارکتی را پوشش می دهد. شاخص رقابت پذیری (۴ گویه) بر اساس مطالعه گونزالس-رودریگز و همکاران (۲۰۲۳) با تمرکز بر زیرشاخص هایی همچون سهم بازار و پایداری طراحی شد. شاخص زیرساخت ها (۴ گویه) از گزارش مجمع جهانی اقتصاد، (۲۰۲۴) طراحی گردید و زیرشاخص هایی از جمله دسترسی پذیری، خدمات حمل و نقل، اقامتی و زیرساخت های دیجیتال را در برمی گیرد. شاخص منابع طبیعی و فرهنگی (۴ گویه) بر اساس گزارش ها و منابع تحلیلی مرتبط با تهران تایمز (۲۰۲۵) تدوین شد و شامل تنوع جاذبه های طبیعی، اصالت فرهنگی و میراث تاریخی است. شاخص محیط حمایتی ۴ گویه از ماداناگولی و همکاران، ۲۰۲۲ طراحی گردید و زیرشاخص هایی نظیر حمایت نهادی، سیاست های تسهیل گر و همکاری میان ذی نفعان را پوشش می دهد. در نهایت شاخص چارچوب اجرا (۴ گویه) بر اساس مطالعه ترونک و همکاران (۲۰۲۰) تدوین شد و شامل برنامه ریزی راهبردی، اجرای سیاست ها و نظام ارزیابی عملکرد است. به منظور اطمینان از پایایی و روایی ابزار، آزمون مقدماتی با مشارکت ۳۰ نفر از خبرگان حوزه گردشگری انجام شد. نتایج نشان داد ضریب آلفای کرونباخ تمامی سازه ها بالاتر از ۰/۸۰ است. همچنین، تحلیل تأییدی کفایت نمونه گیری را

تأیید کرد ($KMO=0/89$)؛ آزمون بارتلت معنادار در سطح ($p < 0/01$). پایایی ابزار پس از جمع‌آوری داده‌های اصلی نیز مجدداً بررسی و تأیید شد که نتایج تفصیلی در جدول ۲ ارائه شده است.

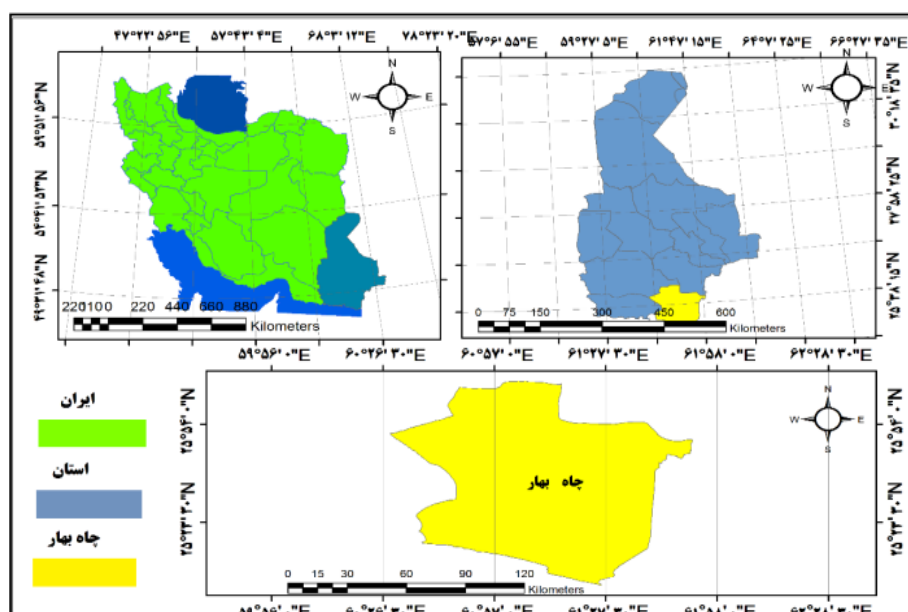
داده‌های پژوهش از طریق پرسش‌نامه آنلاین به صورت هدفمند در میان متخصصان، کارشناسان و مدیران فعال حوزه گردشگری شهری توزیع شد. توزیع پرسش‌نامه از طریق شبکه‌های حرفه‌ای مانند انجمن گردشگری ایران و گروه‌های تخصصی لینکدین انجام گرفت. تحلیل توان آماری با استفاده از G*Power نشان داد که برای اندازه اثر $f^2=0/15$ و سطح معناداری $\alpha=0/05$ ، توان آماری پژوهش بیش از $0/99$ است. برای کنترل سوگیری عدم پاسخ‌دهی، مقایسه پاسخ‌دهندگان اولیه و تأخیری با آزمون t مستقل انجام شد و تفاوت معناداری مشاهده نشد ($P > 0/05$). همچنین، برای کاهش واریانس روش مشترک، از راهکارهای مانند ترتیب تصادفی گوینده‌ها و استفاده متغیرهای نشانگر استفاده شد. نتایج آزمون تک عاملی هارمن نشان داد که واریانس استخراج‌شده کمتر از ۴۰ درصد بوده و مشکل واریانس روش مشترک وجود ندارد (Aguirre-Urreta & Hu, 2019) پس از پالایش داده‌ها و حذف پرسش‌نامه‌های ناقص، ۲۲۳ پرسش‌نامه معتبر باقی ماند که معادل نرخ پاسخ‌دهی حدود ۲۸ درصد از ۸۰۰ دعوت اولیه است. حجم نمونه نهایی از حداقل آستانه توصیه‌شده برای تحلیل PLS-SEM (حداقل ۱۰ برابر بزرگ‌ترین مسیر ساختاری در مدل) فراتر بوده و توان آماری مناسب را تضمین می‌کند (Hair et al., 2019).

تحلیل داده‌ها در دو مرحله با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS 4 انجام شد. در مرحله نخست، مدل اندازه‌گیری ارزیابی شد. پایایی درونی سازه‌ها با آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (بیشتر از $0/70$)، روایی همگرا از طریق میانگین واریانس استخراج‌شده ($AVE > 0/50$) و بارهای عاملی بیرونی (بیشتر از $0/70$) و روایی تفکیکی نیز با استفاده از معیار فورنل-لارکر و نسبت هتروتریت-مونوتریت ($HTMT < 0/85$) تأیید گردید (Henseler et al., 2015). داده‌های گمشده که کمتر از ۵ درصد بودند با روش جایگزینی میانگین اصلاح شدند و هم خطی چندگانه با بررسی فاکتور تورم واریانس ($VIF < 5$) مورد کنترل قرار گرفت. در مرحله دوم، مدل ساختاری با استفاده از روش بوت‌استرپینگ با ۵۰۰۰ نمونه باز نمونه‌گیری و آزمون دوطرفه ارزیابی شد. ضرایب مسیر (β)، معناداری آماری مسیرها $t > 1/96$ ، $p < 0/05$ و اندازه اثر f^2 : $0/02$ کوچک، $0/15$ متوسط، $0/35$ بزرگ بررسی گردید. برازش مدل با شاخص‌های $NFI > 0/90$ ، $SRMR < 0/08$ و ضریب تعیین ($R^2 > 0/10$) تأیید شد (Do Valle & Assaker, 2016). اثرات میانجی نوآوری و خلاقیت با شاخص واریانس تعیین‌شده (VAF) و تحلیل غیرمستقیم بررسی شد، مقادیر VAF بالاتر از ۸۰ درصد به عنوان میانجی‌گری کامل در نظر گرفته شد. قدرت پیش‌بینی مدل از طریق روش بلائندفولدینگ ($Q^2 > 0$) و آزمون پیش‌بینی خارج از نمونه با استفاده از PLSpredict بررسی گردید. در نهایت، استحکام نتایج از طریق تحلیل چند گروهی و آزمون درون‌زایی (کاپولای گاوسی) انجام شد (Kock, 2021).

محدوده مورد مطالعه

شهرستان چابهار در جنوب شرقی استان سیستان و بلوچستان با مساحتی بیش از ۱۳۱۶۲ کیلومتر مربع (حدود ۷ درصد کل استان)، تنها بندر اقیانوسی ایران به شمار می‌رود. لنگرگاه طبیعی عمیق آن امکان پهلوگیری کشتی‌های بزرگ اقیانوس‌پیما را فراهم کرده و موقعیت استراتژیک آن، کوتاه‌ترین مسیر دسترسی کشورهای محصور در خشکی آسیای میانه به آب‌های آزاد را ایجاد می‌کند. این ویژگی اهمیت ژئوپلیتیکی و اقتصادی بالایی به منطقه بخشیده و سرمایه‌گذاری‌های کلان در زیرساخت‌هایی مانند اسکله‌های نوین، راه‌آهن به آسیای میانه و فرودگاه بین‌المللی را جذب

کرده است. چابهار به عنوان گره کلیدی کریدور ترانزیتی شمال-جنوب جهانی عمل می کند و با جاذبه های طبیعی بی نظیر مانند کوه های مریخی، تالاب لیپار و سواحل مکران، پتانسیل بالایی برای رقابت پذیری گردشگری شهری دارد (سجادی و افراخته، ۱۴۰۴). این شهرستان در امتداد سواحل شمالی دریای عمان (شکل ۲) قرار گرفته و با برخورداری از جاذبه های طبیعی و انسانی، اقلیم معتدل و جایگاه سیاسی-اقتصادی ممتاز، گردشگران و سرمایه گذاران را جذب می کند (اربابی سبزواری، ۱۴۰۱). شهر چابهار در جنوب غربی بخش مرکزی شهرستان واقع شده و با ۵/۱۸ کیلومتر خط ساحلی مستقیم به آب های آزاد دسترسی دارد. جاذبه های منحصربه فردی همچون دریای عمان، بدلندها، جنگل های حرا، گل افشان و منطقه آزاد تجاری، به دلیل کمبود تبلیغات مناسب، هنوز به اندازه شایستگی مورد بازدید قرار نگرفته اند (حیدری چپانه و همکاران، ۱۴۰۱).



شکل ۲. موقعیت شهر چابهار منبع: (میری و حسین زهی، ۱۴۰۱)

یافته ها

نتایج شاخص های توصیفی نشان می دهد که میانگین متغیرها عمدتاً در سطح متوسط رو به بالا قرار دارند، نوآوری و خلاقیت با میانگین ۳/۵۴ و کمترین انحراف معیار (۰/۸۰) به عنوان نقطه قوت اصلی پژوهش شناخته شد و نشان دهنده همگرایی نسبی دیدگاه ها در این حوزه می باشد. زیرساخت گردشگری (میانگین ۳/۳۷، انحراف معیار ۱/۰۱) و چارچوب اجرایی (میانگین ۳/۳۸، انحراف معیار ۱/۰۳) در سطح مطلوب تری نسبت به سایر عوامل بودند، هرچند پراکندگی بالای داده ها حاکی از تفاوت های قابل توجه در کیفیت و کارآمدی آن هاست. منابع طبیعی و فرهنگی (میانگین ۳/۲۸، انحراف معیار ۱/۰۳) و بستر حمایتی (میانگین ۳/۲۸، انحراف معیار ۰/۹۹) در سطح متوسط ارزیابی شدند و نیازمند تقویت برای ایجاد هم افزایی با نوآوری هستند. به طور کلی، تمرکز بر کاهش نابرابری در زیرساخت ها و چارچوب اجرایی، همراه با بهره گیری از ظرفیت بالای نوآوری و خلاقیت می تواند مسیر توسعه پایدار گردشگری را هموار سازد. جدول ۱ نشان می دهد که تمامی سازه های پژوهش از نظر سازگاری درونی و پایایی ترکیبی در وضعیت مطلوب قرار دارند. مقادیر آلفای کرونباخ همگی بالاتر از ۰/۷۹ و پایایی ترکیبی برای همه سازه ها بالاتر از ۰/۸۳ هستند. از منظر روایی همگرا نیز تمامی مقادیر AVE بالاتر از ۰/۶۳ بوده و معیار پیشنهادی فورنل و لارکر (بیش از ۰/۵۰) را برآورده می کنند. در میان سازه ها،

نوآوری و خلاقیت با بالاترین مقدار AVE (۰/۶۸۵) و پایایی ترکیبی (۰/۸۹۳) برجسته‌تر است، درحالی‌که چارچوب اجرایی با آلفای کرونباخ ۰/۷۹۹ و AVE برابر با ۰/۶۳۰ در پایین‌ترین سطح قرار دارد، اما همچنان معیارهای پذیرفته‌شده را تأمین می‌کند. در مجموع، ابزار پژوهش از پایایی و روایی کافی برخوردار بوده و مبنای مناسبی برای آزمون فرضیه‌ها و تحلیل مدل ساختاری فراهم می‌آورد.

جدول ۱. سازگاری درونی و پایانی سازه‌ها (نمونه = ۲۲۳)

آلفای کرونباخ	پایانی ترکیبی	روایی همگرا
۰/۸۲۴	۰/۸۳۳	۰/۶۵۴
۰/۸۴۴	۰/۸۹۵	۰/۶۸۱
۰/۸۳۲	۰/۸۸۸	۰/۶۶۶
۰/۷۹۹	۰/۸۶۹	۰/۶۳۰
۰/۸۴۰	۰/۸۹۳	۰/۶۸۵

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که تمامی سازه‌های پژوهش از نظر روایی و اگر بر اساس معیار فورنل و لارکر در وضعیت قابل‌قبول قرار دارند. مقادیر جذر میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) در قطر اصلی ماتریس، همگی بزرگ‌تر از همبستگی میان سازه‌هاست. این امر بیانگر آن است که هر سازه توانسته است تمایز مفهومی خود را نسبت به سایر سازه‌ها حفظ کند. بستر و فضای حمایتی با مقدار ۰/۸۵۶ بالاترین سطح تمایز را نشان می‌دهد، درحالی‌که چارچوب اجرایی با مقدار ۰/۷۹۶ نزدیک‌ترین همبستگی را با بستر حمایتی دارد و به عنوان نقطه حساس در تحلیل‌های ساختاری قابل‌توجه است. در مجموع، مدل پژوهش از روایی و اگر کافی برخوردار بوده و سازه‌ها قابلیت تفکیک‌پذیری مفهومی لازم برای آزمون فرضیه‌ها را دارا هستند.

جدول ۲. روایی و اگر (معیار فورنل و لارکر)

زیرساخت گردشگری	بستر و فضای حمایتی	منابع طبیعی و فرهنگی	چارچوب اجرایی	نوآوری و خلاقیت
۰/۸۴۲				
۰/۸۱۶	۰/۸۵۶			
۰/۷۷۷	۰/۸۰۳	۰/۸۲۴		
۰/۶۵۹	۰/۷۷۹	۰/۵۹۵	۰/۷۹۶	
۰/۷۷۲	۰/۷۹۴	۰/۸۰۳	۰/۶۰۲	۰/۸۳۳

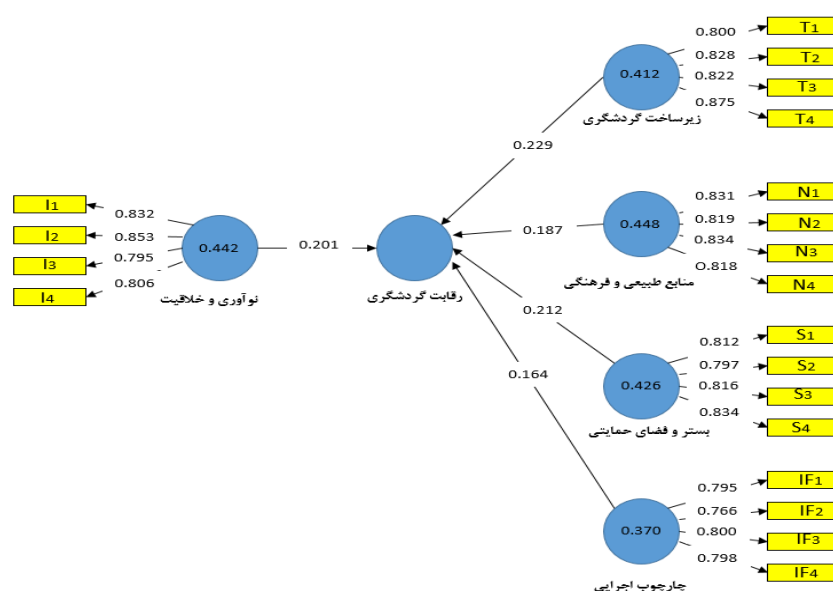
نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که تمامی فرضیه‌های مدل از نظر آماری معنادار بوده و تأیید شده‌اند. ضرایب مسیر (β) در بازه‌ای بین ۰/۱۶۴ تا ۰/۲۲۹ قرار دارند که نشان‌دهنده اثرات مثبت و نسبتاً متوسط متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته است. آماره‌های t نیز همگی بالاتر از ۳ (از ۳/۲۳۸ تا ۳/۷۵۱) و مقادیر سطح معناداری (p-value) برای تمامی فرضیه‌ها کمتر از ۰/۰۱ گزارش شده‌اند، بنابراین روابط موردنظر در مدل ساختاری از پشتیبانی آماری کافی برخوردارند. از منظر مقایسه‌ای، فرضیه ۱ با ضریب مسیر ۰/۲۲۹ و آماره t برابر با ۳/۶۳ قوی‌ترین اثر را نشان می‌دهد. درحالی‌که فرضیه ۴ با ضریب مسیر ۰/۱۶۴ و آماره t برابر با ۳/۲۹۲ کمترین اثر را دارد. این تفاوت‌ها بیانگر آن است که شدت تأثیر

متغیرها یکسان نیست و برخی عوامل نقش پررنگ تری در تبیین سازه‌ها ایفا می‌کنند. در مجموع، مدل پژوهش از انسجام و اعتبار کافی برخوردار بوده و تمامی مسیرهای فرض شده اثرگذاری مثبت و معنادار خود را نشان داده‌اند.

جدول ۳. ضرایب مسیر آزمون فرضیه‌های مدل

فرضیه‌ها	مقادیر ضرایب مسیر (β)	میانگین نمونه	انحراف معیار	آماره T	ضرایب معناداری	نتایج
فرضیه ۱	۰/۲۲۹	۰/۲۹۹	۰/۰۶۳	۰/۶۳	۰/۰۰	تأیید
فرضیه ۲	۰/۱۸۷	۰/۱۸۸	۰/۰۵۵	۳/۳۸۷	۰/۰۰۱	تأیید
فرضیه ۳	۰/۲۱۲	۰/۲۱۳	۰/۰۵۶	۳/۷۵۱	۰/۰۰	تأیید
فرضیه ۴	۰/۱۶۴	۰/۱۶۴	۰/۰۵۰	۳/۲۹۲	۰/۰۰۱	تأیید
فرضیه ۵	۰/۲۰۱	۰/۱۹۹	۰/۰۶۲	۳/۲۳۸	۰/۰۰۱	تأیید

شکل ۳ مدل ساختاری پژوهش را همراه با ضرایب مسیر استاندارد شده (β) و قدرت توضیحی سازه‌ها (R^2) نمایش می‌دهد. نتایج تحلیل معادلات ساختاری (PLS-SEM) نشان می‌دهد که رقابت‌پذیری گردشگری تحت تأثیر مستقیم پنج عامل کلیدی قرار دارد. زیرساخت گردشگری ($\beta=0/229$)، بستر و فضای حمایتی ($\beta=0/212$)، نوآوری و خلاقیت ($\beta=0/201$)، منابع طبیعی و فرهنگی ($\beta=0/187$) و چارچوب اجرایی ($\beta=0/164$)، همه این اثرات مستقیم در سطح $p < 0/001$ معنادار هستند. در این میان، زیرساخت‌ها و فضای حمایتی بیشترین نقش را در ارتقاء رقابت‌پذیری ایفا می‌کنند. شاخص‌های مشاهده‌شده بارهای عاملی بالایی دارند (همگی بالاتر از $0/76$) که بیانگر روایی همگرایی مطلوب سازه‌هاست. توان تبیین متغیرهای پنهان نیز قابل قبول است، به ویژه برای منابع طبیعی ($R^2=0/448$) و نوآوری ($R^2=0/442$). این یافته‌ها مبنای مناسبی برای تصمیم‌گیری سیاست‌گذاران به منظور تقویت مؤلفه‌های کلیدی صنعت گردشگری فراهم می‌آورند.

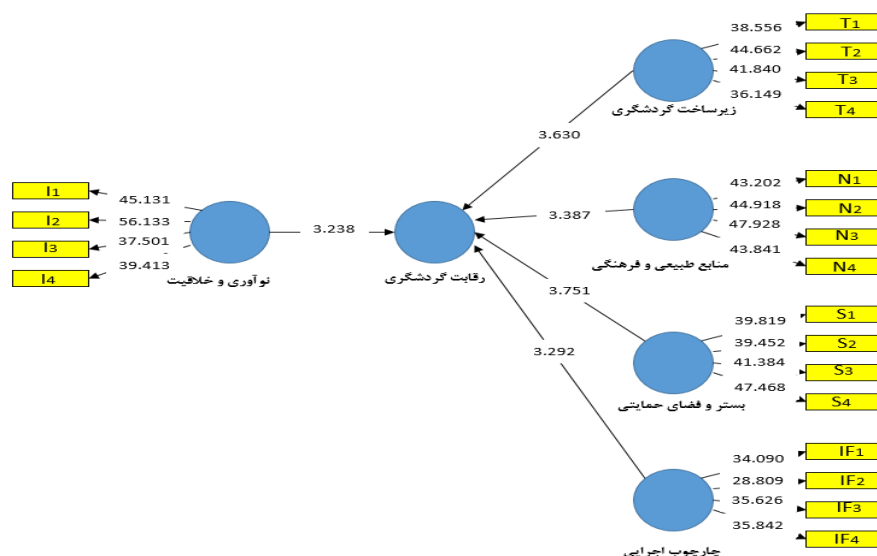


شکل ۳. اجرای مدل در حالت تخمین استاندارد

شکل ۴ نتایج آزمون معناداری مسیرهای مدل ساختاری را بر اساس روش بوت‌استرپینگ نشان می‌دهد. رقابت‌پذیری گردشگری به‌طور معناداری تحت تأثیر مستقیم پنج عامل کلیدی قرار دارد و تمامی مسیرها در سطح اطمینان ۹۹ درصد

معنادار هستند. مقادیر آماره t نشان می‌دهد که مسیرهای زیرساخت گردشگری ($t=3/630$)، منابع طبیعی و فرهنگی ($t=3/387$)، بستر و فضای حمایتی ($t=3/292$) از پایداری آماری بالاتری برخوردارند. مسیرهای نوآوری و خلاقیت ($t=3/238$) و چارچوب اجرایی ($t=3/292$) نیز معنادار باقی‌مانده‌اند.

ترکیب نتایج شکل‌های ۳ و ۴ تأیید می‌کند که زیرساخت گردشگری با ضریب مسیر ($\beta=0/229$) قوی‌ترین اثر مستقیم را بر رقابت‌پذیری دارد و نقش کلیدی سرمایه‌گذاری در امکانات و خدمات گردشگری را برجسته می‌سازد. با این حال، ارتقای رقابت‌پذیری گردشگری حاصل هم‌افزایی مجموعه‌ای از عوامل زیرساختی، حمایتی، فرهنگی و نوآورانه است. مقادیر بالای شاخص‌های مشاهده‌شده (بیش از ۰/۷۰) نیز روایی همگرایی مدل را تقویت کرده و ضرورت سرمایه‌گذاری متوازن در این حوزه‌ها، به ویژه تقویت چارچوب اجرایی از طریق سیاست‌گذاری پایدار، را نشان می‌دهد.



شکل ۴. اجرای مدل در حالت اعداد معنی‌داری

بحث

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که توسعه زیرساخت‌های گردشگری نقش مهمی در ارتقای جایگاه رقابتی و پایداری مقصد گردشگری چابهار دارد. نتایج تحلیل مدل نیز این موضوع را تأیید می‌کند. به طوری که زیرساخت گردشگری به عنوان قوی‌ترین پیش‌بین در مدل شناسایی شد ($\beta=0/229$ ، $t=3/630$ ، $p<0/01$). این یافته با شرایط میدانی چابهار نیز قابل تبیین است؛ به گونه‌ای که با وجود ظرفیت‌های طبیعی و گردشگری قابل توجه، منطقه همچنان با محدودیت‌هایی در دسترسی، خدمات و زیرساخت‌های پشتیبان مواجه است. توسعه شبکه حمل‌ونقل، خدمات اقامتی و امکانات رفاهی می‌تواند کیفیت تجربه گردشگران و کارایی عملکرد مقصد را بهبود بخشد. از منظر تحلیلی، اهمیت زیرساخت‌ها را می‌توان در مرحله گذار توسعه گردشگری چابهار توضیح داد. در این مرحله، کیفیت و کارایی زیرساخت‌ها نقش اساسی در شکل‌گیری تجربه گردشگر دارد. بهبود زیرساخت‌ها علاوه بر کاهش محدودیت‌های دسترسی و تمرکز فضایی گردشگران، به توزیع متعادل‌تر فعالیت‌های گردشگری و افزایش کارایی مقصد کمک می‌کند. در نتیجه، توسعه هدفمند زیرساخت‌ها یکی از راهبردهای کلیدی ارتقای عملکرد گردشگری در چابهار محسوب می‌شود. این نتایج با یافته‌های گونزالس-رودریگز و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد که نشان دادند سرمایه‌گذاری‌های زیرساختی با ادغام دارایی‌های سخت (مانند شبکه‌های حمل‌ونقل) و توانمندسازهای نرم (مانند اتصال دیجیتال) می‌تواند تا ۱۵ درصد افزایش

در امتیاز جذابیت مقصد ایجاد کند. علاوه بر این، مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۲۴) نیز بر نقش زیرساخت‌ها در ارتقای تاب‌آوری اقتصادی و رقابت‌پذیری تأکید کرده است. در این پژوهش، اثر زیرساخت‌ها از طریق کانال نوآوری به عنوان متغیر میانجی نیز تبیین شده که در مطالعات پیشین کمتر موردتوجه قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که منابع فرهنگی و طبیعی پایدار تأثیر معناداری بر رقابت‌پذیری مقصد دارند. نتایج مدل پژوهش نیز این رابطه را به‌طور معناداری تأیید می‌کند ($\beta = 0.187$, $t = 3.387$, $p < 0.01$). چابهار با برخورداری از سواحل مکران، پدیده‌های ژئومورفولوژیک و حفاظت و مدیریت پایدار این منابع، همراه با روایتگری خلاقانه، رضایت گردشگران و منافع اقتصادی جوامع محلی را افزایش می‌دهد. این یافته‌ها با مطالعات گونزالس-رودریگز و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد که بر نقش منابع طبیعی و فرهنگی در تقویت مزیت رقابتی تأکید کرده‌اند. یافته‌های مربوط نشان می‌دهد که بستر و فضای حمایتی اثر معناداری بر رقابت‌پذیری و تاب‌آوری مقصد نشان داد ($\beta = 0.212$, $t = 3.751$, $p < 0.01$). در شرایط گذار توسعه و محدودیت‌های ژئوپلیتیکی چابهار، سیاست‌های حمایتی و هماهنگی میان دولت، بخش خصوصی و جامعه محلی می‌تواند ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش داده و اکوسیستم نوآوری را تقویت کنند. نتایج این پژوهش با یافته‌های مادانگولی و همکاران (۲۰۲۲) و گونزالس-رودریگز و همکاران (۲۰۲۳) و همچنین سوتارمن و همکاران (۲۰۲۳) همسو است که نشان داده‌اند محیط‌های حمایتی و سیاست‌های تشویقی می‌توانند بین ۱۰ تا ۲۰ درصد جذابیت مقصد را افزایش دهند. نتایج تحلیل ساختاری پژوهش نشان می‌دهد چارچوب اجرایی نیز تأثیر مثبت و معناداری دارد ($\beta = 0.164$, $t = 3.292$, $p < 0.01$). طراحی سازوکارهای اجرایی منسجم در بستر ایران می‌تواند فاصله میان سیاست و اجرا را کاهش دهد و انطباق‌پذیری مقصد را افزایش دهد. یافته‌ها با مطالعه گونزالس-رودریگز و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد که اثر ساختارهای اجرایی مبتنی بر شواهد را در افزایش جذابیت مقصد تأیید کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد نوآوری و خلاقیت تأثیر مستقیم و معناداری بر رقابت‌پذیری گردشگری شهری چابهار دارند ($\beta = 0.201$, $t = 3.238$, $p < 0.01$). در شرایط محدودیت زیرساختی، نوآوری به عنوان سازوکار جبرانی عمل کرده و با استفاده از فناوری‌های هوشمند و روایت‌های فرهنگی بومی، کیفیت تجربه گردشگران را ارتقا می‌دهد. این یافته با نتایج کو و چن (۲۰۲۴) همسو است که نشان دادند نوآوری مبتنی بر هوش مصنوعی می‌تواند نرخ حفظ مشتری را به‌طور قابل‌توجهی افزایش دهد. در مجموع، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ترکیب زیرساخت‌های توسعه‌یافته، منابع طبیعی و فرهنگی پایدار، بستر حمایتی، چارچوب اجرایی منسجم و نوآوری و خلاقیت به صورت هم‌افزا، رقابت‌پذیری و پایداری گردشگری در چابهار را ارتقا می‌دهد. این یافته‌ها بر ضرورت سیاست‌گذاری یکپارچه و توسعه‌محور تأکید دارند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش تعامل میان عناصر بنیادین و نیروهای تسهیل‌گر را در شکل‌دهی رقابت‌پذیری پایدار مقاصد گردشگری روشن می‌سازد. نتایج تحلیل مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) نشان می‌دهد که زیرساخت‌های کارآمد، منابع فرهنگی و طبیعی غنی، محیط‌های حمایتی و چارچوب‌های اجرایی مؤثر به صورت هم‌افزا بستر لازم برای توسعه گردشگری شهری را فراهم می‌کنند. در این میان نوآوری و خلاقیت نقش میانجی مهمی ایفا کرده و این پیشایندها را به پیامدهای رقابتی و تحول‌آفرین تبدیل می‌سازند. پیامدهایی که جذابیت مقصد را افزایش داده و توان سازگاری آن را در برابر فشارهای اقتصادی، اجتماعی و محیطی تقویت کنند. تحلیل تجربی مبتنی بر داده‌های ۲۲۳ نفر از متخصصان، مدیران و فعالان حوزه گردشگری شهری نشان می‌دهد که مسیرهای اصلی مدل از نظر آماری معنادار هستند. زیرساخت‌ها قوی‌ترین اثر مستقیم را بر رقابت‌پذیری گردشگری شهری دارند ($\beta = 0.229$, $p < 0.01$).

درحالی که بستر حمایتی ($\beta=0/212$)، نوآوری و خلاقیت ($\beta=0/201$)، منابع فرهنگی و طبیعی ($\beta=0/187$) و چارچوب اجرایی ($\beta=0/164$) نیز نقش معناداری ایفا می کنند. متغیرهای پیشایند در مجموع حدود ۶۸ درصد از واریانس شاخص های رقابت پذیری را تبیین می کنند که بیانگر قدرت توضیحی مناسب مدل در اقتصادهای در حال گذار است. در بستر چابهار، این یافته ها اهمیت ویژه ای دارند. چابهار با جاذبه های طبیعی منحصربه فرد، تنوع فرهنگی و موقعیت ژئوپلیتیکی راهبردی ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری دارد. اما فاصله از قطب های اصلی گردشگری و محدودیت برخی زیرساخت ها، توسعه پایدار را بیش از پیش به بهبود زیرساخت ها و بهره گیری از رویکردهای نوآورانه وابسته کرده است. ادغام نوآوری های دیجیتال، طراحی تجربه های خلاقانه و تقویت مشارکت جامعه محلی می تواند ظرفیت های مقصد را مؤثرتر معرفی کرده، کیفیت تجربه گردشگران را افزایش دهد و تمایز رقابتی چابهار را در سطوح ملی و منطقه ای تقویت کند. از منظر کاربردی نتایج نشان می دهد که تقویت زیرساخت های فیزیکی و دیجیتال، حمایت از اکوسیستم های نوآوری و ایجاد چارچوب های نهادی کارآمد می تواند زمینه تبدیل ظرفیت های بالقوه مقاصد را به مزیت های رقابتی پایدار تبدیل کند. توسعه پلتفرم های هوشمند گردشگری، به کارگیری فناوری های نوین در طراحی تورها و حمایت از کسب و کارهای خلاق محلی از جمله اقدامات مؤثری هستند که با اهداف کلان توسعه گردشگری در ایران، از جمله تنوع بخشی اقتصادی و افزایش سهم گردشگری در تولید و اشتغال (برنامه هفتم توسعه)، همسو می باشند. باوجود این، نتایج باید با توجه به محدودیت های پژوهش تفسیر شوند. طراحی مقطعی مطالعه امکان بررسی روابط علی در طول زمان را محدود می کند. داده های خود گزارش شده ممکن است با سوگیری پاسخ همراه باشد و تمرکز بر بستر جغرافیایی ایران تعمیم پذیری به سایر زمینه ها را با محدودیت مواجه می سازد.

پژوهش های آینده می توانند با طرح های طولی به بررسی پویایی اثرات نوآوری بپردازند. مطالعات مقایسه ای میان مقاصد مختلف انجام دهند و روش های کمی را با داده های کیفی تجربه های نوآوران محلی ترکیب کنند. در مجموع، یافته های این پژوهش تأکید می کند که در دنیای امروز گردشگری، نوآوری و خلاقیت دیگر مؤلفه های حاشیه ای نیستند، بلکه به محرک های اساسی رقابت پذیری و پایداری مقاصد تبدیل شده اند. سیاست گذاران و مدیران گردشگری در ایران و سایر اقتصادهای در حال توسعه می توانند با تقویت بسترهای نهادی، فناورانه و انسانی، مسیر بهره برداری مؤثرتر از ظرفیت های منحصربه فرد مقاصد را هموار سازند و زمینه رشد پایدار و فراگیر این بخش را فراهم آورند.

حامی مالی

این مقاله حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

نویسنده اول مسئولیت طراحی کلی پژوهش، تدوین چارچوب نظری، توسعه مدل مفهومی و نگارش بخش مقدمه و ادبیات پژوهش را بر عهده داشته است. همچنین در تحلیل و تفسیر یافته ها و تدوین بخش بحث نقش اصلی داشته است. نویسنده دوم در طراحی روش شناسی پژوهش، تدوین ابزار گردآوری داده ها، اجرای فرآیند جمع آوری داده ها و انجام تحلیل های آماری با استفاده از نرم افزار SmartPLS 4 مشارکت داشته است. همچنین در نگارش بخش نتایج و ویرایش فنی و علمی مقاله نقش فعال ایفا کرده است. هر دو نویسنده در بازبینی نهایی مقاله و تأیید نسخه نهایی مشارکت داشته اند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می دارند که هیچ گونه 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 مدیران عالی سازمان اوقاف و امور خیریه، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- اربابی سبزواری، آزاده. (۱۴۰۱). تحلیل و تدوین شرایط اقلیمی در جهت توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر بندر چابهار، ایران). مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۷ (۱)، ۲۳۵-۲۴۸.
- امیری فاهلیانی، محمدرضا و ملکی، سعید. (۱۳۹۸). رابطه متقابل مدیریت استراتژیک با گردشگری در عصر جهانی‌شدن. *سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۷ (۲۸)، ۶۷۰-۶۹۷. <https://doi.org/10.32598/JMSP.7.4.8>
- پیری، رحیم. (۱۳۹۹). تبیین و ارزیابی موقعیت راهبردی مناطق مرزی جمهوری اسلامی ایران و عراق (مطالعه موردی: شهرستان‌های مرزی استان ایلام). *مطالعات راهبردی بسیج*، ۲۳ (۸۸)، ۱۲۴-۱۵۸.
- حیدری چیانه، رحیم؛ حاتمی، داود؛ پویش، زبیده؛ حاتمی، حمیده و حاتمی، رضا. (۱۴۰۱). تحلیلی بر آگاهی گردشگران از مقاصد گردشگری با تأکید بر استراتژی دهان به دهان (مطالعه موردی: شهر چابهار). *فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای*، ۳ (۲)، ۴۱-۵۳.
- سجادی، اشرف و افراخته، حسن. (۱۴۰۴). مدل پارادایمیک توسعه گردشگری با رویکرد آمایش سرزمین (مطالعه موردی: شهرستان چابهار). *مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند*، ۲ (۱)، ۸۸-۱۰۲. <https://doi.org/10.22072/tmsse.2025.2046673.1019>
- فرهادی‌خواه، حسین؛ زیاری، کرامت‌الله؛ زنگنه شهرکی، سعید و رضایی، ناصر. (۱۴۰۳). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری گردشگری شهر تهران. *مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۱۲ (۲۶)، ۷۴-۴۹. <https://doi.org/10.61186/journalitor.41170.12.26.49>
- میری، غلامرضا و حسین زهی، اسماعیل. (۱۴۰۱). بررسی وضعیت مؤلفه‌های گردشگری خلاق در شهر چابهار و نقش آن در توسعه پایدار. *فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی*، ۴ (۴)، ۴۶-۳۰.

References

- Aguirre-Urreta, M. I., & Hu, J. (2019). Detecting common method bias: Performance of Harman's single-factor test. *ACM SIGMIS Database: The DATABASE for Advances in Information Systems*, 50(2), 45-70. <https://doi.org/10.1145/3330472.3330477>
- Ahmed, U., Fida, B. A., Al Burtamani, R. H., & Al Rubaiai, F. S. (2025). Evaluating tourism trends: Economic impacts and sustainability implications. In *AI and IoT: Driving business success and sustainability in the digital age* (Vol. 2, pp. 511-519). Springer Nature Switzerland. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-88874-8>
- Amiri Fahliani, M., & Maleki, S. (2019). The mutual relationship between strategic management and tourism in the era of globalization. *Strategic and Macro Policies*, 7(28), 670-697. <https://doi.org/10.32598/JMSP.7.4.8> [In Persian]
- Arbabi Sabzevari, A. (2022). Analysis of climatic conditions toward sustainable urban tourism development: A case study of Chabahar City, Iran. *Human Settlements Planning Studies*, 17(1), 235-248. [In Persian]
- Azmi, E., Che Rose, R. A., Awang, A., & Abas, A. (2023). Innovative and competitive: A systematic literature review on new tourism destinations and products for tourism supply. *Sustainability*, 15(2), 1187. <https://doi.org/10.3390/su15021187>

- Bakker, M. (2019). A conceptual framework for identifying the binding constraints to tourism-driven inclusive growth. *Tourism Planning & Development*, 16(5), 575-590. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1606321>
- Chiengkul, W., & Kumjorn, P. (2024). Delving into cultural immersion: Enhancing empathy and attachment in creative cultural tourism in Thailand. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-27. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2024.2301234>
- Daldanise, G. (2020). From place-branding to community-branding: A collaborative decision-making process for cultural heritage enhancement. *Sustainability*, 12(24), 10399. <https://doi.org/10.3390/su122410399>
- Della Corte, V., D'Andrea, C., Savastano, I., & Zamparelli, P. (2017). Smart cities and destination management: Impacts and opportunities for tourism competitiveness. *European Journal of Tourism Research*, 17, 7-27. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v17i.295>
- Do Valle, P. O., & Assaker, G. (2016). Using partial least squares structural equation modeling in tourism research: A review of past research and recommendations for future applications. *Journal of Travel Research*, 55(6), 695-708. <https://doi.org/10.1177/0047287515619777>
- Farhadikhah, H., Ziari, K., Zanganeh Shahreki, S., & Rezaei, N. (2024). Identification and prioritization of factors affecting tourism competitiveness in Tehran. *Tourism Social Studies*, 12(26), 49-74. <https://doi.org/10.61186/journalitor.41170.12.26.49> [In Persian]
- Foster, G. (2020). Circular economy strategies for adaptive reuse of cultural heritage buildings to reduce environmental impacts. *Resources, Conservation and Recycling*, 152, 104507. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104507>
- Gato, M. A., Costa, P., Cruz, A. R., & Perestrelo, M. (2022). Creative tourism as a boosting tool for placemaking strategies in peripheral areas: Insights from Portugal. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(8), 1500-1518. <https://doi.org/10.1177/10963480211019143>
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pulido-Pavón, N. (2023). Tourist destination competitiveness: An international approach through the Travel and Tourism Competitiveness Index. *Tourism Management Perspectives*, 47, 101127. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101127>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Heydari Chiane, R., Hatami, D., Pouyesh, Z., Hatami, H., & Hatami, R. (2022). An analysis of tourists' awareness of tourism destinations with emphasis on word-of-mouth strategy: A case study of Chabahar City. *Quarterly Journal of Sustainable Urban and Regional Development Studies*, 3(2), 41-53. [In Persian]
- Kock, N., Santinha, G., & Tomaselli, A. (2021). The role of endogeneity in PLS-SEM: Applications in tourism and hospitality research. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(3), 437-455. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2020-0034>
- Ku, E. C., & Chen, C. D. (2024). Artificial intelligence innovation of tourism businesses: From satisfied tourists to continued service usage intention. *International Journal of Information Management*, 76, 102757. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102757>
- Luongo, S., Sepe, F., & Del Gaudio, G. (2023). Regional innovation systems in tourism: The role of collaboration and competition. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(4), 100148. <https://doi.org/10.3390/joitmc9040148>

- Madanaguli, A., Kaur, P., Mazzoleni, A., & Dhir, A. (2022). The innovation ecosystem in rural tourism and hospitality: A systematic review of innovation in rural tourism. *Journal of Knowledge Management*, 26(7), 1732-1762. <https://doi.org/10.1108/JKM-01-2021-0050>
- Maziliauske, E. (2024). Innovation for sustainability through co-creation by small and medium-sized tourism enterprises (SMEs): Socio-cultural sustainability benefits to rural destinations. *Tourism Management Perspectives*, 50, 101201. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101201>
- Miri, G., & Hosseinzahi, E. (2022). Investigating the status of creative tourism components in Chabahar and its role in sustainable development. *Geography and Human Relations Quarterly*, 4(4). [In Persian]
- Piri. (2020). Explaining and evaluating the strategic position of border regions of the Islamic Republic of Iran and Iraq: A case study of border counties of Ilam Province. *Basij Strategic Studies*, 23(88), 124-158. [In Persian]
- Sajjadi, A., & Afrakhteh, H. (2025). A paradigmatic model of tourism development with a land-use planning approach: A case study of Chabahar County. *Smart Era Tourism Management Studies*, 2(1), 88-102. <https://doi.org/10.22072/tmsse.2025.2046673.1019> [In Persian]
- Salvado, J., Ferreira, A., Serra, J., & Marujo, N. (2020). *The creative and cultural tourism ecosystem: A conceptual model*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3929233>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>
- Sutarman, A., Rahardja, U., Oganda, F. P., Millah, S., & Azizah, N. N. (2023). The role of information technology in empowering the creative economy for sustainable tourism. *Aptisi Transactions on Technopreneurship*, 5(2sp), 175-185. <https://doi.org/10.34306/att.v5i2sp.299>
- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. A. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342-353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>
- Wasela, K. (2023). The role of intangible cultural heritage in the development of cultural tourism. *International Journal of Eco-Cultural Tourism, Hospitality Planning and Development*, 6(2), 15-28. <https://doi.org/10.4018/ijethpd.2023040102>
- Wei, M., Liu, M., Peng, Y., Zhou, X., & Li, S. (2023). Effects of creative atmosphere on tourists' post-experience behaviors in creative tourism: The mediation roles of tourist inspiration and place attachment. *International Journal of Tourism Research*, 25(1), 79-96. <https://doi.org/10.1002/jtr.2547>