

Identifying the Factors Affecting the Competitiveness of Cities through Tourism in Kermanshah City

Faranak Behdoust¹ | Keramatollah Ziari²  | Hossein Hataminejad³ | Hassan Ali Faraji- Sabokbar⁴ 

1. Department of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: fbehdost@ut.ac.ir

2. Corresponding author, Department of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: zayyari@ut.ac.ir

3. Department of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: hataminejad@ut.ac.ir

4. Department of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: hfaraji@ut.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received: 30 Jul 2021 Received in revised form: 20 Nov 2021 Accepted: 27 Nov 2021 Available online: 14 Dec 2021</p> <p>Keywords: Globalization, Urban Competitiveness, Q Factor Analysis, Physical Factor, Kermanshah City.</p>	<p>Today, due to global competition increase, cities are looking for the ways to increase their competitive position among other cities. Tourism is a factor in urban competitiveness. Tourism, as the factor that improves urban competitiveness through tourism in national and international markets, caused to facilitate planning for the development of cities. This is an applied which is based on the exploratory factor analysis (Q) method as a mixed or combined method and 50 experts were selected by purposive sampling on the subject of research. In the qualitative stage and based on the summary of the discourse space from 50 propositions, finally 36 propositions were selected for the Q sample. In the qualitative stage after collecting the information obtained from the Q-sorting, the Q-factor analysis method was used; it is the main method to analyze the Q-data matrix. They were analyzed by varimax rotation method. SPSS software was used to discover the existing mental patterns identifying the influential variables by calculating factor scores. Using research indicators, 5 different mental models or factors with a total variance of 82.27% were calculated including political-institutional, economic, socio-cultural, physical and environmental factors. The variables were categorized in order of priority; in political-institutional factors, the variable of macro-government policies regarding the region, in economic factors, the appropriateness of the price of tourism services, in socio-cultural factors, increasing the culture of tourism, in physical factors, development of tourism facilities and services and in the environmental factor, climate change had the highest scores in each factor, respectively. Generally, the physical factor has a more specific value than other factors and is more important.</p>

Cite this article: Behdoust, F., Ziari, K., Hataminejad, H., Faraji-Sabokbar, H. (2021). Identifying the Factors Affecting the Competitiveness of Cities through Tourism in Kermanshah City, *Geography and Sustainability of Environment*, 11 (4), 19-36. DOI: 10.22126/GES.2021.6720.2431



© The Author(s).
 DOI: 10.22126/GES.2021.6720.2431

Publisher: Razi University



شناسایی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری شهری از طریق گردشگری در شهر کرمانشاه

فرانک بهدوست^۱ | کرامت اله زیاری^۲ | حسین حاتمی‌نژاد^۳ | حسنعلی فرجی سبکبار^۴

۱. گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: fbehdost@ut.ac.ir

۲. نویسنده مسئول، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: zayyari@ut.ac.ir

۳. گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: hataminejad@ut.ac.ir

۴. گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: hfaraji@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	امروزه به دلیل افزایش رقابت جهانی، شهرها به دنبال شیوه‌هایی برای بهبود وضعیت رقابتی خود در میان سایر شهرها هستند. گردشگری به عنوان یک عامل در رقابت‌پذیری شهری مطرح است. شناخت عوامل بهبوددهنده رقابت‌پذیری شهری از طریق گردشگری در بازارهای ملی و بین‌المللی موجب تسهیل برنامه‌ریزی برای توسعه شهرها می‌شود. این پژوهش از نوع کاربردی است و روش آن مبتنی بر روش تحلیل عاملی اکتشافی (کیو) به عنوان روش آمیخته یا ترکیبی است که در آن، پنجاه نفر از خبرگان در خصوص موضوع پژوهش به روش نمونه‌گیری هدفمند برگزیده شدند. در مرحله کیفی و بر اساس جمع‌بندی فضای گفتمان، از میان پنجاه گزاره، در نهایت ۳۶ گزاره برای نمونه کیو انتخاب شد. در مرحله کمی، پس از جمع‌آوری اطلاعات حاصل از مرتب‌سازی کیو، از روش تحلیل عاملی کیو که اصلی‌ترین روش برای تحلیل ماتریس داده‌های کیو است، بهره گرفته شد و به شیوه چرخش واریماکس تحلیل شد. سپس با استفاده از نرم‌افزار اسپس (SPSS) برای کشف الگوهای ذهنی موجود، متغیرهای تأثیرگذار با محاسبه امتیازهای عاملی شناسایی شد. با بهره‌گیری از شاخص‌های پژوهش، پنج الگوی ذهنی یا عامل متمایز با مجموع واریانس ۸۲/۲۷ درصد محاسبه شد که شامل عوامل سیاسی-نهادی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، کالبدی و محیطی است. متغیرها به ترتیب میزان اولویت در دسته‌ها قرار گرفت، به طوری که در عامل سیاسی-نهادی متغیر سیاست‌های کلان دولت در مورد منطقه، در عامل اقتصادی مناسب بودن قیمت خدمات گردشگری، در عامل اجتماعی-فرهنگی افزایش فرهنگ گردشگری، در عامل کالبدی توسعه امکانات و خدمات گردشگری و در عامل محیطی تغییر اقلیم به ترتیب بیشترین امتیازات را در هر عامل به خود اختصاص داد. در مجموع، عامل کالبدی مقدار ویژه بیشتری را نسبت به سایر عوامل داشته و دارای اهمیت بیشتری بوده است
تاریخچه مقاله: تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۰۸ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۰۸/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۰۶ دسترسی آنلاین: ۱۴۰۰/۰۹/۲۳	
کلیدواژه‌ها: جهانی شدن، رقابت‌پذیری شهری، تحلیل عاملی کیو، عامل کالبدی، شهر کرمانشاه.	

استناد: بهدوست، فرانک؛ زیاری، کرامت اله؛ حاتمی‌نژاد، حسین؛ فرجی سبکبار، حسنعلی (۱۴۰۰). شناسایی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری شهری از طریق گردشگری در شهر کرمانشاه. *جغرافیا و پایداری محیط*، ۱۱ (۴)، ۱۹-۳۶. DOI: 10.22126/GES.2021.6720.2431



مقدمه

در شرایطی که رقابت جهانی رو به افزایش است، مقاصد شهری همواره به دنبال راه‌هایی برای افزایش توان رقابتی خود است (داپیراس و مک‌کالم^۱، ۲۰۱۳: ۲۵). شهرها باید توانمندی‌های بالقوه خود را به نحوی به کار گیرند که به تقویت موقعیت‌شان در رقابت با دیگر نواحی شهری منجر شود؛ بنابراین نیاز به رفتار رقابتی افزایش یافته است (کراتک^۲، ۲۰۱۲). «رقابت‌پذیری شهری» مفهومی اقتصادی است و شامل بهره‌وری، بهبود کسب‌وکار، نرخ اشتغال، ظرفیت یادگیری، نوآوری، محیط تجاری، جلب سرمایه با هدف افزایش درآمد، کاهش نرخ بیکاری و در نتیجه افزایش کیفیت و استانداردهای زندگی است (بگ^۳، ۱۹۹۹) و شهرها در این راه، به‌منظور جذب سرمایه‌گذاران، گردشگران، ساکنان و نیروی کار مجبور به رقابت با یکدیگر و در جست‌وجوی راه‌های جدیدی برای رشد اقتصادی خود هستند (پرلینسکا^۴، ۲۰۱۲). توسعه گردشگری عامل تعیین‌کننده مهمی برای رقابت‌پذیری است (کوکولیلی و گوفی^۵، ۲۰۱۶). فرایند جهانی شدن را می‌توان به‌منزله محرک رقابت‌پذیری مقصد در نظر گرفت؛ چراکه سفر و ماندن در یک مقصد را تسهیل می‌کند (استیلتز^۶، ۲۰۰۲: ۲۵).

بر اثر جهانی شدن، بسیاری از کشورها با رقابت بالا در بازار گردشگری روبه‌رو شده‌اند و در برابر تغییر اقتصاد جهانی و شرایط تجارت آسیب‌پذیرند. با در نظر گرفتن این نکته که موقعیت‌های ممتاز هر کشور، به‌عنوان مقصد گردشگری، سود اقتصادی بیشتر و توسعه پایدار در هر دو سطح ملی و منطقه‌ای را به دنبال دارد، نگرانی اصلی اقتصادهای کوچک این است که چگونه سهم بیشتری از بازار رقابتی گردشگری را به دست آورند (کیم^۷، ۲۰۱۲: ۳۹). افزایش سطح درآمد و بهبود وضعیت حمل‌ونقل و شبکه‌ها، شرایط را برای انتخاب از میان تنوع بیشتری از مقاصد سفر فراهم کرده است. گردشگری موجب تأثیرگذاری بر تصمیم مصرف‌کنندگان در بازار جهانی پیچیده و رقابتی می‌شود (ایچنر و ریچی^۸، ۲۰۰۳: ۷۶) و به‌عنوان بخش اقتصادی محرک توسعه یک مقصد، مورد توجه بسیاری از مناطق قرار گرفته است (بایر^۹ و همکاران، ۲۰۲۱). هر روز شاهد ظهور مقاصد جدیدی در بازار گردشگری هستیم که در تلاش‌اند سهمی از این بازار داشته باشند. کشور ما هم از این قاعده مستثنا نیست و یکی از راهبردهای اساسی توسعه جمهوری اسلامی ایران که در چشم‌انداز بیست‌ساله و برنامه‌های توسعه کشور به آن توجه شده، علاقه‌مندی به پیشرفت این صنعت برای کسب منافع آن است. مسئولان کشور سال‌هاست می‌کوشند جایگزینی برای درآمدهای نفتی بیابند تا از وابستگی به آن رها شوند (جعفرتاش و پویان‌زاده، ۱۳۹۴). از راهکارهای مقابله با وابستگی توسعه ملی به درآمدهای نفتی، استفاده از ظرفیت ویژه کلان‌شهرهای کشور است؛ زیرا با وجود گذشتن چند دهه از برنامه‌ریزی فضایی و توسعه‌ای در ایران، شواهد نشان می‌دهد توسعه نامتوازن در پهنه سرزمینی کشور تشدید شده است. از نقدهای جدی که به برنامه‌های توسعه فضایی، همچون طرح آمایش ملی سرزمینی، می‌توان وارد کرد، کم‌توجهی به توسعه مناطق از منظر رقابت‌پذیری است (اسکندری ثانی و همکاران، ۱۳۹۶). آنچه مقصد را به‌واقع رقابتی می‌سازد، توانایی آن در

1. Dupeyras & MacCallum
2. Kratke
3. Begg
4. Prilenska
5. Cucculelli & Goffi
6. Stiglitz
7. Kim
8. Echtner & Ritchie
9. Bire

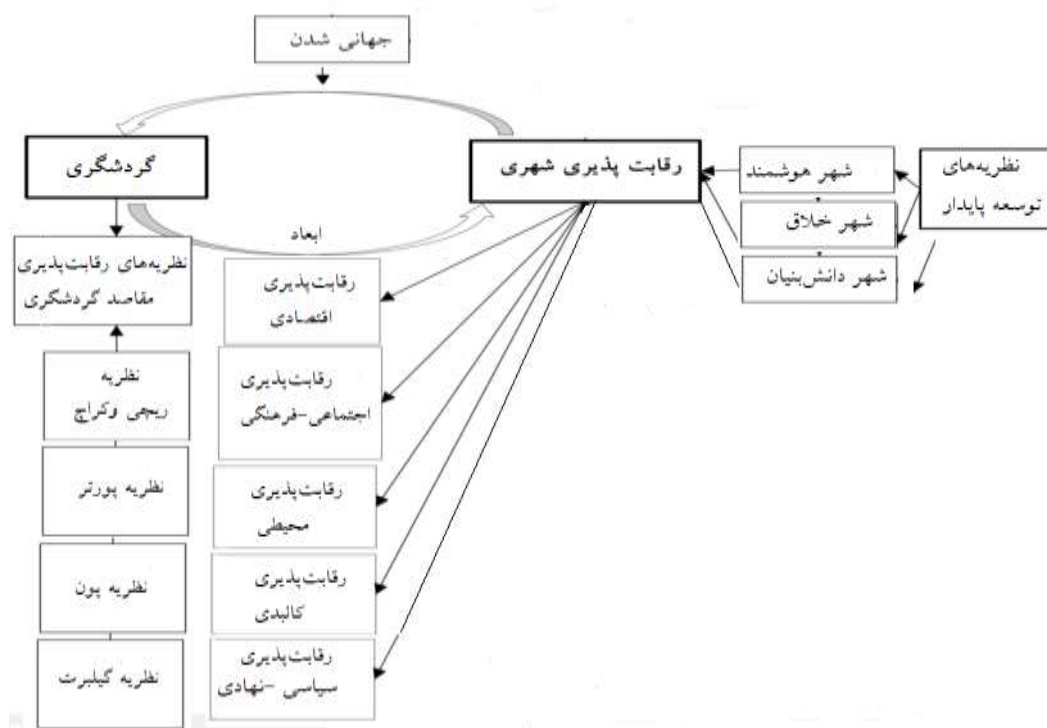
افزایش مخارج گردشگری، جذب روزافزون بازدیدکنندگان و ارائه تجربیات رضایت‌بخش و به‌یادماندنی به‌شيوه‌ای سودآور است، به‌طوری که رفاه ساکنان محلی افزایش یابد و سرمایه طبیعی مقصد برای نسل‌های آتی حفظ شود (ماراسین و بوربون^۱، ۲۰۲۱). برای اینکه توسعه گردشگری در مقصد گردشگری رقابت‌پذیر باشد، باید هم از لحاظ اقتصادی و زیست‌محیطی و هم از نظر اجتماعی، فرهنگی و سیاسی پایدار باشد (کوکولیلی و گوفی^۲، ۲۰۱۶). طبق شواهد، تداوم رقابت‌پذیری مستلزم تضمین سود بلندمدت است (پون^۳، ۱۹۹۳: ۵۶). امروزه شهرها به مراکز استراتژیک رشد و نوآوری تبدیل شده‌اند (ونگ^۴، ۲۰۱۹).

خلاقیت در سطح مکانی رقابت‌پذیری را افزایش می‌دهد (هاگین و کلیفتون^۴، ۲۰۱۱). شاخص‌های رقابت‌پذیری با فاکتورهای پایداری ارتباط دارد (گوفی^۵ و همکاران، ۲۰۱۹). پایداری رقابت‌پذیری در گردشگری را تقویت می‌کند (کوکولیلی و گوفی^۶، ۲۰۱۶). در رقابت‌پذیری مقصد گردشگری عواملی مؤثر است؛ از جمله زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوایی، منابع فرهنگی و فناوری اطلاعات و ارتباطات^۶ (فرناندز^۷ و همکاران، ۲۰۲۰)، شاخص‌های امنیت، زیرساخت‌ها، خدمات مقصد و امکانات اقامتی رقابت‌پذیری قیمتی و جو مقصد، عوامل انسانی، محیط مقصد، جذابیت‌های تفریحی و واقعه‌ای، مدیریت مقصد و اطلاع‌رسانی و برنامه‌ریزی (برومند و همکاران، ۱۳۹۷)، عوامل موقعیتی، مدیریت مقاصد، منابع فرهنگی-تاریخی، شرایط تقاضا، منابع حمایتی و پشتیبان، منابع طبیعی و انسان‌ساخت را در این زمینه مهم بیان کرده‌اند.

در ایران، مانند بسیاری از کشورهای در حال توسعه، کلان‌شهرهای آن به‌لحاظ ارائه کارکردهای مشابه کارکردهایی که شهرهای جهانی از خود نشان می‌دهند، ناموفق محسوب می‌شوند و نتوانسته‌اند جایگاه مناسبی برای حضور در شبکه شهرهای جهانی بیابند (محمدی، ۱۳۹۰: ۴۵). شناخت عوامل بهبوددهنده رقابت‌پذیری شهری در بازارهای ملی و بین‌المللی موجب بهبود موقعیت فعلی شهرها می‌شود و به پیش‌بینی، تدوین و اجرای سیاست‌های توسعه اثربخش‌تر به‌شيوه‌ای هدفمند کمک می‌کند (بگ، ۱۹۹۹). گردشگری بر توسعه کشورهای در حال توسعه تأثیر چشمگیری دارد. گردشگری با وعده ارزآوری و اشتغال، یکی از جذاب‌ترین راهبردهای توسعه است (گوفی و همکاران، ۲۰۱۹) و در مفهوم گسترده‌تری از توسعه، یعنی رقابت‌پذیری در شهرها که از آن به حلقه عمده ساختار اقتصادی یاد می‌کنند، نقش مؤثری ایفا می‌کند (دهده‌زاده سیلابی و احمدی‌فرد، ۱۳۹۸). گردشگری عاملی مهم برای فراهم کردن کیفیت بهتر امکانات، خدمات و افزایش درآمدهاست (وبستر و ایوانو^۸، ۲۰۱۴). کرمانشاه به‌علت قدمت تاریخی، داشتن جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، برخورداری از جاذبه‌های طبیعی مناسب در اطراف شهر و عامل ارتباطی از دوران پیش از تاریخ، به‌عنوان یکی از استقرارگاه‌های بشر مورد توجه بوده است. طبق نتایج کاوش‌های باستان‌شناسی در این مکان، تا کنون ۳۶۰۰ اثر تاریخی شناسایی شده که از این تعداد، ۱۹۳۶ اثر در فهرست آثار ملی و مجموعه تاریخی بیستون در فهرست آثار جهانی به‌ثبت رسیده است. علاوه بر جاذبه‌های تاریخی، تا کنون ۱۰۰ اثر که قابلیت ثبت در فهرست آثار طبیعی ملی کشور را دارد، شناسایی شده و از این تعداد ۴۰ اثر به ثبت ملی رسیده که این رقم میزان ثبت، با توجه به اینکه در کل کشور تا کنون ۸۰ اثر طبیعی به ثبت ملی رسیده، چشمگیر است (سازمان میراث فرهنگی

1. Marasigan & Borbon
2. Poon
3. Weng
4. Huggins & Clifton
5. Goffi
6. ICT
7. Fernández
8. Webster & Ivanov

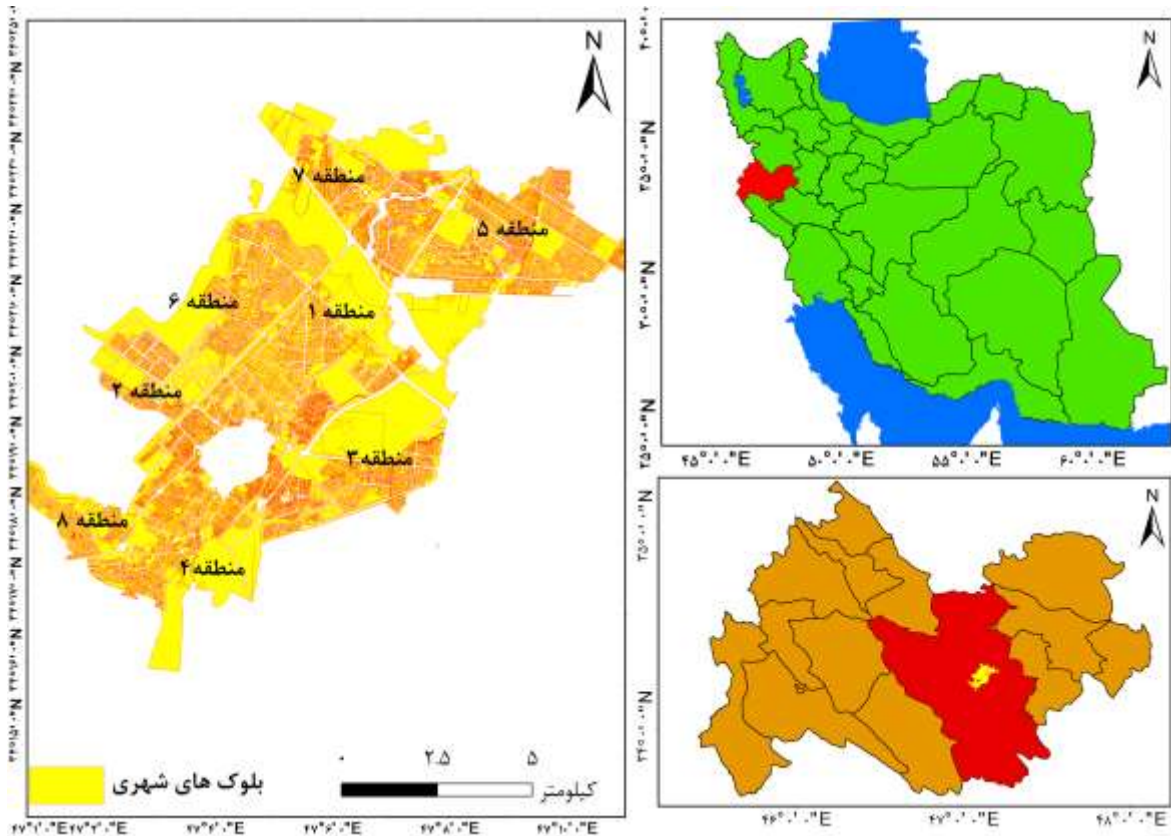
استان کرمانشاه، ۱۳۹۲). شهر کرمانشاه دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی در سطح منطقه‌ای و ملی است؛ از جمله موقعیت استراتژیک ویژه به‌لحاظ جغرافیایی، ویژگی‌های فرهنگی و توریستی کارآمد، مرکزیت امکانات پزشکی در غرب کشور، تنوع جاذبه‌های گردشگری، مرزی بودن و سهولت امکان ارتباط با کشورهای همسایه. این ویژگی‌ها به ترسیم چشم‌انداز شهر جهانی در اسناد مختلف این شهر خواهد انجامید. به‌رغم وجود قابلیت‌های فراوان در این زمینه، گردشگری در این شهر تا کنون جایگاه خود را نیافته است و از نظر اقتصادی در وضعیت مناسبی قرار ندارد. بنابراین با توجه به ماهیت پژوهش، این تحقیق با هدف شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر آینده رقابت‌پذیری شهر کرمانشاه از طریق گردشگری انجام شده است (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

معرفی منطقه مورد بررسی

محدوده مورد مطالعه در این پژوهش شهر کرمانشاه است که در میانه ضلع غربی ایران قرار دارد و ارتفاع آن از سطح دریا ۱۳۲۲ متر است. در آبان‌ماه سال ۱۳۹۵، جمعیت این شهر ۱,۰۸۳,۸۳۳ نفر بوده است. این شهر با داشتن ۸۲/۱ درصد از جمعیت شهرنشین استان، بیشترین جمعیت شهری استان را در خود جای داده است (سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۵). شهر کرمانشاه با موقعیت ۳۴ درجه و ۱۹ دقیقه عرض شمالی و ۴۷ درجه و ۷ دقیقه طول شرقی تقریباً در مرکز شهرستان کرمانشاه قرار گرفته است. مساحت شهر کرمانشاه بالغ بر ۸۷۹۶ هکتار است و دومین شهر بزرگ و پرجمعیت منطقه غرب و شمال غربی کشور (پس از تبریز) و بزرگ‌ترین شهر استان کرمانشاه محسوب می‌شود (شکل ۲).



شکل ۲. موقعیت منطقه مورد مطالعه در استان و کشور

مواد و روش‌ها

روش این پژوهش روش‌های آمیخته و راهبرد پژوهش قیاسی است. با توجه به رویکردهای نظری و اهداف، پژوهش از نوع بنیادی و کاربردی است و هدف اصلی آن، مطالعه و تحلیل رقابت‌پذیری شهری از طریق گردشگری بر پایه نظریه توسعه پایدار و بسط این نظریه در مطالعات شهری است. این پژوهش با هدف غنای ادبیات و بنیادهای نظری رقابت‌پذیری شهری و شناخت عوامل مؤثر بر آینده رقابت‌پذیری شهر کرمانشاه از طریق گردشگری انجام شده است و مدیران را در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری منطقه یاری می‌رساند. روش گردآوری داده‌ها کتابخانه‌ای و میدانی بود و روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد. جامعه آماری ۵۰ نفر از خبرگان است که از این تعداد، ۲۵ نفر از استادان و دانشجویان مقطع تحصیلات تکمیلی با حیطه کاری گردشگری و ۲۵ نفر هم از کارشناسان شاغل در بخش گردشگری شهرداری، استانداری و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و... که اطلاع کافی از گردشگری و شهر کرمانشاه داشته‌اند، به‌عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند. پرسش‌نامه تحقیق بر اساس نتایج مطالعات چندین رساله و پژوهش طراحی شد. برای تعیین روایی پرسش‌نامه، با چند تن از استادان، صاحب‌نظران و کارشناسان

مشورت صورت گرفت و نظرات و پیشنهادهای اصلاحی آنان در پرسش‌نامه اعمال گردید. برای پایداری پرسش‌نامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. برای به‌دست آوردن داده‌های مورد نیاز، روش کیو به‌کار رفتگیو یکی از قوی‌ترین تکنیک‌های تحقیق است که نقاط قوت تحقیقات کمی و کیفی را درمی‌آمیزد و پلی بین آن‌ها ایجاد می‌کند. این تکنیک شامل پنج مرحله است: ابتدا با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه عوامل و شاخص‌های تأثیرگذار در گردشگری و رقابت‌پذیری شهری شناسایی شد و سپس با نظرسنجی و مصاحبه از نخبگان دانشگاهی و صاحب‌نظران شاغل در امور شهری — که یک نظرخواهی تخصصی برای پیش‌بینی آینده است — نقشه شناختی برای شناسایی و ارزش‌گذاری عوامل مؤثر تعیین شد که مصاحبه از نوع نیمه‌ساختاریافته بود، به‌طوری که علاوه بر طرح سؤالات مشخص، سؤالات باز نیز از مصاحبه‌شونده پرسیده شد. این تالار گفتمان از طریق مصاحبه با صاحب‌نظران موضوع و بررسی منابع کتابخانه‌ای (کتاب‌ها و مقالات مرتبط، نتایج گزارش برخی سازمان‌ها) مورد مطالعه قرار گرفت و به‌صورت گزاره مشخص شد.

در نهایت، با تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری‌شده، وضع موجود به‌وسیله روش تحلیل عاملی کیو و تفسیر عامل‌های استخراج‌شده تحلیل شد. در روش کیو، یک نمونه کیوی قابل اعتماد باید همه ابعاد فضای گفتمان را پوشش دهد (الینگسن^{۱۸} و همکاران، ۲۰۱۰) در این راستا، از مجموع راهکارها، راه‌حل‌ها و پیشنهادهای علمی گردآوری شده، مواردی که دربردارنده مفهوم یکسانی بود، ذیل یک مقوله کلی خلاصه شد تا از این راه با حذف موارد یکسان یا تکراری، امکان خلاصه‌سازی داده‌ها در مقوله‌های اصلی فراهم شود (خوش‌گویان‌فرد، ۱۳۸۶: ۳۲). در پایان این مرحله، برای آماده‌سازی نمونه کیو، پس از ویرایش تک‌تک مقوله‌های اصلی، هریک به‌عنوان یکی از گزاره‌های نمونه کیو بر روی کارت‌هایی با ظاهر یکسان درج گردید (کارت کیو). سپس برای هر کارت به‌طور تصادفی یک شناسه یا کد تعیین شد. اهالی فضای گفتمان برای مشارکت انتخاب می‌شوند و همه عوامل یا دیدگاه‌های موجود در نمونه کیو لحاظ می‌گردد (رایت^{۱۹}، ۲۰۱۳). مشارکت‌کنندگان بر اساس دیدگاه خود، کارت‌های کیو را به‌ترتیب اهمیت یا میزان مخالفت و موافقت بر روی نمودار مرتب می‌کنند (اکسل^{۲۰} و همکاران، ۲۰۰۷) که در اینجا با توجه به ماهیت و تعداد عوامل یا عبارات کیو، یک نمودار مدرج یازده‌طیفی طراحی گردید (شکل ۳). برای تحلیل آماری داده‌های حاصل از مرتب‌سازی‌ها، از روش تحلیل عاملی کیو استفاده شد. از نظر شیوه اجرا، تحلیل عاملی کیو تفاوت چندانی با تحلیل عاملی معمولی ندارد، اما تفاوت بنیادین در اینجاست که در تحلیل عاملی کیو، به‌جای هم‌بستگی بین متغیرها، هم‌بستگی میان افراد مشارکت‌کننده سنجیده می‌شود و افراد بر اساس نوع نگرش دسته‌بندی می‌گردند (دوانکمان^{۲۱}، ۲۰۱۰). در این پژوهش نیز، عوامل (دیدگاه‌ها) شناسایی‌شده بر اساس ماتریس عاملی چرخش می‌یابد و بالاترین امتیازهای عاملی محاسبه‌شده با روش تحلیل مقایسه‌ای تفسیر می‌شود.

18. Ellingsen

19. Wright

20. Exel

21. Duenckmann

شکل ۳. نمودار کیو

-۵	-۴	-۳	-۲	-۱	۰	+۱	+۲	+۳	+۴	+۵

نتایج این مرتب‌سازی با نرم‌افزار اسپاس‌اس تحلیل شد. عامل‌ها به شیوه واریماکس چرخش داده شد. بعد از چرخش، تعداد الگوی ذهنی انتخاب شد؛ بنابراین هر یک از نمودارهای کیو که بار عاملی بزرگ‌تری روی الگوی ذهنی مورد نظر دارد، علامت‌دار شد. در تحلیل عاملی کیو نمی‌توان مستقیماً از بارهای عاملی به این هدف رسید؛ زیرا بارهای عاملی رابطه افراد با عامل‌ها را نشان می‌دهد، درحالی که تفسیر عامل‌ها با توجه به محتوای عبارات انجام می‌شود. برای این منظور، از امتیازهای عاملی استفاده شد. بعد از ایجاد امتیازهای عاملی، عبارات متمایزکننده و توافقی شناسایی گردید و به کمک آن‌ها تفاوت‌ها و شباهت‌های الگوهای ذهنی شناخته شد.

نتایج

در این پژوهش، به‌روش نمونه‌گیری هدفمند، تعداد ۵۰ نفر از دانشجویان، استادان، کارشناسان و متخصصان گردشگری برای انجام مرحله مرتب‌سازی کیو مشارکت کردند. از این تعداد، ۱۶ نفر زن (۳۲ درصد) و ۳۴ نفر مرد (۶۸ درصد) بودند. در میان مشارکت‌کنندگان، ۸ نفر هیئت‌علمی، ۱۷ نفر دانشجوی تحصیلات تکمیلی (مقطع ارشد و دکتری)، ۱۵ نفر از مدیران و کارشناسان گردشگری سازمان‌های استانداری، میراث فرهنگی و شهرداری و ۱۰ نفر مدیران شرکت‌های گردشگری منطقه بودند. بر پایه مرحله نخست روش‌شناسی تحقیق و یافته‌های حاصل از مطالعه فضای گفتمان، عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری نواحی شهری از طریق گردشگری در جدول ۱ دسته‌بندی شده است. در چهارچوب روش کیو، این بخش از یافته‌ها مبنای تحلیل و طبقه‌بندی دیدگاه مشارکت‌کنندگان درباره عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری شهر کرمانشاه از طریق گردشگری قرار گرفت.

جدول ۱. عوامل مؤثر بر رقابت پذیری شهری از طریق گردشگری (گزاره کیو)

شناسه	گزاره کیو
Q۱	مدیریت یکپارچه شهری
Q۲	برگزاری رویدادهای گردشگری
Q۳	بهبود همکاری‌های منطقه‌ای و روابط مناسب مسئولان استانی با شهرها و کشورهای هم‌جوار به منظور توسعه همکاری‌های منطقه‌ای، به ویژه تقویت روابط ایران و اقلیم کردستان
Q۴	افزایش سازمان‌های مردم‌نهاد گردشگری
Q۵	ساخت المان‌های مدرن شهری و طراحی ورودی‌های زیبا برای شهر
Q۶	سیاست‌های کلان دولت در مورد منطقه
Q۷	افزایش سهم گردشگری از بودجه استان
Q۸	بهبود وضعیت اقتصادی مردم
Q۹	تبلیغات و اطلاع‌رسانی مناسب
Q۱۰	افزایش فرهنگ گردشگری
Q۱۱	کاهش آسیب‌های و مشکلات اجتماعی
Q۱۲	مناسب بودن قیمت خدمات گردشگری
Q۱۳	توسعه ناوگان هوایی
Q۱۴	تقویت زیرساخت‌های مناسب پزشکی
Q۱۵	ایمنی و امنیت
Q۱۶	مسئولیت‌پذیری و مشارکت مردم در حفظ و نگهداری امکانات رفاهی-تفریحی
Q۱۷	کارآفرینی از طریق گردشگری
Q۱۸	تقویت زیرساخت‌های گردشگری هوشمند (تضمین معاملات بر خط گردشگران، سیستم الکترونیکی ذخیره جا در هتل‌ها، شرکت‌های حمل‌ونقل هوایی و زمینی، دسترسی آسان به خدمات و ابزارهای گردشگر الکترونیکی)
Q۱۹	به‌کارگیری نوآوری و خلاقیت در کسب‌وکارها و طرح‌های توسعه گردشگری
Q۲۰	جذب افراد بر اساس صلاحیت دانشی در سازمان‌های گردشگری و توسعه دانش در منابع انسانی از طریق آموزش مناسب
Q۲۱	کاهش سطح شلوغی و ترافیک در ارتباط با گردشگری
Q۲۲	راه‌اندازی بانک اطلاعات گردشگری منطقه
Q۲۳	احیای بافت تاریخی با استفاده از گردشگری خلاق (فرهنگ بومی، آیین‌ها و مراسم‌ها، جشنواره‌ها و رخدادهای خاص، پوشاک محلی، صنایع دستی، موسیقی، غذاهای محلی)
Q۲۴	بهبود کیفی اقامتگاه‌های گردشگری
Q۲۵	سیاست‌های تشویقی
Q۲۶	توجه و حمایت از تورهای گردشگری و برگزاری قم تور برای جاذبه‌های کمترشناخته‌شده
Q۲۷	برقراری ارتباط مدیران شهری با نهادهای علمی و دانشگاهی و استفاده از تجربیات علمی آنان در رسیدن به یک برنامه جامع و سند چشم‌انداز توسعه گردشگری
Q۲۸	سرمايه‌گذاري مناسب بخش دولتي و بخش خصوصي
Q۲۹	تغییر اقلیم
Q۳۰	ظرفیت تحمل
Q۳۱	گسترش فضاهای ساخته‌شده مرتبط با گردشگری
Q۳۲	توسعه امکانات و خدمات گردشگری (بانکی، بیمه‌ای، تفریحی و...)
Q۳۳	تعیین مسیرهای ویژه گردشگری
Q۳۴	حفاظت از جاذبه‌ها و پاکیزگی محیط
Q۳۵	کنترل بهداشت و سلامت محیط
Q۳۶	افزایش تعداد شرکت‌های گردشگری

بعد از پایان مرتب‌سازی داده‌ها، در نرم‌افزار اسپاس ماتریس داده‌ها بر اساس منطق روش‌شناسی کیو تشکیل شد. به‌منظور تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی، شاخص کایزمایر (KMO) به کار رفت که مقدار آن همواره بین صفر و ۱ است و حداقل مقدار مطمئن آن برای تحلیل عاملی ۰/۵ است. مقدار این شاخص ۰/۷۶۱ به دست آمد و داده‌ها مطمئن تشخیص داده شد (جدول ۲).

جدول ۲. آزمون کایزمایر و بارتلت و کفایت نمونه‌گیری (تعداد = ۵۰)

شاخص کایزمایر (KMO)	۰/۷۶۱
مجذور میانگین	۹۴۴/۹۱۴
آزمون بارتلت	۴۷۸
سطح معناداری	۰/۰۰۰

برای شناسایی الگوی ذهنی مشارکت‌کنندگان، از تحلیل عاملی به شیوه اکتشافی و ماتریس هم‌بستگی استفاده شد و رایج‌ترین شیوه‌های استخراج عامل‌ها در تحلیل عاملی کیو که روش مؤلفه‌های اصلی است، به کار گرفته شد. روش واریماکس هم برای چرخش عامل به کار رفت. در نهایت بر پایه ماتریس عاملی چرخش یافته و محاسبه بارهای عاملی بیشتر از ۰/۵، پنج عامل یا دیدگاه استخراج گردید که دارای مجموع واریانس ۸۲/۲۷ درصد است. ۱۰ نفر (۲۰ درصد) از افراد در عامل اول، ۹ نفر (۱۸ درصد) در عامل دوم، ۱۰ نفر (۲۰ درصد) در عامل سوم، ۱۶ نفر (۳۲ درصد) در عامل چهارم و سرانجام ۵ نفر (۱۰ درصد) از افراد در عامل پنجم جای گرفتند. ضریب آلفای کرونباخ برای سنجش میزان پایایی هریک از عامل‌ها محاسبه گردید و در همه موارد نتایج اطمینان‌بخشی مشاهده شد (جدول ۳).

سپس امتیازهای عاملی گزاره‌های کیو هر عامل محاسبه شد و گزاره‌های دارای امتیاز عاملی بیشتر از عدد ۰/۷ مبنای تفسیر و مقایسه دیدگاه‌ها قرار گرفت (جدول ۴).

گزاره‌های دارای امتیاز عاملی بالاتر از ۰/۷ در هریک از دیدگاه‌ها مشخص شد (جدول ۵). در ادامه، هر دیدگاه (عامل) بر مبنای متغیرهای تأثیرگذار در میان ۳۶ گزاره بررسی و بر اساس شاخص‌های توسعه پایدار و رقابت‌پذیری شهری دسته‌بندی شد. در نهایت، بر پایه امتیازات عاملی به دست آمده در هر دیدگاه، متغیرها اولویت‌بندی شد. در عامل سیاسی-نهادی متغیر سیاست‌های کلان دولت در مورد منطقه، در عامل اقتصادی متغیر مناسب بودن قیمت خدمات گردشگری، در عامل اجتماعی-فرهنگی متغیر افزایش فرهنگ گردشگرپذیری، در عامل کالبدی توسعه امکانات و خدمات گردشگری، در عامل محیطی هم تغییر اقلیم به ترتیب بیشترین امتیازات را به خود اختصاص داد. مقدار ویژه هم به تفکیک عامل‌ها مشخص شد. عامل کالبدی مقدار ویژه بیشتری را نسبت به سایر عوامل داشته و دارای اهمیت بیشتری بوده است (جدول ۵).

جدول ۳. یافته‌های تحلیل عاملی کیو

عامل	شناسه	بار عاملی	واریانس	آلفای کرونباخ
عامل اول	P۳	۰/۹۲۱	۱۹/۲۳	۰/۹۲۱
	P۸	۰/۹۰۵		
	P۹	۰/۸۸۶		
	P۱۲	۰/۸۴۳		
	P۱۵	۰/۸۱۶		
	P۲۰	۰/۷۲۵		
	P۲۱	۰/۷۱۲		
	P۳۰	۰/۷۸۵		
	P۳۹	۰/۷۵۱		
عامل دوم	P۴۲	۰/۷۹۶	۱۵/۲۶	۰/۸۴۵
	P۲	۰/۸۶۴		
	P۷	۰/۸۴۵		
	P۱۱	۰/۸۰۲		
	P۱۶	۰/۷۳۱		
	P۲۵	۰/۷۴۸		
	P۳۱	۰/۷۰۵		
	P۳۷	۰/۶۹۳		
	P۴۴	۰/۶۸۵		
P۴۵	۰/۶۵۵			
عامل سوم	P۱	۰/۸۲۴	۱۳/۱۶	۰/۸۱۵
	P۱۸	۰/۷۷۱		
	P۱۹	۰/۸۰۷		
	P۲۴	۰/۷۶۵		
	P۲۲	۰/۸۶۵		
	P۲۸	۰/۷۲۵		
	P۳۳	۰/۷۶۹		
	P۴۲	۰/۷۴۳		
	P۴۷	۰/۶۵۴		
P۴۹	۰/۶۸۸			
عامل چهارم	P۴	۰/۹۲۱	۲۶/۱۱	۰/۹۱۷
	P۵	۰/۸۷۹		
	P۶	۰/۹۰۵		
	P۱۰	۰/۸۶۷		
	P۱۴	۰/۸۹۶		
	P۱۷	۰/۸۹۱		
	P۲۶	۰/۸۷۰		
	P۲۹	۰/۸۰۱		
	P۳۲	۰/۶۹۲		
	P۳۵	۰/۷۰۸		
	P۳۸	۰/۷۵۵		
	P۴۰	۰/۷۵۲		
	P۴۳	۰/۶۹۸		
P۴۸	۰/۶۸۳			
P۴۹	۰/۶۶۱			
P۵۰	۰/۶۵۲			
عامل پنجم	P۱۳	۰/۸۷۱	۸/۵۱	۰/۸۳۹
	P۲۳	۰/۸۵۵		
	P۲۷	۰/۷۷۹		
	P۳۹	۰/۷۱۶		
	P۴۱	۰/۶۵۲		

جدول ۴. امتیازهای عاملی گزاره‌های عوامل مؤثر بر رقابت پذیری شهری از طریق گردشگری (گروه مشارکت کننده)

شناسه	گروه ۱	گروه ۲	گروه ۳	گروه ۴	گروه ۵
Q1	۱/۲۱	۰/۵۱	۰/۴۹	۰/۵۴	۰/۶۱
Q2	۰/۵۸	۰/۶۵	۱/۱۲	۰/۵۴	-۱/۸۷
Q3	۱/۶۲	۰/۶۸	-۰/۹۸	۰/۵۹	۰/۴۵
Q4	۰/۵۶	-۱/۳۴	۰/۶۱	-۱/۵۷	-۰/۹۵
Q5	۰/۵۶	۰/۶۱	-۰/۲۲	۰/۸۲	-۰/۴۵
Q6	۱/۷۱	۰/۴۵	۰/۵۶	-۰/۷۴	-۱/۱۹
Q7	۰/۸۵	۰/۵۶	-۰/۲۵	۰/۶۵	-۱/۱۲
Q8	-۰/۷۵	۰/۸۴	۰/۶۱	۰/۵۸	-۰/۵۱
Q9	-۰/۷۸	-۰/۴۹	۰/۸۳	-۰/۵۶	۰/۵۵
Q10	-۰/۹۸	-۱/۵۶	۱/۶۵	-۰/۷۱	۰/۶۸
Q11	-۱/۳۷	-۱/۵۴	۰/۷۵	-۰/۸۱	۰/۵۸
Q12	-۰/۸۱	۱/۵۵	-۰/۵۲	-۰/۸۸	-۰/۵۳
Q13	-۱/۱۸	-۰/۶۱	-۰/۸۵	۰/۷۹	-۱/۶۵
Q14	-۰/۶۱	-۰/۵۳	-۰/۸۴	۱/۲۸	-۱/۵۱
Q15	-۰/۲۹	۰/۶۱	۰/۸۸	۰/۴۳	-۱/۱۱
Q16	-۱/۴۵	-۰/۸۹	۰/۶۲	-۰/۱۱	۰/۵۵
Q17	-۰/۹۱	۱/۴۲	-۰/۷۵	۰/۲۵	-۱/۱۶
Q18	۰/۳۴	۰/۴۷	۰/۵۸	۱/۱۱	۰/۶۵
Q19	۰/۳۵	۰/۵۴	۰/۹۷	-۰/۱۴	۰/۵۱
Q20	۰/۹۵	-۰/۹۱	۰/۵۴	-۰/۷۸	-۰/۶۵
Q21	-۰/۵۴	۰/۶۳	۰/۵۱	-۰/۳۲	۰/۹۲
Q22	۰/۵۸	۰/۶۵	۰/۵۱	۰/۷۵	۰/۶۴
Q23	-۱/۵۸	-۱/۲۵	۰/۶۷	۱/۰۵	-۰/۲۸
Q24	-۱/۵۵	-۱/۳۸	-۰/۲۲	۰/۸۹	-۰/۱۹
Q25	۰/۹۱	-۰/۴۱	۰/۲۹	-۱/۲۴	-۰/۶۷
Q26	-۱/۶۱	۰/۸۰	۰/۵۵	-۰/۲۲	-۰/۸۵
Q27	۰/۸۹	-۰/۳۸	۰/۶۳	-۰/۸۲	-۱/۰۵
Q28	۰/۵۸	۱/۲۲	-۰/۹۴	۰/۳۵	-۱/۷۳
Q29	۰/۵۶	۰/۵۲	-۰/۴۹	۰/۶۶	۱/۶۸
Q30	-۱/۶۷	-۰/۸۹	-۰/۶۵	-۰/۷۷	۰/۶۸
Q31	-۱/۴۷	-۰/۶۴	-۰/۶۷	۰/۷۷	-۰/۹۵
Q32	۰/۵۷	۱/۴۵	۰/۶۴	۱/۸۵	۰/۵۱
Q33	-۱/۷۶	-۰/۶۵	۰/۵۹	۰/۷۱	-۱/۳۸
Q34	-۱/۴۲	۰/۵۹	۰/۵۲	-۰/۷۸	۰/۷۱
Q35	-۰/۵۹	-۰/۳۵	۱/۰۵	-۰/۸۵	۰/۴۳
Q36	-۱/۴۶	۰/۵۹	-۱/۱۲	۰/۶۶	-۱/۰۵

جدول ۵. ترتیب گزاره‌های دارای بیشترین امتیازهای عاملی در هر عامل

عوامل (دیدگاه)	گزاره	امتیاز عاملی	مقدار ویژه
سیاسی-نهادی	Q۶ سیاست‌های کلان دولت در مورد منطقه	۱/۷۱	
	Q۳ بهبود همکاری‌های منطقه‌ای و روابط مناسب مسئولان استانی با شهرها و کشورهای هم‌جوار، به‌ویژه عراق	۱/۶۲	
	Q۱ مدیریت یکپارچه شهری	۱/۲۱	
	Q۲۰ جذب افراد بر اساس صلاحیت دانشی در سازمان‌های گردشگری توسعه دانش در منابع انسانی از طریق آموزش مناسب	۰/۹۵	۲/۴۵
	Q۲۵ سیاست‌های تشویقی	۰/۹۱	
	Q۲۷ برقراری ارتباط مدیران شهری با نهادهای علمی و دانشگاهی	۰/۸۹	
	Q۷ افزایش سهم گردشگری از بودجه استان	۰/۸۵	
اقتصادی	Q۱۲ مناسب بودن قیمت خدمات گردشگری	۱/۵۵	
	Q۳۲ توسعه امکانات و خدمات گردشگری (بانکی، بیمه‌ای، تفریحی و...)	۱/۴۵	
	Q۱۷ کارآفرینی از طریق گردشگری	۱/۴۲	۲/۱۵
	Q۲۸ سرمایه‌گذاری مناسب	۱/۲۲	
	Q۸ بهبود وضعیت اقتصادی مردم	۰/۸۴	
	Q۲۶ توجه و حمایت از تورهای گردشگری	۰/۸۰	
اجتماعی-فرهنگی	Q۱۰ افزایش فرهنگ گردشگرپذیری	۱/۶۵	
	Q۲ برگزاری رویدادهای گردشگری	۱/۱۲	
	Q۳۵ کنترل بهداشت و سلامت محیط	۱/۰۵	
	Q۱۹ به‌کارگیری نوآوری و خلاقیت در کسب‌وکارها و طرح‌های توسعه گردشگری	۰/۹۷	۲/۳۲
	Q۹ تبلیغات و اطلاع‌رسانی مناسب	۰/۸۳	
	Q۱۵ ایمنی و امنیت	۰/۸۸	
کالبدی	Q۱۱ کاهش آسیب‌های و مشکلات اجتماعی	۰/۷۵	
	Q۳۲ توسعه امکانات و خدمات گردشگری (بانکی، بیمه‌ای، تفریحی و...)	۱/۸۵	
	Q۱۴ تقویت زیرساخت‌های مناسب پزشکی	۱/۲۸	
	Q۱۸ تقویت زیرساخت‌های گردشگری هوشمند	۱/۱۱	
	Q۲۳ احیای بافت تاریخی	۱/۰۵	
	Q۲۴ بهبود کیفی اقامتگاه‌های گردشگری	۰/۸۹	۳/۱۸
	Q۵ ساخت المان‌های مدرن شهری و طراحی ورودی‌های زیبا برای شهر	۰/۸۲	
	Q۳۱ گسترش فضاهای ساخته‌شده مرتبط با گردشگری	۰/۷۷	
	Q۱۳ توسعه ناوگان هوایی	۰/۷۹	
	Q۲۲ راه‌اندازی بانک اطلاعات گردشگری منطقه	۰/۷۵	
محیطی	Q۳۳ تعیین مسیرهای ویژه گردشگری	۰/۷۱	
	Q۲۹ تغییر اقلیم	۱/۶۸	
	Q۲۱ کاهش سطح شلوعی و ترافیک در ارتباط با گردشگری	۰/۹۲	۱/۰۴
	Q۳۴ حفاظت از جاذبه‌ها و پاکیزگی محیط	۰/۷۱	

بحث

برنامه‌ریزی رقابت‌پذیری شهری ابعاد مختلفی دارد که یکی از آن‌ها تا کنون در مطالعات رقابت‌پذیری شهری مورد کم‌توجهی قرار گرفته است. برنامه‌ریزی رقابت‌پذیری شهری از طریق گردشگری است که از شیوه‌های جدید در جهت ارتقا و رشد اقتصادی شهرها محسوب می‌شود. گردشگری فعالیتی چترگونه است و بر پدیده‌های زیادی تأثیر می‌گذارد و از ابعاد مختلفی هم تأثیر می‌پذیرد. وجود رقابت بین شهرهای مختلف گردشگرپذیر با قابلیت‌ها و مشکلات مختلف و بی‌اطمینانی ناشی از پیچیدگی محیط‌های مختلف، برنامه‌ریزی در شهرها را با مشکل مواجه کرده و لزوم توجه به برنامه‌ریزی رقابت‌پذیری شهرها را، به‌عنوان رویکردی جدید، جایگزین برنامه‌ریزی سنتی نموده است. در این پژوهش، با بهره‌گیری از نظریات توسعه پایدار و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری، عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری شهری شناسایی شد تا در نهایت با تمرکز بر این عوامل، برنامه‌ریزی منسجم و یکپارچه‌ای برای رقابت‌پذیر کردن شهر کرمانشاه، با استفاده از قابلیت‌های گردشگری منطقه صورت گیرد.

در سال‌های اخیر، در زمینه رقابت‌پذیری شهری مطالعاتی انجام شده که حاکی از اهمیت زیاد این موضوع است. در بیشتر این تحقیقات، به‌صورت کلی رقابت‌پذیری شهری بررسی شده، درحالی که در پژوهش حاضر با دغدگاهی جامع و بهره‌گیری از شاخص‌های رقابت‌پذیری شهری و توسعه پایدار نه تنها عوامل تأثیرگذار، بلکه میزان تأثیرگذاری آن‌ها نیز تحلیل شده است تا در برنامه‌ریزی، بر عواملی تمرکز شود که بیشترین اهمیت را دارد. در این راستا، پنج شاخص اصلی، شامل عوامل سیاسی-نهادی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، کالبدی و محیطی، به‌صورت یکپارچه و هم‌زمان تحلیل شد. گفتنی است که در تحقیقات متعددی که در پیشینه این پژوهش بررسی شد، فقط یکی از مؤلفه‌ها به‌صورت جزیره‌ای دیده شد. عامل سیاسی-نهادی در رقابت‌پذیری شهری از طریق گردشگری در یافته‌های ماسترد^{۲۲} و همکاران (۲۰۱۱)، اسکندری ثانی و همکاران (۱۳۹۶) و شکوهی و همکاران (۱۳۹۷)؛ عامل اقتصادی در یافته‌های برومند و همکاران (۱۳۹۷)، رستمی و همکاران (۱۳۹۸) و مشفق و همکاران (۱۳۹۹)؛ عامل اجتماعی-فرهنگی در نتایج تحقیق هاگین و کلیفتون (۲۰۱۱)، ارمسنکی^{۲۳} و همکاران (۲۰۱۸)، فرزین و نادعلی‌پور (۱۳۹۰)، فرزین و همکاران (۱۳۹۷)، برومند و همکاران (۱۳۹۷) و کارمیچل^{۲۴} (۲۰۰۲)؛ عامل کالبدی در یافته‌های فرناندز و همکاران (۲۰۲۰)، حسینی و تقوایی (۱۴۰۰)، دلشاد (۱۴۰۰ الف)، رحمانی و رهنما (۱۳۹۹)، برومند و همکاران (۱۳۹۷) و یغفوری و همکاران (۱۳۹۶)؛ عامل محیطی در نتایج پژوهش گوفی و همکاران (۲۰۱۹) و فرزین و همکاران (۱۳۹۷) به‌صورت منفرد بررسی شده است. در این تحقیق مشخص شد که عامل کالبدی در بین تمام عوامل دخیل در رقابت‌پذیر کردن شهر کرمانشاه از طریق گردشگری، مهم‌ترین عامل است. در زیرمجموعه عامل کالبدی، مؤلفه توسعه زیرساخت‌ها دارای بالاترین امتیاز عملی شد. زیرساخت‌ها در شاخص‌های کالبدی، موجب ماندگاری، وفاداری و تمایل به بازدید دوباره گردشگران در شهر کرمانشاه می‌شود و درآمدزایی فراوانی را برای جوامع میزبان فراهم می‌کند و تأثیر زیادی در تقاضای گردشگری به‌جای می‌گذارد. این تأثیر زیرساخت‌ها در توسعه زیرساخت‌های مناسب پزشکی در سطح کشور دیده شده است (حسینی و تقوایی، ۱۴۰۰). اما در کنار توسعه زیرساخت‌ها، توجه به تقویت زیرساخت‌های گردشگری هوشمند و تأثیر آن در رقابت‌پذیری مقصد گردشگری که در این پژوهش به‌عنوان مؤلفه سوم در عوامل کالبدی تشخیص داده شد، حتی گاهی به‌عنوان مهم‌ترین عامل رقابت‌پذیری مقصد گردشگری شناسایی شده است (دلشاد، ۱۴۰۰ ب). یکی دیگر از

1. Musterd
2. Armenski
3. Carmichael

زیرشاخص‌های کالبدی در این تحقیق که نقش مهمی در رقابت‌پذیر کردن شهر کرمانشاه از طریق گردشگری داشت، احیای بافت تاریخی شهر بود که برخی تحقیقات این مؤلفه را در ایجاد شهر خلاق گردشگری حائز اهمیت دانسته‌اند (الهی، ۱۳۹۳: ۷۱؛ یغفوری و همکاران، ۱۳۹۶؛ ماسترد و همکاران، ۲۰۱۱؛ هاگین و کلیفتون، ۲۰۱۱؛ فامیلی، ۱۳۹۴).

بر اساس نتایج پژوهش، می‌توان گفت رقابت‌پذیری پایدار شهری از طریق گردشگری به دلیل اهمیت آن و تأثیرات بالقوه مثبت و منفی سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی که به دنبال دارد، بدون برنامه‌ریزی امکان‌پذیر نیست. بنابراین آگاهی از عوامل مؤثر به دست آمده در این پژوهش تأثیر زیادی در حال و آینده شهر دارد. با برنامه‌ریزی و کاربرد منابع و توانایی‌های شهر و کنترل عملیات، زمینه‌های لازم برای رسیدن به رقابت‌پذیری شهری از طریق گردشگری در منطقه مورد مطالعه فراهم خواهد شد.

نتیجه‌گیری

رسیدن به جایگاه رقابت‌پذیری شهری نیازمند دیدگاه جامع و نظام‌مند با بهره‌گیری از شاخص‌های توسعه پایدار به منظور برنامه‌ریزی رقابت‌پذیری شهری از طریق گردشگری است. با شناخت عوامل تأثیرگذار به دست آمده در پژوهش حاضر، تصمیمات و برنامه‌ریزی‌های مدیریت شهری در جهت رقابت‌پذیری شهری از طریق گردشگری جهت‌دار می‌شود و در مسیر هدفمند قرار می‌گیرد. بر اساس نتایج به دست آمده از تحلیل، تعداد ۳۶ عامل در پنج دسته تقسیم‌بندی شد که شامل عوامل سیاسی-نهادی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، کالبدی و محیطی است. در عامل سیاسی-نهادی متغیرهای سیاست‌های کلان دولت در مورد منطقه، در عامل اقتصادی متغیر مناسب بودن قیمت خدمات گردشگری، در عامل اجتماعی-فرهنگی افزایش فرهنگ گردشگری، در عامل کالبدی توسعه امکانات و خدمات گردشگری و در عامل محیطی تغییر اقلیم بیشترین امتیاز عاملی را در هر عامل در بین گزاره‌های موجود به خود اختصاص داد. متغیر توسعه امکانات و خدمات گردشگری با دارا بودن تکرار در عامل اقتصادی و عامل کالبدی، بیشترین میزان دارا بوده است و گفتمان غالب بر این گزاره تأکید دارد. در مجموع، عامل کالبدی امتیاز بیشتری از سایر عامل‌ها در رقابت‌پذیری شهری از طریق گردشگری داشته است؛ چراکه در دنیای پرقابلیت امروز نمی‌توان فقط با داشتن مناطق گردشگری و جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی اقدام به جذب گردشگر نمود و بحث ماندگاری و رضایت گردشگران از طریق عامل کالبدی بیش از سایر مقوله‌ها در اولویت است. از این رو به مدیران پیشنهاد می‌شود با برنامه‌ریزی استراتژیک و برنامه‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت زمینه لازم را برای رقابت‌پذیر نمودن این شهر و توسعه گردشگری و زیرساخت‌های آن فراهم کنند. به منظور تحقق این مهم، سازمان‌های دولتی و خصوصی حوزه شهری با شفاف‌سازی برنامه‌های پیش‌رو و تصمیم‌گیری‌های درست می‌توانند با انجام طرح‌هایی به منظور توسعه زیرساخت‌ها از طریق بخش دولتی و خصوصی در این زمینه تأثیرگذار باشند. در این راستا با انجام اقداماتی مانند تدوین برنامه توسعه گردشگری به منظور بالا بردن شاخص‌های رقابت‌پذیری و برندسازی شهری، استفاده از رسانه‌ها و زیرساخت‌های تبلیغات هوشمند برای معرفی هرچه بیشتر منطقه، فراهم کردن زمینه‌های لازم برای مشارکت بخش خصوصی و جذب سرمایه‌های این بخش، تقویت نقش کريدوری منطقه با بهبود زیرساخت‌ها و همچنین توجه به آستانه تحمل‌پذیری و ظرفیت مناطق گردشگری شهر برای جلوگیری از تخریب و آلودگی محیط‌زیست، زمینه‌های رقابت‌پذیری هرچه بیشتر منطقه از طریق گردشگری در شهر کرمانشاه فراهم می‌شود.

منابع

ابراهیمی، مهدی؛ یآوری گوهر، فاطمه؛ حسن‌کاشی، میترا (۱۳۹۸). اولویت‌بندی عوامل رقابت‌پذیری ایران در گردشگری حلال. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۲۸ (۸)، ۱۱۳-۱۳۷.

- اسکندری ثانی، محمد؛ پیله‌ور، علی‌اصغر؛ رضایی‌نسب، آزاده (۱۳۹۶). سنجش مؤلفه‌های مؤثر بر رقابت‌پذیری منطقه‌ای در جهت توسعه پایدار موردشناسی: استان خراسان شمالی. *آمایش شهری منطقه‌ای*، ۷ (۲۴)، ۷۰-۵۷.
- برومند، بابک؛ کاظمی، علی؛ رنجبریان، بهرام (۱۳۹۷). توسعه مدل بومی سنجش رقابت‌پذیری گردشگری ایران. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۲۹ (۸)، ۱۰۵-۱۲۲.
- جعفرتاش، برزین؛ پویان‌زاده، نسترن (۱۳۹۴). ارزیابی و اولویت‌بندی شاخص‌های رقابت‌پذیری صنعت گردشگری ایران. *نشریه فرایند مدیریت و توسعه*، ۳ (۲۸)، ۵۲-۳۵.
- حسینی، سمیه؛ تقوایی، مسعود (۱۴۰۰). تدوین و ارزیابی شاخص‌های گسترش دهکده‌های سلامت با رویکرد توسعه گردشگری پزشکی در جهت یکپارچه‌سازی خدمات در ایران (یک مطالعه کیفی و کمی). *پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، ۵۳ (۳)، ۱۰۱۵-۱۰۳۴.
- خوش‌گویان‌فرد، علیرضا (۱۳۸۶). روش‌شناسی کیو. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- دلشاد، علی (۱۴۰۰ الف). تحلیل رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری شهری در ایران. *نشریه گردشگری شهری*، ۸ (۱)، ۱۴۳-۱۶۱.
- دلشاد، علی (۱۴۰۰ ب). مدل اثرگذاری هوشمندی بر رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری شهری در ایران. *جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای*، ۳۸ (۱۱)، ۴۹-۷۰.
- ده‌زاده سیلابی؛ پروین، احمدی‌فرد؛ نرگس (۱۳۹۸). تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی شهرستان‌های مازندران). *نشریه جغرافیا و پایداری محیط*، ۹ (۱)، ۷۳-۸۹.
- رحمانی، فاطمه؛ رهنما، علی (۱۳۹۹). تأثیر شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری بر تقاضای گردشگری خارجی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (منا). *مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۱۶ (۸)، ۱۱۳-۱۴۴.
- رستمی، نسرین؛ محمدی‌خیاره، محسن؛ مظهری، رضا (۱۳۹۸). بررسی تأثیر رقابت‌پذیری بر سطح فعالیت‌های کارآفرینانه (مطالعه موردی کشورهای منبع‌محور، کارایی‌محور و نوآوری‌محور). *اقتصاد و تجارت نوین*، ۱۴ (۱)، ۳۸-۱.
- فامیلی، پونه (۱۳۹۴). اقتصاد شهر خلاق؛ شهر خلاق شهر رقابت‌پذیر؛ گامی به سوی رقابت‌پذیری و توصیه‌هایی برای شهر تهران. *اقتصاد شهر*، ۲۴ (۱)، ۱۰-۱۵.
- فرزین، محمدرضا؛ شکاری، فاطمه؛ عزیزی، فاطمه (۱۳۹۷). رقابت‌پذیری مقصد گردشگری: تحلیل اهمیت-عملکرد (مورد مطالعه: شهر یزد و شهر شیراز). *مدیریت گردشگری*، ۴۴ (۱۳)، ۲۱۹-۲۴۷.
- فرزین، محمدرضا؛ نادعلی‌پور، زهرا (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی مقصدهای گردشگری در ایران مورد مطالعه: منطقه چابهار. *فصلنامه مطالعات گردشگری*، ۵ (۱۴)، ۴۱-۶۶.
- محمدی‌خیاره، محسن؛ زیبوری، آمینه (۱۳۹۸). تأثیر کارآفرینی بر رقابت‌پذیری اقتصادی در کشورهای عضو مجمع جهانی اقتصاد: رویکرد گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM). *اقتصاد و تجارت نوین*، ۱۴ (۴)، ۱۰۷-۱۴۵.
- محمدی، علیرضا (۱۳۹۰). *تحلیل فضایی خدمات پشتیبان تولید با تأکید بر کارکرد فراملی کلان‌شهر تهران*. رساله دکتری جغرافیا، برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- مشفق، وحید؛ جعفری، یحیی؛ حسینی‌حاصل، صدیقه؛ احمدی، ایران (۱۳۹۹). تبیین و شناخت پیشران‌های کارآفرینی و کارکردهای رقابت‌پذیری در مناطق روستایی (نمونه موردی: بخش چشمه‌ساران شهرستان آزادشهر). *مسکن و محیط روستا*، ۳۹ (۱۷۱)، ۱۰۳-۱۱۶.

- الهی، پرستو (۱۳۹۳). برنامه‌ریزی بخش مرکزی شهر تاریخی کرمان با رویکرد بهبود ظرفیت رقابت‌پذیری شهری. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مهندسی شهرسازی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- یغفوری، حسین؛ اسکندری ثانی، محمد؛ اکبری، فاطمه (۱۳۹۶). نقش بافت تاریخی در ارتقای مؤلفه‌های رقابت‌پذیری شهری مورد مطالعه: شهر بیرجند. نشریه برنامه‌ریزی فضایی، ۷ (۳)، ۶۳-۸۴.
- Andrades, L. & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism management*, 62(1), 360-376.
- Angelkova, T., Koteski, C., Jakovlev, Z. & Mitrevska, E. (2012). Sustainability and Competitiveness of tourism. *Social and Behavioral Sciences*, 44(1), 221-227.
- Armenski, T., Dwyer, L. & Pavluković, V. (2018). Destination competitiveness: public and private sector tourism management in Serbia. *Journal of Travel Research*, 57(3), 384-398.
- Begg, I. (1999). Cities and competitiveness. *Urban Studies*, 36(6), 795-809.
- Bire, R. B., Conterius, A. L. & Nasar, A. (2021). Tourist preference and destination competitiveness using the AHP-TOPSIS hybrid model. In *International conference on applied science and technology on social science* (pp. 43-48). Netherlands: Atlantis Press.
- Boroumand, B., Kazemi, A. & Ranjbarian, B. (2018). Development of a local model for measuring the competitiveness and tourism of Iran. *Modern Marketing Research*, 29(8), 105-122 (In Persian).
- Carmichael, B. A. (2002). Global competitiveness and special events in cultural tourism: the example of the Barnes Exhibit at the Art Gallery of Ontario, Toronto. *Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 46(4), 310-324.
- Cucculelli, M. & Goffi, G. (2016). Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence. *Journal of Cleaner Production*, 111(16), 370-382.
- Dehdehzhadeh Silabi, P. & Ahmadi Fard, N. (2018). Determining the key drivers of tourism development with a futures research approach (Case study of Mazandaran cities). *Journal of Geography and Environmental Sustainability*, 9(1), 73-89 (In Persian).
- Delshad, A. (2021). Intelligence Impact Model on the Competitiveness of Urban Tourism Destinations in Iran. *Geography and Urban Planning-Regions*, 38(11), 70-49 (In Persian).
- Duenckmann, F. (2010). The village in the mind: applying Q- methodology to re-constructing constructions of rurality. *Journal of Rural Studies*, 26(3), 284-95.
- Dupeyras, A. & MacCallum, N. (2013). *Indicators for measuring competitiveness in tourism: A guidance document*. Paris: OECD Publishing.
- Ebrahimi, M., Yavarigohar, F. & Hasssamkashi, M. (2019). Prioritization of Iran's competitiveness factors in halal tourism. *Tourism Planning and Development*, 28(8), 113-137 (In Persian).
- Echtner, M. & Ritchie, J. R. (2003). The Meaning and Measurement of Destination Image. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48
- Elahi, P. (2014). *Planning the central part of the historical city of Kerman with the approach of improving the capacity of urban competitiveness*. Master Thesis in Urban Planning, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University (In Persian).
- Ellingsen, I. T., Størksen, I. & Stephens, P. (2010). Qmethodology in social work research. *International Journal of Social Research Methodology*, 13(5), 395-409.
- Eskandari Sani, M., Pilehvar, A. A. & Rezaei Nasab, A. (2017). Assessing the components affecting regional competitiveness for sustainable development (Case study: North Khorasan province). *Journal of Regional Urban Planning*, 7(24), 57-70 (In Persian).

- Exel, J. V., Graaf, G. & Brouwer, W. (2007). Care for a break? An investigation of informal caregivers' attitudes toward respite care using Q-methodology. *Health Policy*, 83(2), 332-42.
- Family, P. (2014). Creative city economy; Creative city competitive city; A step towards competitiveness and recommendations for the city of Tehran. *The City's Economy*, 24(1), 10-15 (In Persian).
- Farzin, M. R. & Nadalipour, Z. (2010). Factors Affecting the Competitive Advantage of Tourism Destinations in Iran: Chabahar Region. *Quarterly Journal of Tourism Studies*, 5(14), 41-66 (In Persian).
- Farzin, M. R., Shekari, F. & Azizi, F. (2017). Tourism destination competitiveness: Significance-performance analysis (Case study: Yazd and Shiraz). *Tourism Management*, 44(13), 219-247 (In Persian).
- Fernández, J. A. S., Azevedo, P. S., Martín, J. M. M. & Martín, J. A. R. (2020). Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of a synthetic index. *Tourism Management Perspectives*, 33(6), 241-254.
- Florida, R. (2005). *Cities and creative class*. New York: Routledge.
- Glińska, E., Matwiejczyk, A. & Barkun, Y. (2021). Tourism as an aspect of city branding in functional urban areas. *Wseas Transactions on Business and Economics*, 18(31), 301-312.
- Goffi, G., Cucculelli, M. & Masiero, L. (2019). Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 209(1), 101-115.
- Herschel, T. (2013). Competitiveness and sustainability: can 'smart city regionalism' square the circle?. *Urban Studies*, 50(11), 2332-2348.
- Hosseini, S. & Taqvaei, M. (2021). Compilation and evaluation of indicators for the development of health villages with the approach of medical tourism development for the integration of services in Iran (a qualitative and quantitative study). *Human Geography Research*, 53(3), 1015-1034 (In Persian).
- Huggins, R. & Clifton, N. (2011). Competitiveness, creativity, and place-based development. *Environment and Planning A*, 43(6), 1341-1362.
- Jafartash, N., & Pouyanzadeh, N. (2015). Evaluating and prioritizing the competitiveness indicators of Iran's tourism industry. *Journal of Management and Development Process*, 3(28), 35-52 (In Persian).
- Khoshgovan Fard, A. (2007). *Q methodology*. Tehran, Broadcasting Research Center of the Islamic Republic of Iran (In Persian).
- Kim, N. (2012). *Tourism destination competitiveness, globalization, and strategic development from a development economics perspective*. Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Recreation, Sport and Tourism, University of Illinois.
- Kratke, S. (2012). How manufacturing industries connect city across the word extending. *Journal of Global Networks*, 14(2), 121-147.
- Marasigan, M. A. Y. & Borbon, N. M. D. (2021). Destination competitiveness in the view of resort managers. *International Journal of Research*, 10(1), 23-35.
- Mohammadi Kheyareh, M. & Zivari, A. (2018). The impact of entrepreneurship on economic competitiveness in WTO countries: A generalized momentum (GMM) approach. *Economics and Modern Business*, 14(4), 107-145 (In Persian).

- Mohammadi, A. (2010). *Spatial analysis of production support services with emphasis on transnational function of Tehran metropolis*. PhD thesis in geography, urban planning. Shahid Beheshti University of Tehran (In Persian).
- Mushfeghi, V., Jafari, Y., Hosseini Hasel, S. & Ahmadi, I. (2019). Explaining and recognizing the drivers of entrepreneurship and competitiveness functions in rural areas (Case study: Cheshmeh Saran section of Azadshahr city). *Housing and Rural Environment*, 171(39), 103-116 (In Persian).
- Musterd, S., Gibney, J. & Murie, A. (Eds.). (2010). *Making creative-knowledge cities: A guide for policy makers*. Amsterdam: Institute for Social Science Research University of Amsterdam.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Minnesota: CAB international.
- Prilenska, V. (2012). City branding as a tool for urban regeneration: Towards a theoretical framework. *Architecture & Urban Planning*, 6(1), 12-16.
- Rahmani, F. & Rahnama, A. (2020). The impact of travel and tourism competitiveness indices on foreign tourism demand in the middle east and north Africa (MENA). *Social Tourism Studies*, 16(8), 113-144 (In Persian).
- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I. (2003) *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Switzerland: CABI.
- Rostami, N., Mohamadi Khayareh, M. & Mazhari, R. (2019). Investigating the impact of competitiveness on the level of entrepreneurial activities (Case study of source-oriented, Efficiency-Oriented and Innovation-Oriented Countries). *New Economy and Trade*, 14(1), 1-18 (In Persian).
- Stiglitz, J. (2002). *Globalization and its discontents*. London: Penguin.
- Taylor, J. B. (2007). Globalization and monetary policy: Missions impossible, In *NBER conference on the international dimensions of monetary policy*, 11-13, Spain: Girona.
- Vodeb, K. (2012). Competitiveness of frontier regions and tourism destination management. *Managing Global Transitions*, 10(1), 51-64.
- Webster, C. & Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations?. *Tourism Management*, 40(1), 137-140.
- Weng, P. W. P. (2019). Destination competitiveness: An antecedent or the result of destination brand equity?. In *Positioning and branding tourism destinations for global competitiveness*. USA: IGI Global.
- Wright, P. N. (2013). Is Q for you? Using Q methodology within geo graphical and pedagogical research. *Journal of Geography in Higher Education*, 37(2), 152-63.
- Yaghfori, H., Eskandari Sani, M. & Akbari, F. (2016). The role of historical context in promoting the components of urban competitiveness studied: Birjand city. *Journal of Spatial Planning*, 7(3), 63-84 (In Persian).
- Zenker, S. & Martin, N. (2011). Measuring success in place marketing and branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 7(1), 35- 47.