

**Analysis of Tourism Competition Management in Border Areas
(Case Study: Baneh Border Area)**

Mir Najaf Mousavi, Professor in Geography and Urban Planning, Urmia University, Iran – Sajed Bahrami Jaf¹, PhD Candidate in Political Geography, Ferdowsi University of Mashhad, Iran – Darya Mazandarani, MA Student in Political Geography, Ferdowsi University of Mashhad, Iran.

Received: 26, March, 2021

Accepted: 06, July, 2021

Abstract

Border areas are among the geographical spaces that, despite their high capacities, are sometimes neglected in accordance with their specific conditions. In recent years, tourism in border areas has been one of these capacities that has been considered to some extent and along with it has formed the competitive advantage of tourism in these areas. Based on this, the present study uses a descriptive-analytical method and with an applied purpose to investigate the competitive advantage of tourism between the Baneh border region and the border areas of Jolfa, Piranshahr, Marivan and Mako. The present research has been done in two stages. The first step is to gather the information needed through library studies. In the second stage, based on the information obtained from the tourism situation of the study area, tourism goals for greater competitiveness of the city in the horizon of 1404 were proposed, then the important strategies to achieve these goals and tourism capabilities of the study area were entered in Meta-SWOT software. The results show that the lower price of foreign goods compared to other parts of the country, the existence of multiple shopping centers, strategic border position and high social security have the highest degree of strategic fit with macro factors and is a high competitive advantage for the Baneh border region. On the other hand, negative propaganda against border areas, lack of proper infrastructure for tourism development, international sanctions, government discrimination in allocating facilities to border areas were identified as the biggest obstacles to tourism development in Baneh city.

Keywords: Tourism, Border areas, Competitive advantage, Meta-SWOT, Baneh city.

¹ (Corresponding Author).

Email: S.Bahrami@mail.um.ac.ir

فصلنامه علوم و فنون مرزی، دوره دهم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۰

صص ۱۴۲-۱۰۹

تحلیل مدیریت رقابت گردشگری در مناطق مرزی

مطالعه موردی: منطقه مرزی بانه

میر نجف موسوی - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه ارومیه، ایران

ساجد بهرامی جاف^۱ - دانشجوی دکتری جغرافیا سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

دريا مازندرانی - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۱۶

چکیده

مناطق مرزی از جمله فضاهای جغرافیایی هستند که با وجود ظرفیت‌های بالایی که دارا می‌باشند گهگاه متناسب با شرایط خاصی که دارند این ظرفیت‌ها نادیده گرفته شده‌اند. در طی سال‌های اخیر، گردشگری مناطق مرزی از جمله این ظرفیت‌ها است که تا حدی به آن توجه شده است و به همراه خود مزیت رقابت گردشگری این مناطق را نیز شکل داده است. بر این مبنای، تحقیق حاضر با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و باهدف کاربردی تلاش دارد مزیت رقابت گردشگری بین منطقه مرزی بانه با مناطق مرزی جلفا، پیرانشهر، مریوان و ماکو را مورد بررسی قرار دهد. تحقیق حاضر در قالب دو مرحله انجام شده است. مرحله اول، اطلاعات موردنیاز از طریق مطالعات کتابخانه‌ای گردآوری شده است. در مرحله دوم بر اساس اطلاعات به دست آمده از وضعیت گردشگری منطقه مورد مطالعه، اهداف گردشگری برای رقابت‌پذیری بیش تر شهرستان در افق زمانی ۱۴۰۴ مطرح گردید، سپس استراتژی‌های مهم رسیدن به این اهداف و قابلیت‌های گردشگری منطقه مورد مطالعه در نرم‌افزار Meta-SWOT وارد گردید. نتایج به دست آمده نشان‌دهنده آن است که، قیمت پایین تر کالاهای خارجی نسبت به بقیه مناطق کشور، وجود مراکز متعدد خرید، موقعیت استراتژیک مرزی و بالا بودن امنیت اجتماعی، دارای بیشترین میزان تناسب راهبردی با عوامل کلان و از مزیت رقابتی بالایی برای منطقه مرزی بانه محسوب می‌گردد. از طرف دیگر تبلیغات منفی علیه مناطق مرزی، کمبود زیرساخت‌های مناسب توسعه گردشگری، تحریم‌های بین‌المللی، تبعیض دولت در اختصاص امکانات به مناطق مرزی به‌عنوان بزرگ‌ترین موانع توسعه گردشگری در شهرستان بانه شناخته شدند.

واژگان کلیدی: گردشگری، مناطق مرزی، مزیت رقابتی، متاسوات، شهر بانه.

مقدمه

مناطق مرزی از جمله فضاهای جغرافیایی بااهمیت برجسته هستند چراکه نقطه اتصال و پیوند فضای داخلی با فضاهای بین‌المللی محسوب می‌شوند. این مناطق به صورت کلی، به فضای جغرافیایی بلافصل خطوط مرزی با وسعت‌های متفاوت که تحت تأثیر مستقیم مرزها قرار می‌گیرند، گفته می‌شود (جان‌پرور، ۱۳۹۶: ۷۴). با توجه به افزایش پیوندها و کنش‌های بین فضاهای جغرافیایی با ورود به عصر جهانی شدن زمینه برای برجسته‌تر شدن مناطق مرزی بیش‌ازپیش فراهم آورده شده است و این مناطق از بن‌بست‌های بدون استفاده به سوی فضاهای گره‌گشای در حال تغییر هستند و این امر زمینه شکوفایی این مناطق را در طی دهه‌های پیش‌رو فراهم خواهد کرد. مطمئناً شکوفایی و توسعه مناطق مرزی با خود امنیت و توسعه برای فضای کشور به همراه می‌آورد. بر این مبنا، حکومت‌ها به صورت‌های مختلف بر آن شده‌اند که بتوانند با به بالفعل در آوردن پتانسیل‌های موجود در مناطق مرزی تا حدی از چالش‌های موجود در این مناطق نظیر، طبیعت منزوی و غیر حاصلخیز مناطق مرزی به خصوص در عرصه‌های کوهستانی و بیابانی، پیوسته به دلیل فقدان رفاه و نبود انگیزه‌های لازم برای زندگی، زمینه‌ساز مشکلات سیاسی، اقتصادی و امنیتی برای دولت‌ها بوده است، ناتوانایی‌های بالقوه در تولید، فقدان اشتغال، پایین بودن درآمد و عدم دسترسی به نیازهای اولیه (اکبرپور و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۶۴)، واقع شدن در مناطق پیرامونی و دور از مرکز، بی‌توجهی به ظرفیت‌های موجود (Pena, 2005: 290)، همچنین وجود تفاوت‌های زبانی، فرهنگی و اعتقادی (Topaloglou et al, 2006: 169) را کاهش دهند و زمینه حرکت به سوی توسعه و ارتقاء امنیت در این مناطق فراهم آورند.

ازجمله استراتژی‌های پیش روی حکومت‌ها جهت دستیابی به این اهداف مبتنی بر ظرفیت‌های مناطق مرزی توجه به گردشگری در قالب آمایش سرزمین است. آمایش سرزمین، یک امر علمی با رویکردی فضایی و منطقه‌ای در شناخت توانمندی‌های توسعه با توجه به قابلیت‌های مکانی است (موسوی و ابراهیم‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۱۶). ازاین‌رو در آمایش

سرزمین یکی از قابلیت‌های فضایی موردبررسی، قابلیت گردشگری هر منطقه است تا با شناسایی آن و در چارچوب پایداری بستری برای توسعه فضایی فراهم آید (پوراصغر و ویسی، ۱۳۹۰:۲). چراکه، امروزه گردشگری به‌عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا، جایگاه ویژه‌ای در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی به خود اختصاص داده است. رشد و توسعه این صنعت در دهه‌های اخیر در کشورهای در حال توسعه سبب باز ساخت و تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی گوناگونی گشته است (شکوهی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۲-۱۰۱). به‌عبارت‌دیگر، گردشگری، به‌عنوان یک روش توسعه‌ای، فرصت‌هایی را برای توسعه مقاصد گردشگری در مکان‌هایی که جاذبه‌ها و منابع گردشگری و مزایای مقایسه‌ای و رقابتی وجود دارد، فراهم می‌کند (Vodeb, 2012: 51). نقش گردشگری در رشد و توسعه اقتصادی از مدت‌ها پیش شناسایی و تأیید شده است. در سطح جهانی، صنعت گردشگری یکی از بخش‌های کلیدی اقتصاد جهانی است که سهم زیادی در ایجاد شغل، ایجاد درآمد زیاد و ترویج رفاه اقتصادی دارد (Bazargani & Kiliç, 2021: 73). همچنین این بخش یکی از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد است. شورای جهانی سفر و گردشگری گزارش داده که در سال ۲۰۱۸، بخش گردشگری ۱۰,۴ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را به خود اختصاص داده است، و ۳۱۹ میلیون شغل ایجاد کرد (۱۰ درصد از کل اشتغال) و حدود ۶,۵ درصد از کل صادرات جهانی را به دارا بوده است (Manzo, 2019: 102). علاوه بر این، درآمدهای گردشگری بین‌المللی از ۸۱۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۵ به ۱,۶۵ تریلیون دلار در سال ۲۰۱۸ افزایش یافت درحالی‌که تعداد گردشگران خارجی از ۸۲۳ میلیون در سال ۲۰۰۵ به ۱,۴ میلیارد توریست در سال ۲۰۱۸ افزایش یافت (UNWTO, 2019: 16). از این رو، صنعت گردشگری نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادها در سراسر جهان ایفا می‌کند. صنعت گردشگری بخش‌های وسیعی را در برمی‌گیرد. خدمات و ویژگی‌های این بخش‌ها، بسیار متفاوت و مختلف است.

۱. WTTC

در نتیجه برنامه‌ریزی‌ها و رویکردهای متفاوتی را طلب می‌کند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲). تعداد مقصدهای گردشگری در سراسر جهان دائماً در حال رشد است. به عنوان مقصد برای سهام بازار بزرگ‌تر، رقابت زیادی در بازار گردشگری بین‌المللی وجود دارد. رقابت فزاینده به عنوان یک تأثیر حیاتی بر عملکرد مقصدهای گردشگری در بازارهای جهانی رقابت دیده می‌شود (Dragicevic et al, 2012: 312). به دلیل اینکه بهره‌برداری از توان‌ها و قابلیت‌های گردشگری در هر منطقه‌ای، می‌تواند زمینه‌ای پویا و فعال برای توسعه آن منطقه فراهم نماید، تحلیل توان‌ها و قابلیت‌های مزبور و برنامه‌ریزی در این زمینه ضرورت ویژه دارد (فاضلی، ۱۳۸۵: ۴). اگرچه کارایی اقتصادی یکی از ابعاد مهم رقابت گردشگری است، اما این تنها یکی از ابعاد است. به دلیل ماهیت منحصر به فرد گردشگری، توانایی یک مقصد برای رقابت به نقاط قوت اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیک و محیطی نیز بستگی دارد (فرزین و نادعلی پور، ۱۳۹۰: ۳).

افزایش توان رقابتی که منجر به حفظ و افزایش سهم بازار می‌شود، هدف اصلی بسیاری از مقاصد گردشگری دنیا قرار گرفته است (جعفرتاش و پویان‌زاده، ۱۳۹۳: ۱). به عبارتی کشوری دارای مزیت رقابتی در خدمات گردشگری است که قادر به تولید یک فرصت پایین‌تر از دیگر کشورها باشد. این مزیت می‌تواند ناشی از فراوانی نسبی توانایی‌های طبیعی (منابع طبیعی، تاریخی و فرهنگی)، فناوری‌های مختلف کشورها و بهره‌وری بالا و سایر عوامل باشد. وجود یک مزیت رقابتی به کشور امکان فروش خدمات گردشگری در بازارهای بین‌المللی را به قیمت پایین‌تر از رقیب‌هایش می‌دهد که باعث بالا رفتن میزان درآمد می‌شود. بر همین اساس گردشگری رقابتی برای کشورهای در حال توسعه از اهمیت فراوانی برخوردار است (Algieri et al, 2018: 11). در سطح فرو ملی نیز این مزیت رقابتی بین فضاهای جغرافیایی از جمله مناطق مرزی از اهمیت و جایگاه نسبتاً برجسته‌ای در توسعه و شکوفایی فضاهای جغرافیایی برخوردار است. در این میان منطقه مرزی بانه با توجه به شرایط و ویژگی‌هایی که دارد، به یکی از کانون‌های جذب گردشگر در طی دهه

اخیر تبدیل شده است. برای اینکه بتوان وضعیت این منطقه را نسبت به سایر مناطق تبیین کرده و جایگاه آن را نسبت به سایر مناطق مرزی در بخش گردشگری مشخص کرد و برنامه‌های پیش رو را بر پایه آن طراحی نمود در مقاله حاضر تلاش شده است مزیت رقابتی منطقه مرزی بانه با مناطق مرزی پیرانشهر، ماکو، مریوان و جلفا مورد بررسی قرار گیرد. به عبارتی دیگر شهرستان بانه یکی از اصلی‌ترین مقاصد گردشگر پذیر و مسافر پذیر استان کردستان و غرب کشور محسوب می‌گردد که طی ۲۰ سال اخیر رشد کالبدی گسترده‌ای را به دنبال داشته است (امینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۴). شهرستان بانه به دلیل موقعیت جغرافیایی ویژه (هم‌مرز بودن با کشور ترانزیتی عراق، شکل‌گیری تبادلات کالا با این کشور، امکان ورود کالاهای خارجی با کیفیت و قیمت رقابتی مناسب)، توجه بسیاری را به خود جلب کرده تا جایی که امروزه در بیشتر نقاط کشور آژانس‌های مسافرتی اقدام به برگزاری تورهای خرید بانه نموده‌اند و شهر بانه تبدیل به یک برند در عرصه گردشگری تجاری شده است (کروبی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳). از این‌رو بررسی سطح رقابت‌پذیری صنعت گردشگری در این شهرستان به دلیل نقش گردشگری در توسعه مناطق میزبان به ویژه برای مناطق مرزی به دلیل سطح توسعه پایین آن‌ها از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است؛ بنابراین سؤال اصلی این تحقیق آن است که مهم‌ترین توانایی‌های شهرستان بانه در زمینه گردشگری برای افزایش ضریب رقابت‌پذیری با رقبای منطقه‌ای خود کدام‌اند؟

پیشینه پژوهش

قائد رحمتی و خاوریان (۱۳۹۵) در تحقیق با عنوان نقش تکنیک متاسوات در برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهر یزد به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین عامل در راستای توسعه گردشگری شهر یزد ثبات سیاسی در سطح کلان است. توجه مسئولین، نیروی انسانی معرب در گردشگری و سرمایه‌گذاری از دیگر مواردی است که باید در راستای آن اقدامات مؤثری صورت پذیرد. یعقوبی منظری و آقامیری (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان شناسایی استراتژی‌های توسعه پایدار صنعت گردشگری ایران با استفاده از تکنیک

متاسوات و ارائه راهکارهای مناسب به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین دلایل عدم توسعه صنعت گردشگری ایران، عدم توسعه مناسب زیرساخت‌های گردشگری، عدم انسجام قوانین، نبود برنامه‌ریزی‌های مشخص و واحد در این صنعت و اعمال تحریم‌های غرب علیه ایران است. شکوهی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری کردستان بر پایه هویت رقابت‌پذیری منطقه‌ای با استفاده از تکنیک متاسوات به این نتیجه رسیدند مدیریت کلان کشور، سیاست‌های خارجی دولت و تحریم‌های بین‌المللی. عدم تخصیص بودجه به امر گردشگری و عدم توجه به صنعت گردشگری در سطح کشور از دیگر عوامل اثرگذار بر گردشگری کردستان است. مهم‌ترین رقبای منطقه‌ای گردشگری کردستان در افق سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ استان‌های کرمانشاه و همدان هستند.

یاری و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری فرهنگی شهر سنندج با بهره‌گیری از تکنیک متاسوات به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین رقیب ملی گردشگری فرهنگی شهر سنندج، شهر شیراز و مهم‌ترین رقیب منطقه‌ای شهر همدان است. مهم‌ترین منبع گردشگری شهر سنندج موسیقی و پوشاک سنتی است. در بین عوامل خارجی افزایش انگیزه سرمایه‌گذاری دارای بالاترین ضرورت و قدرت است، امنیتی بودن منطقه دارای ضرورت بالا و قدرت متوسط است، تنوع و غنا بخشیدن به اقتصاد محلی، ایجاد تعادل منطقه‌ای و توجه بیشتر شهر و شورای شهر دارای قدرت بالا و ضرورت کم هستند. کالچی و دارابی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری استان ایلام با استفاده از تکنیک متاسوات به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین عامل در سطح کلان برای توسعه گردشگری در استان ایلام ثبات سیاسی است و مهم‌ترین راهبرد برای توسعه گردشگری در این استان تردد زوار عتبات عالیات و همچنین اکوتوریسم است از جمله عوامل تأثیرگذار دیگر تقویت و توسعه زیرساخت‌ها است.

مبانی نظری

منطقه مرزی نزدیک‌ترین نواحی جغرافیایی به مرزهای حکومت است که در این نواحی توسعه فضایی بسته به این که مرزها بسته یا سفت و سخت، یا باز و نفوذپذیر باشند - تحت تأثیر وجود مرز قرار می‌گیرد (Newman, 2003: 18). مناطق مرزی و خطوط مرزی نقش جداکننده واحدهای سیاسی را از یکدیگر به عهده دارند. مرز سیاسی به پدیده‌ای فضایی اطلاق می‌شود که منعکس‌کننده قلمرو حاکمیت سیاسی یک دولت بوده است و مطابق قواعد خاص در مقابل حرکت انسان، انتقال کالا یا نشر افکار مانع ایجاد کند. مهم‌ترین نقش مرزها، ایجاد مانع در برابر حرکت انسان، کالا و تفکرات است (میرحیدر، ۱۳۸۰: ۱۱۴). به بیانی دیگر، شاید بتوان به صورت کلی منطقه مرزی را این گونه تعریف کرد و در نظر گرفت، منطقه مرزی عبارت است از، فضای جغرافیایی بلافصل خطوط مرزی با وسعت‌های متفاوت که تحت تأثیر مستقیم مرزها قرار می‌گیرند. باید توجه داشت، عرض منطقه مرزی متناسب با وضعیت و عملکرد مرزها و تحت تأثیر قرار دادن محیط پیرامون کم یا زیاد می‌شود. البته به صورت کلی باید گفت، با افزایش میزان اثربخشی مرزها از طریق تحولات صورت گرفته در عرصه‌های مختلف فناوری‌ها و گسترش زمینه تحرکات کالاها و انسان‌ها، عرض منطقه مرزی در حال افزایش است زیرا این تغییرات تأثیرپذیری مستقیم و بلافصل فضاهای جغرافیایی از مرزها را گسترش می‌دهد (جان‌پرور، ۱۳۹۶: ۷۵). به گفته مارکو^۱ (۲۰۱۵) مرزها عنصر اساسی برای تحرک مردم بین کشورهای مختلف است. در بعضی از نقاط جهان، این مناطق جغرافیایی به مقاصد توریستی تبدیل شده‌اند، و "گردشگری مرزی" نامیده می‌شوند. اگرچه، طبق گفته‌های مارتینز و والدس^۲ (۱۹۸۲) برخلاف سایر گونه‌های توریستی، از طریق خطی که دو کشور را از هم جدا می‌کند، اختلاف اقتصادی بیشتری در گردشگری مرزی وجود دارد، این سناریویی است که

1 Marcu

2 Martínez and Valdés

ویژگی‌های خاص خود و تکامل ویژه آن را به گردشگری می‌بخشد. برینگز (۲۰۰۴) گردشگری مرزی را چنین تعریف می‌کند: "جابه‌جایی موقت مردم در خارج از محل معمول زندگی خود در مرز بین دو کشور مجاور که به دلیل اوقات فراغت، سرگرمی، سلامت، کسب و کار، بازدید از اقوام و یا دوستان، مذهب، رویدادهای اجتماعی و یا خرید، و دلایل دیگر، سفر می‌کنند و همچنین مدت‌زمان حضورشان در مکان بازدید شده، کمتر از یک سال و بیشتر از یک شب است (Del Río et al, 2017:103). با پیشرفت‌های اخیر در صنعت گردشگری و رشد درآمد قابل مصرف، افراد به خرج کردن پول بیشتری در سفرهای گردشگری و سفر ادامه می‌دهند. این روند منجر به افزایش رقابت میان مناطق مختلف شده است (Kumar & Dhir, 2020:2). در نتیجه، چنین مناطقی به‌طور فزاینده در شناسایی روش‌های جدید برای جذب گردشگران مشارکت دارند (Croes et al, 2020). به‌طور خاص، هدف از مقاصد سفر ایجاد یک مزیت رقابتی برای جذب گردشگران بیشتر است (Clara et al, 2019; Rodríguez-Díaz & Pulido-). این امر منجر به رقابت شدید در صنعت گردشگری و سفر شده است و تنها مقصدهای رقابت طلب احتمالاً رشد خواهند کرد (Kubickova & Martin, 2020:206). طی سال‌های اخیر، مزیت رقابتی در مرکز بحث اکثر استراتژی‌های رقابتی قرار گرفته و بحث‌های زیادی درباره مزیت رقابتی مطرح شده است. مفهوم مزیت رقابتی توسط پورتر در سال ۱۹۸۵ پیشنهاد شد (Baraskova, 2010). مزایای تطبیقی یکی از مهم‌ترین نظریه‌های توضیح تخصص‌گرایی بین‌المللی در خدمات و کالا است و مفهوم اصلی آن به دیوید ریکاردو و کار اصلی او در زمینه اصول اقتصاد و مالیات مربوط می‌شود طبق تئوری مبتنی بر منبع بارنی چهار الزام برای دستیابی به مزیت رقابتی بیان کرد: باارزش بودن، کمیاب بودن، غیرقابل تقلید بودن، غیرقابل جایگزین بودن. منابع باارزش باشند در غیر این صورت به‌عنوان منبعی برای مزیت محسوب نمی‌شوند (C.Hong, 2008:4).

به نوعی نظریه پردازان علم برنامه ریزی راهبردی به این اجماع رسیده است که سازمان‌ها و شرکت‌های موفق و محبوب دارای توانایی‌های منحصر به فردی اند که سبب شده است در بازار جای خود را باز کنند. آن‌ها با استفاده از خلاقیت خود به یک رهیافت از داخل به خارج دست زده‌اند و بر اساس خلاقیت‌ها و اتکا بر توانایی‌های درونی، خود را از دیگران متمایز کرده‌اند. به عبارت دیگر، بازارهایی را به وجود آورده و فضای رقابتی خود را شکل داده‌اند (Miller & Others, 2002: 37). بنابراین، بینش و دیدگاه مبتنی بر منابع بر این فرض استوار است که منابع و توانایی‌های هر سازمان و گروه نخستین مزیت و عامل متمایز کننده آن‌ها است و نوعی برتری پایدار و بلندمدت را برای آن‌ها به ارمغان می‌آورد (Akio, 2005: 126). منظور از منابع توانایی‌ها، دارایی‌ها، ویژگی‌های مثبت، دانش و هر نوع مزیت نسبی است که در اختیار یک گروه است و در بهبود شرایط، آینده آن‌ها مؤثر است (Barney, 1991: 100). مدل Meta-SWOT بر اساس رهیافت داخل به خارج و به نوعی دیدگاه مبتنی بر منابع شکل گرفته است. البته یک چالش باقی می‌ماند: چگونه یک شرکت می‌تواند تشخیص دهد که کدام یک از این منابع و قابلیت‌ها قادر به ایجاد مزیت رقابتی پایدارند؟ بارنی برای حل این مسئله چهار معیار را بیان می‌کند. برای اینکه یک منبع یا قابلیت به لحاظ راهبردی اثربخش باشد، بایستی با ارزش، نادر، تقلید نشدنی و بدون جایگزین باشد. از این رو، در مدل Meta-SWOT عوامل مرتبط با محیط، سازمان به طور مستقلی از عوامل داخلی شناسایی می‌شوند. برای این شناسایی از روش پستل استفاده می‌گردد. این چارچوب بر اساس عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه، زیست محیطی و قانونی استوار است (Isoherranen, 2012: 2). در صنعت گردشگری،

1 Resource Based View (RBV)

2 Valuable

3 Rare

4 Inimitable

5 Non-substitutable

6 PESTEL

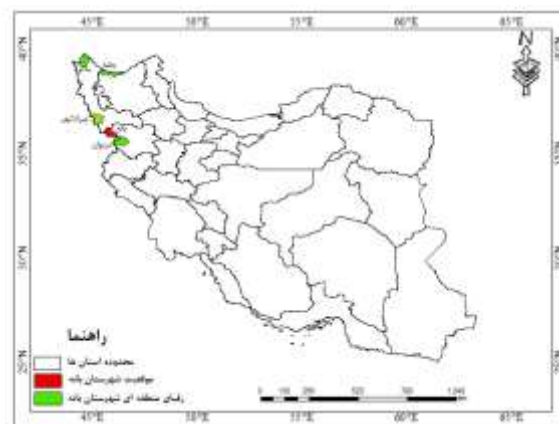
رقابت میان مناطق معمولاً بر روی جنبه‌های منحصربه‌فرد محصول گردشگری متمرکز است، اما در مقصد گردشگری به‌عنوان مجموعه‌ای یکپارچه از امکانات گردشگری مطرح است (Buhalis, 2000; Ritchie & Crouch, 2000). در یک بازار اشباع‌شده، وظیفه اساسی مدیریت مقصد درک چگونگی افزایش رقابت‌پذیری مقصد گردشگری است، بنابراین نیاز قوی برای شناسایی و کشف مزیت‌های رقابتی وجود دارد. شناسایی رقبای تعیین مزایا و معایب مقصد به رقبای بخش جدایی‌ناپذیر مدیریت موفق بازاریابی مقصدهای توریستی است (Gomezelj & Mihajlič, 2008:2). رقابت در ادبیات گردشگری به‌عنوان یک عامل مهم برای موفقیت مقصدهای توریستی مطرح شده است (Chen, 2008:19). رقابت گردشگری توانایی یک مقصد برای ایجاد، ارائه و تلفیق تجربیات گردشگری از جمله کالاهای ارزش‌افزوده و خدمات است، این تجارب منابع یک مقصد را حفظ می‌کنند و به آن کمک می‌کنند تا موقعیت بازار خوبی نسبت به سایر مقاصد داشته باشند (Hong, 2008:24). یکی از وظایف جغرافیای سیاسی کمک به توضیح کارکردهای مرزهای سیاسی به‌عنوان یک وسیله ضروری تشکیلات فضایی انسان و زندگی با آن در یک‌راه هوشیارانه است تا بتوان با در نظر گرفتن و بهره‌گیری از کارکردهای مرز بهترین استفاده را از آن برای رفاه و امنیت ملی کرد و از سوی دیگر بتوان مسائل و چالش‌های برخاسته از مرز را تا حد امکان برای کشور کاهش داد (حافظ‌نیا و جان‌پرور، ۱۳۹۶: ۱۱۱).

محدوده مورد مطالعه

شهرستان بانه، در شمال غربی استان کردستان قرار دارد. نام بانه را برگرفته از واژه کردی (بان) به معنی (بام)، بلندی و متأثر از ارتفاعات و نحوه استقرار و موقعیت آن می‌دانند. ارتفاع آن ۱۵۵۴ متر از سطح دریا است و مساحت آن برابر است با ۱۴۵۲/۳۹ کیلومتر مربع است. از سمت شمال به شهرستان سردشت، از جنوب و غرب به کشور عراق و از شرق به بوکان منتهی می‌گردد دارای ۴ بخش مرکزی، نم‌شیر، نور و آرموده است. بر اساس آمار

سال ۱۳۹۵، کل جمعیت شهرستان ۱۵۸۶۹۰ نفر بوده است که از این مقدار، تعداد ۱۱۵۳۲۵ نفر در مناطق شهری و ۴۳۳۶۵ نفر نیز در مناطق روستایی سکونت داشته‌اند (سالنامه آماری سال ۱۳۹۵). بانه ناحیه‌ای کوهستانی با جنگل‌های تنک است که در قسمت علیای رشته کوه زاگرس قرار دارد. ارتفاعات مهم آن عبارت‌اند از: کوه کاکرُ با مراتع فراوان (مرتفع‌ترین قله ۲۰۵۲ متر)؛ کوه سوورکیو (بلندترین قله ۲۲۲۹ متر) و قله کوه تَه رَش در دهستان نُّور (به ارتفاع ۲۸۴۲ متر). جنگل‌های این شهرستان متشکل از درختان مازو، بلوط، زالزالک، گلابی وحشی، بادام کوهی و گردو است. این شهرستان چشمه‌سارهای فراوان دارد که مهم‌ترین آن‌ها کانی‌ناو، آب احمدآباد، آب جاشو و کانی گویز است. دو رشته قنات، ۱۱۳ چشمه و ۱۲۶ چاه نیمه عمیق نیز دارد. سد مخزنی بانه با ظرفیت ۴ میلیون مترمکعب در پنج کیلومتری شمال شرقی شهر بانه بر روی رود بانه، به منظور آبیگری و انتقال آب به شهر جهت جبران کمبود آب در فصل خشک مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. محصولات عمده شهرستان بانه گندم، جو و نخود است و توتون کاری محدودی نیز در آن انجام می‌گیرد. از درختان میوه، سیب و گلابی در آنجا کاشته می‌شود. معادن مرمریت در حدود هفت - هشت کیلومتری جنوب شرقی شهر بانه در جاده بانه - میروان، در شش کیلومتری و همچنین حدود هفت و نیم - هشت کیلومتری شمال شرقی شهر بانه، در جاده بانه - سقز استخراج می‌شود. رودهای این شهرستان از ریزابه‌های زاب کوچک (زاب صغیر) اند و مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: رود چومان که از به هم پیوستن دو رود (دو سرشاخه بزرگ) نیروان و تازه بان (تازبان) تشکیل می‌شود؛ رود شُوی که از دهستان شوی و از ده کیلومتری مغرب شهر بانه می‌گذرد و آثار بند قدیمی بر روی آن دیده می‌شود؛ رود بانه که از کوه خان در حدفاصل سقز و بانه، در حدود پانزده کیلومتری شمال شهر بانه، سرچشمه می‌گیرد و با جهت شمالی - جنوبی از شهر بانه می‌گذرد و سرانجام به چومان می‌ریزد؛ رود نمشیر که در دهستان نمشیر جریان دارد، قسمتی از رود زاب کوچک است که پس از گذشتن از بانه وارد عراق می‌شود و در بخشی از مسیر خود، حد طبیعی بانه و سردشت را تشکیل

می‌دهد. از آثار باستانی آن می‌توان از سنگ‌قبرهای نقاشی شده در گورستان نمشیر، و خمره‌هایی حاوی استخوان انسان و مهره‌هایی نام برد که در دهستان پشت آرابا یافت شده است. در ده نمشیر (در دهستان نمشیر)، در دهکده «کیوه رو» (در دهستان آلت) و در شمال آبادی شوی (در دهستان شوی) آثاری از قلعه‌های قدیمی دیده می‌شود (فرمانداری بانه، ۱۳۹۹). این شهرستان دارای بازارچه مرزی مشترک با کشور عراق به نام سیران بند است که بررسی عملکرد آن نشان می‌دهد تراز مثبتی داشته است (حاتمی نژاد و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۷۶). با توجه به پتانسیل‌های ذکر شده برای این شهرستان در زمینه گردشگری، بررسی سطح رقابت‌پذیری این شهرستان در حوزه گردشگری با دیگر شهرستان‌های رقیب از اهمیت زیادی برای برنامه‌ریزی‌های آتی برای این شهرستان مرزی دارد.



شکل شماره ۱. نقشه موقعیت منطقه‌ای و نقشه گردشگری شهر بانه (<http://homaghsoudi.4kia.ir>)

روش پژوهش

روش توصیفی - تحلیلی و هدف کاربردی است. فرایند انجام تحقیق پیشرو در دو بخش بوده است، در بخش اول تحقیق با استفاده منابع کتابخانه‌ای که عبارت بودند از؛ اسناد مرتبط با گردشگری شهرستان، مقالات مرتبط با کلید واژگان مطرح در پژوهش مقدمه و

مبانی نظری و پیشینه تحقیق این پژوهش تکمیل گردید، سپس در مرحله دوم بخش اول بر اساس اسناد و مقالات و نظرات کارشناسان اهداف و راهکارهای حیاتی دستیابی به قابلیت‌ها و شکوفایی استعدادهاى حوزه گردشگری تبیین و وارد نرم‌افزار مورد استفاده تحقیق گردید. پس از تکمیل نمودن بخش اول و تبیین شاخص‌های مورد استفاده با استفاده از پرسش‌نامه نظرات کارشناسان (به دلیل تخصصی بودن پرسش‌نامه، نمونه‌گیری تحقیق به روش هدفمند بوده و در آن از نظرات ۲۸ نفر از کارشناسان گردشگری شهرستان بانه و سایر رقبا بهره گرفته شده است. به عبارت دیگر با توجه به اینکه هدف تحقیق، بررسی سطح و مزیت رقابت گردشگری شهرستان بانه با دیگر رقبای منطقه‌ای خود است سعی بر آن بوده که از نظرات متخصصان گردشگری چهار شهرستان دیگر استفاده شود بر این اساس در این تحقیق به منظور مقایسه سطح توانایی‌ها و پتانسیل‌های شهرستان‌های رقیب بانه در حوزه گردشگری ۶ متخصص در امور گردشگری جلفا، ۶ نفر در پیرانشهر، ۵ نفر مریوان، ۴ نفر ماکو و ۷ نفر بانه استفاده شده است) (در انتخاب رقبای سعی شده که شهرستان‌های انتخاب کردند که مناطق مرزی غرب کشور باشند و همچنین از لحاظ توسعه‌ای نیز به هم نزدیک باشند). را در مورد میزان اهمیت (باززش بودن)، نیاب بودن، تقلیدناپذیر بودن، قابلیت سازمان‌دهی توانایی‌های موجود در شهرستان را نسبت به رقبای مطرح شده در این تحقیق سنجیده شد، و همچنین نقش عوامل کلان که در مقیاس بزرگ‌تری از محدوده شهرستان واقع شده‌اند را بر روی پتانسیل‌های گردشگری شهرستان به پرسش گذاشتیم و پس از تکمیل شدن پرسش‌نامه‌ها، نتایج را وارد نرم‌افزار Meta-SWOT نموده و نتایج رقابتی که

۱. به دلیل تخصصی بودن و به تبع آن پیچیده بودن فرآیند پاسخگویی به پرسشنامه سعی بر آن بوده که از افراد آشنا با ساختار تحقیق استفاده شود. بر این اساس در این تحقیق از ۱۹ نفر از اساتید دانشگاه و دانشجویان رشته جغرافیای گردشگری، ۹ نفر نیز از کارشناسان میراث فرهنگی و افراد بومی شهرستان بانه بوده‌اند.
۲. دلیل انتخاب رقبای بر این اساس بوده که کلیه رقبای در بخش غرب کشور واقع شده باشند و از سوی دیگر نیز از سطح توسعه نسبتاً نزدیکی برخوردار باشند تا مقایسه مناسب‌تر صورت گیرد و از سوی دیگر هر چهار شهرستان نام‌بردار از لحاظ قومی و مذهبی بافت تقریباً مشابهی دارند.

در ادامه بیان شده به دست آمد. مطالعه تحقیق حاضر در دو بعد صورت گرفته است. در مرحله اول داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز از طریق مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای از جمله اسناد مرتبط با گردشگری مطالعه گردید. سپس، اهداف، استراتژی‌های مهم رسیدن به اهداف و قابلیت‌های گردشگری شهرستان بانه وارد نرم‌افزار گردید.

بحث و یافته‌ها

اولین کار در مراحل برنامه‌ریزی متاسوات تعیین هدف‌های موضوع پژوهش است. برای تعیین اهداف با استفاده از نظرات کارشناسان حوزه گردشگری اهدافی منطبق بر دوره ۱۴۰۴ را وارد نرم‌افزار می‌نماییم و با نظر کارشناسان این اهداف را در سه سطح بالا، متوسط و پایین رتبه‌بندی کنیم (جدول شماره ۱).

جدول شماره ۱. اهداف تعیین شده به منظور گردشگری شهرستان بانه

اولویت	اهداف
بالا	افزایش میانگین اقامت گردشگران در سطح شهرستان
بالا	افزایش تعداد گردشگران داخلی به دو برابر
بالا	افزایش میزان اشتغال در گردشگری به دو برابر
بالا	تقویت و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی
متوسط	تقویت گردشگری اکوتوریسم
متوسط	داشتن برنامه‌ریزی بلندمدت در زمینه گردشگری
بالا	افزایش سطح ارائه خدمات در بازارچه سیران بند
متوسط	تقویت بنیان‌های فرهنگ بومی و محلی شهرستان
بالا	پذیرش بیشتر گردشگران از اقلیم خودمختار کردستان عراق
متوسط	افزایش تبلیغات فرا منطقه‌ای در زمینه گردشگری
متوسط	افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
بالا	توسعه گردشگری تجاری
متوسط	افزایش میزان ضریب امنیت موجود

شناسایی منابع و قابلیت‌ها

در گام بعدی پس از مشخص شدن اهداف تحقیق در افق زمانی ۱۴۰۴ و سطح‌بندی میزان اهمیت هر یک از آن‌ها با استفاده از نظر کارشناسان، قابلیت‌ها و نقاط قوت شهرستان بانه در بخش‌های مختلف که می‌تواند منجر به رسیدن به اهداف معین شده در مرحله قبل باشد استخراج گردیده^۱ و با کمک کارشناسان سطح‌بندی شد. به عبارت بهتر این منابع و قابلیت‌ها که در محیط محدوده مورد مطالعه موجود است منجر به افزایش میزان رقابت‌پذیری بانه در برابر رقبای منطقه‌ای خود خواهد شد بنابراین با تقویت این قابلیت‌ها راه رسیدن به اهداف توسعه گردشگری در سطح شهرستان هموارتر می‌گردد. در واقع این ویژگی منحصر به فرد یک (مکان) ممکن است در حال حاضر سودآور نباشد اما دارای توان بالقوه و پتانسیل ارزشمندی است که با یک برنامه‌ریزی آینده‌نگرانه می‌توان آن را نقطه قوت خود کرد. هر کدام از این منابع از نظر کارشناسان امتیازی دریافت می‌کند که باید در پایان، جمع تمام امتیازات داده شده به درصد ۱۰۰ برسد.

جدول شماره ۲. منابع و قابلیت‌های مؤثر در توسعه گردشگری بانه

وزن (ارزش)	منابع و قابلیت‌ها
۸	قرار گرفتن شهر بانه در مسیر شمال غرب به جنوب
۸	مستعد بودن منطقه برای توسعه گردشگری
۹	موقعیت استراتژیک و مرزی استان و دارا بودن قابلیت تجارت مرزی
۷	طبیعت منحصر به فرد و وجود گونه‌های گیاهی و جانوری
۸	ضریب امنیت نسبتاً بالای منطقه (به ویژه امنیت اجتماعی)
۷	تمایل به سرمایه‌گذاری از سوی بخش خصوصی در بخش تجاری
۹	ارزان بودن نسبی کالاهای خارجی نسبت به دیگر مناطق کشور
۶	اقلیم متنوع و شرایط مطلوب طبیعت گردی
۸	وجود خدمات و امکانات مناسب رفاهی

۱. منابع و قابلیت‌های شهرستان بر اساس مطالعات نگارندگان حاصل از مقالات نوشته شده در زمینه پتانسیل‌های گردشگری شهرستان و نیز استفاده از نظرات نخبگان محلی بوده است.

۶	دارا بودن روستاهایی با موقعیت ممتاز گردشگری
۵	برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی - مذهبی
۵	نرخ مناسب تسهیلات و امکانات ویژه مسافران
۹	وجود مراکز متعدد خرید
۵	وجود بازارچه مرزی سیران بند

تعیین ابعاد رقابتی و رقبا

در گام بعدی متغیرهایی را که گردشگری بانه باید بر سر دستیابی به آن‌ها با رقبای خود رقابت کند و همچنین اسامی رقبای گردشگری بانه وارد نرم‌افزار می‌گردد. در اینجا مشخص می‌شود که شهرستان بانه بر سر کدام یک از متغیرهای گردشگری با رقبای خود رقابت دارد، بنابراین با توجه به بسیاری از موارد کارشناسی شده، شهرستان‌های مریوان، جلفا، پیرانشهر، ماکو رقبای بانه هستند. برای انجام این مقایسه از پنج سطح خیلی بالا، بالا، متوسط، پایین و خیلی پایین استفاده شده است.

جدول شماره ۳. مقایسه شهرستان بانه با رقبای خود از نظر عوامل مؤثر در توسعه گردشگری

مریوان	ماکو	پیرانشهر	جلفا	منابع و قابلیت‌ها
بالاتر	بالاتر	برابر	بالاتر	قرار گرفتن شهر بانه در مسیر شمال غرب به جنوب
برابر	بالاتر	بالاتر	برابر	مستعد بودن منطقه برای توسعه گردشگری
برابر	پایین تر	برابر	برابر	موقعیت استراتژیک و مرزی استان و دارا بودن قابلیت تجارت مرزی
پایین تر	بالاتر	بالاتر	پایین تر	طبیعت منحصر به فرد و وجود گونه‌های گیاهی و جانوری
بالاتر	بالاتر	برابر	بالاتر	ضریب امنیت نسبتاً بالای منطقه (به ویژه امنیت اجتماعی)
بالاتر	برابر	بالاتر	پایین تر	تمایل به سرمایه‌گذاری از سوی بخش خصوصی در بخش تجاری
بالاتر	بسیار بالاتر	بالاتر	بسیار بالاتر	ارزان بودن نسبی کالاهای خارجی نسبت به دیگر مناطق کشور
پایین تر	برابر	برابر	پایین تر	اقلیم متنوع و شرایط مطلوب طبیعت گردی
بالاتر	بالاتر	بالاتر	پایین تر	وجود خدمات و امکانات مناسب رفاهی
پایین تر	برابر	پایین تر	پایین تر	دارا بودن روستاهایی با موقعیت ممتاز گردشگری

پایین تر	بالا تر	برابر	بالا تر	برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی - مذهبی
بالا تر	بالا تر	برابر	بالا تر	نرخ مناسب تسهیلات و امکانات ویژه مسافران
بالا تر	بالا تر	بالا تر	بالا تر	وجود مراکز متعدد خرید
پایین تر	پایین تر	پایین تر	پایین تر	وجود بازارچه مرزی فعال

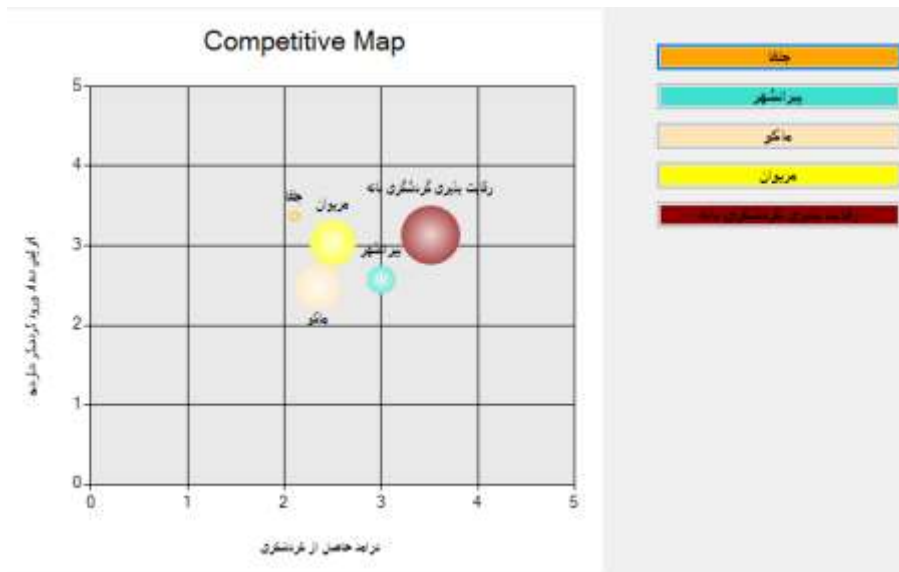
نقشه رقابتی

در این بخش ارتباط هر یک از ابعاد رقابتی با منابع و قابلیت‌ها تعیین و در پایان نقشه رقابتی ترسیم خواهد شد. این نقشه نمایانگر وضعیت هریک از رقبا نسبت به شهرستان بانه در زمینه هدف مورد مطالعه خواهد بود. شکل شماره ۲، نقشه رقابتی بین گردشگری بانه و سایر شهرستان‌های رقیب را در بعد مورد مطالعه یعنی گردشگری نشان می‌دهد. همان‌گونه که در نقشه مشخص است، وضعیت بانه از لحاظ افزایش تعداد ورود گردشگر خارجی بعد از شهرستان جلفا با امتیاز ۳/۳۷ قرار گرفته است و این شهرستان مهم‌ترین رقیب منطقه‌ای برای شهرستان بانه و سایر شهرستان‌های مورد مطالعه است در این قسمت شهرستان بانه در جایگاه دوم از رقابت‌پذیری در سال هدف قرار خواهد داشت. موقعیت گردشگری بانه از لحاظ درآمد حاصل از گردشگری در محور (X) با امتیاز ۳/۵۱ از ۵ امتیاز ممکن در سال ۱۴۰۴ در بین رقبای مطرح شده در بالاترین رتبه قرار گرفته است که البته در صورت توجه به پتانسیل‌ها و نقاط قوت شهرستان، این جایگاه در افق زمانی مطرح شده قابل دسترس خواهد بود. در نمودار X مشخص است که موقعیت بانه نسبت به رقبای خود در زمینه درآمد حاصل از گردشگری در سال هدف در جایگاه بهتری خواهد بود، به عبارت دیگر مطابق با نظرات کارشناسان از ۵ امتیاز ممکن در این محور دارای امتیاز ۳/۵۱ است که این مورد به دلیل تأثیرات مرزی بودن منطقه و هم‌جواری با مناطق کردنشین عراق است با توجه به وضعیت اقتصادی و قدرت خرید بهتر شهروندان کردستان عراق که ناشی از جمعیت کم و داشتن منابع نفتی و گازی مناسب است نسبت به ارمنستان که در همسایگی شهرستان جلفا واقع شده میزان درآمد حاصل از گردشگری در بانه بیشتر است، اما با توجه به اینکه شهرستان

جلفا دارای منطقه آزاد بوده و میزان توسعه یافتگی آن از ماکو بیشتر است و به تبع شرایطی که مناطق آزاد دارند، میزان تردد گردشگران خارجی در این مناطق با وسایل نقلیه شخصی خود بیشتر است، بنابراین تعداد گردشگران خارجی در شهرستان جلفا نسبت به سایر شهرستان‌های مورد مطالعه زیادتر است.

جدول شماره ۴. متغیرهای رقابتی و رقبای وارد شده

بعد رقابت: افزایش تعداد ورود گردشگر خارجی - درآمد حاصل از گردشگری	
رقبا	سطح رقابت
جلفا	بسیار بالا
پیرانشهر	بالا
ماکو	متوسط
مریوان	متوسط



شکل شماره ۲. نقشه رقابتی گردشگری با رقا

بعد از ترسیم نقشه رقابتی نرم افزار جدولی را ارائه می کند که بیانگر مزیت رقابتی هریک از رقبا به تفکیک هر یک از ابعاد رقابتی و به صورت مجموع و امتیاز است.

جدول شماره ۵. مزیت رقابتی هریک از رقبا با گردشگری شهرستان بانه

لیست شهرستانها	گردشگران خارجی		درآمد حاصل از گردشگری		مجموع		امتیاز	
	مطلق	نرمال	مطلق	نرمال	مطلق	نرمال	مطلق	نرمال
جلفا	۲/۱	۰/۸۴	۳/۳۷	۱/۱۷	۵/۴۸	۲/۰۲	۲	۲
پیرانشهر	۳	۱/۲	۲/۵۷	۰/۸۹	۵/۵۷	۲/۱	۴	۴
ماکو	۲/۳۴	۰/۹۴	۲/۴۸	۰/۸۶	۴/۸۲	۱/۸	۱	۱
مریوان	۲/۵	۱	۳/۰۳	۱/۰۶	۵/۵۳	۲/۰۶	۳	۳

ارزیابی منابع و قابلیت ها

در این بخش، منابع و قابلیت های گردشگری شهرستان بانه که برای رسیدن به اهداف تعیین شده ضروری است، مشخص می شود. به بیان دیگر مشخص می گردد که کدام یک از منابع و قابلیت های درونی بانه دارای توانایی و پتانسیل قوی تر و یا دارای مزیت رقابتی پایدارتری است که سازمان های مسئول با برنامه ریزی و تقویت آنها (همان نگاه به درون) با رقبای گردشگری شهرستان رقابت کرده و بازار گردشگری منطقه را به نفع خود جهت دهی کنند. برای نمایان شدن این توانایی ها باید توجه کرد که یک منبع و قابلیت قوی باید دارای چهار ویژگی با ارزش بودن، کمیاب بودن، عدم قابلیت تکرار و غیرقابل جایگزین بودن باشد. برای انجام این کار منابع بر اساس یک طیف پنج تایی (بسیار قوی، قوی، متوسط، ضعیف، خیلی ضعیف) و بر اساس نظر کارشناسان موردسنجش قرار می گیرد.

جدول شماره ۶. ارزیابی منابع و قابلیت‌ها بر اساس دیدگاه مبتنی بر منابع

منابع و قابلیت‌ها	وزن (ارزش)	تکرارناپذیری	تقلیدناپذیر	سازمان‌دهی
قرار گرفتن شهر بانه در مسیر شمال غرب به جنوب	۸	قوی	متوسط	متوسط
مستعد بودن منطقه برای توسعه گردشگری	۸	متوسط	متوسط	متوسط
موقعیت استراتژیک و مرزی استان و دارا بودن قابلیت تجارت مرزی	۹	متوسط	قوی	ضعیف
طبیعت منحصربه‌فرد و وجود گونه‌های گیاهی و جانوری	۷	ضعیف	ضعیف	ضعیف
ضرب امنیت نسبتاً بالای منطقه (به‌ویژه امنیت اجتماعی)	۸	قوی	قوی	بسیار قوی
تمایل به سرمایه‌گذاری از سوی بخش خصوصی در بخش تجاری	۷	قوی	قوی	بسیار قوی
ارزان بودن نسبی کالاهای خارجی نسبت به دیگر مناطق کشور	۹	بسیار قوی	بسیار قوی	قوی
اقلیم متنوع و شرایط مطلوب طبیعت گردی	۶	متوسط	متوسط	ضعیف
وجود خدمات و امکانات مناسب رفاهی	۸	متوسط	ضعیف	متوسط
دارا بودن روستاهایی با موقعیت ممتاز گردشگری	۶	متوسط	متوسط	متوسط
برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی - مذهبی	۵	ضعیف	متوسط	ضعیف
نرخ مناسب تسهیلات و امکانات ویژه مسافران	۵	متوسط	متوسط	متوسط
وجود مراکز متعدد خرید	۹	بسیار قوی	بسیار قوی	بسیار قوی
وجود بازارچه مرزی فعال	۵	ضعیف	ضعیف	ضعیف

شناسایی عوامل کلان

در یک سازمان، زمانی که برنامه‌ریزی برای آینده آن انجام می‌گیرد، باید به این نکته توجه کرد که همیشه یک سری عوامل کلان (سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، طبیعی و تکنولوژی) وجود دارند که این عوامل درون محیط سازمان نیست و خارج از محیط آن قرار دارند ولی دارای تأثیرگذاری قوی بر روی سازمان هستند و وجود آنها برای موفقیت سازمان امری ضروری و حیاتی است. چراکه این عوامل کلان این توانایی را دارند که در محیط و مجموعه، تغییرات اساسی ایجاد کنند (Husso, 2011:216)؛ بنابراین در برنامه‌ریزی

راهبردی باید مورد توجه قرار گیرند، بر همین اساس در جدول شماره ۷، عوامل کلان مؤثر بر توسعه گردشگری در شهرستان بانه بیان شده و نسبت به وزن، میزان تأثیر، احتمال افزایش و درجه اضطراب آن‌ها بر اساس نظرات کارشناسان آورده شده است.

جدول شماره ۷. عوامل کلان تأثیرگذار بر گردشگری شهرستان بانه

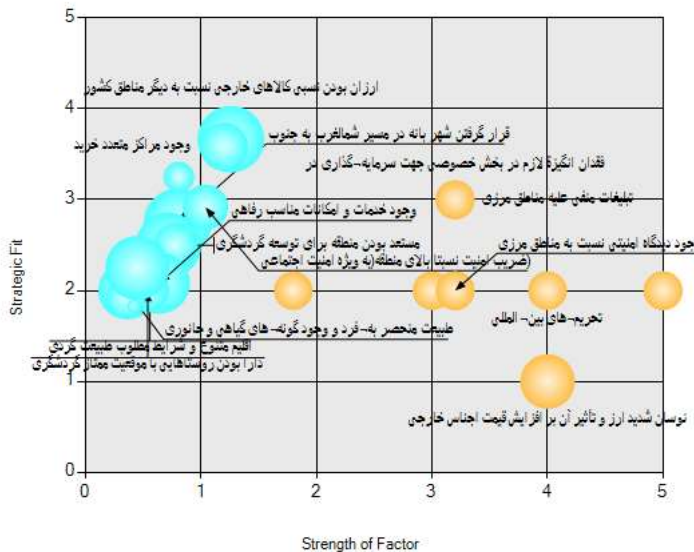
درجه اضطراب	احتمال افزایش	تأثیر	وزن	منابع و قابلیت‌ها
زود	بالا	قوی	مهم	تبعیض دولت در تخصیص امکانات به نواحی مرزی
فوری	بسیار بالا	قوی	خیلی مهم	نوسان شدید ارز و تأثیر آن بر افزایش قیمت اجناس خارجی
زود	بالا	خیلی قوی	خیلی مهم	کمبود زیرساخت‌های مناسب توسعه گردشگری
زود	متوسط	قوی	مهم	فقدان انگیزه لازم در بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
زود	متوسط	قوی	مهم	تبلیغات منفی علیه مناطق مرزی
زود	بالا	قوی	خیلی مهم	حمل و نقل بسیار آسیب‌پذیر با توجه به کیفیت پایین جاده‌ها
زود	متوسط	قوی	مهم	فقدان مدیریت یکپارچه دستگاه‌های ذی‌ربط جهت گسترش زیرساخت‌های گردشگری شهرستان
زود	بالا	خیلی قوی	خیلی مهم	منازعات مرزی و در نتیجه عدم رونق اقتصادی شهرستان و توان ضعیف آن در عرصه گردشگری
زود	بالا	خیلی قوی	خیلی مهم	نبود تعادل در سیاست خارجی مناسب با اقلیم کردستان عراق
زود	بالا	قوی	خیلی مهم	تحریم‌های بین‌المللی
زود	بالا	قوی	مهم	وجود دیدگاه امنیتی نسبت به مناطق مرزی
زود	بالا	متوسط	متوسط	آتش‌سوزی جنگل‌ها در ارتفاعات و مناطق حفاظت‌شده و از بین بردن گونه‌های گیاهی و جانوری

ترسیم نقشه راهبردی

باتوجه به تصمیمات و مقایسه‌های در مرحله قبل، اقدام به ترسیم نقشه راهبردی می‌شود. منابع و توانایی‌ها با رنگ فیروزه‌ای و عوامل کلان محیطی با رنگ نارنجی نشان داده شده

است. حباب‌هایی که به سمت راست متمایل، نسبتاً باارزش، نادر، تقلید نشدنی و غیرقابل جایگزین هستند و از تناسب راهبردی برخوردارند. آن دسته از عواملی که به سمت بالا متمایل، دارای درجه بالایی از تناسب راهبردی هستند. اندازه حباب‌ها بیانگر درجه تناسب آن‌ها با اهداف، اندازه حباب عوامل کلان محیطی بیانگر درجه اضطراب آن‌هاست. به‌طور کل برای هر دودسته از حباب‌ها که بیانگر منابع و توانایی‌ها و همچنین عوامل کلان محیطی است، قرارگیری در موقعیت بالا و سمت راست بیانگر بالاترین میزان امتیاز و نمره است. در یک تعریف علمی و تخصصی می‌توان گفت که این تناسب راهبردی در واقع یک تناسب برنامه‌ریزی و کارشناسی شده برای مقابله با تأثیرات منفی عوامل کلان و در بحث رقابت‌پذیری با رقبا که توانایی بیشترین سازگاری و انعطاف‌پذیری با شرایط پیش‌آمده از تأثیرات عوامل کلان و اثرات رقابتی رادار است.

H-SWOT Chart



شکل شماره ۳. نقشه راهبردی گردشگری شهرستان بانه

باتوجه به نقشه ترسیم شده، در میان عوامل کلان محیطی (حباب‌های نارنجی) تبلیغات منفی علیه نواحی مرزی، کمبود زیرساخت‌های مناسب توسعه گردشگری، تحریم‌های بین‌المللی، تبعیض دولت در اختصاص امکانات به نواحی مرزی به‌عنوان بزرگ‌ترین موانع توسعه گردشگری در شهرستان بانه بر اساس نظرات کارشناسان بوده‌اند و باتوجه به اندازه حباب‌ها، نوسانات شدید ارز و تأثیر آن بر افزایش قیمت اجناس خارجی از لحاظ اضطراری بودن دارای بیشترین امتیاز و نیازمند بررسی فوری است، به عبارت دیگر باتوجه به این مسئله که توسعه گردشگری به تقویت تعامل با سایر کشورها نیاز دارد، نقش دیپلماسی برای شکوفایی صنعت گردشگری امری جدی است و باید بیشتر مورد توجه قرار بگیرد. در این بخش آتش‌سوزی جنگل‌ها و نابودی مناطق حفاظت‌شده در رده آخر از میزان اثرگذاری قرار گرفتند، اما در میان منابع و قابلیت‌های شهرستان (حباب‌های فیروزه‌ای)، ارزان بودن کالاهای خارجی نسبت به سایر مناطق کشور، وجود مراکز متعدد خرید، موقعیت استراتژیک مرزی شهرستان و بالا بودن امنیت اجتماعی در سطح شهرستان دارای بیشترین میزان تناسب راهبردی با عوامل کلان هستند، در واقع این چهار منبع یا قابلیت در شهرستان بانه دارای چهار ویژگی (VIRO) یعنی نادر بودن، تقلیدناپذیری، کمیاب بودن و تکرارناپذیر بودن در میان رقبای منطقه‌ای شهرستان بانه در زمینه گردشگری هستند، بنابراین نیاز است که متصدیان امر و کارشناسان برنامه‌ریزی گردشگری باتوجه به این منابع و قابلیت‌ها در زمینه تقویت و توانمند ساختن بیشتر این موارد اقدام نمایند. همچنین بر اساس اندازه حباب‌های فیروزه‌ای‌رنگ، قابلیت قرار گرفتن شهرستان بانه در مسیر شمال غرب به جنوب دارای بیشترین میزان تناسب با اهداف گردشگری شهرستان بانه هستند، بنابراین شهرستان بانه برای دستیابی و رسیدن به اهداف تعیین شده آینده گردشگری خود باید به این عامل توجه ویژه داشته باشد.

نتیجه گیری

مناطق مرزی با ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های برجسته به‌عنوان دروازه‌های ورود و پیوند فضای ملی با فضاهای بین‌المللی از اهمیت و جایگاه برجسته‌ای برخوردار هستند. این مناطق با توجه به شرایط ویژه خود گهگاه توسعه نیافته، محروم و تا حدی ناامن هستند. شرایط حاکم بر این فضاهای جغرافیایی در طی دهه‌های قبل سبب شده است که با وجود ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های بالایی که این مناطق دارند، بهره‌برداری خاصی از آن‌ها صورت نگیرد. با تغییرات صورت گرفته در عرصه بین‌المللی و ورود به عصر جهانی شدن و گسترش وابستگی فضاهای جغرافیایی به یکدیگر، نظام سیاسی بر آن شده است که توجه بیشتری به ظرفیت‌های مناطق مرزی کشور نشان دهد. در این میان توجه به ظرفیت گردشگری مناطق مرزی در قالب برنامه‌های آمایش سرزمین از اهمیت و جایگاه برجسته‌ای برخوردار می‌باشد که همراه خود بحث مزیت رقابت گردشگری را نیز به همراه داشته است؛ بنابراین، برای اینکه فضاهای جغرافیایی به‌صورت عام و مناطق مرزی به‌صورت خاص بتوانند روند شکوفایی و توسعه مبتنی بر گردشگری را طی نمایند باید مزیت رقابتی بیشتری نسبت به سایر فضاها و مناطق داشته باشند. بر این اساس، تحقیق حاضر تلاش داشت که میزان رقابت‌پذیری گردشگری در مناطق مرزی ایران به‌ویژه در شمال غرب کشور بین منطقه مرزی بانه با مناطق مرزی ماکو، مریوان، پیرانشهر و جلفا را مورد بررسی و تحلیل قرار دهد. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که شهرستان بانه بعد از شهرستان جلفا در بخش تعداد گردشگران وارده به شهرستان در جایگاه دوم و بالاتر از پیرانشهر، مریوان و ماکو قرار گرفت، اما در حوزه درآمد حاصل از گردشگری به دلیل وجود کالاهای ارزان خارجی نسبت به بقیه مناطق کشور این شهرستان درآمد بهتری نسبت به سایر رقبا در افق زمانی مورد استفاده خواهد داشت. در ادامه منابع و قابلیت‌ها، بر اساس تئوری مبتنی بر منابع (کمیاب، تقلیدناپذیر، غیرقابل جایگزین) و عوامل کلان محیطی مورد ارزیابی قرار گرفتند. در نهایت تناسب استراتژیک هر یک از عوامل تدوین و راهبردهای مطلوب توسعه

گردشگری شهرستان بانه استخراج شد، بر اساس یافته‌های پژوهش، ارزان بودن کالاهای خارجی نسبت به سایر مناطق کشور، وجود مراکز متعدد خرید، موقعیت استراتژیک مرزی شهرستان و بالا بودن امنیت اجتماعی در سطح شهرستان دارای بیشترین میزان تناسب راهبردی با عوامل کلان هستند و از مزیت رقابتی بالایی برای شهرستان برخوردارند. از طرف دیگر تبلیغات منفی علیه نواحی مرزی، کمبود زیرساخت‌های مناسب توسعه گردشگری، تحریم‌های بین‌المللی، تبعیض دولت در اختصاص امکانات به نواحی مرزی به‌عنوان بزرگ‌ترین موانع توسعه گردشگری در شهرستان بانه شناخته شدند. در ارزیابی و مقایسه نتایج تحقیق حاضر با تحقیقات مشابه می‌توان گفت، نتایج به‌دست آمده از تحقیق حاضر با نتایج تحقیق شکوهی و همکارانش با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری کردستان بر پایه هویت رقابت‌پذیری منطقه‌ای با استفاده از تکنیک Meta-SWOT انجام داده‌اند، در برخی موارد از جمله کم‌تأثیر بودن بلایای طبیعی بر روی توسعه گردشگری همخوانی دارد. نتایج به‌دست آمده در قسمت تأثیر عوامل کلان با نتایج تحقیق قائد رحمتی و خاوریان از جمله نقش تحریم‌های بین‌المللی مشابه هستند. نتایج و ابعاد رقابتی تحقیق انجام‌شده با تحقیقی که بدری و همکاران با عنوان متاسوات، ابزاری استراتژیک برای گردشگری پایدار، مطالعه موردی روستای میغان انجام داده‌اند، همخوانی ندارد، به‌طوری که ابعاد رقابتی انتخابی در تحقیق حاضر، افزایش تعداد ورود گردشگران خارجی و درآمد حاصل از گردشگری انتخاب‌شده ولی در تحقیق بدری و همکاران ابعاد انتخابی اکوتوریسم و توسعه گردشگری فرهنگی_ اجتماعی انتخاب‌شده است.

پیشنهادها

❖ مهم‌ترین مزیت شهرستان جهت توسعه گردشگری بر اساس نظرات کارشناسان ارزان بودن وسایل خارجی در سطح شهرستان نسبت به سایر مناطق کشور است. که ضروری است برای رونق هرچه بیشتر این شهرستان متصدیان گمرکی همکاری

بیشتری با تاجران و پيله‌وران و همچنين كوله بران داشته باشند كه بازار لوازم در حالت مناسبی قرار داشته باشد!

❖ یکی دیگر از مزیت‌های قابل رقابت در سطح شهرستان وجود مراکز خرید متعدد و مختلف است که از این حیث شهرستان جزو برترین‌های کشور است، از همین رو ضروری می‌نماید که به منظور آسودگی بیشتر خریداران و گردشگران امکانات رفاهی از جمله وجود فضاهای سبز، مراکز تفریحی و سرویس‌های بهداشتی به صورت مناسب در سطح شهر پراکنده شوند.

❖ در دنیای امروز بیشتر مناطق مرزی در اقتصاد جهانی دارای سهم خاصی از تبادلات اقتصادی می‌باشند که این فرایند به صورت مختلف از جمله واردات و صادرات کالا و همچنین تبادل گردشگر نمایان گشته است و این مناطق به عنوان محور اصلی اقتصاد کشورها همانند دروازه ورودی عمل می‌کنند علی‌رغم این اهمیت در کشور ما به دلیل وجود دیدگاه‌های تمرکزگرایانه و مرکز محور تبلیغات نامناسبی علیه مناطق مرزی صورت گرفته و می‌گیرد که باعث عدم اختصاص بودجه کافی به این نواحی شده که ضروری است با توجه به اهمیت مناطق مرزی در اقتصاد جهانی امروز، روند افزایش بودجه برای توسعه این مناطق در دستور کار اصلی دولت قرار گیرد.

❖ با عنایت به این مسئله که بیشتر گردشگران خارجی وارد شده به شهرستان از اقلیم کردستان عراق می‌باشند، به دلیل عدم تعادل و رویه ثابت در سیاست خارجی کشور در ارتباط مناسب و مستمر با این منطقه خودمختار، مشکلاتی همانند بسته شدن مرز در مدت‌های طولانی و برگزاری رزمایش مشترک با کشورهای همسایه در خاک این منطقه باعث کم شدن تعداد گردشگران وارد شده از این منطقه به شهرستان شده

۱. با توجه به مصوبه جدید هیئت دولت در سال ۱۴۰۰ به منظور اعلام نمودن شهرستان بانه به عنوان منطقه آزاد تجاری، شاهد بهبود کیفیت و قیمت اجناس خارجی در این منطقه خواهیم بود. از این رو مهم‌ترین مزیت رقابتی برای این شهرستان، مسئله تجارت مرزی و رونق تبادلات برای گردشگری تجاری است.

است لذا ضرورت دارد که در سیاست خارجی کشور به منافع درازمدت مردم ایران به ویژه مرزنشینان توجه خاصی شود.

تشکر و قدردانی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

منابع

- ۱) اکبرپور، محمد؛ عبادی نژاد، سید علی؛ کردی، زهرا (۱۳۹۸) تأثیر بازارچه‌های تمرچین بر توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی (مطالعه موردی: استان آذربایجان غربی)، فصلنامه علوم و فنون مرزی، دوره ۸، شماره ۱، صص. ۱۹۱-۱۶۳.
- ۲) امینی پارسا، وحید؛ عزیزآبادی، فرشته؛ صالحی، اسماعیل؛ حاجی محمدامینی، صمد (۱۳۹۶) برآورد ظرفیت برد پهنه‌های مستعد توسعه توریسم شهر بانه مطالعه موردی: منطقه نمونه گردشگری دوکانان، فصلنامه فضای گردشگری، دوره ۶، شماره ۲۳، صص. ۵۰-۳۳.
- ۳) بدیعی ازندهی، مرجان و میراحمدی، فاطمه‌السادات (۱۳۹۵) تحلیل دیدگاه‌ها و موضوعات نوظهور در مطالعات مرزی، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۸، شماره ۳، صص. ۵۵۵-۵۴۱.
- ۴) پرنیان، حاتم؛ زیاری، کرامت‌الله؛ میره‌ای، محمد؛ مدیری، مهدی (۱۳۹۶) استراتژی‌های توسعه مناطق مرزی با رویکرد آمایش سرزمین (ناحیه مطالعاتی: ارومیه - سلماس)، فصلنامه اطلاعات جغرافیایی، دوره ۲۶، شماره ۱۰۴، صص. ۱۸۴-۱۷۳.
- ۵) پور اصغر سنگاچین، فرزاد و ویسی، رضا (۱۳۹۰) آمایش سرزمین مبنایی برای توسعه صنعت گردشگری پایدار، اقتصاد مالی و توسعه، دوره ۵، شماره ۱۴، صص. ۱۹۵-۱۸۱.
- ۶) جان‌پرور، محسن (۱۳۹۶) نگرشی نو به مطالعات مرزی (مفاهیم، اصول، نظریه‌ها)، چاپ اول، تهران: انتشارات انجمن ژئوپلیتیک ایران.
- ۷) جعفرتاش، برزین و پویان زاده، نسترن (۱۳۹۴) ارزیابی و اولویت‌بندی شاخص‌های رقابت‌پذیری صنعت گردشگری در ایران، فرایند مدیریت و توسعه، دوره ۸، شماره ۳، صص. ۱۰۵-۸۵.

- ۸) حاتمی‌نژاد، حسین؛ شیخی، عبدالله؛ رحمتی، خسرو؛ شریف‌زاده اقدم، ابراهیم (۱۳۹۴) برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهرستان بانه، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۲، شماره ۲، صص. ۱۹۰-۱۶۷.
- ۹) حافظ‌نیا، محمدرضا و جان‌پرور، محسن (۱۳۹۶) مرزها و جهانی شدن (با نگاهی کوتاه به مرزهای ایران)، چاپ دوم، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ۱۰) حمزه‌پور، رزگار و فخری، سیروس (۱۳۹۶) تحلیلی بر نقش بازارچه‌های مشترک مرزی در ارتقای امنیت مناطق مرزنشین (مطالعه موردی بازارچه‌های مرزی سردشت و پیرانشهر)، فصلنامه مدیریت نظامی، سال ۱۷، شماره ۳، صص. ۱۴۰-۱۰۳.
- ۱۱) حیدری‌فر، محمد رئوف (۱۳۸۹) جهانی شدن و تحول کارکرد مرزها، فصلنامه سیاست خارجی، سال ۲۴، شماره ۱، صص. ۱۳۸-۱۵۸.
- ۱۲) رضایی، محمدرضا؛ خاوریان گرمسیر، امیررضا؛ چراغی، رامین (۱۳۹۴) برنامه‌ریزی راهبردی فضایی شهرهای کوچک اندام با استفاده از مدل متاسوات در شهر یزد، پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری، دوره ۳، شماره ۴، صص. ۴۸۶-۴۶۷.
- ۱۳) سلطانی، زهرا و نوری، سید هدایت‌الله (۱۳۸۹) ارزیابی توان محیطی شهرستان خوانسار به‌منظور توسعه توریسم با استفاده از جی‌ای‌اس، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، دوره ۲۵، شماره ۴، صص. ۱۰۰-۷۷.
- ۱۴) سودرجانی، احسان؛ محمودی‌نیا، داود و زارعی‌نمین، علی و پورشهبابی، فرشید (۱۳۹۰): فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۵، دوره ششم، صص ۲۰۸-۱۷۹.
- ۱۵) شکوهی، محمد اجزاء و بوذرجمهری، خدیجه و مودودی، مهدی (۱۳۹۳): بررسی اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی جامعه میزبان نمونه موردی بندر ترکمن، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال چهاردهم، شماره ۴۷، صص ۱۲۵-۱۰۱.
- ۱۶) شکوهی، محمد اجزاء و شاکرمی، نعمت و منصور زاده، علی محمد (۱۳۹۷): برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری کردستان بر پایه هویت رقابت‌پذیری منطقه‌ای با استفاده از تکنیک متاسوات، فصلنامه مطالعات شهری، شماره ۲۶، صص ۳۰-۱۷.

- ۱۷) فرزین، محمدرضا و نادعلی پور، زهرا (۱۳۹۰): عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی مقصدهای گردشگری در ایران (چابهار)، فصلنامه مطالعات و مدیریت گردشگری، دوره ۵، شماره ۱۴، صص ۶۷-۴۰.
- ۱۸) فرمانداری بانه، استانداری کردستان، وزارت کشور.
- ۱۹) قائدرحمتی، صفر و خاوریان گرمسیر، امیررضا (۱۳۹۷) نقش تکنیک متاسوات در برنامه ریزی راهبردی گردشگری شهر یزد، برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره ۲۰، شماره ۱، صص. ۲۰۵-۱۷۹.
- ۲۰) قبری، ابوالفضل و سرداری، ایوب (۱۳۹۷) آمایش مناطق مرزی با تأکید بر راهبردها و اولویت‌های برنامه‌ریزی مناطق مرزی (مریوان و بانه)، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، سال ۸، شماره ۲، صص. ۱۹۳-۱۷۹.
- ۲۱) کروی، مهدی؛ احمدی، ساسان؛ رسولی، محمد (۱۳۹۵) ارزیابی اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان، مورد مطالعه: شهر بانه، دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ۴، شماره ۸، صص. ۲۱-۱.
- ۲۲) کوزه گر کالجی، لطفعلی و دارابی، سجاد (۱۳۹۷) برنامه‌ریزی گردشگری استان ایلام با استفاده از تکنیک متاسوات، فصلنامه انجمن جغرافیای ایران، دوره جدید، سال ۱۶، شماره ۵۹، صص. ۱۹۰-۱۷۹.
- ۲۳) مختاری هشی، حسین؛ مؤمنی، مهدی؛ باقری، مهرداد (۱۳۹۳) تدوین راهبردهای آمایش مناطق مرزی؛ مطالعه موردی مرزهای شرقی کشور؛ فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۳، شماره پیاپی ۱۱۴، صص. ۲۵۴-۲۳۷.
- ۲۴) موحد، علی؛ امان پور، سعید؛ نادری، کاوه (۱۳۹۱) بازاریابی گردشگری شهری با مدل تحلیل سلسله‌مراتبی، مطالعه موردی کرمانشاه، فصلنامه برنامه‌ریزی فضایی، سال ۱، شماره ۳، صص. ۳۶-۱۷.
- ۲۵) موسوی، میر نجف (۱۳۹۲) ارزیابی نقش بازارچه‌های مشترک مرزی در توسعه و رفاه مناطق مرزنشین؛ مورد بازارچه مرزی تمرچین، مجله جغرافیا و توسعه، سال ۱۱ شماره ۳۳، صص. ۷۰-۵۵.

۲۶) موسوی، میر نجف؛ عبدالله زاده، مهدی؛ زینال پور، امید؛ باقری کشکولی، علی (۱۳۹۵) ارائه یک مدل تحلیل با رویکرد سیستمی در برنامه ریزی گردشگری شهرستان ماکو، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۴۸، شماره ۱، صص. ۱۸-۱.

۲۷) موسوی، میر نجف و ابراهیم زاده، عیسی (۱۳۹۴) اصول و مفاهیم آمایش سرزمین، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.

۲۸) یاری، منیر؛ موسی کاظمی، سید مهدی؛ علی اکبری، اسماعیل (۱۳۹۷) برنامه ریزی راهبردی گردشگری فرهنگی شهر سنندج با بهره گیری از تکنیک متاسوات، فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)، سال ۹، شماره ۱، صص. ۳۰۶-۲۸۱.

۲۹) یعقوبی منظری، پریسا و آقامیری، سیدامید (۱۳۹۷) شناسایی استراتژی های توسعه پایدار صنعت گردشگری ایران با استفاده از تکنیک متاسوات، بررسی های بازرگانی، شماره ۸۶ و ۸۷، صص. ۱۵-۱.

- 30) Akio, T. (2005) The Critical Assessment of the Resource-Based View of Strategic Management, *International Affairs*, Vol.3, pp. 203-214.
- 31) Algieri, B. & Aquino, A. & Succurro, M. (2018) International competitive advantages in tourism: An eclectic view, *Tourism management perspective*, Vol.25, pp.41-52.
- 32) Barney, J. (1991) Firm resources and sustained competitive advantage, *Journal of management*, Vol.17, No.1, pp.99-120.
- 33) Bazargani, R. & Kilic, H. (2021) Tourism competitiveness and tourism sector performance: Empirical insights from new data, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol.46, pp.73-82.
- 34) Bonn, M. & Joseph, A. S. & Dai, M. (2005) An Empirical Analysis of Eco generalists Visiting Florida: 1998-2003, *Tourism Analysis Journal*, Vol.10, pp.165-148.
- 35) Buhalis, D. (2000) Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, Vol.21, pp.97-116.
- 36) Chen, X. (2006) Beyond the reach of globalization: China's border regions and cities in transition, in *Globalization and the Chinese City*, edited by Fulong Wu. London: Routledge.

- 37) Chens, C.Y. & Sok, P. & Sok, K. (2008) Evaluating the competitiveness of the tourism industry in Cambodia: Self-assessment from professionals, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol.13, No.1, pp.41–66.
- 38) Clara, R. A. & Simon, D. & Noelia, G. & Barbara, A. (2019) Critical elements in accessible tourism for destination competitiveness and comparison: Principal component analysis from Oceania and South America, *Tourism Management*, Vol.75, pp.169–185.
- 39) Croes, R. & Ridderstaat, J. & Shapoval, V. (2020) Extending tourism competitiveness to human development. *Annals of Tourism Research*, Vol.80, pp. 10-25.
- 40) Crouch, G. & Ritchie, J. (1999) Tourism, competitiveness and societal prosperity, *Journal of Business Research*, No.44, pp.137-152.
- 41) Del Río, J. A. J. & Orgaz, F. & Moral, S. & Cañero, P (2017) Satisfaction in border tourism: An analysis with structural equations, *European Research on Management and Business Economics*, Vol.23, No.2, pp.103-112.
- 42) Dragicevic, V. & Jovicic, D. & Belsic, I. & Stankov, U. & Boskovic, D. (2012) BUSINESS TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS: A CASE OF VOJVODINA PROVINCE (SERBIA), *Economic Research - Ekonomska istraživanja*, Vol.25, No. 2, pp.311-332.
- 43) Enright, M. J. & Newton, J. (2005) Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality, *Journal of Travel Research*, Vol.43, No.4, pp.339-350.
- 44) Fernandez, 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*, Vol.33, 10-82.
- 45) Gomezelj, D. O. & Mihalič, T. (2008) Destination competitiveness- Applying different models, the case of Slovenia, *Tourism Management*, Vol.29, No.2, pp. 294-307.

- 46) Hong, W. C. (2008) *Competitiveness in the Tourism Sector: A comprehensive approach from economic and management points*, edition1, Publisher Springer Netherlands.
- 47) Hong, W.C. (2009) Global competitiveness measurement for the tourism sector, *Current Issues in Tourism*, Vol.12, No.2, pp.105-132.
- 48) Isoherranen, V. (2012) *Strategic Analysis Frameworks for Strategic Orientation and Focus*, University of Oulu, Oulu.
- 49) Ksenija, V. (2012) *Competitiveness of Frontier Regions and Tourism Destination Management: Managing Global Transitions*, University of Primorska, Faculty of Management Koper, Vol.10, No.1, pp 51-68.
- 50) Kubickova, M. & Martin, D. (2020) Exploring the relationship between government and destination competitiveness: The TALC model perspective, *Tourism Management*, Vol.78, pp.10-40.
- 51) Kumar, S. & Dhir, A. (2020) Associations between travel and tourism competitiveness and culture, *Journal of Destination Marketing & Management* Vol.18, pp.100-501.
- 52) Manzo, G. G. (2019) *Travel & tourism economic impact* London, UK: World Travel & Tourism Council.
- 53) Pena, S. (2005) Recent Development in Urban Marginality Along Mexico; Northern border, *Journal of Habitat International*, No.29, pp. 258-301.
- 54) Pena, Sergio. (2005) Recent development in urban marginality alone Mexico,s northern border, *journal of habitate International*, No.29, pp.258-301.
- 55) Ritchie, B. & Crouch, G. (2003) *The Competitive Destination" a sustainable tourism perspective*, edition1, Publisher CABI Ausralia.
- 56) Topaloglou, L. & Kallioras, D. & Manetos, P. & Petrakos, G. (2006) A Border Regions Typology in the Enlarged European Union, *Journal of Border landsstudies*, Vol.20, No.2, pp.67-90.

Archive of SID