



واکاوی عوامل رقابت پذیری شهرستان مشکین شهر در گردشگری زمستانی

رضا علیزاده سولا*^۱، سیامک میکائیلی کیوی^۲، احمد طاهر^۳

۱- کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی؛ دانشگاه علامه طباطبائی تهران

۲- کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی؛ دانشگاه علامه طباطبائی تهران

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی؛ دانشگاه مازندران

*Reza.alizade1001@gmail.com

ارسال: اردیبهشت ۱۴۰۰ پذیرش: خرداد ۱۴۰۰

چکیده

گردشگری زمستانی با توجه به طرفداران بسیار خود در سال‌های اخیر، به عنوان استراتژی مؤثر در توسعه اقتصادی کشورهای که دارای مناطق برفگیر و کوهستانی می‌باشند، مطرح گردیده است. شهرستان مشکین شهر به عنوان یکی از برفگیرترین شهرهای ایران که در دامنه سبلان واقع شده است، می‌تواند با افزایش توان رقابتی خود در گردشگری زمستانی سهم بزرگی را از این نوع بازار داشته باشد. از این رو پژوهش حاضر سعی کرده با استناد به مطالعات انجام گرفته در این زمینه و با استفاده از مدل رقابت پذیری مقصد دویر و کیم به بررسی عوامل رقابت پذیری شهرستان مشکین در گردشگری زمستانی پردازد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش پیمایشی مبتنی بر پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل متخصصین و کارشناسان گردشگری زمستانی، اساتید و دانشجویان (ارشد و دکتری) استان اردبیل می‌باشند که تعداد ۴۸ نفر آنان به عنوان نمونه (با روش نمونه گیری قضاوتی هدفمند) انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار استنباطی از آزمون‌های کولموگروف - اسمیرنوف، نسبت موفقیت و تحلیل واریانس فریدمن به کمک نرم افزار Spss استفاده شد. نتایج تحلیل داده‌ها شش عامل مطرح شده به عنوان عوامل رقابت پذیری مشکین شهر در گردشگری زمستانی را تأیید نمود. همچنین عامل "منابع طبیعی مورد نیاز گردشگران زمستانی" به عنوان اولویت اول و "شرایط تقاضا برای گردشگری زمستانی" به عنوان اولویت آخر این عوامل شناخته شدند.

کلمات کلیدی: گردشگری زمستانی، رقابت‌پذیری مقصد، شهرستان مشکین شهر.

۱- مقدمه

گردشگری یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های جهان معاصر به شمار می‌رود [۱]، این صنعت به عنوان بخش اقتصادی محرک توسعه یک مقصد، مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته است. درآمد سرشار و دیگر منافع جنبی صنعت گردشگری که بعضی از کشورها در سال‌های اخیر، به آن دست یافته‌اند، تعداد زیادی از مقاصد را به فکر توسعه این صنعت انداخته است. از این رو هر روزه شاهد ظهور مقاصد جدیدی در بازار گردشگری هستیم که به دنبال سهمی از این بازار می‌باشند [۲]. امروزه آنچه اهمیت دارد این است که گردشگری تنها به معنای تعطیلات، آرامش اعصاب و تفریح و نفی کامل دنیای کار نیست، بلکه شکل مثبتی از گذران وقت آزاد است که می‌تواند به شکل لذت بردن از جاذبه‌های طبیعی و زمینی که بر روی آن زندگی جریان دارد نیز باشد [۳]. عوامل متعددی در صنعت گردشگری

تأثیر گذار است که یکی از مهم ترین آن ها آب و هوای می باشد که همواره از عوامل جذب یا دفع گردشگران به مقاصد مختلف بوده است. انسان در واقع مناطقی را به عنوان زیستگاه انتخاب می کند که بالاترین سطح راحتی آب و هوایی را داشته باشد و گردشگری به عنوان یکی از مهم ترین فعالیت های بشری در این زمینه، نقش اصلی را دارد [۴]. در این بین مناطقی که دارای موقعیت های مناسب کوهستانی و دامنه های برفگیر هستند شرایط ایده آلی را برای گردشگری زمستانی و فعالیت ها و ورزشهای زمستانی به وجود می آورند. آنچه که به گردشگری زمستانی رونق می بخشد، شرایط و عوامل مناسبی است که به طور نسبی با یکدیگر در ارتباط هستند. از جمله ارتفاع برف و مدت زمانی که بر روی زمین باقی می ماند، نقش تأثیر گذاری را در این راستا دارند [۱]. گردشگری زمستانی در دهه های اخیر با ارائه خدمات ارزان قیمت و فراوان برای گردشگران زمستانی، از انحصار قشر مرفه خارج شده و با رواج بیشتر، جایگاه ویژه ای را در مناطق کوهستانی کشورهای توسعه یافته بدست آورده است بطوری که در این کشورها از برف به عنوان طلای سفید یاد می شود [۵]. اجرای پروژه های گردشگری زمستانی و فعالیت ها و ورزش های زمستانی مستلزم آگاهی از تغییرات اقلیمی، به ویژه در مناطق کوهستانی است. بنابراین ضرورت و اهمیت مطالعه تغییرات آب و هوایی برف در بدنه برنامه ریزی گردشگری زمستانی خرد و کلان در این مناطق احساس می شود. مناسب ترین عمق برف برای این منظور ۳۰ تا ۵۰ سانتی متر است که ماندگاری آن حداقل ۱۰۰ روز باشد. این کاملاً به عوامل دیگری مانند جهت شیب و زاویه خورشید بستگی دارد [۶]. کشورهایی مانند، اتریش، سوئیس، کانادا، آلمان، استرالیا و نیوزیلند به عنوان مقصدهای پیشرو گردشگری زمستانی در جهان مطرح هستند که برخی از آنها به شدت به درآمد گردشگری زمستانی وابسته شده اند [۷]. هر چند تغییرات آب و هوایی در سال های اخیر و کوتاه شدن فصل سرما نگرانی هایی را سبب شده است [۸]. رقابت پذیری در مقاصد گردشگری همواره عاملی تعیین کننده در جذب گردشگران و بازدیدکنندگان و به حداکثر رساندن مزایای آنان هستند [۹]. در واقع مقصد در حالتی رقابتی است که بتواند گردشگران را جذب و حفظ نماید، این رقابت ها توسط عوامل خاص گردشگری و طیف وسیعی از عوامل تأثیر گذار بر ارائه دهندگان خدمات گردشگری تعیین می شود. بنابراین بسیاری از این تلاش های رقابتی بر تبلیغات و توسعه مقصد متمرکز است. رقابت گردشگری توانایی مقصد برای توزیع تجارب گردشگری است. این تجارب منابع یک مقصد را حفظ کرده و به حفظ موقعیت نسبی بازار نسبت به سایر مواد کمک می کنند [۱۰]. همچنین رقابت پذیری می تواند دوام اقتصادی گردشگری مقصد را با محاسبه میزان از دست دادن یا به دست آوردن فرصت های شغلی و درآمد برای مقصد پیش بینی و اندازه گیری کند. به بیانی دیگر رقابت در گردشگری عاملی است که موجب ترویج فرهنگ، اقتصاد و منابع زیست محیطی در مقصد می شود [۱۱]. مطالعات در زمینه رقابت را می توان به طور کلی به سه دسته تقسیم بندی کرد، دسته اول محققانی هستند که همه جوانب رقابت را در نظر می گیرند و مدل هایی را برای درک بهتر مفهوم ارائه می دهند. دسته بعدی محققانی هستند که تأثیر یک یا چند عامل را در مقصد رقبا مطالعه کرده اند. دسته سوم شامل مطالعاتی است که از مدل رقابت برای ارزیابی رقابت مقصد استفاده کرده اند [۲].

شهرستان مشگین شهر در عرض جغرافیایی ۳۸ درجه و ۱۰ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۵۴ دقیقه عرض شمالی و طول جغرافیایی ۴۷ درجه و ۱۵ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۵۴ دقیقه طول شرقی واقع شده و ارتفاع آن از سطح دریا ۱۸۳۰ متر است [۱۲]. همجواری مشگین شهر با کوه سبلان، آب و هوای سرد سیری کوهستانی این شهرستان، برفگیر بودن و طولانی بودن دوران سرما و روزهای برفی، این منطقه را در زمره مناطق مساعد توسعه گردشگری زمستانی قرار داده است ولی با این وجود همواره با چالش هایی در این زمینه روبرو بوده است. بنابراین هدف پژوهش پیش رو واکاوی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری مشگین شهر در گردشگری زمستانی با استفاده از مدل رقابت مقصد دویر و کیم می باشد تا بتواند به منظور افزایش توان رقابتی این منطقه در قالب مقصد گردشگری زمستانی، اطلاعات بومی کاربردی و مفیدی را جهت سیاست گذاری و برنامه ریزی و هدایت سرمایه های بخش خصوصی و دولتی در این حوزه، در اختیار برنامه ریزان و فعالان گردشگری زمستانی استان قرار دهد. بدون شک تمرکز بر اولویت های بدست آمده در پژوهش سبب کسب جایگاه برتر در رتبه

بندی مقصدهای گردشگری زمستانی در ایران توسط این شهرستان خواهد شد و زمینه حضور هر چه بیشتر گردشگران زمستانی در این منطقه را فراهم خواهد نمود.

۲- مبانی نظری پژوهش

۲-۱- مقصد گردشگری زمستانی

در تعریف مقاصد گردشگری زمستانی می‌توان این گونه گفت که: یک واحد جغرافیایی، اقتصادی و اجتماعی هستند که مشتمل بر شرکت‌ها، فعالیت‌ها و ... می‌باشند و برای تأمین نیاز، سرویس دهی یا خدمات رسانی به نیازهای خاص گردشگران، فعالیت‌ها و ورزش‌های زمستانی به وجود آمده‌اند [۱۳]. در مقاصد گردشگری زمستانی در درجه اول ارائه خدمات منحصر بفرد اسکی که اساس ورزش‌های زمستانی می‌باشد، ضروری و مهم است. بعلاوه محیا و آماده کردن خدمات با کیفیتی در زمینه اقامتی برای گردشگران زمستانی، خدمات خوردنی و آشامیدنی و امکانات حمل و نقلی مناسب از دیگر ملزومات مقصد گردشگری زمستانی است. خدمات جنبی مانند: آموزش اسکی، اجاره تجهیزات اسکی و فرصت‌های خرید و همچنین تعداد پیست‌ها و امکانات مکانیکی مانند تله کابین و بالابرهای صندلی هم می‌توانند در عملکرد مقصد گردشگری زمستانی مؤثر باشند [۱۴].

۲-۲- رقابت پذیری مقصد

ریچی و کراچ رقابت پذیری را توانایی یک مقصد برای ایجاد ارزش افزوده و ثروت ملی به وسیله مدیریت دارایی و فرآیندها، جاذبه‌ها و یکپارچه نمودن این جریان‌ها در یک مدل اقتصادی و اجتماعی می‌دانند که سرمایه طبیعی مقصد و حفظ آن برای نسل‌های آینده را مورد توجه قرار می‌دهد [۱۵]. در واقع رقابت را می‌توان، توانایی مقصد برای کسب موفقیت پایدار در مقایسه با رقبای خارجی دانست. برای رقابتی بودن، مقصدها باید محصولات و خدماتی را فراهم کنند که خواسته‌های پیچیده و نیازهای مصرف کننده جدید را به شکلی کارا تر و مؤثرتر از رقبای برآورده سازد [۱۶]. رقابت پذیری بدون پایداری گمراه کننده است. مقاصد رقابتی با تولید ارزش افزوده می‌توانند پایداری را برای مردم به ارمغان آورند [۱۷].

۲-۳- مدل رقابت پذیری مقصد دویر و کیم

مدل رقابت پذیری دویر و کیم مدل یکپارچه‌ای است که شرایط تقاضا و عوامل موقعیتی را به عنوان عوامل مهم در رقابت مقصد مورد توجه قرار می‌دهد. عوامل تعیین کننده در این مدل در کنار هم می‌توانند منجر به توانایی گردشگری برای ایجاد ارزش افزوده محصولات به منظور کسب رقابت در این بخش شوند [۱۶]. این عوامل شامل منابع طبیعی، منابع فرهنگی - باستانی، منابع انسان ساخت، منابع حمایتی، مدیریت مقصد، محرک‌های موقعیتی و شرایط تقاضا هستند [۱۸] که در این پژوهش با توجه به ادبیات موضوع، اهداف تحقیق و مفاهیم گردشگری زمستانی و مشورت با خبرگان مربوطه، عوامل و متغیرهای رقابت پذیری مقصد دویر و کیم بدین صورت برای رقابت پذیری مشگین شهر در گردشگری زمستانی تغییر یافتند: منابع طبیعی مورد نیاز گردشگران زمستانی، منابع فرهنگی - باستانی، منابع انسان ساخت بر محور گردشگری زمستانی، منابع حمایتی در گردشگری زمستانی، شرایط تقاضا برای گردشگری زمستانی مشگین، محرک‌های موقعیتی مشگین در گردشگری زمستانی، مدیریت مقصد گردشگری زمستانی.

۳- پیشینه پژوهش

با مروری بر پژوهش‌های انجام شده در زمینه گردشگری زمستانی مشخص شد، زهر و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان "رقابت پذیری مقصد شاخص‌های ذهنی و عینی برای مناطق ورزشی زمستانی" به این نتیجه دست یافتند که شاخص‌های عملکرد ذهنی، تفاوت و انحراف فراوانی نسبت به شاخص‌های عملکرد عینی در بحث رقابت پذیری مناطق ورزشی زمستانی دارند [۱۹]. جانباز قبادی و نوروزی

(۱۳۹۴) در مطالعه خود با عنوان "اولویت بندی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری مقاصد گردشگری زمستانی (مطالعه موردی: پیست بین المللی اسکی دیزین)" اشاره می کنند که گردشگری زمستانی اسکی یکی از مهم ترین و پردرآمدترین فعالیت های گردشگری می باشد. در این پژوهش نتایج اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه مقصد گردشگری دیزین که با استفاده از روش فریدمن بدست آمدند عبارتند از: سرمایه گذاری برای ارتقای امکانات و خدمات پیست، بهبود کیفیت دسترسی به مقصد، توسعه، تبلیغ و بازاریابی محصولات گردشگری مقصد، مناسب سازی قیمت ارائه خدمات در مقصد، مدیریت و برنامه ریزی مقصد گردشگری [۷]. در مقاله باوش و گارتنر (۲۰۲۰) با عنوان، "گردشگری زمستانی در آلپ اروپا، آیا الگوی جدیدی لازم است؟" این نتیجه حاصل شد که بیشتر مقاصد گردشگری آلپ بر روی اسکی و ورزش های زمستانی تمرکز دارند ولی آینده بسیاری از این مقاصد دچار چالش و تغییر خواهد شد [۲۰]. نتایج پژوهش مهدوی و بیشمی (۱۳۹۲) نشان می دهد که راهبردهای توسعه گردشگری زمستانی در روستاهای حاشیه پیست اسکی شمشک در وضع موجود، جهت گیری به سوی راهبرد رقابتی دارند که در قالب ۸ راهبرد فرعی، قابل پیشگیری و عملیاتی سازی است، اما برای دستیابی به جایگاه مطلوب در توسعه گردشگری زمستانی با محوریت مشارکت روستاهای حاشیه پیست اسکی شمشک، اتخاذ راهبرد جهشی تهاجمی ضرورت دارد [۲۱]. همچنین ایرباس (۲۰۱۶) در مطالعه خود "تجزیه و تحلیل عملکرد رقابتی: تصویری از مقاصد گردشگری زمستانی ترکیه" به این نتیجه رسید که به منظور رقابت مؤثر یک مقصد، مدیران باید بتوانند موارد بهسازی را با توجه به منابع محدود و انتظارات بازار اولویت بندی نمایند [۲۲]. هالمن و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان "رقابت پذیری گردشگری ورزشی زمستانی آلپ" کاربرد مدل سازگاری را در مورد طرف تقاضای رقابت پذیری مقصد تأیید کردند و به این نتیجه رسیدند که از دیدگاه گردشگر: زیرساخت ها، دسترسی، مهمان نوازی، ترکیبی از فعالیت های موجود در مقصد و تصویر مقصد از عوامل مهم رضایت ادراک شده هستند، علاوه بر این، گردشگران به دنبال گذران تعطیلات خود در مکانی هستند که به نظرشان امن باشد [۲۳]. ارون و کوزاک (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان "جایگاه رقابتی مقاصد گردشگری زمستانی: تجزیه و تحلیل مقایسه ای دیدگاه های طرف عرضه و تقاضا" که در آن به مقایسه استراتژی های پنج مقصد گردشگری زمستانی در ترکیه پرداخته بودند به این نتیجه رسیدند که استراتژی تقویت جایگاه فعلی در تمامی مقاصد پذیرفته نشده است و استراتژی تغییر جایگاه را نیز تنها تعداد کمی از مقاصد قبول کرده اند [۲۴]. هدف مقاله "طبقه بندی ویژگی های مقصد گردشگری زمستانی طبق نظریه رضایت مشتری از سه عامل" که توسط داووراس (۲۰۲۰) نگارش شده است، طبقه بندی ویژگی های مقصد با توجه به نظریه سه عاملی رضایت مشتری از طریق بررسی تأثیرات خطی و غیرخطی صفات مقصد گردشگری زمستانی بر رضایت کلی مشتری (OCS) است که از روش پیمایشی برای جمع آوری داده ها استفاده شد. این مطالعه نشان می دهد که بهبود ویژگی های محصولات به عنوان عوامل اساسی از نارضایتی مشتری جلوگیری می کند و افزایش عملکرد ویژگی های طبقه بندی شده در عامل هیجان بر OCS تأثیر مثبت می گذارد [۲۵]. هالمن و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهش خود مبنی بر "درک عرضه کنندگان از رقابت پذیری مقاصد تفریحگاه های ورزشی زمستانی" شش گروه ذینفع را شناسایی کردند، که طبق مدل برآوردشده در پژوهش اختلافات قابل توجهی در درک ذینفعان از رقابت پذیری مقصد و ابعاد منافع اصلی، مدیریت مقصد و سیاست های مقصد وجود دارد [۲۶]. آکوش و گوللوجه (۲۰۱۶) در مقاله ای با عنوان "تأثیر تجارب به یاد ماندنی در رقابت پذیری مقصد" به این نتیجه رسیدند که تجربه های به یادماندنی جهانگردی، تأثیر چشم گیر و مثبتی بر تمام عوامل رقابت پذیری مقصد دارد [۲۷]. افراخته و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه خود تحت عنوان "تحلیل عوامل مؤثر در رقابت پذیری گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سرعین) با استفاده و تلفیق دو مدل رقابت پذیری کراچ ریچی و کانو بیان می کنند که ناحیه سرعین ترکیبی از جاذبه های انسانی و طبیعی را در خود جای داده و از نظر اکوتوریستی دارای قابلیت های فراوانی است که یافته های این تحقیق حاکی از آن است که از میان ۶ شاخص در مدل تلفیقی مذکور، به ترتیب منابع و جاذبه های محوری، مدیریت مقصد، عوامل تقویت کننده، برنامه ریزی خط مشی و توسعه مقصد، رضایت گردشگران، عوامل و منابع پشتیبان از اولویت برخوردارند [۲۸].

۴- روش‌شناسی پژوهش

پایه هر علمی، روش شناخت آن است و یکی از مهم‌ترین جنبه‌های تحقیق علمی، روش‌شناسی آن است. بدون روش‌شناسی تحقیق، نتایج بررسی و تحلیل‌های مربوطه، معتبر و قابل‌تعمیم نخواهد بود [۲۹]. پژوهش پیش‌رو از لحاظ هدف کاربردی می‌باشد به این دلیل که نتایج حاصل از پژوهش را می‌توان به صورت کاربردی برای بهبود گردشگری زمستانی شهرستان مشکین بکار گرفت. همچنین این پژوهش از نظر ماهیت توصیفی و به شیوه پیمایشی مبتنی بر پرسشنامه و از لحاظ نوع داده‌ها از نوع تحقیق کمی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را متخصصین و فعالین حوزه گردشگری زمستانی استان اردبیل، اساتید دانشگاه و فارغ‌التحصیلان (ارشد به بالا) گردشگری و کارشناسان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اردبیل که اطلاعات کافی در زمینه گردشگری زمستانی دارند، تشکیل می‌دهند که تعداد ۴۸ نفر آنان به عنوان نمونه (به روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند) انتخاب شدند. همچنین ابزار مورد استفاده در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات اولیه، پرسشنامه محقق ساخته بوده است که از دو بخش تشکیل شده است، بخش اول مربوط به سوالات جمعیت شناختی (۴ سوال) و بخش دوم شامل مؤلفه‌های رقابت پذیری گردشگری زمستانی اقتباس شده از مدل رقابت پذیری مقصد دویر و کیم (۳۰ سوال) که به صورت طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت طراحی شده بود، می‌باشد. برای بررسی روایی صوری و ظاهری و اطمینان از اینکه گویه‌های پرسشنامه توانایی اندازه‌گیری مفهوم مورد نظر را دارند، از نظرات خبرگان و اساتید گردشگری دانشگاه استفاده و تعدیلاتی که لازم بود صورت پذیرفت. و نیز برای برآورد میزان پایایی ابزار اندازه‌گیری از معیار آلفای کرونباخ استفاده شد که میزان آن برای این پرسشنامه ۰.۸۹ بود که نشان دهنده پایایی مطلوب می‌باشد. در این پژوهش تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS صورت گرفت. در بخش آمار استنباطی از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف و آزمون‌های ناپامتری نسبت موفقیت و فریدمن استفاده شد.

۵- یافته‌های پژوهش

با تجزیه و تحلیل ویژگی‌های فردی پاسخ دهندگان به وسیله آمار توصیفی، از مجموع ۴۸ نمونه آماری مشخص شد که تعداد ۲۰ نفر یعنی ۴۱.۷ درصد آنها را زنان و ۵۸.۳ درصد آنها را مردان تشکیل داده‌اند. از لحاظ توزیع سنی، ۳۹.۶ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۳۳.۳ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال، ۱۸.۸ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ و بقیه بالای ۵۰ سال داشتند. بررسی سطح تحصیلات نمونه آماری نشان می‌دهد که از این میان ۱۸.۸ درصد دارای مدرک دکتري، ۴۵.۸ درصد کارشناسی ارشد، ۲۷.۱ درصد کارشناسی و ۸.۳ درصد در سطح دیپلم و فوق‌دیپلم تحصیلات داشته‌اند. همچنین می‌توان گفت که ۲۰.۸ درصد افراد دارای سابقه فعالیت زیر ۵ سال، ۲۲.۹ درصد دارای سابقه فعالیت ۶ تا ۱۰ سال و بقیه بالای ۱۰ سال سابقه فعالیت در زمینه مرتبط را داشته‌اند. جدول شماره ۱ اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان را گزارش می‌دهد.

جدول ۱- آمار توصیفی ویژگی‌های فردی پاسخ دهندگان

ویژگی	تنوع	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۲۰	۴۱.۷
	مرد	۲۸	۵۸.۳
سن	۲۰ تا ۳۰ سال	۹	۱۸.۸
	۳۱ تا ۴۰ سال	۱۹	۳۹.۶
	۴۱ تا ۵۰ سال	۱۶	۳۳.۳
	بالای ۵۰ سال	۴	۸.۳
	دیپلم و فوق دیپلم	۴	۸.۳

۲۷.۱	۱۳	کارشناسی	تحصیلات
۴۵.۸	۲۲	کارشناسی ارشد	
۱۸.۸	۹	دکتری	
۲۰.۸	۱۰	کمتر از ۵ سال	سابقه فعالیت
۲۲.۹	۱۱	۶ تا ۱۰ سال	
۲۷.۱	۱۳	۱۱ تا ۱۵ سال	
۲۹.۲	۱۴	بیشتر از ۱۵ سال	

در ادامه برای بررسی توزیع داده‌ها به منظور تعیین نرمال یا غیرنرمال بودن داده‌ها از روش آزمون کولموگروف اسمیرنوف (KS) در این پژوهش استفاده گردید که نتایج حاصل از آن که با استفاده از نرم افزار Spss محاسبه شد در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲- بررسی توزیع داده‌ها به کمک آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (KS)

سطح معناداری (sig)	آماره	محرک‌ها
۰.۰۰۰	۰.۱۹۲	منابع طبیعی مورد نیاز گردشگران زمستانی
۰.۰۰۰	۰.۳۱۲	منابع فرهنگی - باستانی
۰.۰۰۶	۰.۱۵۵	منابع انسان‌ساخت بر محور گردشگری زمستانی
۰.۰۰۳	۰.۱۶۱	منابع حمایتی در گردشگری زمستانی
۰.۰۰۰	۰.۲۱۰	شرایط تقاضا برای گردشگری زمستانی مشگین
۰.۰۳۳	۰.۱۳۳	محرک‌های موقعیتی مشگین در گردشگری زمستانی
۰.۰۰۰	۰.۲۹۵	مدیریت مقصد گردشگری زمستانی

همان‌گونه که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود بر اساس آزمون کولموگروف-اسمیرنوف سطح معناداری تمام محرک‌های مؤثر کمتر از ۰.۰۵ می‌باشد، لذا توزیع داده‌های پژوهش غیرنرمال است. در نتیجه برای بررسی مؤثر بودن هر یک از محرک‌ها بر رقابت پذیر بودن شهرستان مشگین در گردشگری زمستانی از آزمون آماری ناپارامتریک نسبت موفقیت برای بررسی میانگین داده‌ها استفاده شده است. فرض‌های این آزمون به صورت زیر تدوین شده است.

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0 : p \leq 50 \\ H_1 : p > 50 \end{array} \right.$$

فرضیه H_0 : عامل مورد نظر بر رقابت پذیری مشگین شهر در گردشگری زمستانی اثر نمی‌گذارد.
فرضیه H_1 : عامل مورد نظر بر رقابت پذیری مشگین شهر در گردشگری زمستانی اثر می‌گذارد.

جدول ۳- نتایج آزمون نسبت موفقیت عوامل گوناگون

متغیر	آزمون فرض	تعداد	نسبت مشاهده شده	نسبت آزمون	عدد معنی داری
منابع طبیعی مورد نیاز گردشگران زمستانی	$p \leq 50$	۲	۰.۰	۰.۴	۰.۰۰۰
	$p > 50$	۴۶	۱.۰		
منابع فرهنگی - باستانی	$p \leq 50$	۱۲	۰.۳	۰.۴	۰.۰۲۲
	$p > 50$	۳۶	۰.۷		

۰.۰۰۰	۰.۴	۰.۱	۶	$p \leq /50$	منابع انسان ساخت بر محور گردشگری زمستانی
		۰.۹	۴۲	$p > /50$	
۰.۰۰۰	۰.۴	۰.۱	۳	$p \leq /50$	منابع حمایتی در گردشگری زمستانی
		۰.۹	۴۵	$p > /50$	
۰.۱۶۵	۰.۴	۰.۵	۲۳	$p \leq /50$	شرایط تقاضا برای گردشگری زمستانی مشکین
		۰.۵	۲۵	$p > /50$	
۰.۰۱۰	۰.۴	۰.۲	۱۱	$p \leq /50$	محرك‌های موقعیتی مشکین در گردشگری زمستانی
		۰.۸	۳۷	$p > /50$	
۰.۰۰۰	۰.۴	۰.۱	۲	$p \leq /50$	مدیریت مقصد گردشگری زمستانی
		۰.۹	۴۵	$p > /50$	

طبق جدول شماره ۳ که بیانگر نتایج آزمون نسبت موفقیت عوامل رقابت پذیری شهرستان مشکین در گردشگری زمستانی می‌باشد و با توجه به عدد معنی‌داری که کوچکتر از ۰.۰۵ است، می‌توان نتیجه گرفت که نسبت آزمون با نسبت مشاهده شده در عوامل گوناگون تفاوت معناداری دارد. همچنین از آنجا که در عوامل منابع طبیعی مورد نیاز گردشگران زمستانی، منابع فرهنگی - باستانی، منابع انسان ساخت بر محور گردشگری زمستانی، منابع حمایتی در گردشگری زمستانی، محرك‌های موقعیتی مشکین در گردشگری زمستانی و مدیریت مقصد گردشگری زمستانی نسبت مشاهده شده از نسبت آزمون بیشتر است، این عوامل در رقابت پذیری شهرستان مشکین در گردشگری زمستانی مؤثر هستند. در ادامه برای اولویت بندی این هفت عامل از آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره ۴ آمده است.

جدول ۴- مقایسه میانگین رتبه میانگین‌ها در آزمون فریدمن

اولویت محرک‌ها	میانگین رتبه	محرک‌ها
۱	۴.۷۲	منابع طبیعی مورد نیاز گردشگران زمستانی
۶	۳.۵۴	منابع فرهنگی - باستانی
۴	۴.۰۴	منابع انسان ساخت بر محور گردشگری زمستانی
۳	۴.۲۷	منابع حمایتی در گردشگری زمستانی
۷	۳.۳۲	شرایط تقاضا برای گردشگری زمستانی مشکین
۵	۳.۸۱	محرك‌های موقعیتی مشکین در گردشگری زمستانی
۲	۴.۲۹	مدیریت مقصد گردشگری زمستانی

جدول ۵- معناداری تفاوت عوامل گوناگون در آزمون فریدمن

شاخص‌های آماری	مقادیر محاسبه شده
تعداد (N)	۴۸
کای-اسکوئر (chi-square)	۱۵.۲۷۹
درجه آزادی (df)	۶
سطح معناداری (sig)	۰.۰۱۸

جدول شماره ۴ اولویت بندی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری شهرستان مشکین در گردشگری زمستانی را نشان می‌دهد که طبق آن، محرک منابع طبیعی مورد نیاز گردشگران زمستانی با مقدار میانگین ۴.۷۲ بالاترین رتبه و محرک شرایط تقاضا برای گردشگری زمستانی مشکین

شهر با میانگین ۳.۳۲ از کمترین اولویت برخوردار است. همچنین با توجه به خروجی آزمون جدول شماره ۵، مقدار سطح معناداری از ۰.۰۵ کمتر می‌باشد بنابراین می‌توان گفت که بین عوامل رقابت پذیری گردشگری زمستانی مشکین شهر اولویت وجود دارد..

۶- بحث و نتیجه گیری

یکی از گونه‌های رایج و مهیج گردشگری در صورت تقسیم‌بندی آن بر اساس فصول سال، گردشگری زمستانی می‌باشد. با توجه به سردسیر و کوهستانی بودن شهرستان مشکین شهر که در جوار کوه زیبای سبلان واقع شده و همچنین طولانی بودن فصل سرما و وجود دوره برف طولانی در این شهرستان می‌توان گفت، از جمله مساعدترین نقاط برای توسعه گردشگری زمستانی در ایران، این منطقه می‌باشد. نظر به وجود این پتانسیل‌های عظیم در پژوهش حاضر تلاش شد، شاخص‌های رقابت پذیری این شهرستان در بحث گردشگری زمستانی نسبت به رقبای موجود در کشور و منطقه طبق مدل رقابت پذیری مقصد دویر و کیم استخراج و سپس به ترتیب اولویت‌بندی گردد.

بر این اساس در بین هفت شاخص‌های استخراج شده از مدل مورد نظر، عامل منابع طبیعی مورد نیاز گردشگران زمستانی در مشکین شهر به عنوان اولین و مهم‌ترین شاخص شناخته شد که خود به ترتیب شامل: طبیعت بکر زمستانی شهرستان مشکین، شگفتی‌های طبیعت و مناظر شهرستان در فصل زمستان، حیات گیاهی و جانوری، ذخیره‌گاه‌های طبیعی، نظافت و بهداشت محیط و اقلیم آسایش مورد نیاز گردشگری زمستانی می‌باشد که هر کدام در رقابت پذیری شهرستان در گردشگری زمستانی می‌توانند مؤثر باشند. شاخص مدیریت مقصد گردشگری زمستانی به عنوان دومین عامل بر اساس اهمیت انتخاب شد که از مؤلفه‌های اصلی این شاخص می‌توان به، مدیریت بازاریابی مقصد گردشگری زمستانی، سیاست‌ها و برنامه ریزی‌ها برای توسعه گردشگری زمستانی، سازمان مدیریت مقصد، مدیریت زیست محیطی مقصد و تربیت و آموزش نیروهای متخصص در زمینه گردشگری زمستانی اشاره کرد. شاخص منابع حمایتی و پشتیبانی در گردشگری زمستانی در رده سوم اولویت عوامل از نظر پاسخ‌دهندگان قرار گرفت که نوع مهمان نوازی ساکنین شهرستان مشکین از گردشگران زمستانی، کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگران زمستانی و زیرساخت‌های عمومی برای تسریع در توسعه این گونه گردشگری را در برمی‌گیرد. محرک منابع انسان ساخت بر محور گردشگری زمستانی، به جهت اهمیت روزافزون تکنولوژی و پیشرفت بشر رتبه چهارم را در میان شاخص‌ها به خود اختصاص داد که توجه به امر زیرساخت‌های اختصاصی گردشگری زمستانی، بحث خرید و ایجاد انواع متنوع سرگرمی برای گردشگران زمستانی این شهرستان در این عامل حائز اهمیت می‌باشد. رده پنجم به شاخص عوامل موقعیتی در گردشگری زمستانی اختصاص یافت که رقابت پذیری مقصد بر اساس قیمت تعیین شده برای گردشگران زمستانی، موقعیت فیزیکی و استقرار مقصد، موقعیت مقصد در محیط رقابتی خرد، موقعیت مقصد در محیط کلان (جهانی و منطقه‌ای) و ایمنی و امنیت مقصد برای گردشگران زمستانی نیز جزو مؤلفه‌هایی می‌باشد که برنامه ریزان باید به آنها توجه نمایند. شاخص منابع فرهنگی - باستانی به لحاظ اینکه گردشگران زمستانی عمدتاً هدف از بازدیدشان ماجراجویی و تفریح است عامل ششم یا ماقبل آخر انتخاب شد که در آن هنرهای سنتی، تنوع غذاها، سایت‌های تاریخی و میراثی، ویژگی‌های هنری و معماری، و فرهنگ محلی و مردمی شهرستان مشکین شهر می‌تواند جزو جاذبه‌های مکمل و تقویت کننده گردشگری زمستانی برای رقابت پذیرتر کردن این مقصد لحاظ شوند. و نهایتاً شاخص شرایط تقاضا به عنوان آخرین عامل به لحاظ اولویت‌بندی شاخص‌های رقابت پذیری مقصد گردشگری زمستانی شهرستان مشکین شهر انتخاب شده است که عوامل آگاهی از مقصد و درک از مقصد توسط گردشگران زمستانی مؤلفه‌های آن هستند. از این رو می‌توان این گونه استنباط نمود که ابتدا باید منابع طبیعی مناسب و مورد نظر برای این نوع از گردشگری وجود داشته باشد و سپس با مدیریت مقصد توانمند، انواع منابع دیگر و فعالیت‌های بازاریابی انجام شود تا نهایتاً گردشگران زمستانی از وجود مقصد آگاه گشته و درک عمیق‌تری از مقصد گردشگری زمستانی پیدا کنند که این امر موجب شکل‌گیری تقاضا شده و مقصد را در جایگاه بهتری نسبت به رقبای قرار می‌دهد.

نتایج پژوهش حاضر با نتایج مطالعات جانباز قبادی و نوروزی (۱۳۹۴)، زهره و همکاران (۲۰۱۷)، ایرباس (۲۰۱۶) و هالمن و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی و همسویی دارد.

در پایان پیشنهاد می‌شود که بر اساس منابع طبیعی بکر و مناسب شهرستان مشکین شهر برنامه‌ریزی بازاریابی و سیاست‌گذاری مناسب در زمینه گردشگری زمستانی تدوین و اتخاذ گردد. همچنین برنامه ریزان و سیاست‌گذاران مرتبط با این حوزه می‌توانند با ایجاد زیرساخت‌های تخصصی متناسب با این نوع گردشگری، افزایش کیفیت خدمات گردشگری زمستانی و قیمت‌گذاری رقابتی در جهت ارائه خدمات به گردشگران و استفاده از ظرفیت مهمان‌نوازی مردمان محلی این شهرستان، زمینه را برای جذب هر چه بیشتر گردشگران زمستانی فراهم کنند.

۷- منابع

۱. مریانجی، زهره، و عباسی، حامد. (۱۳۹۵). بررسی تغییرات بارش برف به منظور برنامه‌ریزی گردشگری زمستانه در کوهستان الوند همدان. میراث و گردشگری، ۱(۳)، ۳۷-۵۱.
۲. جعفرتاش امیری، برزین، پویان‌زاده، نسترن. (۱۳۹۳). ارزیابی و اولویت‌بندی شاخص‌های رقابت‌پذیری صنعت گردشگری ایران. فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، ۲۸(۳)، ۸۵-۱۰۶.
۳. ضیائی، محمود و بختیاری، آرشین. (۱۳۸۸). شاخص اقلیم آسایش گردشگری جزیره کیش، مجموعه مقالات پنجمین همایش ملی خلیج فارس
۴. اربابی، فریده، خسروی، محمود، پایدار ابوذر. (۱۳۹۷). کاربرد شاخص اقلیمی تعطیلات (HCI) در تعیین تقویم گردشگری زمستانه (مطالعه موردی: استان سیستان و بلوچستان). فصلنامه علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۸(۳۱)، ۴۷-۶۰.
5. Serbulent, O. and Nurunnisa, U(2007), Developing a Geogrphic Information System for Sarikamish Winter Tourism Center, Ankara, Gazi University Research Fund, pp. 1.21
6. Kammer, peter , (2002) , Floristic changes in subalpine Grasslands After 22 Years of Artificial snowing, Jurnal of Nature Conservation, Switzerland, Institute of Plant Science, vol 10 , pp 109- 123
۷. جانباز قبادی، غلامرضا؛ نوروزی، شیدا. (۱۳۹۴). اولویت‌بندی عوامل موثر بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری زمستانی مطالعه موردی پیست بین‌المللی اسکی دیزین، اولین همایش بین‌المللی و چهارمین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست
8. Solvia, R (2007). Landscape Stories: Using Ideal Type Narratives as a Heuristice Device in Rural Studies. Journal of Rural Studies, 27, pp 62-74.
9. Navickas, V. & Malakauskaite, A. (2009). The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors. Engineering Economics, 37 - 44.
۱۰. بریمانی، رمضان زاده لسبویی، تبریزی، نازنین، نودراصل، سهند. (۱۳۹۶). ارزیابی رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری سلامت با تاکید بر منابع و جاذبه‌های محوری (مطالعه موردی: چشمه‌های آبگرم رامسر). نشریه علمی جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۲(۶۳)، ۲۶-۵۰.
11. Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2005). The Competitive destination: A sustainable TOURISM PERSPECTIVE. Wallingford,UK: CABI Publishing.).
۱۲. ایمانی، بهرام، ارشدی، علی. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی و سطح‌بندی روستاهای هدف گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان مشکین شهر) جغرافیایی فضای گردشگری، ۶(۲۴)، ۳۷-۵۵.
13. Flagestad, A & Hope, C.A (2001). Strategic success in winter sports destinations: a sustainable value creation perspective. Tourism Management, 22, pp 445-461.
14. Davras, G. M. (2020). Classification of Winter Tourism Destination Attributes According to Three Factor Theory of Customer Satisfaction. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 1-21.
15. Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. 1999. Tourism, competitiveness, and societal prosperity. Journal of business research, 44(3), 137-152.

16. Alina, C., Cătălina, R.(2008). Competitiveness of Romania as a Tourist Destination, Retrieved from <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2008/v4-management-marketing/145.pdf>.
۱۷. موحد، علی، کرده، نعمت، (۱۳۹۶). سطوح پایداری در محله های شهری مطالعه موردی: محلات شهر مهاباد، دوره ۱۰، شماره ۳۹، صص ۲۸-۱.
18. Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in tourism*, 6(5), 369-414.
19. Zehrer, A., Smeral, E., & Hallmann, K. (2017). Destination competitiveness—A comparison of subjective and objective indicators for winter sports areas. *Journal of Travel Research*, 56(1), 55-66
20. Bausch, T., & Gartner, W. C. (2020). Winter tourism in the European Alps: Is a new paradigm needed? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31, 100297.
۲۱. مهدوی حاجیلویی، مسعود؛ بیشمی، بهار. (۱۳۹۲). توسعه گردشگری زمستانی در مقاصد روستایی مطالعه موردی: روستاهای حاشیه پیست اسکی شمشک شمال تهران، پژوهش های جغرافیایی انسانی، دوره ۴۶، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۳
22. Erbas, E. (2016). Competitive determinance—performance analysis: an illustration on Turkish Winter Tourism Destinations. *Tourism Analysis*, 21(1), 93-106.
23. Hallmann, K., Müller, S., & Feiler, S. (2014). Destination competitiveness of winter sport resorts in the Alps: how sport tourists perceive destinations?. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 327-349.
24. Evren, S., & Kozak, N. (2018). Competitive positioning of winter tourism destinations: A comparative analysis of demand and supply sides perspectives—Cases from Turkey. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 247-257.
25. Davras, G. M. (2020). Classification of Winter Tourism Destination Attributes According to Three Factor Theory of Customer Satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-21.
26. Hallmann, K., Müller, S., Feiler, S., Breuer, C., & Roth, R. (2012). Suppliers' perception of destination competitiveness in a winter sport resort. *Tourism Review*.
27. Akkuş, G., & Güllüce, A. C. (2016). Effect of memorable tourism experiences to destination competitiveness: Winter tourist-oriented research. *American International Journal of Social Science*, 5(4), 65-84.
۲۸. افراخته، حسن، و جلالیان، حمید، و آرامی، ابراهیم. (۱۳۹۸). عوامل مؤثر در رقابت پذیری گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سرعین). مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی (چشم انداز جغرافیایی)، دوره ۱۴، شماره ۲ (پیاپی ۴۷)، ۴۵۷-۴۷۲.
۲۹. خاکی، غلامرضا. (۱۳۹۴). روش تحقیق در مدیریت، انتشارات فوژان، چاپ چهارم