

Analyzing The Effect of the Organizational Capacity on the Competitiveness of Spa Tourism Destinations; Case Study: Sarein City

Mojtaba Javdan* 

Assistant Professor, Geography and Tourism
planning, Kharazmi University, Tehran, Iran

Simin Tavallaei 

Professor, Geography and Tourism planning,
Kharazmi University, Tehran, Iran

Fatemeh Mehraban 

M.A. Student in Geography and Tourism
Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran

Abstract

The growing competitiveness and growth of the tourism industry have put tourism beneficiaries on the path of thinking and appropriate strategic and futuristic action to enhance the destination's competitiveness. Therefore, this study aims to analyze the impact of organizational capacity development components on the competitiveness of Sarein spa tourism destinations and, consequently, the research model is quantitative. The required initial data were collected based on a questionnaire tool and from a sample population of over 200 people in two chain methods (for experts of organizations and related services) and random (for tourists) in Sarein city. Findings indicated that from organizational capacity development, the components of leadership capacity, human resources and especially communication are weak. Also, from the viewpoint of competitiveness, apart from the appropriate conditions of the resource quality component, the other two components, namely destination management and the competitive performance component, are not suitable for promoting tourism development. Structural equation modelling demonstrated that the components of organizational capacity development have a positive and significant effect on the competitiveness of Sarein spa tourist destinations. Proving this effect can provide a new thematic context for the development of related literature to improve the competitiveness of the destination.

* Corresponding Author: mjavdan@khu.ac.ir

How to Cite: Javdan, M., Tavallaei, S., Mehraban, F. (2021). Analyzing The Effect of the Organizational Capacity on the Competitiveness of Spa Tourism Destinations; Case Study: Sarein City. *Tourism Management Studies*, 16(56), 83- 129.

Introduction

The focus and purpose of the research is to analyze the impact of organizational capacity development components on the competitiveness of the spa tourism destination in Sarein. "Organizational capacity development" as an intermediate and important link of capacity system components (individual, organizational and systemic), organized application of leadership and management, organizational resources and culture and communication processes to improve the capabilities and functions of the organization over time and in a way which is considered stable (UNDP,2009; Aref,2011).

Alongside the changes in travel patterns over the past few years, the new trends indicated the strengthening of the spa and medical tourism product (Csapó & Marton; 2017; 56) which, due to the growth of the global health tourism market, has made it necessary to be competitive in this field .

The competitiveness of tourist destinations is one of the most important factors in the success of the destination (Paunovi'c et al., 2020). The argument is that competing tourist destinations seek to satisfy tourists and expand their share of the target market (Cronje & Plessis, 2020). In this regard, competitiveness can be considered the ability of the destination to optimize attractions (products and services) and sustainably create added value to maintain a competitive position of the destination and provide suitable conditions for the unique experience of visitors and better quality of residents' lives and care for local capital (natural and heritage) over time (Fernández et al., 2020).

Materials and research methods

The present study is based on quantitative research regarding applied purpose and research pattern. Based on the available literature, the conceptual research model is organized in the form of independent (organizational capacity development) and dependent (destination competitiveness) variables. The conceptual components of the proposed model in the field of organizational capacity development, leadership capacity (management), organizational capacity, resource capacity and communication have been determined. In destination competitiveness, three key components of resource and product quality, destination management and marketing factors, and Competitive destination performance are defined. Based on the available literature, 14 components and 80 variables have been used to design the questionnaire tool to implement the above concepts. Preliminary data were collected through surveying in the target statistical population and based on 200 sample populations of experts from executive organizations and activists of industry and related services in Sarein, and relationships were tested based on structural equation modelling (in Smart PLS software

environment). The scale of the questionnaire items was the Likert five-choice range.

Findings and discussion

Based on descriptive findings, the average response rank of organizational capacity development items and destination competitiveness in Sarein city is lower than the average of 3 (from the fifth rank ceiling). It indicates a gap in the capacity of organizations for destination development and competitiveness. Based on the findings and within the framework of organizational capacity, the status of the human resources component had the best, and organizational communication had the worst mean response rank.

Conclusion

Structural equation modelling indicated that the designed structure and the causal relationships fit properly. As a result, the coefficients of the items and the path pattern of the relationships are significant. In other words, this hypothesis confirmed that the development of organizational capacity has a positive and significant effect on the competitiveness of the spa tourism destination in Sarein.

Keywords: Organizational Capacity, Tourism Destination Competitiveness, Spa Tourism, Sarein City.



تحلیل تاثیر ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد گردشگری آب گرم، مورد مطالعه: شهر سرعین

استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران،
ایران

* مجتبی جاودان

استاد گروه جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

سیمین تولایی

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی،
تهران، ایران

فاطمه مهربان

چکیده

رشد و رقابت فزاینده صنعت گردشگری ذی نفعان گردشگری را در مسیر تفکر و اقدام راهبردی مقتضی برای ارتقای توانایی رقابت پذیری مقصد قرار داده است. پژوهش حاضر با هدف تحلیل تاثیر مولفه های توسعه ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد گردشگری آب گرم سرعین انجام شد؛ روش شناسی پژوهش کمی و از نوع تحلیلی است. داده های مورد نیاز مبتنی بر ابزار پرسشنامه و از جمعیت نمونه منتخب بالغ بر ۲۰۰ نفر به دو شیوه زنجیره ای (برای کارشناسان) و تصادفی (برای گردشگران) در شهر سرعین گردآوری شد. یافته های توصیفی نشان داد که در چهارچوب ظرفیت سازمانی، مولفه های ظرفیت رهبری سازمان، منابع و به ویژه ارتباطات سازمانی دچار ضعف است؛ همچنین از نظر رقابت پذیری، جدای از شرایط مناسب مولفه کیفیت منابع و محصول، دو مولفه دیگر مدیریت و بازاریابی مقصد و مولفه عملکرد رقابتی مقصد در شرایط نامناسبی قرار دارند. مبتنی بر شکاف موجود در زمینه کم توجهی به تاثیر پذیری رقابت پذیری از ظرفیت سازمان های مدیریت مقصد، مدل یابی معادلات ساختاری نشان داد که: ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد گردشگری آب گرم در شهر سرعین تاثیری معنادار و مثبت داشته است؛ در نتیجه، با بهبود مولفه های ظرفیت سازمان های مدیریت مقصد در شهر سرعین، می توان عملکرد بهتری از رقابت پذیری صنعت آب گرم را انتظار داشت؛ اثبات این تاثیر می تواند بستر موضوعی جدید را برای توسعه ادبیات مرتبط و اثربخشی ظرفیت سازمانی در فرایند رقابت پذیری مقصد فراهم آورد.

کلیدواژه‌ها: ظرفیت سازمانی، رقابت‌پذیری مقصد گردشگری، گردشگری آب‌گرم، شهر سرعین.

مقدمه

رشد و رقابت فزاینده میان عناصر سیستمی صنعت گردشگری تصمیم‌سازان و ذی‌نفعان را در مسیر تفکر آینده‌نگر و اقدام راهبردی برای ارتقای عملکرد رقابت‌پذیری مقصد قرار داده است (اندرو و همکاران^۱، ۲۰۲۱)؛ "توسعه ظرفیتی"^۲ از جمله رهیافت‌های جایگزین برای بهبود توانایی رقابت‌پذیری (کوسوما^۳، ۲۰۲۱) در سطوح فردی^۴، سازمانی^۵ و سیستمی^۶ و هم‌افزایی اثربخش میان ظرفیت‌ها و بهبود عملکردها در پیوستار زمان به‌شمار آمده‌است (عارف^۷، ۲۰۱۰). در این راستا، "ظرفیت سازمان"^۸، به‌عنوان حلقه میانی اجزای سیستم ظرفیتی، رسالت بهبود مستمر ظرفیت برای نیل به اثربخشی عملکردهای سازمان به شیوه‌ای پایدار را بر عهده دارد (عارف، ۲۰۱۱؛ لاس^۹، ۲۰۱۳).

اهمیت کاربرد وجوه نظری - تحلیلی رهیافت "توسعه ظرفیت سازمانی" معطوف به ساختار و کارکرد "سازمان‌های مدیریت مقصد" می‌شود، زیرا آن‌ها از طریق پی‌ریزی ساختارها و تهیه برنامه‌ها در پیشبرد امور توسعه درونی مقصد ایفای نقش می‌کنند (ریچی^{۱۰}، ۲۰۱۰). از سوی دیگر، سازماندهی منابع برای توسعه بیرونی مقصد (بازاریابی) و مدیریت تجربه گردشگران را نیز موجب می‌شوند (نگروینا و کروس^{۱۱}، ۲۰۱۶). درنهایت، سازمان‌های مدیریت مقصد با رهبری یکپارچه و همکاری بین ذی‌نفعان، توسعه فراگیر مقصد را نیز تسهیل می‌کنند (ولگر و پچلانر^{۱۲}، ۲۰۱۴؛ باربینی و پرسوتی^{۱۳}، ۲۰۱۵؛ فوریس و همکاران^{۱۴}، ۲۰۲۱). با وجود پذیرش اهمیت و تاثیر مثبت سازمان‌های مدیریت مقصد، چالش‌ها و شکاف‌هایی نیز در خصوص اثربخشی عملکرد آن‌ها وجود دارد. از دیدگاه باربینی و

-
1. Andreu et al.
 2. Capacity Development
 3. Kusuma
 4. Individual
 5. Organizational
 6. System(Social)
 7. Aref
 8. Organizational Capacity
 9. Loss
 10. Ritchie
 11. Negruşa & Coros
 12. Volgger & Pechlaner
 13. Barbini & Presutti
 14. Foris et al.

پرسوتی (۲۰۱۵)، رفتار رقابتی بازیگران مختلف و چالش عدم توانایی سازمانی از جمله موانع جدی در نیل به رقابت پذیری و موفقیت مقصد تلقی شده‌اند. عارف (۲۰۱۱) فقدان ظرفیت سازمانی را چالشی مهم برای توسعه گردشگری در کشور های در حال توسعه دانسته‌است. ضعف در مولفه‌های ظرفیت مدیریت و روابط سازمانی در توسعه گردشگری ساحلی (افتخاری و رمضان نژاد، ۱۳۹۷) و همچنین ناتوانی ظرفیت رهبری و ارتباطات میان سازمان‌ها از جمله چالش‌های مهم شناسایی شده برای توسعه گردشگری به‌شمار آمده‌است (کاجورنبون و دهیراتی، ۲۰۱۹؛ کوسوما^۲، ۲۰۲۰)؛ بدین اعتبار، ضروری می‌نماید که برای ارتقای اثربخشی عملکرد سازمان‌ها و موفقیت در عرصه رقابت پذیری مقصد، "ظرفیت سازمانی" و تاثیر آن در ارتقای وضعیت را در کانون توجه قرار داد.

طی بیش از دو دهه اخیر، رقابت پذیری مقصدهای گردشگری اهمیت فزاینده‌ای یافته است (کرونز و پلسیس^۳، ۲۰۲۰)، به طوری که از عوامل مهم موفقیت مقصد در همه اشکال و از جمله در حوزه سلامت و گردشگری آب گرم^۴ (چسپو و مارتون^۵، ۲۰۱۷) برای بهینه‌سازی جذابیت محصول و کیفیت خدمات، جلب رضایت گردشگران، بهینه‌سازی منافع در بازار و در نهایت رفاه پایدار جامعه میزبان به‌شمار آمده‌است (فرناندز و همکاران^۶، ۲۰۲۰، ضیایی و همکاران، ۱۳۹۹؛ غضبانی و همکاران، ۱۳۹۹).

موفقیت یک مقصد به توان رقابت پذیری آن در بازار جهانی بستگی دارد. همچنین برای حفظ موقعیت رقابتی، مقصد گردشگری باید در برابر رویداد های پیش‌بینی نشده تاب آورد و برای طولانی مدت پایدار بماند (پانوویچ و همکاران^۷، ۲۰۲۰)؛ از سوی دیگر، رقابت پذیری مقصد نتیجه تاثیر یک محصول یا خدمت واحد نیست، بلکه توسط ذی‌نفعان متعدد نظیر نهادها و شرکت‌های تولیدکننده محصول و خدمات گردشگری، ساکنان و سازمان‌های مدیریت مقصد به دست می‌آید (هاپ^۸، ۲۰۲۱).

-
1. Kajornbun & Dhirathiti
 2. Kusuma
 3. Cronje & Plessis
 4. Spa Tourism
 5. Csapó & Marton
 6. Fernández et al.
 7. Paunović et al.
 8. Happ

پیشینه پژوهش‌ها در سطح بین‌المللی نشان از آن دارد که سه تیپ از مدل‌های مفهومی، تحلیلی و یکپارچه در زمینه رقابت‌پذیری مقصد طرح شده و توسعه یافته‌است (ریسفاندینی و همکاران^۱، ۲۰۲۱، ۲۵۴) اولین تلاش‌ها برای توسعه شالوده یک مفهوم فراگیر از رقابت‌پذیری معطوف به مدل مفهومی فراگیر ریچی و کراچ^۲ (۱۹۹۹، ۲۰۰۳) است، که رقابت‌پذیری را در دو سطح کلان و مقصد مورد بحث قرار داده و از مهم‌ترین‌ها در این حوزه است. دواپر و کیم^۳ (۲۰۰۳)، کیم و ویکس^۴ (۲۰۱۰) و مانرای و همکاران^۵ (۲۰۱۸) و دیگران نیز در بسط مدل‌های مفهومی کوشیده‌اند. تیپ دوم تلاش‌ها معطوف به توسعه مدل تحلیلی یا روی بخشی از جنبه‌های تحلیلی رقابت‌پذیری در سطح مقصد متمرکز است؛ دیکینسر و ونهوف^۶ (۱۹۹۴)، حسن^۷ (۲۰۰۰)، اینرایت و نیوتن^۸ (۲۰۰۴) و فرناندز^۹ (۲۰۲۰) نیز در این گونه از مطالعات جای می‌گیرند. تیپ سوم پژوهش‌هایی‌اند که با تعریف مجموعه‌ای از شاخص‌های کلیدی بر روی سنجش تطبیقی رقابت‌پذیری مقصد در قالب مدلی یکپارچه تمرکز کرده‌اند؛ مطالعات کیم و همکاران^{۱۰} (۲۰۰۰)، گومزلیج و مایالیک^{۱۱} (۲۰۰۸)، اساف و جوسیاسن^{۱۲} (۲۰۱۱) و شاخص‌های رقابت‌پذیری مجمع جهانی اقتصاد^{۱۳} (۲۰۱۹) نمونه‌هایی شاخص از این تیپ به‌شمار می‌روند.

پژوهش‌های داخلی در حوزه رقابت‌پذیری مقصد عمدتاً متوجه کاربست مدلی منتخب یا اجزایی منتخب از مدل‌های سه‌گانه مذکور برای سنجش رقابت‌پذیری در مقصد یا مقصد های مشخص بوده‌اند (فرزین و ناد علی پور، ۱۳۸۹؛ ایمانی خوشخو و ناد علی پور، ۱۳۹۵؛ فرزین و همکاران، ۱۳۹۷؛ برومند و همکاران، ۱۳۹۷؛ بریمانی و همکاران، ۱۳۹۷؛ ملکی و سجادیان، ۱۳۹۷؛ خاکپور و همکاران، ۱۳۹۷؛ افراخته و همکاران، ۱۳۹۸؛ ابراهیمی و

1. Risfandini et al
2. Ritchie & Crouch
3. Dwyer & Kim
4. Kim & Wicks
5. Manrai et al
6. De Keyser & Vanhove
7. Hassan
8. Enright & Newton
9. Fernández et al.
10. Kim et al.
11. Gomezelj & Mihalič
12. Assaf & Josiassen
13. World Economic Forum

همکاران، ۱۳۹۸؛ رحمانی و رهنما، ۱۳۹۹؛ قادری و اعرابی، ۱۳۹۹؛ مینایی و همکاران، ۱۳۹۹؛ دلشاد، ۱۴۰۰ و خانزاده و همکاران، ۱۴۰۰)؛ در این میان، فعالیت‌های محدودی هم مبتنی بر رویکردها و فنون کیفی برای ارائه چهارچوب مفهومی از اجزای رقابت‌پذیری مقصد به سرانجام رسیده است، که به‌طور ویژه، مطالعه ضیایی و همکاران (۱۳۹۹) در حوزه رقابت‌پذیری مقصد و پژوهش غضبانی و همکاران (۱۳۹۹) در حوزه رقابت‌پذیری ژئوتوریسم از اهمیت برخوردارند.

برای جمع‌بندی پیشینه می‌توان اظهار کرد که با وجود تلاش‌های انجام‌شده، توافق عمومی‌ای در زمینه مبانی مفهومی و روش‌شناسی سنجش رقابت‌پذیری متأثر از شرایط متباین مقصدهای گردشگری وجود ندارد (ریسفاندینی و همکاران، ۲۰۲۱ و جونیو و همکاران، ۲۰۱۶). علاوه بر اهمیت موارد مذکور و در جایگاه متغیر وابسته، رقابت‌پذیری مقصد تابعی از توانایی ظرفیت سازمان (های) گردشگری است که کمتر مورد توجه قرار گرفته است (بورنهورستا و همکاران، ۲۰۰۹).

بدین اعتبار، اگرچه نقش سازمان‌ها در فرایند توسعه مقصد پذیرش شده و روی آن تأکید شده است و رقابت‌پذیری را شرط موفقیت مقصد در مقایسه با رقبا به‌شمار آورده‌اند، ولی تاثیر مولفه‌های ظرفیت سازمان در فرایند رقابت‌پذیری مقصد شکافی است که در بستر پژوهش حاضر پوشش داده می‌شود، که در پیشینه فاقد سابقه است.

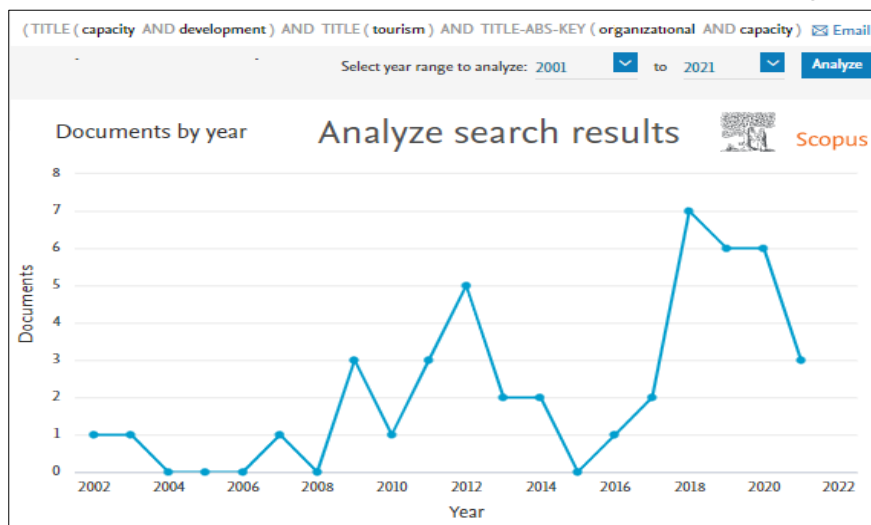
شهر سرعین در فاصله بیست و پنج کیلومتری از مرکز استان (شهر اردبیل) و در دامنه‌های کوه سبلان واقع شده است و به‌واسطه بهره‌مندی از چهارده چشمه آب گرم و مجتمع‌های آب‌درمانی و همچنین جاذبه‌های متنوع، از قطب‌های مهم گردشگری تندرستی و آب‌گرم به‌شمار می‌آید. براساس نتایج طرح آمارگیری از گردشگران ملی در بهار ۱۳۹۸، در حدود ۱۹۶۱۲۵۱ نفر گردشگر وارد استان اردبیل شدند و از این میان، حدود هفتصد هزار نفر نیز از شهر سرعین بازدید کردند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۸)؛ بر این اساس، با عنایت به اهمیت بازار روبه‌رشد گردشگری آب‌گرم و ظرفیت قابل‌اتکای مقصد سرعین، ضرورت دارد تا مسائل پیش‌رو از نظر مولفه‌های ظرفیت سازمانی و رقابت‌پذیری مقصد مورد بحث واقع شود. لذا مسئله کانونی پژوهش در قالب الگوی کمی و ساختار تحلیلی عبارتست از: "ظرفیت سازمانی چه تاثیری در رقابت‌پذیری مقصد گردشگری آب‌گرم در شهر سرعین دارد"؟

بدین اعتبار، رسالت و هدف کانونی پژوهش حاضر شناخت نظام‌پذیر از شالوده مفهومی - نظری ظرفیت سازمانی (متغیر مستقل) همراه با رقابت‌پذیری مقصد (متغیر وابسته) است تا بتوان با برآزش (مدل اندازه‌گیری و ساختاری) مدل مفهومی پیشنهادی و سازماندهی یافته‌ها، زمینه مناسبی برای تحلیل تاثیر عوامل و به‌کرد اقدامات برای پژوهش‌های آتی را نیز فراهم آورد.

مروری بر پیشینه مفهومی - نظری

رهیافت "توسعه ظرفیتی" محصول ابتکارات آژانس‌های توسعه و نهادهای بین‌المللی در سایه همکاری چندجانبه طی چند دهه گذشته است، که پس از دهه ۹۰ با روندی فزاینده زمینه کاربرد آن در حوزه برنامه ریزی (لاورگن و ساکسی، ۲۰۰۱) از جمله گردشگری نیز فراهم شده است (شکل شماره ۱).

شکل شماره ۱: پیشینه توسعه ظرفیتی و ظرفیت سازمان در گردشگری (اسکوپوس، ۲۰۲۱)



ساختار رهیافت توسعه ظرفیتی مبتنی بر نظامی سه سطحی (فردی، سازمانی و سیستمی) سازمان یافته است (شکل شماره ۲) و در جایگاه تعریف، فرایند ارتقای توانایی افراد، سازمان‌ها و سیستم برای نیل به عملکرد کارا، موثر و پایدار به‌شمار می‌آید (برنامه محیطی

سازمان ملل^۱، ۱۹۹۸؛ واپیرا^۲، ۲۰۰۷ و یونیسف^۳، ۲۰۱۰؛ بنابراین، فرض شده که زیربنای توانمند سازی افراد، سازمان‌ها و جوامع برای رشد و پیشرفت تمرکز روی توسعه ظرفیت (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲) و نیل به اهداف زیر است:

- بهبود ارزش‌ها، نگرش‌ها و انگیزه‌ها در مسیر حمایت از توسعه پایدار؛
- ارتقای ظرفیت‌های درونی هم‌افزا با نیروهای پیشران بیرونی؛
- فهم و تقویت ارتباطات میان اجزای سیستم ظرفیت؛
- مشارکت، سازگاری و یادگیری مستمر؛
- یکپارچه‌سازی فعالیت‌ها و اقدامات در سطوح مختلف؛
- مالکیت و کنترل منابع (بولگر^۴، ۲۰۰۰؛ لاورگن و ساکسی، ۲۰۰۱ و استین^۵، ۲۰۱۱).

شکل ۲: ساختار مفهومی رهیافت توسعه ظرفیت (برنامه محیطی سازمان ملل، ۲۰۰۹)

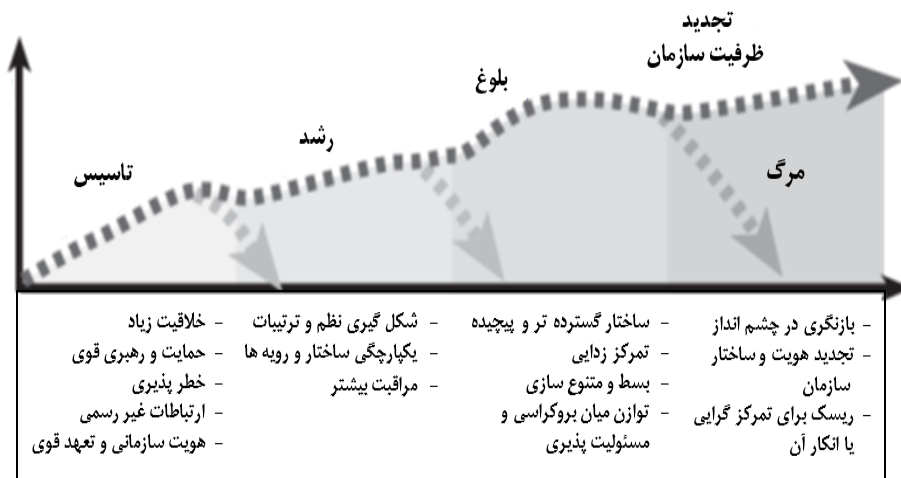


به‌طور کلی، سازمان‌ها را می‌توان سازه‌ای اجتماعی به‌شمار آورد که با اهداف متفاوت تأسیس می‌شوند؛ سازمان‌ها همانند سایر سیستم‌های باز دارای چرخه حیات طبیعی‌اند، یعنی پس از مرحله ایجاد و رشد اولیه، به مرحله بلوغ می‌رسند و ممکن است متأثر از شرایط درونی

1. United Nation Environmental Programme (UNDP)
2. Wachira
3. UNICEF
4. Bolger
5. Austin

و محیط رقابتی به لحاظ ساختار و عملکرد تضعیف شوند و اگر تجدید ظرفیتی در دستور کار نباشد، در نهایت نیز از میان می‌روند. لذا "توسعه ظرفیت سازمان" ضرورتی راهبردی برای پایداری چرخه حیات سازمان به‌شمار می‌آید (بک لند و همکاران، ۲۰۰۲).

شکل شماره ۳: چرخه حیات سازمان (بک لند و همکاران، ۲۰۰۲، ۲۱)



همسو با ادبیات و تجارب جهانی، ثابت شده که توسعه صنعت گردشگری بدون مداخله دولت و سازمان‌های وابسته به آن تامین نمی‌شود (رمضان‌نژاد و افتخاری، ۱۳۹۸)، زیرا موفقیت مقصدهای گردشگری نتیجه شیوه مدیریت و عملکرد سازمان‌های مدیریت مقصد در ترکیبی بهینه از عوامل ملموس (محصول منحصربه‌فرد و قابلیت دسترسی به آن)، عوامل غیرملموس (کیفیت خدمات ادراک شده) و درنهایت، میزان رضایت بازدیدکنندگان است (بولیایی، ۲۰۱۶). در همین راستا، افزایش رقابت مقصدها در ارائه محصول متمایز و خدمات باکیفیت به گردشگران و از سوی دیگر، ضرورت کنترل پیامدهای آن بر جامعه میزبان اهمیت رسالت سازمان‌های مدیریت مقصد را در نیل به توسعه پایدار افزایش داده است (ضرغام بروجنی، توحید لو، ۱۳۹۰). لذا، "توسعه ظرفیت سازمان" را می‌توان رهیافت کل نگرانه‌ای برای تحلیل عوامل درگیر در فرایند ارتقای توانایی و اثربخشی سازمان‌ها در مقیاس

1. Backlund et al
2. Bolyai

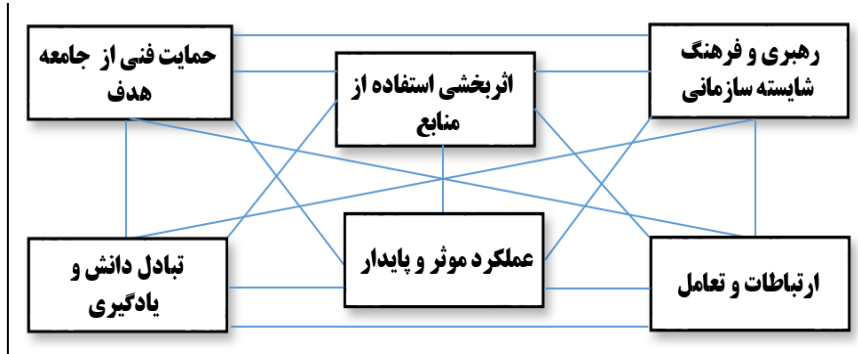
مقصد تلقی کرد (عارف، ۲۰۱۱)، که زمینه‌ای جدید در ادبیات مرتبط با توسعه سازمان در حوزه‌های مختلف و از جمله دانش گردشگری به‌شمار می‌آید (کاجرونبون و دهیرتیتی^۱، ۲۰۱۹؛ افتخاری و رمضان نژاد، ۱۳۹۷).

ظرفیت سازمانی با مضامین متفاوتی تعریف شده و در سطوح متنوعی، از تحلیل استفاده شده است؛ از سوی دیگر، توافق جمعی درخصوص تعریف مفهوم "توسعه ظرفیت سازمانی" نیز وجود ندارد (لایین وهمکاران^۲، ۲۰۱۲)؛ در عین حال و بطور کلی، "ظرفیت سازمانی" فرایند اثربخش ارتقای ظرفیت‌ها (رهبری و مدیریت، منابع و ارتباطات) برای بهبود توانایی‌ها و عملکردهای سازمان، همسو با ماموریت و اهداف توسعه، به شیوه‌ای پایدار تعریف شده است (ایمبایا^۳، ۲۰۲۱؛ ارونی^۴، ۲۰۰۲؛ بریکس^۵، ۲۰۱۹). در تناسب با تعریف مفهوم ظرفیت سازمان، اهداف توسعه آن به شرح شکل ۴ است.

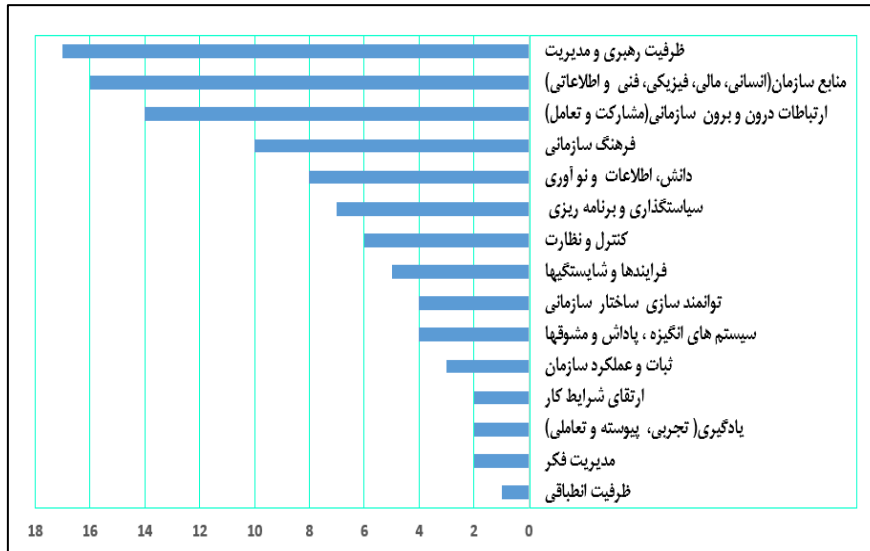
مرور ابعاد و مولفه‌های توسعه ظرفیت سازمان براساس ادبیات موجود نشان می‌دهد که در مجموع، دامنه پژوهش در حوزه توسعه ظرفیت و ظرفیت سازمانی گسترده نیست. برآمده از خاستگاه علمی پژوهشگران، تفاوت‌ها و شباهت‌هایی از نظر تدقیق اجزای مفهومی ظرفیت سازمانی وجود دارد. فراوانی و تکرار اجزای مفهومی توسعه ظرفیت سازمان در ادبیات - که از شیوه‌های روایی صوری نیز به‌شمار می‌آید - در نمودار ۱۰ به نمایش درآمده است. متاثر از ادبیات هم‌پیوند، روی ظرفیت سازمانی در قالب سه مولفه مفهومی ظرفیت رهبری (و مدیریت)، سازماندهی منابع و اثربخشی ارتباطات (درون و میان‌سازمانی) تعمق می‌شود (عارف، ۲۰۱۱؛ کاجرونبون و دهیرتیتی، ۲۰۱۹؛ بریکس، ۲۰۱۹ و کاسوما، ۲۰۲۰). البته این به‌معنای نادیده گرفتن وجوه دیگر ادبیات نیست، که در مرحله بعد، دیگر جنبه‌ها برای تعریف متغیرهای عملیاتی در یک نظام طولی و در راستای مدل مفهومی پژوهش پوشش داده می‌شوند.

-
1. Kajornbun & Dhirathiti
 2. Labin et al .
 3. Imbaya
 4. Aroni
 5. Brix

شکل شماره ۴: اهداف توسعه ظرفیت سازمان (استین^۱، ۲۰۱۱؛ کاکس و همکاران^۲، ۲۰۱۸)



نمودار شماره ۱: مرور ابعاد و مولفه‌های ظرفیت سازمانی بر اساس ادبیات در دسترس



برنامه محیطی سازمان ملل، ۱۹۹۸؛ ارونی، ۲۰۰۲؛ بکلند ۲۰۰۲؛ برنامه محیطی سازمان ملل، ۲۰۰۵؛ آزانس توسعه بین‌المللی ژاپن، ۲۰۰۴؛ استین، ۲۰۰۱؛ عارف، ۲۰۱۱؛ کورنفرت و مردونت، ۲۰۱۱؛ یونسکو، ۲۰۱۲؛ براون، ۲۰۱۲؛ احمی، ۲۰۱۳؛ بریکس، ۲۰۱۹؛ کوچرنبورن و دهیرتیتی، ۲۰۱۹؛ کوسوما، ۲۰۲۰؛ افتخاری و رمضان نژاد، ۱۳۹۷؛ رمضان نژاد و افتخاری، ۱۳۹۸ و حشمتی و همکاران ۱۳۹۹.

1. Austin
2. Cox et al.

محصولات و خدمات گردشگری سلامت، به‌ویژه گردشگری تندرستی، رشد فزاینده‌ای در بازار بین‌المللی داشته‌است، چراکه برای بسیاری از کشورها، توسعه "گردشگری سلامت" راهی مهم در ایجاد مزیت رقابتی و توسعه پایدار است (چسپو و دیگران، ۲۰۱۷). گردشگری سلامت به سه زیرحوزه گردشگری پزشکی، درمانی و تندرستی طبقه‌بندی می‌شود (ساواشان^۱، ۲۰۱۷). "گردشگری آب گرم"^۲ به‌شدت با مقوله تندرستی مرتبط است و در بستر مکانی جغرافیایی است که با بهره‌مندی از موهبت ذاتی چشمه‌های معدنی یا آب گرم در صدد ارائه خدمات جامع برای بهبودی، تندرستی، زیبایی، استراحت و آرامش (جسمی، روحی، روانی و ذهنی) به گردشگران با استفاده از انواع روش‌های پیشگیری و فعالیت‌های جانبی سالم نظیر ورزش، آرامش جسمی، غذای با کیفیت، لذت بردن از طبیعت و سایر جاذبه‌های محلی است (بوکشتاین^۳، ۲۰۱۴؛ رومئو و دیگران^۴، ۲۰۱۸).

هم‌اکنون متاثر از شرایط و ویژگی‌های گردشگری آب گرم، فرایند سازماندهی امکانات و فعالیت‌ها (آب گرم درمانی، ورزش، ماساژ و بدنسازی، آرامش ذهن، روان و جسم، مراقبت از پوست و زیبایی، بوم‌شناسی، ارزش‌های فرهنگی و میراثی)، توسعه زیر ساخت‌ها، تسهیلات و قابلیت دسترسی، ارائه بسته متنوع از محصول و خدمات برحسب نیاز مشتری، توسعه برنامه بازاریابی و کنترل آثار از جمله مأموریت سازمان‌های مدیریت مقصد آب گرم به‌شمار می‌آیند، که در بازار بین‌المللی تابع اصول رقابت‌پذیری در عرصه‌های مشابه و در مقیاس مقصدند (کوین^۵، ۲۰۲۱؛ اسمیت و پوکزو^۶، ۲۰۰۸).

رشد فزاینده صنعت گردشگری زمینه‌ساز رقابت‌پذیری مقصد و عناصر سیستمی وابسته برای کسب جایگاه و پیشینه‌سازی سودآوری از بازار شده‌است (چین و هامپتون^۷، ۲۰۲۰). از سویی، این باور وجود دارد که رقابت‌پذیری عاملی مهم در موفقیت مقصدهای گردشگری با تمرکز بر محصول و خدمات متمایز، تجربه منحصر به فرد برای گردشگران، پیشینه‌سازی منافع و بهبود رفاه جامعه میزبان به‌شمار می‌آید (کوواچویچ و همکاران^۸، ۲۰۱۸)،

-
1. Savaşan et al
 2. Spa Tourism
 3. Boekstein
 4. Romão et al
 5. Quynh
 6. Smith & Puczko
 7. Chin & Hampton
 8. Kovačević et al.

مشروط بر اینکه ضمن آینده‌نگری، با اصول توسعه پایدار گردشگری هم همسو باشد (پائونویچ و همکاران ۲۰۲۱).

ایده مقصد رقابتی شامل دو عنصر کلیدی مقصد و رقابت است. مقصد گردشگری مکان جغرافیایی‌ای است که گردشگران با سفر به آن از انواع محصول و خدمات ارائه شده بهره می‌برند و از سوی دیگر، کیفیت تجربه خوب بازدیدکنندگان از مقصد و رفاه ساکنین نیز بازتابی از مأموریت درونی و بیرونی رقابت‌پذیری است (یاکین و اونور^۱، ۲۰۱۵). طبق نظر کوپر^۲ (۲۰۱۶)، مقصد گردشگری رانمی‌توان از صنعت گردشگری و خدمات رقابت‌پذیر وابسته به آن جدا کرد، زیرا مقصد سیستم مکانی پیچیده و متشکل از چند ویژگی جاذبه‌ها/ محصولات، امکانات رفاهی متنوع و در دسترس برای برآورده کردن نیاز و رضایت سفر بازدیدکنندگان است. لذا، مدیریت اثربخش سازمان‌های مدیریت مقصد در حوزه دشوار و پیچیده رقابت‌پذیری تابع مجموعه‌ای از عوامل درونی (از بعد عرضه) و بیرونی (از بعد تقاضا) است و چند مأموریت راهبردی در راستای به‌کرد رقابت‌پذیری به شرح زیر بر عهده دارد:

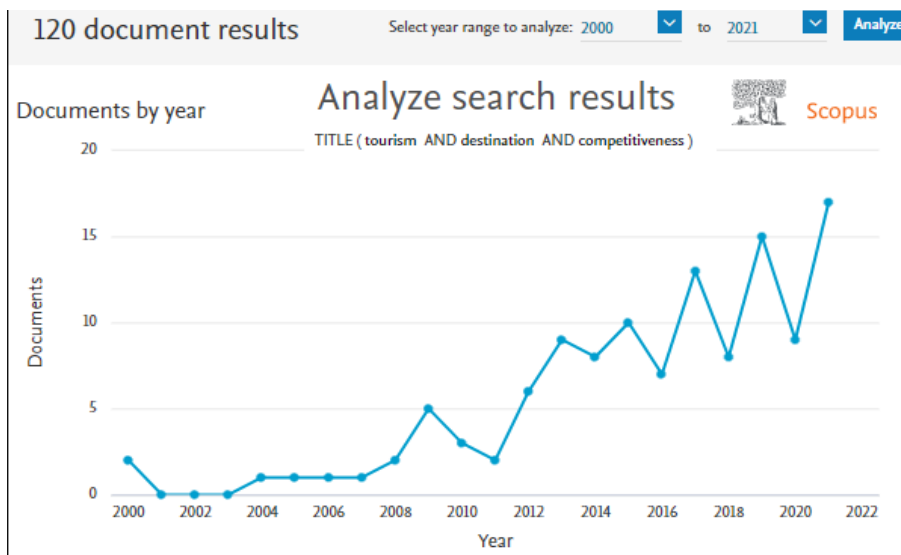
۱. بهینه‌سازی جذابیت محصولات و کیفیت خدمات؛ (۲) بهبود رضایتمندی و کیفیت تجربه سفر گردشگران؛ (۳) عملکرد رقابتی و توسعه بازار هدف (بین‌المللی، ملی و محلی)؛ (۴) ارتقای درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری؛ (۵) پیشینه‌سازی رفاه و کیفیت زندگی جامعه میزبان؛ (۶) پویایی و رشد اقتصاد محلی؛ (۷) حفاظت و اثربخشی در استفاده از منابع طبیعی و (۸) بهینه‌سازی پیامدهای پایداری در ابعاد زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی (ایمانی و ناد علی پور، ۱۳۹۵؛ ضیایی و همکاران، ۱۳۹۹؛ دلشاد، ۱۴۰۰؛ گوفی و همکاران^۳، ۲۰۱۹ و سگو امورتکی و همکاران^۴، ۲۰۱۹).

با وجود بیش از صد پژوهشی که تاکنون در حوزه رقابت‌پذیری مقصد گردشگری انجام شده (شکل شماره ۵)، متاثر از پیچیدگی، گستردگی و ماهیت چندبعدی مفهوم رقابت‌پذیری مقصد، توافق عمومی در خصوص تعریف مفهوم وجود ندارد (کرونز و پلیس، ۲۰۲۰). برآمده از فضای مفهومی (شکل شماره ۶) می‌توان "رقابت‌پذیری را

1. Yakin & Onur
2. Cooper
3. Goffi et al
4. Seguí-Amortegui et al

توانایی مقصد برای بهینه سازی جذابیت‌ها (محصول و خدمات)، افزایش هزینه کرد گردشگران و بهبود عملکرد رقابتی مقصد (در بازار داخلی و خارجی) به شیوه‌ای پایدار دانست تا ضمن تامین رضایت و تجربه منحصر به فرد گردشگران، دستیابی به کیفیت زندگی بهتر برای جامعه میزبان و مراقبت از سرمایه‌های محلی (طبیعی و میراثی) را تضمین کند (کراچ^۱، ۲۰۱۱؛ اکوو کو و بیانچی^۲، ۲۰۱۹؛ فرناندز و همکاران، ۲۰۲۰؛ ضیایی و همکاران، ۱۳۹۹؛ ۱۴۰۰ و دلشاد، ۱۴۰۰).

شکل شماره ۵: پیشینه پژوهش در زمینه رقابت‌پذیری در [مقصدهای] گردشگری (اسکوپوس ۲۰۲۱)



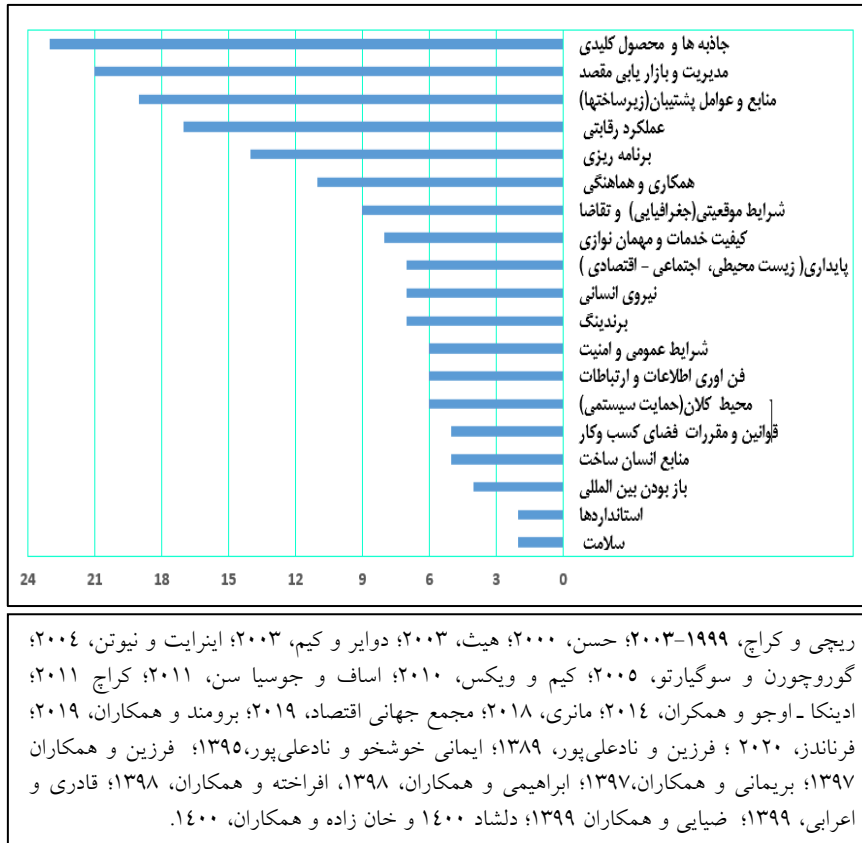
1. Crouch
2. Aqueveque & Bianchi

شکل شماره ۶: فضای مفهومی رقابت پذیری مقصد گردشگری (ابرو نوایس و همکاران، ۲۰۱۸)



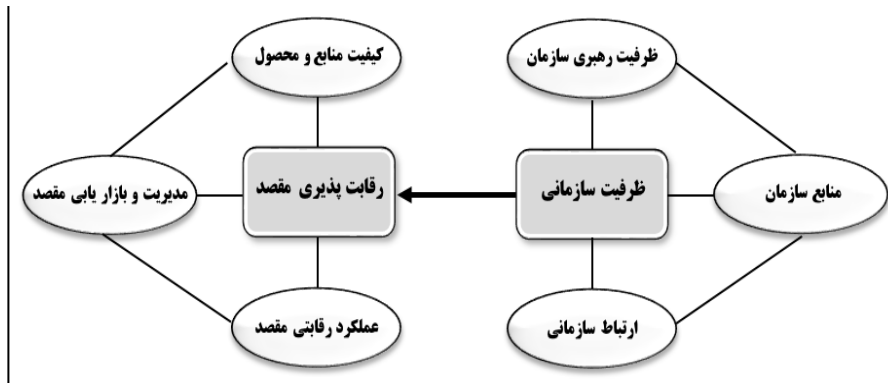
نمودار ۲ فراوانی و تکرار ابعاد و مولفه‌های رقابت پذیری مقصد را برحسب ادبیات در دسترس نشان می‌دهد. هرچند توافق جمعی درخصوص ابعاد و مولفه‌های مفهومی رقابت پذیری و چگونگی اندازه‌گیری آن وجود ندارد (ریسفاندینی، ۲۰۲۱)، ولی متاثر از دامنه فراوانی و روایی صوری مشاهده شده در ادبیات مرتبط، سه بعد کیفیت منابع و محصول، مدیریت و بازاریابی مقصد، و عملکرد رقابت پذیری به عنوان اجزای اصلی مفهوم رقابت پذیری در این پژوهش مبنای واقع می‌شوند. البته این به معنای نادیده گرفتن اجزای اثربخش مفهومی و عینی رقابت پذیری در سایر حوزه‌های مورد اشاره در ادبیات نیست، بلکه در قالب جدول متغیرهای عملیاتی پژوهش، اجزای فرعی در قالب شاخص - گویه و در طول مدل مفهومی پیشنهادی جایگذاری و مورد اشاره واقع می‌شوند.

نمودار شماره ۲: مرور ابعاد و مولفه های رقابت پذیری مقصد بر اساس ادبیات در دسترس



با عنایت به مباحث مفهومی و نظری مرور شده در ادبیات و جمع بندی نگارندگان از سازه مفهومی توسعه ظرفیت سازمانی (در جایگاه متغیر مستقل) و رقابت پذیری مقصد گردشگری (متغیر وابسته)، همسو با مسئله و هدف کانونی پژوهش، فرضیه اصلی این گونه طرح می شود که: تاثیر مولفه های ظرفیت سازمان [های اجرایی] در رقابت پذیری مقصد گردشگری آب گرم در شهر سرعین- و همچنین روابط فرعی میان متغیرهای نهان و آشکار- معنی دار و مثبت است (شکل شماره ۷).

شکل شماره ۷: مدل مفهومی پژوهش



روش‌شناسی پژوهش

پژوهش به لحاظ هدف کاربردی است و برپایه روش تحلیلی در چهارچوب الگوی روش‌شناسی کمی، رسالت برآزش سازه مفهومی پیشنهادی (تأثیر و روابط میان مولفه‌های پنهان با آشکار و روابط میان متغیرهای پنهان) مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری را برعهده داشته‌است.

دسترسی به داده‌های مورد نیاز (ثانویه و اولیه) از طریق روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای و پیمایش میدانی محقق شده‌است. پژوهش از نظر افق زمانی مقطعی و ابزار اصلی گردآوری داده‌های اولیه پرسشنامه محقق ساخته است، که سوالات پرسشنامه همسو با مسئله، مدل مفهومی و متغیرهای عملیاتی در مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت طراحی شد. روایی صوری پرسشنامه علاوه بر همسویی با ادبیات در دسترس، با مشورت برخی از نخبگان فراهم آمد و برای ادراک نارسایی‌های احتمالی، در ابتدا حدود ۲۰ پرسشنامه تکمیل شد و پس از بررسی و ارزیابی پایایی آلفای کرونباخ، شش سوال حذف شد و در نهایت، مجدداً پرسشنامه با ۸۰ سوال، مبنای گردآوری داده‌ها قرار گرفت. از میان ۸۵ سوال پرسشنامه، ۵۲ مورد به گروه کارشناسان و ۳۳ مورد به گردشگران اختصاص داشته‌است. پایایی کل اجزای پرسشنامه بر اساس معیار آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۱۹ بود و روایی پرسشنامه علاوه بر وجه صوری آن در فرایند مدل‌یابی معادلات ساختاری مبتنی بر تحلیل عاملی تاییدی نیز در دستور کار قرار گرفت (بهجزیات آن در بخش تحلیل یافته‌ها اشاره می‌شود).

جامعه آماری پژوهش مبتنی بر دو سطح تعیین شده است: اول) کارشناسان سازمان‌های اجرایی و عاملین صنعت و خدمات وابسته گردشگری آب گرم و سطح دوم گردشگرانی که تجربه سفر به شهر سرعین را داشته‌اند. از آنجایی که حجم و واریانس جامعه گردشگران نامشخص بود، از فرمول کوکران (حجم جامعه و واریانس نامعلوم) استفاده شد و در نهایت، حجم نمونه گردشگران بالغ بر ۱۳۰ نفر برآورد شد.

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2}$$

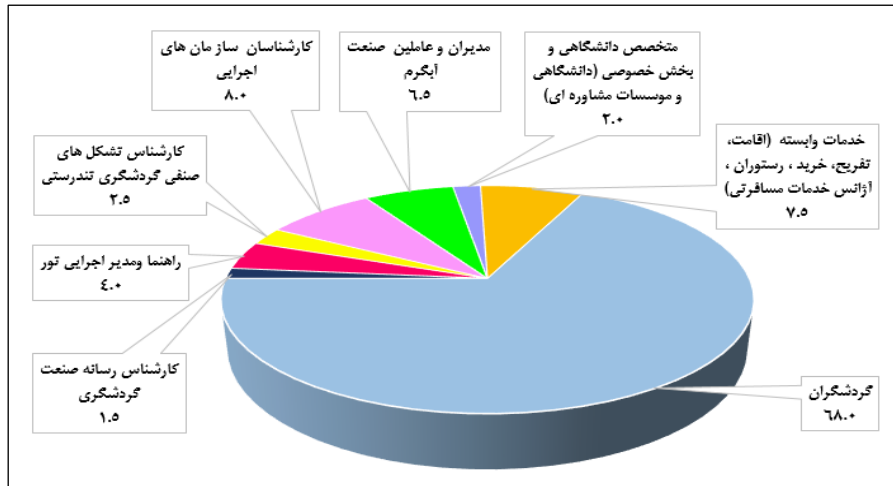
نمونه‌برداری در خصوص ترکیب کارشناسان سازمان‌های اجرایی، عاملین صنعت و افراد شاغل در خدمات وابسته به صورت غیراحتمالی و به شیوه زنجیره‌ای (یا گلوله برفی) انجام شد و بالغ بر ۶۰ نفر تعیین شدند^۱ (نمودار. ۲). اگرچه برآورد حجم نمونه گردشگران حدود ۱۳۰ نفر بوده است، متاثر از شرایط همه‌گیری کوید ۱۹، علاوه بر مجموع ۱۹۰ نفر (کارشناسی و گردشگران)، حدود ۲۱۵ پرسشنامه برای برداشت میدانی در دستور کار قرار گرفت، که در نهایت اطلاعات ۲۰۰ پرسشنامه (۱۴۰ نفر گردشگر و ۶۰ نفر کارشناس) مبنای ورود اطلاعات و تحلیل قرار گرفت. نمونه‌برداری از گردشگران مبتنی بر رویکرد احتمالی و به صورت تصادفی ساده و با ترکیبی از حضوری (تا جایی که متاثر از دشواری‌های کوید ۱۹ مقدور بود) و مجازی (از طریق سایت پرس آنلایین) تحقق یافت و لینک آدرس پرسشنامه نیز در اختیار جمعیت نمونه قرار داده شد^۲ (نمودار. ۲).

روش‌های تحلیل اطلاعات در ابتدا متمرکز بر استخراج، پردازش و گزارش آماره‌های توصیفی (فراوانی مطلق و نسبی، میانگین و انحراف معیار) در محیط نرم‌افزاری "اس پی اس اس"، (نسخه ۲۲) بودند. سپس از آنجایی که در تناسب با ساختار مسئله و مدل مفهومی، هدف آزمودن مدل خاصی از تاثیر بین متغیرها (نهان و آشکار) است، از تکنیک "مدل‌یابی

۱. از طریق شناسایی شماری از کارشناسان اولیه و سپس معرفی زنجیره‌ای از کارشناسان در بخش‌های مختلف، نمونه‌برداری به نحوی دیده شد که اشباع لازم برای پوشش دامنه جامعه آماری کارشناسان، فعالین و شاغلین در صنعت آب گرم فراهم شود.

۲. به دلیل ترس از ابتلای احتمالی به کرونا، برخی از گردشگران ترجیح داده‌اند به جای تکمیل پرسشنامه حضوری از طریق مجازی اقدام نمایند، لذا شماره همراه ایشان اخذ و لینک آدرس پرسشنامه برای ایشان ارسال شد.

نمودار ۲: ترکیب جامعه آماری و توزیع سهم جمعیت نمونه برای گردآوری داده‌ها (درصد)



معادلات ساختاری " در محیط نرم‌افزاری "اسمارت. پی‌ال‌اس" برای تحلیل استنباطی داده‌ها استفاده شد. اجرای تکنیک مدل‌یابی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزاری "اسمارت. پی‌ال‌اس" بر خلاف محیط‌های نرم‌افزاری دیگر چون "ایموس"، "لیزرل" و "ام‌پلاس" نیاز به شرط نرمال بودن داده‌های جامعه آماری را ندارد. اما آزمون چولگی و کشیدگی حاکی از نرمال بودن داده‌های آماری مولفه‌های اصلی پژوهش در حوزه ظرفیت سازمانی و رقابت‌پذیری مقصد است (جدول ۱).

جدول شماره ۱: آزمون نرمالیتی داده‌ها (کشیدگی و چولگی)

نتیجه آزمون	چولگی		کشیدگی		تعداد	متغیر
	مقدار چولگی	انحراف استاندارد	مقدار کشیدگی	انحراف استاندارد		
نرمال	-۰/۳۶۱	۰/۱۷۲	-۰/۵۴۷	۰/۳۴۲	۲۰۰	ظرفیت رهبری و مدیریت
نرمال	-۰/۴۹۷	۰/۱۷۲	-۰/۸۷۶	۰/۳۴۲	۲۰۰	ارتباطات سازمانی
نرمال	-۰/۷۶۲	۰/۱۷۲	-۰/۵۹۷	۰/۳۴۲	۲۰۰	منابع سازمانی
نرمال	-۰/۵۲۸	۰/۱۷۲	۰/۰۴۷	۰/۳۴۲	۲۰۰	کیفیت محصول تندرستی
نرمال	۰/۴۶۱	۰/۱۷۲	۲/۳۴۵	۰/۳۴۲	۲۰۰	عملکرد رقابتی
نرمال	-۰/۷۶۸	۰/۱۷۲	۰/۴۴۸	۰/۳۴۲	۲۰۰	مدیریت و بازاریابی مقصد

مبنتی بر سنت عملیاتی‌سازی مفاهیم و در راستای مدل مفهومی پژوهش، متغیرهای عملیاتی در قالب ۱۱ مولفه، ۲۵ شاخص و ۸۵ گویه برای ظرفیت سازمانی و رقابت‌پذیری مقصد گردشگری، با اتکا به ادبیات در دسترس، در جدول ۲، سازمان یافته‌اند.

جدول شماره ۲: متغیرهای مفهومی و عملیاتی پژوهش (سازماندهی بر اساس ادبیات در دسترس)

توزیع گویه‌ها به تفکیک جامعه آماری		گویه	شاخص	مولفه
شماره گویه برای گردشگران	شماره گویه برای کارشناسان			
اجزای مفهومی - عملیاتی متغیر مستقل (ظرفیت سازمانی)				
-	۱،۲،۳	۱. هوشمندی و آینده‌نگری، ۲. توانایی نفوذ در سازمان، ۳. سازماندهی اثربخش منابع سازمان	رهبری و مدیریت	ظرفیت رهبری سازمان
-	۴،۵،۶	۴. انگیزش‌های سازمانی، ۵. ارزش‌ها و هنجارهای مشترک، ۶. الگوهای رفتاری شایسته	فرهنگ سازمانی	
-	۷،۸،۹	۷. سیاست‌های راهبردی، ۸. ضمانت اجرایی در پیاده‌سازی سیاستها، ۹. ارزیابی و کنترل مقطعی و دوره‌ای	سیاست‌گذاری	
-	۱۰،۱۱،۱۲	۱۰. شایسته‌سالاری در جذب و توزیع مراتب سازمانی، ۱۱. انگیزه‌ها و مشوق‌ها جهت رضایت شغلی، ۱۲. تعهد و پاسخگویی به نیازها	منابع انسانی	منابع سازمان
-	۱۳،۱۴،۱۵	۱۳. تناسب میان وظایف و منابع مالی، ۱۴. شفافیت در مصرف منابع مالی، ۱۵. مشوق‌های مالی	منابع مالی	
-	۱۶،۱۷،۱۸	۱۶. تناسب زیرساخت‌های فیزیکی با مأموریت سازمان، ۱۷. کیفیت دانش فنی (فن آوری)، ۱۸. استانداردهای روز در توسعه زیرساختها	منابع فیزیکی- فنی	
-	۱۹،۲۰،۲۱	۱۹. سازوکارهای به‌روزرسانی دانش و یادگیری سازمانی، ۲۰. نظام اطلاعات پشتیبان تصمیم، ۲۱. کمیته‌های مشورتی و اتاق فکر	دانش و اطلاعات	
-	۲۲،۲۳،۲۴	۲۲. همکاری مناسب و تبادل اطلاعات، ۲۳. رویکرد سازنده جهت حل تعارضات، ۲۴. مشارکت و کار تیمی	درون سازمان	ارتباطات
-	۲۵،۲۶،۲۷ ۲۸،۲۹	۲۵. ارتباط و تعامل با سازمان‌های بخشی، ۲۶. با اتحادی‌ها و تشکل‌های صنفی، ۲۷. سازمان‌های مردم‌نهاد، ۲۸. رسانه‌های عمومی و شبکه‌های اجتماعی، ۲۹. مراکز آموزش عالی گردشگری	بین سازمان	

ادامه جدول شماره ۲.

توزیع گویه‌ها به تفکیک جامعه آماری		گویه	شاخص	مولفه
شماره گویه برای گردشگران	شماره گویه برای کارشناسان			
اجزای مفهومی - عملیاتی متغیر وابسته (رقابت پذیری مقصد)				
بعد: کیفیت منابع و محصول				
۳۰،۳۱،۳۲	-	۳۰.اصالت و منحصر به فردی چشمه‌های آب‌های گرم، ۳۱.اصالت جاذبه‌های طبیعی، ۳۲. آسایش اقلیمی	منابع طبیعی	منابع طبیعی و فرهنگی
۳۳،۳۴،۳۵ ۳۶	-	۳۳.جاذبه های تاریخی- فرهنگی، ۳۴.جذابیت صنایع دستی، ۳۵. اصالت غذاهای محلی، ۳۶.جذابیت آداب و رسوم محلی	میراث فرهنگی- تاریخی	
۳۷،۳۸،۳۹ ۴۰	-	۳۷.فروشگاه ها و مراکز خرید، ۳۸.مراکز تفریحی، تفریحی و هنری، ۳۹.دسترسی به سرگرمی های شبانه، ۴۰.مراکز خوراک و پذیرایی	خرید، سرگرمی و خوراک	منابع مصنوع
۴۱	۴۲،۴۳	۴۱.جشنواره‌ها و رویدادهای محلی/ ملی، ۴۲. جشنواره‌ها و رویدادهای علمی، ۴۳. رویدادهای تخصصی و فنی درباره صنعت اسپا	رویدادهای ویژه	
۴۴،۴۵،۴۶ ۴۷،۴۸	-	۴۴.کیفیت زیرساخت‌های کلیدی، ۴۵.بهداشت محیط، ۴۶.ایمنی و امنیت در تاسیسات گردشگری، ۴۷.تاسیسات اقامتی، ۴۸.سیستم حمل و نقل	تنوع و ایمنی زیرساخت‌های گردشگری آب گرم	منابع پشتیبان و کیفیت خدمات
۴۹،۵۰	۵۰،۵۱	۴۹.خدمات شرکت‌ها (آژانس‌ها) و کسب و کارها، ۵۰.استانداردهای رقابتی در خدمات وابسته، ۵۱.برنامه‌های آموزشی برای ارتقای کیفیت خدمات، ۵۲.تشریفات و آداب معاشرت	کیفیت خدمات گردشگری آب گرم	
۵۳،۵۴،۵۵	-	۵۳.قابلیت دسترسی به شهر سرعین، ۵۴.تاسیسات تسهیل کننده ورود گردشگران، ۵۵.کیفیت فن آوری ارتباطی بروز و هوشمند	قابلیت دسترسی مقصد	
۵۶،۵۷،۵۸	-	۵۶.فرهنگ میهمان‌نوازی و گردشگرپذیری، ۵۷.احترام به حریم شخصی و آزادی عمل گردشگران، ۵۸.ظرفیت پذیرش عناصر سازنده فرهنگی	کیفیت مهمان‌نوازی	

ادامه جدول شماره ۲.

توزیع گویه‌ها به تفکیک جامعه آماری		گویه	شاخص	مولفه
شماره گویه برای گردشگران	شماره گویه برای کارشناسان			
بعد: مدیریت و بازار یابی مقصد				
-	۵۹،۶۰،۶۱	۵۹. کارگروه‌های کار و همکاری ذی‌نفعان، ۶۰. ضمانت اجرایی فعالیت‌های بین‌بخشی، ۶۱. یکپارچگی در چشم‌انداز توسعه صنعت گردشگری آب گرم	همکاری و هماهنگی ذینفعان	برنامه ریزی و هماهنگی
-	۶۲،۶۳،۶۴	۶۲. برنامه‌ریزی یکپارچه، ۶۳. پیگیری اصول توسعه پایدار گردشگری، ۶۴. سیستم اثربخش کنترل و پایش	برنامه ریزی مقصد	
۶۷،۶۸	۶۵،۶۶	۶۵. دانش و استراتژی‌های بازاریابی، ۶۶. طراحی بسته‌های رقابتی سفر، ۶۷. مدیریت ارتباط با مشتری، ۶۸. تبلیغات و بازار یابی	بازار یابی	بازاریابی و برند
۶۹،۷۰،۷۱	-	۶۹. تصویر ذهنی مثبت از محصول و خدمات گردشگری، ۷۰. آگاهی از شهرت برند، ۷۱. ارزش ادراک‌شده از محصول و خدمات	برند مقصد	
بعد: عملکرد رقابتی مقصد				
۷۲،۷۴	۷۳،۷۵	۷۲. مزیت نسبی جغرافیایی، ۷۳. اعتبار رقابتی مقصد، ۷۴. ادراک کلی از کیفیت زندگی مردم محلی، ۷۵. پایداری آثار گردشگری	شرایط موقعیتی	شرایط موقعیتی و تقاضا
۷۶،۷۷،۷۸	۷۹	۷۶. علایق و انگیزه‌های سفر، ۷۷. آگاهی گردشگران از اصالت و جایگاه مقصد، ۷۸. رضایت و کیفیت تجربه سفر، ۷۹. تعهد محیط زیستی گردشگران	شرایط تقاضا	
-	۸۰،۸۱،۸۲	۸۰. تامین زیرساخت‌های ضروری، ۸۱. قوانین و مقررات پیش‌برنده صنعت سبز، ۸۲. تخصیص پایدار بودجه و اعتبارات ملی	حمایت پایدار دولت	حمایت‌های سیستمی
-	۸۳،۸۴،۸۵	۸۳. فضای امن و رقابتی، ۸۴. سهولت اخذ مجوز برای سرمایه‌گذاران، ۸۵. سازوکارهای حمایتی، تشویقی و تخفیفی	سرمایه‌گذاری	
Brown et al,2001 ; Ahmeti, 2013; Brown,2012; Kajornbun & Dhirathiti; 2019; Wachira & GeSCI, 2007; UNDP;2005; Cox et al,2018; Kusuma,2020; Cornforth & Mordaunt, 2011; Loss et al, 2020; Brown, 2001; Aref, 2011; Bryan, 2011; Aref et al,2010; Ahmeti, 2013; Adeyinka-Ojo et al, 2014; Brix, 2019				
افتخاری، رمضان نژاد، ۱۳۹۷؛ رمضان نژاد و افتخاری، ۱۳۹۸؛ حشمتی و همکاران، ۱۳۹۹ و رجبی و همکاران، ۱۳۹۹.				
Ritchie & Crouch, 2003; Hassan, 2000; Dwyer & Kim, 2003; Gooroochurn & Sugiyarto, 2005; Kim & Wicks, 2010; Assaf & Josiassen, 2011; Crouch, 2011; Goffi, 2013; Dwyer et al, 2014; Estevao et al, 2015; Junio et al. 2016; Mendola & Volo, 2017; Manrai, 2018; Goffi & Cucculelli, 2018; Goffi et al, 2019; Boroomand et al, 2019; Fernández et al; 2020.				
فرزین و نادعلی پور ۱۳۸۹؛ ایمانی خوشنخو و نادعلی پور، ۱۳۹۵؛ فرزین و همکاران، ۱۳۹۷؛ بریمانی و همکاران، ۱۳۹۷؛ برومند و همکاران، ۱۳۹۷؛ خاکپور و همکاران، ۱۳۹۷؛ ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۸؛ افراخته و همکاران، ۱۳۹۸؛ قادری و اعرابی، ۱۳۹۹؛ ضیایی و همکاران، ۱۳۹۹؛ دلشاد، ۱۴۰۰؛ و خان‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰.				

یافته‌ها و بحث

اول: یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی درخصوص متغیرهای زمینه‌ای پاسخگویان نشان می‌دهد که بالغ بر ۳۹ درصد از پاسخگویان زن و ۶۱ درصد مرد بودند؛ حدود ۸۱/۵ درصد از پاسخگویان بین سنین ۳۰ تا ۶۵ سال و مابقی در سنین کمتر از ۳۰ و بالاتر از ۶۵ سال توزیع شده‌اند. حدود ۶۲/۵ درصد از پاسخگویان بین ۸ تا ۱۶ سال به‌لحاظ علمی، اجرایی و فنی با صنعت گردشگری آب‌گرم سابقه‌آشنایی داشتند و به‌لحاظ موقعیت شغلی، ۸ درصد پاسخگویان شاغل در سازمان‌های اجرایی مرتبط با صنعت، ۴ درصد راهنمایان تور، ۷/۵ درصد کسب و کارهای خدماتی وابسته به صنعت آب‌گرم، ۱/۵ درصد کارشناس امور رسانه، ۶/۵ درصد مدیر یا متصدی مجتمع‌های آب‌گرم، ۲ درصد مشاور دانشگاهی و بخش خصوصی، ۲/۵ درصد هم از کارشناسان تشکل‌های صنفی و مدنی بودند و ۶۸ درصد به دیگر حوزه‌ها تعلق داشتند، که عمدتاً متوجه جمعیت نمونه گردشگران است (جدول ۳).

یافته‌های توصیفی در چهارچوب اجزای ظرفیت سازمان‌های مدیریت مقصد نشان می‌دهد که از مجموع ۹ شاخص تعریف‌شده، دو شاخص "منابع فیزیکی - فنی (با میانگین رتبه ۳/۷۰) و "منابع انسانی" (با میانگین رتبه ۳/۳۰) دارای شرایط نسبتاً بهتر و در بالای حد میانگین رتبه قرار دارند و مابقی شاخص‌ها - یعنی ظرفیت رهبری و مدیریت، فرهنگ سازمانی، سیاست‌گذاری، دانش و اطلاعات، ارتباطات درون و میان‌سازمانی و منابع مالی سازمان‌ها - در شرایط پایین‌تر از حد میانگین رتبه قرار دارند. در این میان، کم‌ترین میانگین رتبه، به میزان ۱/۸ واحد، مربوط به شاخص ارتباطات بین‌سازمانی است و شرایط بهتر از آن شاخص منابع فیزیکی - فنی (۳/۷۰) در گستره سازمان‌هاست (نمودار ۳).

در سطح مولفه‌های ظرفیت سازمان، یافته‌های توصیفی حاکی از آن‌اند که مولفه منابع سازمانی دارای میانگین رتبه بیشتری (۳/۰۲) از دو مولفه دیگر ظرفیت سازمان، یعنی ظرفیت رهبری (۲/۵۷) و همچنین مولفه ارتباطات سازمانی (۲/۲۰)، است.

یافته‌های توصیفی درخصوص میانگین رتبه مولفه‌های رقابت‌پذیری مقصد نشان می‌دهد که از مجموع هفت مولفه تعریف‌شده، سه مولفه منابع طبیعی - فرهنگی (با میانگین رتبه ۴/۴)، شرایط موقعیتی از نظر تقاضا (با میانگین رتبه پاسخ ۳/۷) و منابع مصنوع (۳/۰۱) بالای حد میانگین رتبه قرار دارند و مابقی مولفه‌ها - یعنی حمایت‌های سیستمی، بازاریابی و برند مقصد و درنهایت، مولفه برنامه‌ریزی و هماهنگی ذینفعان، شرایط پایین‌تر از حد میانگین رتبه را

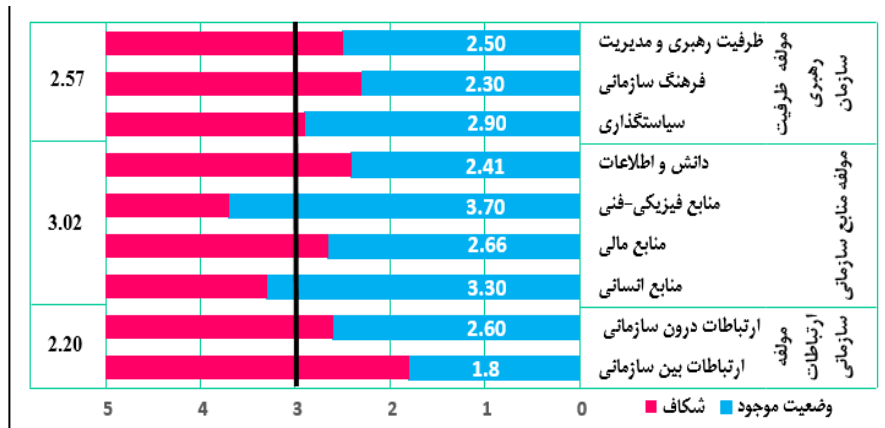
دارند؛ بیشترین میانگین رتبه نیز مربوط به مولفه منابع طبیعی و فرهنگی (۴/۴ واحد) است؛ در نقطه مقابل، مولفه برنامه ریزی و هماهنگی و مقوله بازار یابی و برند مقصد دارای عملکرد ضعیف است (نمودار ۴). در سطح ابعاد رقابت پذیری مقصد، یافته‌های توصیفی حاکی از آن‌اند که بعد کیفیت منابع و محصول دارای میانگین رتبه بیشتری (۳/۵۴ واحد) از دو بعد دیگر یعنی عملکرد رقابتی مقصد (۳/۱۷ واحد) و مدیریت و بازار یابی (۲/۵۵ واحد) در میان سازمان های مدیریت مقصد است (نمودار شماره ۴).

جدول ۳: توزیع متغیرهای زمینه‌ای پاسخگویان

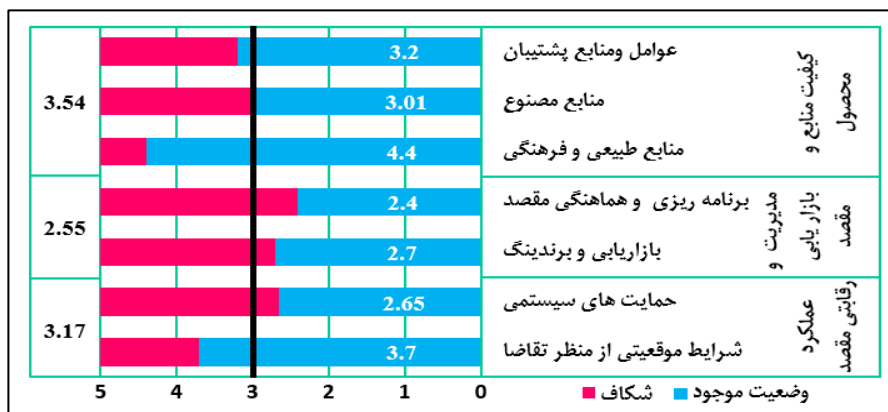
متغیرهای زمینه‌ای پاسخگویان (گردشگران و کارشناسان) (واحد: درصد)					
۸	کارشناس/مدیر سازمان‌های اجرایی	موقعیت شغلی (کارشناسان)	۳۹	مرد	جنس (گردشگران و کارشناسان)
۴	راهنما و مدیر اجرایی تور		۶۱	زن	
۷/۵	مدیر کسب‌وکارهای خدماتی وابسته به گردشگری (آژانس‌های مسافرتی، هتل و اقامت، رستوران و ...)		۱۰۰	مجموع	
۱/۵	کارشناس رسانه صنعت گردشگری		۱۶	زیر ۳۰ سال	سن (گردشگران و کارشناسان)
۶/۵	مسئول یا متصدی مجتمع آب‌گرم		۸۱/۵	۳۰ تا ۶۵	
۲	کارشناس یا متخصص گردشگری (دانشگاهی و موسسات مشاوره‌ای)		۵	بالای ۶۵ سال	
۲/۵	کارشناس تشکل‌های صنفی گردشگری		۱۰۰	مجموع	
۶۸	سایر		۳۱/۵	کمتر از ۸ سال	سابقه آشنایی با صنعت گردشگری تندرستی (کارشناسان)
۱۰۰	مجموع		۶۲/۵	۸ تا ۱۶ سال	
۵	مدیریت و بازار یابی گردشگری		زمینه آموزشی و تخصصی مرتبط با گردشگری	۶	بالای ۱۶ سال
۴	جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری	۱۰۰		مجموع	
۳	اکوتوریسم	۱۶		تا سطح دیپلم	سطح سواد و تحصیلات پاسخگویان (گردشگران و کارشناسان)
۶	اقتصاد	۴۰		فوق دیپلم	
۸	مدیریت	۳۰		کارشناسی	
۹	جامعه‌شناسی	۱۰		کارشناسی ارشد	
۶۵	سایر	۴		دکتری و بالاتر	
۱۰۰	مجموع	۱۰۰		مجموع	

ماخذ: برداشت میدانی، پردازش و تحلیل نگارندگان، ۱۴۰۰

نمودار شماره ۳: توزیع مقادیر میانگین رتبه پاسخ اجزای ظرفیت سازمان



نمودار ۴: توزیع مقادیر میانگین رتبه اجزای رقابت پذیری مقصد



دوم) یافته‌های استنباطی

به منظور اجرای مدل‌یابی معادلات ساختاری گام نخست، ارزیابی مدل اندازه‌گیری از طریق سنجش پایایی سازگاری درونی (آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی)^۱ و همچنین محاسبه روایی مبتنی بر میانگین واریانس استخراج شده^۲ است. بر پایه نتایج جدول ۵، می‌توان نتیجه گرفت که سازه‌های پژوهش از سازگاری درونی، همگرایی و پایایی مناسب در اندازه‌گیری مدل برخوردارند. گام با اهمیت بعدی برآزش مدل ساختاری پژوهش از طریق محاسبه معیار

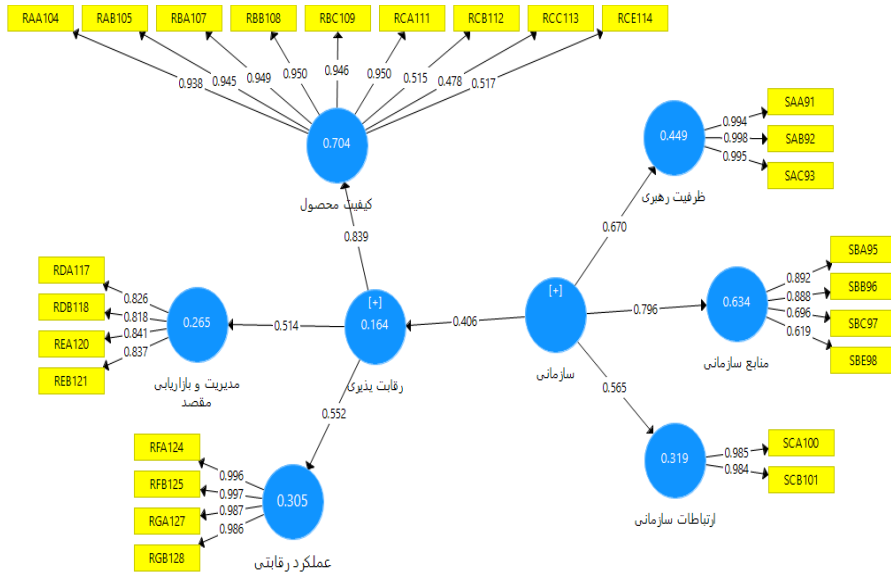
1. Construct Reliability (CR)
2. Average Variance Extracted (AVE)

ضریب تعیین (R^2)، معیار تناسب پیشبین (Q^2) و شاخص نیکویی برازش (GOF) برای کلیت مدل ساختاری است. داده های جدول ۵ نشان می دهد که مدل ساختاری پژوهش از برازش متوسط تا قوی برای ضرایب تعیین، از برازش قوی برای معیار تناسب پیشبین و همچنین از برازش قوی کلیت مدل ساختاری براساس شاخص نیکویی برازش برخوردار است، لذا مبتنی بر نتایج حاصل از برازش مدل اندازه گیری و مدل ساختاری، می توان نتایج مدل را در حالت تخمین ضرایب استاندارد، به ترتیب شکل ۸، به نمایش گذاشت. شکل ۹ نمایانگر مدل نهایی اندازه گیری و ساختاری در حالت تخمین استاندارد و معناداری ضرایب است، که مقادیر بار عاملی همه روابط میان متغیرهای نهان و آشکار بالای حد تعیین شده (۰/۴) است.

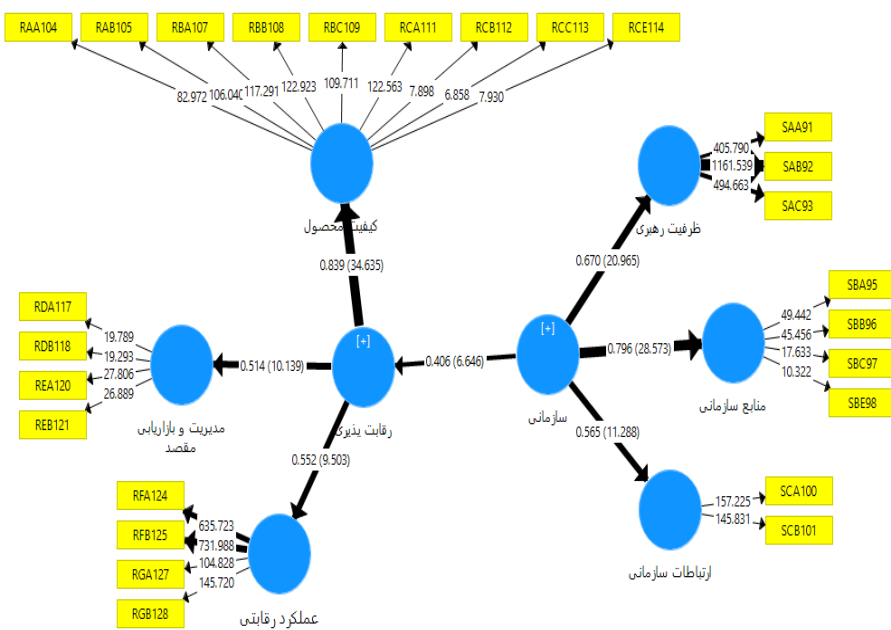
جدول شماره ۵: شاخص های برازش مدل اندازه گیری و مدل ساختاری

شاخص های برازش مدل ساختاری			شاخص های برازش مدل اندازه گیری				
شاخص نیکویی برازش GOF >0.36	معیار تناسب پیشبین $Q^2 > 0.1$ 5	ضریب تعیین تعدیل یاف ته $R^2 > 0.3$ 3	ضریب تعیین (R)	میانگین واریانس استخرا جشده	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کرونباخ	نام متغیر
۰/۴۵۰	۰/۲۹۵	۰/۴۴۷	۰/۴۴۹	۰/۹۹۲	۰/۹۹۷	۰/۹۹۶	ظرفیت رهبری
	۰/۳۰۴	۰/۶۳۲	۰/۶۳۴	۰/۶۱۲	۰/۸۶۱	۰/۷۷۹	منابع سازمانی
	۰/۴۴۱	۰/۳۱۵	۰/۳۱۹	۰/۹۷۰	۰/۹۸۵	۰/۹۶۹	ارتباطات سازمانی
	۰/۳۷۷	۰/۷۰۳	۰/۷۰۴	۰/۶۸۲	۰/۹۴۷	۰/۹۳۱	کیفیت محصول و منابع
	۰/۴۶۰	۰/۲۶۵	۰/۲۷۰	۰/۶۹۰	۰/۸۹۹	۰/۸۵۰	مدیریت و بازاریابی مقصد
	۰/۱۵۶	۰/۲۶۱	۰/۲۶۵	۰/۹۸۳	۰/۹۹۶	۰/۹۹۴	عملکرد رقابتی

شکل شماره ۸: مدل اندازه‌گیری در حالت تخمین ضرایب استاندارد



شکل شماره ۹: مدل برازش‌شده نهایی در حالت تخمین ضرایب استاندارد و معنی‌داری ضرایب



با توجه به مقادیر ضریب تی^۱ ($\pm 1/96$) برای همه مسیرها و روابط، با اطمینان ۹۵ درصد می توان فرضیه اصلی پژوهش- یعنی تاثیر مولفه های ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد گردشگری آب گرم سرعین- را معنی دار و مثبت به شمار آورد (جدول شماره ۶).
 برای تعیین سهم تاثیر هر مولفه در سازه های اصلی مدل (ظرفیت سازمانی و رقابت پذیری مقصد) از بار عاملی تاییدی استفاده شده است. در این راستا، در چهارچوب ظرفیت سازمان، بیشترین سهم تاثیر مربوط به ظرفیت رهبری (۰/۹۹۶) و فرهنگ سازمانی (۰/۹۹۴) است. در قالب رقابت پذیری مقصد گردشگری نیز بیشترین سهم تاثیر معطوف به عملکرد رقابتی مقصد (۰/۹۹۲) و سپس مدیریت و بازاریابی مقصد است (نمودار. ۵).

جدول شماره ۶: نتایج آماره تی و بار عاملی تاییدی تاثیر روابط در مدل ساختاری پژوهش

نتیجه آزمون	P Values	بار عاملی	T Statistics (O/STDE V	روابط مدل	مسیر و کد مولفه ها
تایید	۰/۰۰۰	۰/۶۷۰	۱۸/۸۰۹	سازمانی- < ظرفیت رهبری	SA94<-OC103
تایید	۰/۰۰۰	۰/۵۶۵	۱۰/۹۹۸	سازمانی- < ارتباطات سازمانی	<-OC103 SC102
تایید	۰/۰۰۰	۰/۷۹۶	۲۸/۸۳۸	سازمانی- < منابع سازمانی	SB99<-OC103
تایید	۰/۰۰۰	۰/۴۰۶	۶/۸۷۲	سازمانی- < رقابت پذیری مقصد گردشگری آب گرم	-OC103 DC131<
تایید	۰/۰۰۰	۰/۵۵۲	۹/۶۸۳	رقابت پذیری- < عملکرد رقابتی	CC130<-DC131
تایید	۰/۰۰۰	۰/۸۳۹	۳۵/۵۴۵	رقابت پذیری- < کیفیت محصول و منابع	CR116<-DC131
تایید	۰/۰۰۰	۰/۵۱۴	۹/۷۱۷	رقابت پذیری- < مدیریت و بازاریابی مقصد	-DC131 CM123<

نمودار شماره ۵: توزیع سهم تاثیر مولفه‌های مدل برازش شده بر اساس تحلیل عاملی تاییدی



نتیجه گیری

متاثر از رشد فزاینده صنعت گردشگری، رقابت پذیری مقصدهای گردشگری اهمیت روز افزونی یافته است، زیرا اینگونه فرض شده که رقابت پذیری عاملی مهم در موفقیت مقصد به شمار می آید. در این میان، بخشی از واقعیت کم تر مورد توجه واقع شده است؛ اینکه اثربخشی عملکرد رقابت پذیری تحت تاثیر دامنه ظرفیت سازمان های مدیریت مقصد قرار دارد. بنابراین، مبتنی بر ضرورت فوق و پوشش شکاف موجود در پیشینه، فرضیه تاثیر مولفه های ظرفیت سازمان در رقابت پذیری مقصد گردشگری بر اساس مدل مفهومی محقق ساخته آزمایش شد، از این جهت که بستر موضوعی (پژوهشی و اجرایی) نوینی در خصوص شناخت و تحلیل نظام پذیر از دامنه تاثیر گذاری مولفه های ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد فراهم شود.

یافته های توصیفی از ظرفیت سازمان های مدیریت مقصد آب گرم در شهر سرعین نشان داد که مولفه های کلیدی ظرفیت سازمان- یعنی ظرفیت رهبری، منابع سازمانی، ارتباطات و شاخص های وابسته به آن ها- در شرایط مناسبی قرار ندارند، به نحوی که به جز دو شاخص منابع فیزیکی - فنی و شاخص منابع انسانی، دیگر شاخص ها (ظرفیت رهبری و مدیریت، فرهنگ سازمانی، سیاست گذاری، دانش و اطلاعات، منابع مالی و ارتباطات درون سازمانی و ارتباطات بین سازمانی) در شرایط پایین تر از حد میانگین واقع شده اند. نتیجه نامتوازن مذکور در خصوص ابعاد و مولفه های رقابت پذیری مقصد نیز وجود دارد، به نحوی که مولفه مدیریت

و بازاریابی مقصد در شرایطی نامناسب‌تر از کیفیت منابع و محصول و همچنین عملکرد رقابتی مقصد قرار دارد.

یافته‌های استنباطی نشان داد که مدل مفهومی پژوهش برای سنجش تاثیر توسعه ظرفیت سازمانی در رقابت‌پذیری مقصد گردشگری آب‌گرم شهر سرعین، بر اساس روش مدل‌یابی معادلات ساختاری، از قابلیت برآزش و اندازه‌گیری سازه (متغیرهای نهان و آشکار و تاثیر روابط میان آن‌ها) برخوردار است، پس فرضیه تاثیر ظرفیت سازمانی در رقابت‌پذیری مقصد و همچنین مسیرهای فرعی مدل معنی‌دار و مثبت تشخیص داده شد. تایید تاثیر متغیر مستقل (ظرفیت سازمانی) بر متغیر وابسته (رقابت‌پذیری مقصد) گویای آنست که برای اثربخشی بیشتر در عملکرد رقابت‌پذیری صنعت آب‌گرم در شهر سرعین باید ارتقای اجزای ظرفیت سازمانی در کانون توجه و اقدام تصمیم‌سازان محلی قرار گیرد. نتایج بار عاملی تاییدی در حوزه ظرفیت سازمان نشان داد که مولفه "ظرفیت رهبری و مدیریت" با ضریب اطمینان ۹۵ درصد و به میزان ۰/۹۹۶ بیش از سایر مولفه‌ها (ارتباطات سازمانی و منابع سازمانی) در ارتقای توانایی و عملکرد سازمان‌های مدیریت مقصد موثر است. براین اساس، نقطه شروع تصمیم‌سازان محلی برای بهبود وضعیت می‌تواند تغییر در شرایط و ظرفیت رهبری سازمان‌های مدیریت مقصد در شهر سرعین باشد. در حوزه رقابت‌پذیری مقصد نیز سهم تاثیر مولفه "عملکرد رقابتی مقصد" به میزان ۰/۹۹۲ بیش از مولفه‌های مدیریت و برنامه‌ریزی مقصد و همچنین کیفیت محصول و منابع گردشگری بوده است. براین اساس، می‌توان در عرصه رقابت‌پذیری مقصد، با اطمینان ۹۵ درصد، اولویت سازمان‌های مدیریت مقصد در شهر سرعین را ارتقای "عملکرد رقابت‌پذیری مقصد" با تاکید بر زمینه حمایت‌های سیستمی و بهبود شرایط موقعیتی مقصد به‌شمار آورد.

هرچند پژوهش مشابه در ادبیات برای مقایسه مستقیم یافته‌ها و نتایج وجود ندارد، ولی افتخاری و رمضان‌نژاد (۱۳۹۷؛ ۱۳۹۸) در پژوهش خود تاثیر ظرفیت مدیریت و ارتباطات سازمانی در توسعه گردشگری ساحلی را مورد بحث و تایید قرار داده‌اند. کوجورنیون و دهیرتیتی (۲۰۱۹) نیز تاثیر ظرفیت سازمانی در توسعه گردشگری روستایی در تایلند را مورد تایید قرار دادند؛ همچنین به ضعف ظرفیت رهبری و ارتباطات بین‌سازمانی اشاره کردند. کوسوما (۲۰۱۹) به این نتیجه رسید که ظرفیت سازمانی می‌تواند در بهبود ظرفیت‌های فردی و اجتماعی مؤثر واقع شود، ضمن اینکه به ظرفیت سازمان‌های مدیریت مقصد در فرایند

تجهیز منابع گردشگری روستایی، ضعیف جامعه عمل پوشانده شده است. پژوهش حاضر با پیشینه مذکور در خصوص تاثیر معنادار ظرفیت سازمانی و همچنین ضعف برخی از مولفه های ظرفیت سازمانی- ظرفیت رهبری، ارتباطات و سازماندهی منابع- همسو است.

در خصوص رقابت پذیری مقصد، پژوهشی که افراخته و همکاران (۱۳۹۸) برای شناسایی عوامل موثر در رقابت پذیری شهر سرعین انجام دادند، جاذبه های محوری، و مدیریت مقصد و عوامل پشتیبان سهم تاثیرگذاری بیشتری در رقابت پذیری مقصد داشتند. در پژوهش حاضر، به ترتیب، در ابتدا مولفه عملکرد رقابت پذیری مقصد، کیفیت منابع و محصول و مولفه مدیریت و بازاریابی مقصد واقع شده است. در نهایت، اصالت یا تفاوت پژوهش حاضر با پیشینه بین المللی و ملی این است که تا کنون موضوع تاثیر ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد گردشگری مورد توجه واقع نشده است.

پژوهش حاضر با محدودیت هایی نیز مواجه بوده است: استمرار شرایط ناشی از بحران کوید ۱۹ و محدودیت های مربوط مانع از این شد که اجتماع محلی نیز به عنوان یکی از ذی نفعان مهم در جامعه آماری پژوهش منظور شوند. بنابراین به دلیل اهمیت نقش کیفیت زندگی ساکنین در اثربخشی عملکرد رقابت پذیری مقصد، پیشنهاد می شود که این متغیر در پژوهش های آتی به عنوان یک متغیر میانجی مورد توجه قرار گیرد. از سوی دیگر، به دلیل تاکید ادبیات نظری در خصوص پایداری آثار توسعه گردشگری و نقش آن در رقابت پذیری طولانی مدت مقصد، پیشنهاد می شود تاثیر مولفه های پیشران توسعه ظرفیت نیز از طریق متغیر میانجی توسعه پایدار مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد. مطالعه مشابه در قالب روش شناسی کیفی کمک شایانی به عمق بخشی یافته ها و تاثیر ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد با مشارکت همه ذی نفعان صنعت آب گرم در شهر سرعین می کند.

تعارض منافع

تعارض منافی وجود ندارد.

سپاسگزاری

مقاله حاضر فاقد حامی مالی بوده است، اما از کارشناسان و فعالین صنعت آب گرم در شهر سرعین برای همراهی در ارائه اطلاعات مورد نیاز کمال سپاسگزاری را داریم.

ORCID

Mojtaba Javdan



<https://orcid.org/0000-0002-4283-3057>

Simin Tavallaei



<https://orcid.org/0000-0003-0237-8077>

Fatemeh Mehraban



<https://orcid.org/0000-0003-0208-1695>

منابع

- ابراهیمی، مهدی؛ یآوری گوهر، فاطمه؛ حسن کاشی، میترا (۱۳۹۸): اولویت بندی عوامل رقابت پذیری ایران در گردشگری حلال؛ مجله ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۸، شماره ۲۸، بهار ۱۳۹۸، صص ۱۱۳-۱۳۷.
- افتخاری، عبدالرضا رکن الدین؛ رمضان نژاد، یاسر (۱۳۹۷): تحلیل ظرفیت ارتباطات سازمان های متولی مقاصد گردشگری ساحلی (مطالعه موردی: مقاصد روستایی استان گیلان)؛ برنامه ریزی و آمایش فضا (مدرس علوم انسانی)، دوره ۲۲، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۷، صص ۱۸۷-۱۶۷.
- افراخته، حسن؛ جلالیان، حمید؛ آرامی، ابراهیم (۱۳۹۸): تحلیل عوامل مؤثر در رقابت پذیری گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سرعین)؛ فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی، دوره ۱۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۸، صص ۴۷۲-۴۵۷.
- ایمانی خوشخو، محمد حسین؛ نادعلی پور، زهرا (۱۳۹۵): ارائه الگوی مفهومی رقابت پذیری مقصد گردشگری در چهارچوب توسعه پایدار؛ فصلنامه علمی- پژوهشی گردشگری و توسعه، دوره ۵، شماره ۱، تابستان ۱۳۹۵، صص ۱۰۶-۸۴.
- برومند، بابک؛ کاظمی، علی؛ رنجریان، بهرام (۱۳۹۷) توسعه مدل بومی سنجش رقابت پذیری گردشگری مقاصد گردشگری ایران؛ فصلنامه تحقیقات بازاریابی، ۸(۲۹) صص: ۱۲۲-۱۰۵.
- حشمتی جدید، مهدی؛ سلیمانی مهرنجانی، محمد؛ زنگانه، احمد؛ پرزادی، طاهر (۱۳۹۹): تبیین نقش ظرفیت نهادی در ارتقاء تاب آوری شهری در بحران های زیست محیطی؛ مجله سیاست دفاعی، دوره ۲۸، شماره ۱۱۱، تابستان ۱۳۹۹، صص ۱۹۳-۱۶۷.
- خاکپور، براتعلی؛ عباسی، حامد؛ شاه کرمی، نعمت (۱۳۹۷): ارزیابی و تحلیل جایگاه برند گردشگری استان فارس بر پایه هویت رقابت پذیری ملی؛ فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری؛ سال سیزدهم؛ شماره ۴۴؛ زمستان ۱۳۹۷؛ صفحات ۱۴۲-۱۰۹.
- خانزاده، حامد؛ رهنورد، فرج اله؛ بامداد، ناصر؛ محمدزاده، سیدمجتبی (۱۳۹۹): مدل تبیین رقابت پذیری گردشگری شهرهای توریستی در ایران؛ فصلنامه علمی تحقیقات بازاریابی نوین، دوره ۱۱، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۹، صص ۶۸-۴۵.

دلشاد، علی (۱۴۰۰): اثر گذاری هوشمندی بر رقابت پذیری مقصد گردشگری شهر یزد؛ نشریه علمی کاوشهای جغرافیایی مناطق بیابانی، دوره ۹، شماره ۸، تابستان و پاییز ۱۴۰۰، صص ۱۲۹-۱۰۵
دلشاد، علی (۱۴۰۰): تحلیل رقابت پذیری مقصدهای گردشگری شهری در ایران؛ فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۸، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰؛ صص ۱۶۰-۱۴۳

رجب زاده، آرمین؛ دوستار، محمد؛ آخوندی، نسرين؛ مرتضوی، مهدی (۱۳۹۹): توسعه چهارچوب مفهومی ظرفیت سازی سازمانی بخش آموزش عالی جهت پاسخگویی به انتظارات جامعه: رویکرد تحلیل؛ پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۱۰، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۹، صص ۷۳-۴۵.

رحمانی، فاطمه؛ رهنما، علی (۱۳۹۹): تاثیر شاخص های رقابت پذیری سفر و گردشگری بر تقاضای گردشگری خارجی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (منا)؛ مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره ۸، شماره ۱۶، پاییز و زمستان ۱۳۹۹، صص ۱۴۴-۱۱۳.

رمضان نژاد، یاسر؛ افتخاری، عبدالرضا رکن الدین (۱۳۹۸): ارزیابی ظرفیت مدیریتی سازمان های متولی مقاصد گردشگری ساحلی، مورد مطالعه مناطق روستایی استان گیلان؛ پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۵۱، شماره ۱، بهار ۱۳۹۸، صص ۱۱۰-۹۷.

ضرغام بروجنی، حمید؛ توحیدلو، معصومه (۱۳۹۰): الگوی مدیریت اثربخش گردشگری، مورد مطالعه: مقصد مذهبی مشهد؛ مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، دوره ۷، شماره ۱۶، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، صص ۵۲-۲۵

ضیایی، محمود؛ امین بیدختی، علی اکبر؛ قربانی، فاطمه (۱۳۹۲): ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه ی پایدار گردشگری؛ فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۸، شماره ۲۴، زمستان ۱۳۹۲، صص ۸۸-۵۹

ضیائی، محمود؛ دلشاد، علی؛ تقوی فرد، محمد تقی؛ تاج زاده نمین، ابوالفضل (۱۳۹۹): رقابت پذیری مقصدهای گردشگری فراتحلیل کیفی پژوهش ها با استفاده از شاخص سه گانه بلیکی؛ نشریه علمی برنامه ریزی توسعه کالبدی، دوره ۵، شماره ۴، تابستان ۱۳۹۹، صص ۹۲-۷۵

غضبان، راحله؛ امین بیدختی، علی اکبر؛ جعفری، سکینه؛ حقیقت، حسن (۱۳۹۹): عوامل مؤثر بر رقابت پذیری مقصد ژئوتوریسم؛ فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، سال پانزدهم، شماره ۴۹، بهار ۱۳۹۹؛ صص ۹۳-۶۳.

فرزین، محمدرضا؛ نادعلی پور، زهرا (۱۳۸۹): عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی مقصدهای گردشگری در ایران مورد مطالعه: منطقه چابهار؛ فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۵، شماره ۱۴، صص ۶۷-۴۰.

- فرزین، محمدرضا؛ شکاری، فاطمه؛ عزیزی، فاطمه (۱۳۹۷): رقابت پذیری مقصد گردشگری: تحلیل اهمیت-عملکرد (مورد مطالعه: شهر یزد و شهر شیراز)؛ مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، دوره ۱۳، شماره ۴۳، زمستان ۱۳۹۷، صص ۲۴۷-۲۱۹.
- قادری، اسماعیل؛ اعرابی، سیدسپهر (۱۳۹۹): رقابت پذیری گردشگری شهری در ایران (با استفاده از مدل یکپارچه دو آیر)؛ فصل نامه آمایش محیط، دوره ۲۳، شماره ۴۹، تابستان ۱۳۹۹، صص ۲۲۸-۲۰۳.
- ملکی، سعید؛ سجادیان، مهیار (۳۹۷) آسیب شناسی کیفیت رقابت آمیز مدیریت مقصد گردشگری کویر مطالعه موردی: کویر شهداد کرمان، فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره ۱۶، شماره ۵۱، صص: ۹۸-۸۱.
- مینایی، عباس؛ حیدری چپانه، رحیم؛ قربانی، رسول (۱۳۹۹): تحلیلی بر اثرات مولفه تجارب به یادماندنی در پایداری و رقابت پذیری مقاصد گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر اردبیل، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۷، شماره ۲، صص. ۱۵۵-۱۴۳.

References

- Abreu Novais M; Ruhanen L; Arcodi C(2018);Destination competitiveness: A phenomenographic study *Tourism Management* 64 (2018) 324e334; <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.014>
- Afrakhteh, H; Jalaliyan, H; Arami, E (2019): Analyze Factors Influencing Tourism Competitiveness (Case Study: Sarein City); *Journal of Studies of Human Settlement Planning*, Volume 14, Issue 2 - Serial Number 47 Summer 2019 Pages 457-472. [In Persian]
- Ahmeti F (2013) Building Community Capacity for Tourism Development in Transitional Countries: Case of Kosovo; *European Journal of Scientific Research* 115(4).
- Amortegui S. L Clemente-Almendros J.A; Medina R; Gala M.J(2019) Sustainability and Competitiveness in the Tourism Industry and Tourist Destinations: A Bibliometric Study. *Sustainability* 2019, 11, 6351; doi:10.3390/su11226351
- Andreu, M.G.N.Io.; Font-Barnet, A.; Roca, M.E. Wellness (2021): Tourism—New Challenges and Opportunities for Tourism in Salou. *Sustainability* 2021, 13, 8246.
- Aqueveque C; Bianchi C. (2017) Tourism Destination Competitiveness of Chile: A Stakeholder Perspective; *Tourism planning & development* 2017. <http://dx.doi.org/10.1080/21568316.2016.1272482>

- Aref, F (2010) Community Capacity as an Approach for Sustainable Tourism; *Tourism e-Review of Tourism Research (eRTR)*, Vol. 8, No. 2, 2010
- Aref, F (2011) Capacity Development of Community Organizations for Tourism Development and Planning in Shiraz, Iran.
- Aref, F; Redzuan, M; Gill, S. (2010): Community Capacity Building: A Review of its Implication in Tourism Development *Journal of American Science* 2010; 6(1) 172; pp:127-180
- Aroni A. (2012) Health Management Capacity Building; EHMA-FY2012.
- Assaf A and Josiassen A. (2011): Identifying and ranking the determinants of tourism performance: a global investigation. *Journal of Travel Research* 51(4):388-399
- Austin a M.J; Kate Regan a, K , Mark W. Samples a M.W; Sara L. Schwartz, S.L; Carnochan a, S(2011) Building Managerial and Organizational Capacity in Nonprofit Human Service Organizations Through a Leadership Development Program; *Administration in Social Work*, 35:258–281, 2011; DOI: 10.1080/03643107.2011.575339
- Blazevic; O (2016); Health Tourism and Smart Specialization; *UTMS Journal of Economics* 7 (1): 85–95.
- Boekstein, M (2014): Tourism, health and the changing role of thermal springs- should South Africa reposition its thermal spring tourism product? *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* Vol. 3 (2) - (2014) ISSN: 2223-814X Copyright: © 2014 AJHTL - Open Access- Online
- Bolger, J. (2000:) Capacity Development, Canadian International Development Agency 200 Promenade du Portage(CIDA).
- Boroomand, B; Kazemi,A; Ranjbarian, B(2018): Developing a Domestic Model for Tourism Destinations Competitiveness Measurement in Iran; *Marketing Research Quarterly*; Volume8, Issue 29 ; 2018; Pages 105-122. [In Persian]
- Boroomand, B; Kazemi, a; Ranjbarian, B (2019): Designing a Model for Competitiveness Measurement of Selected Tourism Destinations of Iran (The Model and Rankings) *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* Volume 20, 2019 - Issue 4; PP: 1-16;
- Barbini, F.M & Presutti, M (2015): The Role of Destination Management Organizations in Exploiting Global Opportunities of Tourism Destinations DOI: 10.4018/978-1-4666-8606-9
- Calderwood L.U; Soshkin M.(2019)The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 ; World Economic Forum Travel and Tourism at a Tipping Point.

- Charlotte Backlund C; Karl-Erik Lundgren K.E; Forsberg I (2002) Organizational development & capacity building; Swedish mission council 6/2002.
- Chin L; Hampton M.P (2020) The relationship between destination competitiveness and residents quality of life: lesson from Ball Wei; Tourism and Hospitality Management, Vol. 26, No. 2, pp. 311-336, 2020;
- Ching-Yaw, C., Sok, P., & Sok, K. (2008). Evaluating the competitiveness of the tourism industry in Cambodia: Self-assessment from professionals. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 13, 41–66.
- Cooper, C. (2016). *Essentials of Tourism* (2nd ed.). Harlow, UK: Pearson Education Limited.
- Cornforth C; Mordaunt J(2011) Organisational Capacity Building: Understanding the Dilemmas for Foundations of Intervening in Small- and Medium-Size Charities *Voluntas* (2011) 22:428–449. DOI 10.1007/s11266-010-9175-z
- Croes, R. (2011). Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations. *Journal of Travel Research*, 50(4), 431-442.
- Cronjé D F; Plessis E D (2020) A review on tourism destination competitiveness *Journal of Hospitality and Tourism Management* 45 (2020) 256–265
- Crouch, G. I. (2010). "Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes". *Journal of Travel Research*. doi:10.1177/0047287510362776
- Dwyer, L. & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Crouch, G.I. (2011), "Destination competitiveness: an analysis of determinant attributes", *Journal of Travel Research*, Vol. 50 No. 1, pp. 27-45. DOI: 10.1177/0047287510362776.
- Csapó, J., & Marton, G. (2017). the role and importance of SPA and Wellness tourism in hungary's tourism industry. *Czech; Journal of Tourism*, 6(1), 55–68. Doi: 10.1515/cjot-2017–0003
- Delshad , A (2021): The smartness' effect on competitiveness of Yazd Tourism Destination; *The Journal of Geographical Research on Desert Areas*; Volume 8, Issue 1 Summer and Autumn 2021 Pages 105-129. [In Persian]
- Dragoş Cîrstea, S. (2014). Travel & Tourism Competitiveness: a Study of World's top economic competitive countries. *Procedia Economics and Finance* 15 (2014) 1273 – 1280.

- Dwyer D; Cvelbar L.K; Mihalle T; Koman k.(2014)Integrated Destination Competitiveness Model: Testing Its Validity and Data Accessibility; *Tourism Analysis*, Volume 19, Number 1; DOI:
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414.
- Ebrahimi, M; Yavarigohar, F; Hasankashi, M (2019): Prioritizing Iran's Competitiveness Factors in Halal Tourism; *Journal of Tourism Planning & Development* ; Volume8, Issue 28 Spring 2019 Pages 113-137. [In Persian]
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777–788.
- Esteva, C; o, Joaõ Ferreira, O.J; Nunes, S (2015); Determinations of Torism Destination Competitiveness: A Sem Approach; *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, Volume 10, 121-139.
- Farzin, M & Nadalipour, Z(2010): Factors Affecting the Competitive Advantage of Tourism Destinations in Iran the case of study: Chabahar Region, *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, Vol.5, No.14, pp.40-67 [In Persian].
- Farzin, M.R; Shekari, F; Azizi, F (2019): Tourism Destination Competitiveness: An Importance-Performance Analysis of Yazd and Shiraz; *TOURISM Management Studies*, Volume 13, Issue 44 Winter 2019 Pages 219- 247. [In Persian]
- Fernández, J.A.S; Azevedob; Martin, J.M; Martin, J.A.R(2019) Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of a synthetic index; José Antonio Salinas. *Tourism Management Perspectives* 33 (2020) 100582; PP:1-13;
- Foris,D; Florescu, A; Foris, T & Barabas, S(2020): Improving the Management of Tourist Destinations: A New Approach to Strategic Management at the DMO Level by Integrating Lean Techniques; *Sustainability* 2020, 12, 10201; doi:10.3390/su122310201
- Ghaderi, E; Arabi, S.S (2020): Urban Tourism Competitiveness in Iran (Applying Dwyer' s Integrated Model); *Environmental Based Territorial Planning* , Volume 13, Issue 49 Summer 2020 Pages 203-228. [In Persian]
- Ghozbanii, R; Aminbeidokhti, A; Jafari, S; Haqiqat, H(2020) 4Factors Affecting Competitiveness of Geotourism Destination; *Tourism Manegement Studies* Volume 15, Issue 49 – S. N 49; 2020; Pages 63-93; [In Persian].

- Goffi, G and Cucculelli, M. (2018): Explaining tourism competitiveness in small and medium destinations: The Italian case ORCID Icon & Marco Cucculelli; *Current Issues in Tourism*; Pages 2109-2139
- Gomezelj, D. O., & Mihalič, T. (2008). Destination competitiveness applying different models: The case of Slovenia. *Tourism Management*, 29, 294–307.
- Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25–43.
- Günlü K.E; Ige, P (2016) Competitiveness factors of a tourism destination and impact on residents' quality of life: The case of Cittaslow-Seferihisar and; Dokuz Eylul University, Turkey, Yasar University, Turkey. https://mpr.ub.uni-muenchen.de/77464/1/MPPA_paper_77464.pdf
- Hassan S. S. (2000) Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry Volume: 38 issue: 3, page(s): 239-245
- Heath, E. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: A southern African perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10(2), 124–141.
- Heshmati Jadid, M; Solimani Mehranjani , M ; Zanganeh , A ; Parizadi ,T (2020):An Explanation of the Institutional Capacity for Enhancing the Urban Resiliency in Environmental Crises; *Scientific Journal of Defense Policy* ;Volume 28, Issue 111 - Serial Number 111 Autumn 2020 Pages 167-19. [In Persian]
- Heung, V., & Kucukusta, D. (2013). Wellness tourism in China: resources, development and marketing. *International journal of tourism research*, 15(4), 346-359. Volume15, Issue4
- Happ, E (2020): Tourism destination competitiveness with a particular focus on sport: the current state and a glance into the future – a systematic literature analysis *Journal of Sport & Tourism*; 2021, Vol. 25, No. 1, 66–82
- Hudson S; Ritchie J. R. B; Timur S. (2004) Measuring Destination Competitiveness: An Empirical Study of Canadian Ski Resorts April 2004 *Tourism and Hospitality Planning & Development* 1(1):79-94; DOI:10.1080/1479053042000187810
- Imanikhoshkhoo , M.H ; Nadalipour , Z (2016): a conceptual model of tourism destination competitiveness in the context of sustainable development; *Journal of Tourism and Development*, Volume 5, Issue 1 - Serial Number 7 Spring 2016 Pages 84-106. [In Persian]

- Imbaya B.O; Nthiga R W.a; Sitati N.W.b; Lenaiyasa P.B(2019)Capacity building for inclusive growth in community-based tourism initiatives in Kenya; *Tourism Management Perspectives* 30 (2019) 11–18;
- Paunovi'c I; Dressler M; Nikoli'c T M; Panti'c S.P(2020) Destination of the Future: Clusters and Predictors of Successful National-Level Destination Governance across Destination Life-Cycle; *Sustainability* 2020, 12, 4066.
- Junio. M.M; Kim.J.H; Lee.T. J (2016) Competitiveness attributes of a medical tourism destination: The case of South Korea with importance-performance analysis *Journal of Travel & Tourism Marketing* 2016; PP:1-17.
- Kajornbun , S; Dhirathiti , S.N(2019)Local administration organization capacity development for tourism promotion in the Andaman coastal provinces, Thailand *Int. J. Tourism Policy*, Vol. 9, No. 4, 2019.
- Khakpour, Baratali. & Abbasi, Hamed. & Shah Karami, Nemat. (2018) Evaluating and analyzing the position of tourism brand in Fars province based on national competitiveness identity, *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, Vol.13, No.44, pp.109-141 [In Persian].
- Khanzadeh , H ; Rahnavard , F ; Bamdad , N ; Mahmoudzadeh , S.M (2021):Explanation Model of Tourism Competitiveness in Iran Touristic Cities; *New Marketing Research Journal*, Volume 11, Issue 2 - Serial Number 41 Summer 2021 Pages 45-68. [In Persian]
- Kovačević, N.D; Kovačević, L; Stankovc, U; Dragičević, V; Miletić, A(2018); Applying destination competitiveness model to strategic tourism development of small destinations: The case of South Banat district; *Journal of Destination Marketing & Management*; Volume 8, June 2018, Pages 114-124
- Kusuma, W (2020): Institutional Capacity Development of Rural Tourism in Lombok Kulon Bondowoso; *International Journal of Environmental, Sustainability and Social Sciences*; Volume1, Nomor1, 47-53. DOI:
- Labin S.N, Duffy G.L; Meyers D.C; Wandersman A; Lesesne C.A(2012) A Research Synthesis of the Evaluation Capacity Building Literature; *American Journal of Evaluation*; 1-12;
- Lavergne, R; Saxby, J (2001): Capacity Development: Vision and implications *Capacity Development*; Occasional Series *Canadian International Development Agency(CIDA)*.
- Leung, X. Y., & Baloglu, S. (2013). Tourism competitiveness of Asia Pacific destinations. *Tourism Analysis*, 18(4), 371–384.

- Loss, J; Brew-Sam, N; Metz, B; Strobl, H; Sauter, a; Tittlbach, S. (2020) Capacity Building in Community Stakeholder Groups for Increasing Physical Activity: Results of a Qualitative Study in Two German Communities. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020, 17, 2306;
- Maleki S; Sajadian, M(2018):Pathology quality competitive tourism Desert destination management (Case Study: Shahdad Kerman desert); *Geography & Development Iranian Journal*; Volume 16, Issue 51 - Serial Number 51 Spring 2018 Pages 81-98.[In Persian].
- Manrai ,L.A; Manrai, A. K; Friedeborn.S(2018) MEnvironmental determinants of destination competitiveness and its Tourism Attractions-Basics- Context, A-B-C, indicators A review, conceptual model and propositions *Journal of Economics, Finance and Administrative*; DOI 10.1108/JEFAS-01-2018-0010
- Millar a, P; Doherty A (2016) Capacity building in nonprofit sport organizations: Development of a process model. *Sport Management Review* Volume 19, 2016 - Issue 4; 365-377.
- Minaei, A; Heydari Chianeh, R; Ghorbani, R(2020):Analysis of the Components of Memorable Experiences on Urban Sustainability and Competitiveness of Tourism Destinations Case study: Ardabil City; *Journal of Urban Tourism*; Volume 7, Issue 2; Summer 2020; Pages 143-155;[In Persian].
- Mueller, H., & Kaufmann, E. (2001). Wellness tourism: Market Analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5–17
- Negruşa, A.L & Coroş, M.M(2016) Destination Management Organizations' (DMOS') Roles and Performance – Literature Review; The 2nd International Scientific Conference SAMRO 2016; Romania, October, 2016
- OECD (2013): Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism a Guidance Document Alain Dupeyras, Neil MacCallum; *OECD Tourism Papers* 2013/02;
- PAHRDF, (2012) Capacity Development Model and its Applicability across Various Types of Institutions. <https://unsdg.un.org/sites/default/files/UNDG-UNDAF-Companion-Pieces-8-Capacity-Development.pdf>
- Paunovi'c, I; Dressler, M; Nikoli'c, T.M; and Panti'c, S.P(2020): Developing a Competitive and Sustainable Destination of the Future: Clusters and Predictors of Successful National-Level Destination Governance across Destination Life-Cycle; *Sustainability* 2020, 12, 4066;

- Quynh t.K.U. (2021); Wellness travel motivation post covid-19; thesis degree programme in tourism; Lapland University of Applied Sciences.
- Rahmani, F; Rahnama, A(2021): The Impact of Travel and Tourism Competitiveness Indicators on Foreign Tourism Demand in the Middle East and North Africa (MENA); Journal of Social Study in Tourism; Volume 8, Issue 16 Autumn 2020-Winter 2021 Pages 113-144 . [In Persian]
- Rajabzadeh, a; Mortazavi, M; Doostar, M; akhoundi, N (2020): Developing a conceptual framework for organizational capacity building in higher education to respond to society expectations: A concept analysis approach; ORMR; Volume10, Issue2 Spring 2020 Pages 45-73. [In Persian]
- Ramezannezhad , Y ; Eftekhari; A.R; (2019): Evaluation of the management Competence of the Organizations Responsible for Rural Coastal Tourism Destinations in Guilan Province; Human Geography Research Quarterly; Volume 51, Issue 1 Spring 2019 Pages 97-110
- Eftekhari; A.R; Ramezannezhad , Y ;;(2018): Analysis of the Communications Capacity of the Responsible Organizations for Coastal Tourism Destinations Case Study: Rural Destinations of Guilan Province; Spatial Planning (Modares Human Science); Volume22, Issue 2 Summer 2018 Pages 167-187. [In Persian]
- Risfandini A; Thoyib A; Noermijati N; Mugiono M. (2021) Competitiveness of Tourism Destinations: An Extended Criteria of Resource-Based View; Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 5 (2021) 0253–0263;
- Ritchie, J.R & Crouch, G.I(2010): A model of destination competitiveness sustainability: Brazilian perspectives. rap - Rio de Janeiro 44(5):1049-66, Set. /out. 2010
- Robertico Croes (2013) Evaluation of Tourism Competitiveness and its effects on destination management; making a difference in costa rica? Diálogos: Revista Electrónica de Historia, Volumen especial en homenaje a Víctor Hugo Acuña, octubre 2013. / p. 115-133.
- Romão, J., Machino, K., Nijkamp, p. (2018) Integrative diversification of wellness tourism services in rural areas – an operational framework model applied to east Hokkaido (Japan), Asia Pacific Journal of Tourism Research, 23:7, 734-746,
- Savaşana, A. , Yalvaçb, M. , Tuncel, E.(2017):Statistical reasoning for developing an attitude scale for health tourism stakeholders in North Cyprus context; Procedia Computer Science;Volume 120, 2017, Pages 196-203.

- Smith, M., & Kelly, C. (2006). Holistic tourism: Journeys of the self? *Tourism Recreation Research*, Publication Cover; *Tourism Recreation Research*; Volume 31, 2006 - Issue 1 31(1), page15–25
- Smith, M., & Puckzo, L. (Eds.). (2008). *Health and wellness tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Stensaker B (2021); Building institutional capacity for student competencies: An organizational perspective; *International Journal of Chinese Education* January–April 2021, 1–10 permissions
- Svensson, P.G(2015); Exploring Organizaionnal Capacity in Sport for Development and Peac Setting: A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Educational Leadership and Organizational Development. University of Louisville.
- Torkzadeh, J; Zeinali, F; Mohammadi, M; Salimi, G (2019): Developing a Framework for the Organizational Capacity of Academic Centers: A Qualitative Study. *Ihej*; Volume11, Issue 2 Summer 2019 Pages 119-142. [In Persian]
- UNDP (1998): *Capacity assessment and development in a Systems and Strategic Management Context*.
- UNDP (2005): *Measuring Capacities an Illustrative Catalogue to Benchmarks and Indicators Capacity Development Group Bureau for Development Policy*September 2005.
- UNDP(2009):*Capacity Development: A UNDP Primer*.
<https://www.undp.org/publications/capacity-development-undp-primer>
- UNESCO (2012) *Guidelinesfor Capacity Development in Education Policy Planning and Resource Management*. Education Sector UNESCO.
- UNICEF (2010) *The approach of UNICEF to capacity development*. E/ICEF/2010/CRP.20 August 2010
- Vaezi , R ; Chekin , M ; Aslipour , H (2018): Policy-Making Challenges in the Field of Health Tourism in Iran; *Tourism Management Studies*; Volume 13, Issue 41 Spring 2018 Pages 1-40. [In Persian]
- Varghese, B (2013): Intervention of destination management organization's in tourist destinations for branding, image building and competitiveness – a conducive model for Karnataka" *Journal of Investment and Management* 56-60(3); 2013;
- Volgger, M & Pechlaner, H (2014): Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success; *Tourism Management* 41 (2014) 64e75

- Wachira E.M & GeSCI(2007): Organizational Capacity Audit Tool; Global e-School and Communities Initiative, GeSCI;
<https://en.unesco.org/icted/sites/default/files/2019-04/capacity-audit-tool.pdf>
- Zargham Borujeni, H; Tohidloo, M (2011): Effective tourism management model, case study: Religious destination of Mashhad; Tourism Manegement Studies ; Volume7, Issue 16 Autumn and Winter 2011 Pages 25-52. [In Persian]
- Ziaee, M; Aminbeidokhti, A.A; Ghorbani, F (2014): Assessment of the Local Community Capacity for the Sustainable Development of Tourism (Case Study: Pasargadae Special Tourism Area); Tourism Manegement Studies; Volume 8, Issue 24 Winter 2014 Pages 59-88. [In Persian]
- Ziaee, M; Delshad, A; Taghavifard. M.T; Tajzadeh Namin, A(2021): Competitiveness of tourism destinations: A qualitative meta-analysis of studies using Blaikie Triple Index; Journal of Physical Development Planning; Volume5, Issue 4 Winter 2020 Pages 75 -92. [In Persian]

استناد به این مقاله: جاودان، مجتبی، تولایی، سیمین، مهربان، فاطمه. (۱۴۰۰). تحلیل تاثیر ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد گردشگری آبگرم، مورد مطالعه: شهر سرعین. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۶ (۵۶)، ۸۳-۱۲۹.



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.