

ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی (مطالعه موردی استان لرستان)

پوریا بهاران^۱، حمید فروغی پور^{۲*}، نجف آقایی^۳

ص.ص: ۹۰-۶۶

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۱/۱۸

تاریخ تصویب: ۹۹/۰۶/۱۶

چکیده

این مطالعه باهدف ارائه مدلی جهت توسعه گردشگری ورزشی استان لرستان و با تأکید بر عوامل اجتماعی انجام گرفت. روش تحقیق این مطالعه توصیفی به روش پیمایشی مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری و به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی بود که به شکل میدانی اجرا شد. جامعه آماری در این پژوهش پس از مشخص شدن مدل تحقیق، تمامی گردشگران ورزشی در استان لرستان بود که با توجه به فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای در مرحله اول و مرحله دوم روش نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس ۳۸۴ نفر به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب گردیدند. ابزار گردآوری داده‌ها در این مطالعه بر اساس نظرات خبرگان شامل ۵ بعد و ۲۹ گویه بود. عوامل اجتماعی موردبررسی در این مطالعه شامل، امنیت، فرهنگی اجتماعی، اقتصادی، خدمات گردشگری و تبلیغات می‌باشد. پرسشنامه‌ها از لحاظ روایی صوری و محتوایی مورد تأیید اساتید دانشگاه‌ها و صاحب‌نظران متخصص مدیریت ورزشی در حوزه گردشگری قرار گرفت. با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مقدار پایایی ابعاد فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی ۰/۹۴، ۰/۹۷ امنیت ۰/۹۶ کیفیت خدمات گردشگری ۰/۹۲ و تبلیغات ۰/۹۴ گزارش شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های از آمار توصیفی جدول، نمودار، میانگین و انحراف معیار و آمار استنباطی آزمون چولگی و کشیدگی، آزمون t و سوارا و مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج آزمون t نشان داد عوامل اجتماعی موردبررسی در این مطالعه به ترتیب: امنیت (۲۶۱/۳۰)، فرهنگی و اجتماعی (۱۲۱/۲۸)، کیفیت خدمات گردشگری (۷۵۹/۲۵)، اقتصادی (۴۳۳/۲۵)، تبلیغات (۳۰۷/۲۰) بر توسعه گردشگری ورزشی در استان لرستان اثر معناداری داشته‌اند؛ که از میان ابعاد توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی، بعد امنیت (۳۰/۲۶۲) در رتبه اول قرار داشته است. بر اساس نتایج مدل معادلات ساختاری مدل اصلی تحقیق از برازش مطلوبی برخوردار بود که بر این اساس مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی از بهینه‌گی و برازش لازم برخوردار است. همچنین کلیه ابعاد مورد بررسی به‌عنوان متغیرهای قادر به پیش‌بینی متغیر توسعه گردشگری ورزشی در استان لرستان بودند. از این‌رو نتیجه گرفته می‌شود که مسئولان مرتبط جهت طراحی مدل توسعه گردشگری باید به کلیه شاخص‌های عوامل اجتماعی توجه نمایند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری ورزشی، عوامل اجتماعی، توسعه، استان لرستان

^۱ . گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.

^۲ . گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.

^۳ . دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه خوارزمی و دانشگاه شهید بهشتی تهران

Construction and Validation of an Instrument to Measure Sport Responsibility

Baharan, P. (MA), Foroughipour*, H. (PhD), Aghaei, N. (PhD)

Abstract

This study aimed to present a model for sport tourism development in Lorestan province with emphasis on social factors. Research method of this study was a survey based on structural equation modeling and applied research that was conducted in the field. The statistical population of this study after determining the research model was all sport tourists in Lorestan province. According to Cochran formula and cluster random sampling method in the first and second stage of non-probability, sampling method 384 persons were selected as research sample. The data-gathering tool in this study was based on expert opinions including 5 dimensions and 29 items. The social factors considered in this study include security, socio-cultural, economics, tourism services and advertising. University professors and experts in terms of content validity approved these questionnaires. Using Cronbach's alpha coefficient, the reliability of cultural and social dimensions was 0.94 for economic 0.97 for security 0.96 for quality of tourism services 0.92 and 0.94 for advertisement. To analyze data, descriptive statistics, chart, mean and standard deviation and inferential statistics of skewness and elongation test, T-test and SWARA and structural equation modeling were used. The results of T-test showed that the social factors studied in this study respectively security (30.261), socio-cultural (28.121), quality of tourism services (25.759), economics (25.433) and advertisement (20.307) had a significant effect on the development of sport tourism in Lorestan province. Among all of these factors, security 30.261 has obtained the first rank in effects of sport tourism development. According to the results of the structural equation modeling, the main research model had a good fit, according to which the conceptual model of sport tourism development with emphasis on social factors had the required optimality and fit. Also, all independent variables studied can predict sports tourism development variables in Lorestan province. So, it is concluded that authorities should focus on all social variables to design tourism development model.

Keywords: Sport tourism, Social Factors, development, Lorestan

مقدمه

واژه گردشگری نخستین بار در سال ۱۸۱۱ در مجله‌ای به نام اسپورتینک آمد، در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت. گردشگری به معنای امروزی گرفته شده از واژه‌ی توریسم و تور می‌باشد که ابتدا از زبان فرانسه و توسط اشراف‌زادگان بکار برده می‌شد. گردشگری به فعالیتی اطلاق می‌شود که در زمان سفر گردشگران به وقوع می‌پیوندد و دربرگیرنده همه موضوعات از قبیل برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مکان موردنظر، اقامت در آنجا بازگشت و یادآوری خاطرات سفر بعد از بازگشت می‌باشد. کارشناسان علوم اقتصادی، اظهار داشتند گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا می‌باشد؛ به طوری که بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته، این صنعت را به‌عنوان منبع اصلی ایجاد درآمد، اشتغال‌زایی رشد بخش خصوصی و توسعه زیربنایی می‌دانند (حسینی، شجاعی، ۱۳۹۹). صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در کشورهای جهان شناخته شده است (ساندلین، فیچتنر^۱، ۲۰۲۰). یکی از بخش‌های اقتصادی مورد تأکید در راستای بهبود معیشت پایدار و افزایش اشتغال‌زایی، توریسم است گردشگری در دهه‌های گذشته نقش زیادی در افزایش درآمد و رشد اقتصادی کشورهای پیش‌تاز در این حوزه داشته است. با افزایش جاذبه‌های گوناگون، بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل و افزایش اهمیت گذران اوقات فراغت رشد توریسم در حال گسترش است. از جمله پیامدهای مطلوب گردشگری، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، کاهش فقر، بهبود توزیع درآمد و پویایی جوامع محلی است (گل زاده، سعیدی، ۱۳۹۹). همچنین توسعه گردشگری در یک منطقه می‌تواند در توسعه جامعه روستایی، حفاظت از تنوع زیستی، آموزش حفاظت از فرهنگ و بهبود اقتصادی کمک کند (حجازی، جوادی، ۱۳۹۹).

امروزه صنعت گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد است و به‌عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان، حائز جایگاه ویژه‌ای است. از این رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش‌ازپیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی هستند. طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۱۷ تعداد گردشگران بین‌المللی به بیش از ۳.۱ میلیارد نفر و درآمد حاصل از این صنعت بالغ بر ۲۳.۱ تریلیون دلار رسیده است. این میزان به معنی افزایش ۲.۴ درصدی سرانه تا سال ۲۰۲۱ است که طبق پیش‌بینی‌ها به ۲۸۶۰ میلیارد دلار آمریکا می‌رسد. بر این اساس باید بگوییم که امروزه صنعت گردشگری به یکی از صنعت‌های سودآور دنیا تبدیل شده است. صنعت گردشگری به‌ویژه به‌منظور گذران اوقات فراغت یکی از نیازهای اصلی انسان محسوب می‌شود؛ به طوری که این پدیده با تخصیص ۱۰ درصد جمعیت جهان، جابه‌جایی صلح‌آمیز تاریخ بشر محسوب می‌شود (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۸). توسعه و بالندگی صنعت گردشگری در کشور، سبب ترکیب و به‌کارگیری هم‌زمان

¹ Sandelin, Fiechtner



منابع داخلی و خارجی خواهد شد و با فراهم آوردن فرصتی راهبردی، به اقتصاد محلی تنوع بخشیده، موجب اشتغال‌زایی، ایجاد درآمد و افزایش ارزش منابع وارد شونده به محیط محلی می‌شود. صنعت گردشگری، برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی از جمله بیکاری بالا، محدودیت منابع انرژی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه هستند، از اهمیت برخوردار است (نجفی و همکاران، ۱۳۹۸).

امروزه ورزش و گردشگری (توریسم) به فعالیت‌های اقتصادی مهمی در دنیای پیشرفته و در حال توسعه تبدیل گشته و توجه فزاینده‌ای در سالهای اخیر به‌عنوان صنعت و بازار داخلی شده است و همچنین به‌عنوان یک عامل در بازسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع شهری و روستایی شناسایی شده است. با توجه به این که جامعه‌ای که به سمت توسعه‌یافتگی می‌رود نیازمند فضاهایی جهت گذراندن اوقات فراغت و تجدید قوا است، گردشگری (توریسم) و مسافرت از طریق ورزش بهترین تفریح بدین منظور است. محیط شهری باید به‌گونه‌ای شکل و سازمان داده شود که برگزاری مسابقات ورزشی، هم حمایت‌کننده و هم در راستای توسعه پایدار شهری باشد. (حسینی نسب، طیبی ثانی و مرسل، ۱۳۹۹).

جهانگردی ورزشی تجربه سفر برای مشارکت یا مشاهده فعالیت‌های مرتبط با ورزش به‌عنوان یک بازار مهم گردشگری جهان شناخته شده است. سفرهای ورزش محور، در طی دو دهه گذشته به طرز چشمگیری رشد کرده است؛ اما اخیراً در کانون تحقیقات متمرکز دانشگاهی قرار گرفته است (واسمت^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). گردشگری ورزشی همانند گردشگری عام دارای تعاریف مختلفی از دیدگاه صاحب‌نظران مختلف است. این تعاریف وجوه مشابه و مخالف زیادی دارند و در رسیدن به یک مفهوم خاص ایجاد مشکل می‌کنند. امروزه گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت سفید بیش از هر زمان دیگر جایگاه خود را به‌عنوان پدیده‌ای چند بعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها، با سرمایه‌گذاری فراوان، فواید و اثرات این صنعت را خوب درک کرده و به‌عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، افزایش اشتغال، درآمد، توسعه زیرساخت‌ها، افزایش شهرت و برند سازی مقصد خود درآورده‌اند. گردشگری ورزشی نقش اجتماعی اقتصادی مهمی در بسیاری از مناطق جهان دارد. برای مثال رویدادهای ورزشی بزرگ نظیر المپیک و جام جهانی با جذب هزاران نفر از سراسر دنیا مزایای اقتصادی عظیمی برای میزبان دارد. حتی رویدادهای ورزشی کوچک مثل رویدادهای ملی و منطقه‌ای نیز با جذب گردشگران مزایای اقتصادی زیادی را نصیب جوامع میزبان می‌کند. (زهره وندیان، احسانی، خسروی زاده، ۱۳۹۷).

با توجه به اهمیت و اعتبار دو مقوله گردشگری و ورزش مدیران و مسئولین این دو بخش برای رسیدن به اهداف خود (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) به گردشگری ورزشی متوسل شده‌اند و این صنعت را به‌عنوان بعدی در نظر گرفته‌اند که می‌توان از طریق آن علاوه بر ایجاد اشتغال و رونق

¹ Wasmet

اقتصادی به پیشرفت کشور نیز کمک کرد (امینی و همکاران، ۱۳۹۸)؛ بنابراین، بسیاری از کشورهای جهان در تلاش برای تقویت صنعت گردشگری ورزشی خود هستند زیرا این صنعت می‌تواند نقش برجسته‌ای را به‌عنوان یک مولد اقتصادی و ایجادکننده‌ی اثرات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و زیست محیطی در جوامع مختلف داشته باشد. با این حال در این پژوهش به بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گردشگری ورزشی که شامل (امنیت، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی خدمات گردشگری و تبلیغات) پرداخته شده است.

امنیت در فرهنگ لغت لاروس عبارت است از: اعتماد، آسایش خاطر روحی- روانی و عاطفی فکر. بر این اساس که "خطر، ترس، وحشت و اضطراب محلی از اعراب ندارد و معادل نبود خطر است". امنیت به‌عنوان یک عنصر مهم بر سایر ابعاد زندگی تأثیر می‌گذارد (مهد نژاد و همکاران، ۱۳۹۹). فوریه نادل و گالجو در تحقیق خود با عنوان جذابیت کشنده: چگونه تهدیدات امنیتی جهانگردان را متضرر می‌کند به بررسی اثرات تهدیدات امنیتی، یعنی تروریسم، جرم و فساد، بر گردشگران بین‌المللی می‌پردازند و یک مدل گرانث را برای ارزیابی اختلافات در اقدامات ناپایداری بین دو کشور ارزیابی می‌کنند. در این مقوله نه تنها این که تهدیدات امنیتی در کشور میزبان تأثیر منفی بر گردشگری ورودی دارد، بلکه همچنین چگونگی شرایط کشور مبدأ را در خصوص جریان گردشگری را به یک مقصد خاص نیز تعیین می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که گردشگران سفر به کشورهایی با سطح ایمنی و امنیتی مشابه را در کشور مبدأ خود ترجیح می‌دهند. علاوه بر این، یک اثر نامتقارن پیداشده است؛ یعنی گردشگران از کشورهای با ثبات سفر را به کشورهایی با همان شرایط ترجیح می‌دهند. درحالی‌که گردشگران کشورهای بی‌ثبات نسبت به عدم امنیت در کشور مقصد، تحمل بیشتری دارند. سرانجام ما میدانیم که اثر منفی تهدیدات امنیتی، گردشگری ورودی را کاهش می‌دهد (فوریه نادل و گالجو، ۲۰۲۰).

تانگ و همکاران در تحقیقی با عنوان ارزیابی امنیت زیست محیطی صنعت گردشگری در مناطق توسعه حفاظت از محیط‌زیست: یک مطالعه موردی از پکن به ارزیابی امنیت زیست محیطی صنعت گردشگری در پکن پرداخته و نتایج تحقیق نشان از وجود پتانسیل و پیشرفت در منطقه در سال‌های آینده را نشان می‌دهد. همچنین چشم‌اندازهای جدید درک بهتری از رابطه بین توسعه پایدار صنعت گردشگری و امنیت زیست محیطی را بررسی می‌کند (تانگ و همکاران، ۲۰۱۸).

یانگ، دانگ ولی در تحقیق خود با عنوان گردشگری خرد و امنیت و توریسم خرد و اقلیمی در چین معتقدند که برای توسعه عمیق گردشگری در چین باید مکانیسم‌های تأمین جاذبه گردشگری اساسی و جریان‌های پویا را مورد تجزیه و تحلیل قرارداد و همچنین بیان می‌کنند که امنیت ایمنی جاذبه‌های

¹ Nadel and Galjoo

² Tong et al



گردشگران، ایمنی گردشگران و امنیت صنعتی گردشگری خرد و همچنین پیشنهادها برای افزایش امنیت را بررسی کنند (یانگ، دانگ و لی^۱، ۲۰۱۹).

استنکوا، تسوتکو و ایوانووا در تحقیق خود با عنوان ارزیابی و مکانسیم امنیت زیست محیطی گردشگری بر اساس مدل (dpsir-dea)^۲ ضمن تأکید بر اهمیت صنعت گردشگری برای توسعه اقتصادی بسیاری از کشورهای جهان، گردشگری را منبع بزرگی از درآمد صادراتی و درعین حال عامل مهمی در تراز پرداخت قابل توجهی از اقتصادهای ملی در جهان معرفی می‌کنند و معتقدند که این اهمیت گردشگری را در اولین عامل در لیست چالش‌ها قرار می‌دهد که امنیت در رشد آن بسیار مؤثر است (استنکوا، تسوتکو و ایوانووا، ۲۰۱۹^۳).

ولهو گوویا^۴ در تحقیق خود با عنوان ایمنی و امنیت به‌عنوان مقدماتی برای رقابت‌پذیری گردشگری ساحلی و دریایی بیان می‌کند که جنبه‌های مختلف ایمنی و امنیت مردم، همیشه سزاوار بالاترین اهمیت در جامعه بشری بوده است. امروزه جهان بابتی خطر بودن و تهدیدهای مداوم جهانی در زندگی روزمره مواجه است. بی‌ثباتی و ناامنی، اقتصاد و روابط اجتماعی را در همه سطوح به خطر می‌اندازد. افراد درگیر در فعالیت‌های اقتصادی مانند گردشگری همیشه درک کرده‌اند که امنیت شرایط اساسی برای توسعه است. گردشگری ساحلی و دریایی بسیار آسیب‌پذیر است. در این فصل ایمنی و امنیت گردشگر در فعالیت‌هایی که می‌تواند در مناطق ساحلی و دریایی انجام دهد و خطرات و تهدیدهایی که وی در آنجا می‌تواند داشته باشد را پوشش می‌دهد. نویسندگان وضعیت پروتکلی را در مورد این موضوع ارائه می‌دهند و ایده‌هایی برای به حداقل رساندن ناامنی از هر دونقطه نظر (ایمنی و امنیت) در گردشگری ساحلی و دریایی ارائه می‌دهند (ولهو گوویا، ۲۰۲۰).

در سطح جهان، توسعه سریع و تحقیقات گسترده‌ای در مورد آگاهی اجتماعی - فرهنگی صورت گرفته است و عوامل مؤثر بر آن بر رفتارهای گردشگران و روند مصرف تأثیر می‌گذارد. باین‌حال، اکتشاف کامل این عوامل اجتماعی فرهنگی، در مطالعات گردشگری کمیاب است. هوشیاری فرهنگی و تأثیرات آن می‌تواند یک گردشگر یا گروهی از گردشگران را وادار به حمایت یا جلوگیری از یک مقصد به‌طور ضمنی کند (هولدر^۴، ۲۰۲۰). نتایج حاصل از تحقیق نشان داد، عوامل اجتماعی به‌صورت مستقیم تأثیر بسزایی در توسعه گردشگری ورزشی دارد ولی به نظر می‌رسد از بین عوامل مشارکت جامعه محلی، عوامل اجتماعی به‌صورت غیرمستقیم با نقش میانجیگری عوامل نهادی تأثیر معنی‌داری بر توسعه گردشگری ورزشی نیز، دارد. پس این عامل می‌تواند به افزایش درک فرهنگی، افزایش سطح ثابت علاقه‌مندی و مشارکت در انواع فعالیت‌های وابسته به رویداد، گسترش تعاملات اجتماعی و ارتباطات فرهنگی

¹ Yang, Dong and Li

² Stenkova, Tsutko and Ivanova

³ Velho Gouveia

⁴ Holder

بین‌المللی، گسترش ارزش‌ها و رسومات منطقه‌ی و افزایش تساوی نژادی داشته باشد، (پاشایی، عسگریان، روزافزون، ۱۳۹۸)

آمالو^۱ و همکاران در تحقیق خود با عنوان «تأثیرات صنعت گردشگری بر فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی جوامع میزبان: شواهدی از ایالت کراس ریور ایالت، نیجریه» از منابع اولیه و ثانویه داده‌ها برای استخراج اطلاعات برای مطالعه استفاده کرده‌اند. منابع اصلی شامل استفاده از پرسشنامه، جلسات مصاحبه و مشاهده مستقیم میدانی بود درحالی‌که منابع ثانویه شامل استفاده از اطلاعات مستند منتشرشده در مقاله‌ها، کتاب‌ها و ثبت‌نام‌های لباس‌های توریستی در مکان‌های مطالعه بودند. این مطالعه مشاهده کرد که برخی از ارزش‌های فرهنگی - اجتماعی مردم (ازدواج‌های سنتی، الگوی ساختمان سنتی، درآمد خانواده، طراحی منظر سنتی، هنر و صنایع‌دستی) تحت تأثیر تعامل گردشگران با جوامع میزبان است بر اساس این یافته‌ها، این مطالعه توصیه می‌کند تا فعالیت‌های فرهنگی بیشتر، بازاریابی بهتر و استراتژی‌های تبلیغاتی اتخاذ شود تا بازدیدکنندگان و گردشگران بیشتری از منطقه در طول سال بازدید کنند (آمالو و همکاران، ۲۰۲۰).

معین‌الدینی و صنعت خواه (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر گرایش شهروندان به ورزش همگانی (مطالعه موردی: شهر کرمان)» هدف خود را بررسی عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر گرایش شهروندان شهر کرمان به ورزش همگانی بیان می‌دارد و نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد که متغیرهای تصور شخص از بدن، مصرف رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی ورزش محور تأثیر مستقیم بر گرایش شهروندان به ورزش همگانی داشته‌اند و متغیرهای سرمایه اقتصادی ورزش محور، سرمایه اجتماعی ورزش محور، تنها و از راه سرمایه فرهنگی ورزش محور، تأثیری غیرمستقیم بر گرایش شهروندان به ورزش داشته‌اند.

صیدایی و رستمی (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «سنجش تأثیرات اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری (نمونه موردی شهر کرمانشاه) این‌چنین بیان می‌دارد که امروزه صنعت گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد و درعین حال از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورها است و به عنوان گسترده ترین صنعت خدماتی جهان حائز جایگاه ویژه‌ای است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که با توجه به توانمندی‌های شهر کرمانشاه توسعه گردشگری به ترتیب در توسعه اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی شهر کرمانشاه تأثیر معنی‌داری داشته و به ترتیب ۱۷ و ۱۶ درصد تغییرات اقتصادی و اجتماعی به توسعه گردشگری برمی‌گردد.

نورول^۲ و همکاران در تحقیقی به‌عنوان توسعه پایدار گردشگری ورزش‌های آبی در مالزی» با تأکید بر بعد اقتصادی هدف تحقیق را مشخص کردن تأثیر ابعاد مالی برای حفظ روند جذب گردشگر ورزشی در

^۱ Amalu,

^۲ NOORUL

رابطه باعرضه و تقاضاهای ورزش‌های آبی دانستند. و همچنین در تحقیق محققان به دنبال ارائه فهرستی از فعالیت‌های ورزشی بودند که امکان استفاده از زیربناها لازم آن ورزش در منطقه مورد مطالعه وجود داشت باشد و بالاترین ضریب جذب گردشگر ورزشی را با تأکید بر بعد هزینه‌ها برای گردشگران ایجاد می‌کنند (نورول و همکاران، ۲۰۲۰).

ساندلین و فیچتندر تحقیقی به‌عنوان فرایند انتخاب استراتژی توسعه گردشگری ورزشی در تفرجگاه و روسیکا، ضمن تأکید بر اهمیت گردشگری ورزشی به‌عنوان یک صنعت اقتصادی مهم در جهان، به دنبال حفظ بازار رقابتی این صنعت بوده‌اند و با تأکید بر موقعیت آب گرم در این تفرجگاه و اهمیت سلامت جسمانی و رفاه گردشگران و ارتباط این موضوع با موقعیت آب گرم در این منطقه پرداخته‌اند (ساندلین و فیچنر، ۲۰۲۰).

نواگو و چوکوودی^۱ در تحقیقی به‌عنوان اجرای سیاست‌های دولت، رهبری اثربخش و جذابیت کیفیت به‌عنوان نشانگرهای کلیدی برای توسعه گردشگری ورزشی در نیجریه^۲ با توجه به عملکرد ضعیف ورزشکاران نیجریه‌ای در مسابقات بین‌المللی باوجود ظرفیت‌های خام بسیار، بررسی سیاست‌های دولتی و بحث رهبری را مدنظر قرار داده است. در این پژوهش ضمن تأکید بر رهبری مؤثر در وضعیت ورزشی و گردشگری ورزشی بر لزوم استفاده از کارکنان واجد شرایط در اداره امور ورزشی و گردشگری ورزشی تأکید می‌کند (نواگو، چوکوودی، ۲۰۲۰).

النا بوگان^۲ در تحقیقی به‌عنوان ویژگی‌های توسعه گردشگری ورزشی در بخارست رومانی به دنبال تأثیرات مثبت گردشگری ورزشی در مورد سیاست جامعه و اقتصاد محلی منطقه مورد مطالعه بود و همچنین به دنبال افزایش آگاهی در مورد اهمیت این نوع گردشگری و امکان توسعه آن در مکان‌های دارای پتانسیل مشابه بودند. نتایج تحقیق نشان دادند که جذب گردشگران ورزشی مزایای ملموس و نامحسوس در ارزش پول محلی، زیرساخت جامعه محلی دارد و همچنین تجربه‌های فرهنگی جدید را برای میزبان به ارمغان می‌آورد (النا بوگان، ۲۰۱۹).

حال با توجه به فواید فراوان اقتصادی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و زیست‌محیطی گردشگری ورزشی و با درک اهمیت داشتن جامعه‌ای سالم و بانشاط توسط مدیران، برنامه ریزان و مسئولین و همچنین تمایل مردم به داشتن تعطیلات و تفریحات فعال و پویا، لزوم توجه به مقوله گردشگری ورزشی و توسعه آن در کشور اجتناب‌ناپذیر می‌نماید. (زهره وندیان، احسانی، خسروی زاده، ۱۳۹۷)؛ اما آنچه مسلم است که کشور ایران باوجود داشتن ظرفیت‌های بسیار درزمینه‌ی گردشگری ورزشی، متأسفانه هنوز نتوانسته است به جایگاه و اعتبار واقعی خود در این زمینه دست یابد چراکه سهم گردشگری کشور که گردشگری ورزشی نیز جزئی از آن محسوب می‌شود از تولید ناخالص ملی تنها یک درصد است (کوزه چیان و همکاران، ۱۳۹۴).

¹ Nwaogu, Chukwudi

² Elena Bogan

قاسمی نژاد لیچایی و رضایی صوفی (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان بررسی نقش تبلیغات رسانه‌ها در توسعه گردشگری ورزشی» این چنین بیان می‌کند که نقش تبلیغات رسانه‌ها در توسعه گردشگری ورزشی استان گیلان در سطح معنادار می‌باشد و رسانه‌های گردشگری به نحوه برجسته‌ای آگاهی ما را نسبت به فرایندها و کارکردهای گردشگری ورزشی افزایش می‌دهد.

همچنین تبلیغات رابطه تنگاتنگی با توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جوامع دارد.

محمدی یگانه و همکاران در سال ۱۳۹۵ پژوهش خود را با عنوان نقش ابزارهای تبلیغاتی در بازاریابی و جذب گردشگر؛ مطالعه موردی استان اردبیل» انجام دادند و همچنین بیان داشتند که صنعت گردشگری با تمام بخش‌های دیگر متفاوت است؛ زیرا که برخلاف بخش تولید، در بخش گردشگری، یک مکان به اضافه تمام آنچه آن مکان ارائه می‌دهد، به فروش می‌رسد. در هر زمانی رقابت در سطح جهانی وجود دارد و ارتقاء مقاصد گردشگری، به ایده‌های خلاق و ناب نیاز دارد تا سبب توسعه گردد. یک مکان توسعه گردشگری و تبلیغات پیوند تنگاتنگی با یکدیگر دارند. تبلیغات می‌تواند در گسترش تولید، درآمد و ایجاد اشتغال در گردشگری نقش مهم و اساسی داشته باشد. بین ابزارهای تبلیغاتی و میزان شناخت گردشگران از جاذبه‌های گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج به دست آمده، حاکی از تأثیر زیاد ارتباطات فردی در تبلیغات گردشگری است.

جاوید و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «نقش اینترنت و رسانه‌های نوین در بازاریابی گردشگری ورزشی» این چنین بیان می‌دارد که در روند پرشتاب جهانی، رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی با سرعتی غیرقابل تصور پیشرفت نموده و تمام سطوح فعالیت‌های انسانی را تحت سیطره خود قرار داده‌اند. بهره‌گیری مناسب و سریع‌تر از منابع اطلاعاتی و تبلیغاتی» را با بار عاملی ۰,۷۷ در مؤلفه‌ی بسته‌های گردشگری و شاخص «معرفی جاذبه‌ها به گردشگران ورزشی» را با بار عاملی ۰,۷۹ در مؤلفه تبلیغ جاذبه‌ها به عنوان شاخص‌های مهم در توسعه گردشگری ورزشی شناسایی کرد.

بر این اساس انتخاب مکان مناسب و مستعد برای یک فعالیت نیازمند تحقیق در مکان از دیدگاه‌های مختلف است. از این رو مسائل مطرح شده در زمینه گردشگری، یکی از طرح‌های ایجاد شده در کشور، تلاش برای شناسایی مناطق مستعد گردشگری و برنامه‌ریزی و ایجاد مناطق نمونه گردشگری بوده است. در همین راستا، وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بی‌شمار در استان لرستان از یک سو و شناسایی عوامل تأثیر گزار در جذب گردشگری می‌توانند نقش مهمی در رونق گرفتن صنعت گردشگری در این استان داشته باشد.

استان لرستان با توجه به دارا بودن مناطق ممتاز گردشگری طبیعی مانند دریاچه گهر، آبشارهای زیبا، طبیعتی چشمگیر و مناسب برای انواع فعالیت ورزشی، تاریخ کهن و میراث فرهنگی کم‌نظیر، دارای قابلیت‌های بسیار زیاد، برای جذب گردشگر ورزشی می‌باشد؛ که در مجموع گردشگری ورزشی، می‌تواند بر اقتصاد منطقه تأثیر قابل توجهی داشته باشد و در کمک به از بین بردن فاصله اقتصادی بین استان

لرستان با دیگر استان‌های موفق در جذب گردشگر ورزشی و توسعه پیشرفت اقتصادی و اجتماعی منطقه نقش مهمی ایفاء کند.

در این زمینه، یکی از مهم‌ترین مشکلات حوزه گردشگری ورزشی نداشتن برنامه و اطلاعات راهبردی در این حوزه با توجه به قابلیت‌های کشور ذکر شده است. ضروری است در این راستا، مطالعه و بررسی دقیق پتانسیل‌های منطقه صورت گیرد. تدوین مدل عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان لرستان در رسیدن به جایگاه مطلوب و تبدیل شدن به قطب گردشگری ورزشی کشور و حتی خاورمیانه، از ضروریات مهم این مطالعه است؛ از این رو، هدف اصلی از انجام این مطالعه، طراحی و تدوین مدلی مناسب برای عوامل تأثیرگذار در توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان لرستان با ناکید بر عوامل اجتماعی می‌باشد. با توجه با اینکه توسعه طبیعت‌گردی می‌تواند با ایجاد فرصت‌های شغلی منافع اقتصادی بی‌شماری را به‌طور مستقیم متوجه مردم بومی استان نماید، بر این اساس با در نظر گرفتن مزایای حضور گردشگران ورزشی در استان لرستان و از طرفی جذب کم گردشگران ورزشی به نسبت پتانسیل بالای استان، این ضرورت احساس شد که در چهارچوب یک تحقیق جامع با در نظر گرفتن ۵ بعد اجتماعی منتخب توسعه پایدار صنعت توریسم در شاخه گردشگری ورزشی که عبارت‌اند از: بعد فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی، تبلیغات، کیفیت خدمات و امنیت و صورت بگیرد تا از نتایج آن در توسعه هر چه بیشتر توسعه گردشگری ورزشی در استان مورداستفاده‌قرار گیرد و سازمان‌ها و ادارات ذی نفع در بحث جذب گردشگر ورزشی از جمله استانداری، اداره کل گردشگری و صنایع دستی، اداره کل تربیت‌بدنی و سایر ادارات مرتبط می‌توانند از نتایج تحقیق استفاده راهبردی و کاربردی مناسب را در جهت برنامه‌ریزی‌های خود داشته باشند.

روش تحقیق

روش تحقیق این مطالعه توصیفی از نوع پیمایشی مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری و به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی بود که به شکل میدانی اجرا شد. به‌منظور دستیابی به طراحی مدل مطلوب توسعه گردشگری ورزشی، از مصاحبه و نظرسنجی خبرگان (روش دلفی) استفاده شده است. همچنین از روش پیمایش مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در چهارچوب استراتژی و روش‌های مورداشاره، از ابزارهای مختلفی از جمله بررسی کتابخانه‌ای، مصاحبه و با انجام مصاحبه‌های اکتشافی با تعدادی از خبرگان و اساتید دانشگاه که حوزه‌ی فعالیت آن‌ها مرتبط با مباحث مدیریت گردشگری و مدیریت ورزشی و جغرافیای شهری گردانندگان تورهای گردشگری فعال در این حوزه گردشگران داخلی و خارجی حاضر در استان مدیران دستگاه‌های مرتبط با گردشگری، تأمین شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود که پس از نهایی شدن و مورد تأیید قرار گرفته، انجام و اجرا شد و مدل توسعه گردشگری ورزشی مورد آزمون قرار گرفت. جامعه آماری تمامی گردشگران ورزشی در استان لرستان می‌باشند که تعداد آن‌ها جز جوامع نامحدود می‌باشد. با توجه به گستردگی جامعه آماری و

نامشخص بودن تعداد آن، نمونه آماری بر اساس جدول تعیین حجم نمونه مورگان برای جامعه نامحدود ۳۸۴ نفر از مشتریان باشگاه‌های ورزشی انتخاب شد، که به‌طور تصادفی و به‌صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای که مرحله اول روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای و مرحله دوم روش نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس می‌باشد. به این صورت که در بین شهرهای استان لرستان، شهرها را در طیف جمعیتی تقسیم‌بندی کرده و از بین شهرهای هر دسته یکی از شهرها را با قرعه‌کشی جهت توزیع پرسشنامه‌ها انتخاب شدند. در آخر شهرهای خرم‌آباد، بروجرد، دو رود، ازنا و الشتر انتخاب شدند. برای انتخاب آزمودنی‌ها در هر طبقه به‌صورت در دسترس (که از شیوه‌های نمونه‌گیری غیر احتمالی می‌باشد) استفاده شده است.

در این مطالعه به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها به روش میدانی، از ابزار پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است؛ که شامل دو بخش، فرم اطلاعات جمعیت‌شناختی که حاوی سؤالاتی در مورد ویژگی‌های جمعیتی گردشگران از قبیل جنسیت، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات و بهترین ماه برای گردشگری و پرسشنامه اصلی که شامل ۳۲ گویه و بر اساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت و شامل ۵ بعد: فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی، امنیت، تبلیغات و خدمات گردشگری می‌باشد.

برای تعیین روایی صوری و محتوایی، پرسشنامه‌های تحقیق مورد تأیید اساتید دانشگاه‌ها و صاحب‌نظران متخصص مدیریت ورزشی در حوزه گردشگری قرار گرفته است. در روش دلفی در این پژوهش، ابتدا پرسشنامه‌ها بین خبرگان پاسخ دهنده توزیع شد و نتایج نظرات خبرگان با استفاده از آزمون نسبت مورد بررسی قرار گرفت و در آزمون نسبت، نسبت موافقان با ۵۰ درصد سنجیده می‌شود که آیا نسبت بیشتر از ۵۰ درصد است. که در طرح مرحله ی اول طرح دلفی از ۳۵ سؤالی که بررسی شد و ۳ سوال از سوالات حذف شدند و ۳۲ سوال باقی ماند. و در مرحله ی دوم چون برای همه شاخص‌ها مقدار p-value از مقدار خطا $0/05$ (۵ درصد) کوچکتر شد لذا همه شاخص‌ها و سوالات در پرسشنامه باقی و حذف نشدند. و به منظور شناسایی و تأیید متجانس بودن گویه‌های پرسشنامه از نظر محتوا و ابعاد زیربنایی، تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی روی داده‌های جمع‌آوری، انجام شد که با توجه به نتایج به‌دست‌آمده مقدار آماره t نیز در تمامی موارد بزرگ‌تر از مقدار بحرانی $1/96$ است و نشان می‌دهد، گویه‌های مذکور به‌درستی این سازه را مورد سنجش قرار می‌دهند و روایی سازه پرسشنامه‌های بازنگری شده، در نهایت تأیید شد.

به‌منظور تعیین پایایی پرسشنامه نیز، ابتدا ۴۰ پرسشنامه (به‌صورت پیش‌آزمون) بین اعضا نمونه آماری توزیع گردید و با استفاده از نرم‌افزار spss، ضرایب تک‌تک متغیرها محاسبه گردیده است. نتایج نشان داد میزان پایایی مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی $0/94$ ، اقتصادی $0/97$ ، امنیت $0/96$ ، تبلیغات $0/94$ و کیفیت خدمات گردشگری $0/92$ گزارش شد، چون مقدار آلفا برای تک‌تک ضرایب بیشتر از مقدار $0/7$ شد، لذا پرسشنامه‌ها از پایایی مطلوب برخوردار هستند.

تجزیه و تحلیل داده‌های آماری و بررسی سؤالات تحقیق و متناسب با نوع متغیرهای مورد بررسی از آمار توصیفی در قالب جدول و نمودار دایره‌ای و ستونی برای بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی

استفاده شده است و در بخش آمار استنباطی از روش دلفی، آزمون چولگی و کشیدگی و کلموگروف - اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها و آزمون t-تک نمونه‌ای جهت بررسی وضعیت متغیرها و آزمون سوارا جهت رتبه‌بندی متغیرها و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی با کمک نرم‌افزار SPSS ورژن ۲۱ و برای میزان تأثیرپذیری مؤلفه‌ها به کمک نرم‌افزار Lisrel ورژن ۸.۸ مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌های تحقیق

جدول (۲) توزیع فراوانی و درصد فراوانی نمونه‌های تحقیق را بر اساس ویژگی‌های جمعیت شناختی نشان می‌دهد.

جدول ۱. توزیع فراوانی و درصد فراوانی ویژگی‌های جمعیت شناختی

شاخص	وضعیت	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۲۷۳	۷۱/۱
	مرد	۱۱۱	۲۸/۹
وضعیت تأهل	مجرد	۱۶۰	۴۱/۷
	متأهل	۲۲۴	۵۸/۳
سطح تحصیلات	دیپلم	۵۴	۱۴/۱
	فوق دیپلم	۵۲	۱۳/۵
	لیسانس	۱۹۱	۴۹/۷
	فوق لیسانس	۸۷	۲۲/۷

با توجه به جدول (۱) از مجموع ۳۸۴ نفر نمونه تحقیق، ۷۱/۱ درصد افراد را زن و ۲۸/۹ درصد افراد را مرد و ۴۱/۷ درصد افراد مجرد و ۵۸/۳ درصد افراد متأهل بودند. همچنین از نظر تحصیلات نیز بیشترین رده مربوط به لیسانس با ۴۹/۷ درصد بوده است. همچنین نتایج آمار جمعیت شناختی خبرگان تحقیق نیز نشان داد که بر اساس ۴۰ نفر از خبرگان در این تحقیق، ۲۰ نفر مرد و ۲۰ نفر زن بودند که ۵۰ درصد آنان مجرد و ۵۰ درصد نیز متأهل بودند. همچنین از نظر تحصیلات نیز بیشترین رده مربوط به لیسانس و فوق لیسانس با ۵۲/۵ درصد بوده است. در این پژوهش جهت بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف و شاخص‌های چولگی و کشیدگی آن‌ها استفاده می‌شود.

جدول ۲. بررسی نرمال بودن متغیرها

متغیر	آماره کولموگروف	سطح معنی‌داری	چولگی	کشیدگی
فرهنگی اجتماعی	۰/۶۰۶	۰/۸۵۶	-۰/۸۲۰	-۰/۳۵۵

۰/۷۱۷	۰/۶۸۳	۰/۷۶۵	۰/۱۵۹	اقتصادی
۰/۷۰۳	۰/۵۳۹	۰/۷۴۵	۰/۸۰۹	امنیت
۰/۸۴۴	۰/۵۱۲	۰/۷۶۸	۰/۰۶۶	تبلیغات
۱/۳۰۵	۰/۰۶۲	۰/۲۴۰	۰/۸۱۰	خدمات گردشگری

با توجه به نتایج جدول ۲، بنا بر نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنف، چون مقدار سطح معنی داری برای ابعاد فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی، امنیت، تبلیغات، خدمات گردشگری بزرگتر از مقدار خطا ۰/۰۵ می باشد (P value > 0. 05). پس فرض صفر تائید می شود، کلیه متغیرها دارای توزیع نرمال می باشند.

در ادامه جهت بررسی اثربخشی عوامل طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی از آزمون t- تک نمونه ای استفاده شد:

جدول ۳. نتایج آزمون تی اثربخشی عوامل اجتماعی مؤثر بر توسعه گردشگری

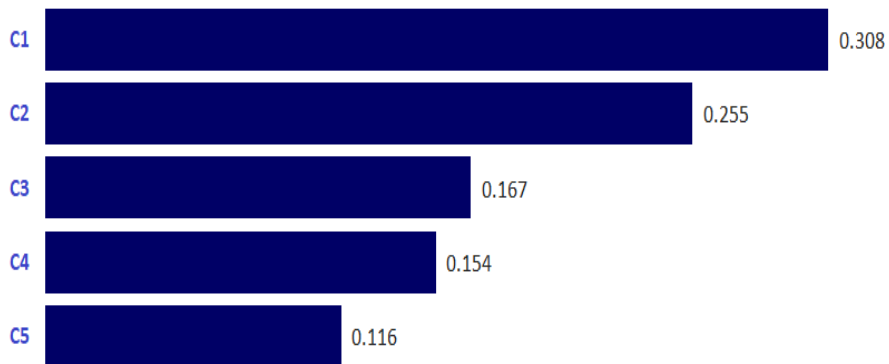
بعد	میانگین	t آماره	درجه آزادی	سطح معناداری (sig)	%فاصله اطمینان ۹۵	
				حد پایین	حد بالا	
فرهنگی اجتماعی	۴/۱۳	۲۸/۱۲۱	۳۸۳	۰/۰۰۱	۰/۸۸	۱/۰۴
اقتصادی	۴/۰۶	۲۵/۴۲۳	۳۸۳	۰/۰۰۱	۰/۸	۰/۹۶
امنیت	۴/۲۷	۳۰/۲۶۱	۳۸۳	۰/۰۰۱	۰/۸۵	۰/۹۸
تبلیغات	۳/۷۹	۲۰/۳۰۷	۳۸۳	۰/۰۰۱	۰/۷۵	۰/۹
خدمات گردشگری	۳/۸	۲۵/۷۵۹	۳۸۳	۰/۰۰۱	۰/۷۸	۰/۹

نتایج آزمون تی نشان داد مقدار سطح معنی داری برابر هر چهار عامل ۰/۰۰۰ محاسبه شده است که کمتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است و همچنین مقدار قدر مطلق آماره "t" برای این پنج عامل به ترتیب فرهنگی اجتماعی: ۲۸/۱۲۱، اقتصادی: ۲۵/۴۲۳، امنیت: ۳۰/۲۶۲، فعالیت تبلیغات: ۲۰/۳۰۷ و خدمات گردشگری ۲۵/۷۵۹ می باشند که از مقدار جدول ۱/۹۶ بیشتر هستند، پس می توان چنین برداشت کرد که میانگین این ابعاد، اختلاف معنی داری با عدد ۳ دارند. لذا عوامل اجتماعی بر توسعه گردشگری ورزشی استان لرستان در حد زیادی اثربخش بوده اند. در ادامه جهت انجام تحلیلی مقایسه ای و برای اطمینان از نتایج اولویت بندی، مؤلفه های گردشگری ورزشی با روش سوارا نیز تعیین اولویت شده است. در روش سوارا ابتدا کارشناسان، معیارها را به ترتیب اهمیت مرتب می کنند. مهم ترین معیار ابتدا قرار می گیرد و امتیاز یک را می گیرد. در نهایت مؤلفه های گردشگری ورزشی بر اساس مقادیر متوسط اهمیت نسبی رتبه بندی می شوند. ابتدا مؤلفه های گردشگری ورزشی بر اساس میزان اهمیت بر اساس میزان اهمیت مرتب شده اند. سپس اهمیت نسبی هر معیار نسبت به معیارهای قبلی مشخص شده است. این مقادیر در ستون

«متوسط اهمیت نسبی» در جدول ۵ درج شده است که همان (Si) می باشد.

جدول ۴. اولویت بندی مؤلفه های گردشگری ورزشی با روش سوارا

کد معیار	متوسط اهمیت نسبی	Kj	وزن اولیه	وزن نرمال
امنیت	۱	۱	۱	۳۰۸.۰
فرهنگی-اجتماعی	۲۱.۰	۲۱.۱	۸۲۶.۰	۲۵۵.۰
کیفیت خدمات	۵۲.۰	۵۲.۱	۵۴۴.۰	۱۶۷.۰
اقتصادی	۰۹.۰	۰۹.۱	۴۹۹.۰	۱۵۴.۰
تبلیغات	۳۲.۰	۳۲.۱	۳۷۸.۰	۱۱۶.۰
جمع کل				۲۴۷.۳

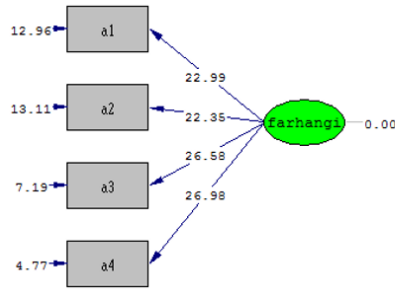


شکل ۱. وزن نهایی مؤلفه های توسعه گردشگری ورزشی با روش سوارا

عامل امنیت با وزن ۳۰۸.۰ در اولویت نخست قرار دارد. عامل فرهنگی و اجتماعی با وزن ۲۵۵.۰ در اولویت دوم قرار دارد. عامل کیفیت خدمات با وزن ۱۶۷.۰ در اولویت سوم قرار دارد. عامل اقتصاد با وزن ۱۵۴.۰ در اولویت چهارم قرار دارد. عامل تبلیغات با وزن ۱۱۶.۰ در اولویت پنجم قرار دارد.

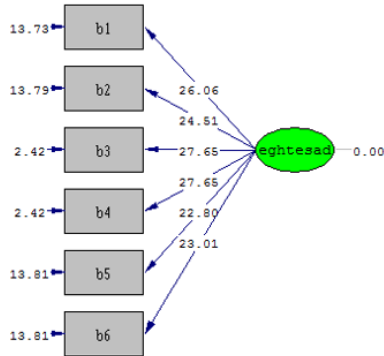
در این مطالعه تحلیل عملی تأییدی با استفاده از فن تحلیل مسیر در نرم افزار آماری لیزرل، برای آزمون معناداری عامل ها بکار برده شده است. لازم است قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیات از صحت مدل اندازه گیری اطمینان حاصل شود. در بررسی هر کدام از مدل ها، قبل از تأیید روابط ساختاری می بایست از مناسب بودن و برازش مطلوب مدل اندازه گیری اطمینان حاصل نمود. با توجه به اشکال ۳-۱، مقدار آماره t نیز در تمامی ابعاد مورد بررسی مدل، بزرگتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بوده است که نشان می دهد، گوی های مذکور به درستی این سازه را موردسنجش قرار می دهند و در مدل باقی می ماند. همچنین شاخص های برازندگی مدل فوق در دامنه قابل قبول قرار گرفته است و بنابراین تناسب داده های گردآوری شده با مدل مطلوب است. لذا برازندگی مدل نهایی قابل تأیید هست و مدل ابعاد مورد بررسی از

بهینه گی و برازش لازم برخوردار است.



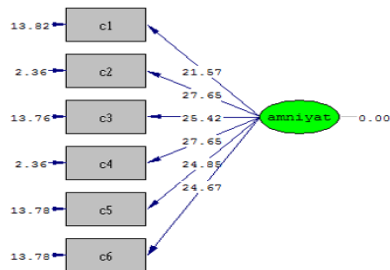
Chi-Square=24.27, df=12, P-value=0.00001, RMSEA=0.090

شکل ۲. تحلیل عاملی تأییدی بعد فرهنگی و اجتماعی



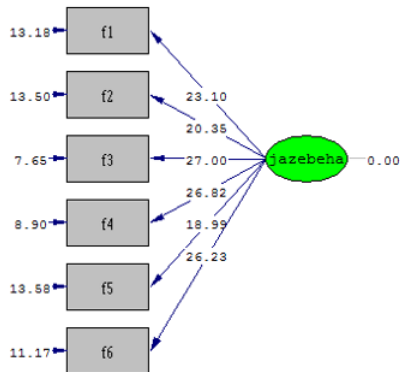
Chi-Square=26.49, df=9, P-value=0.00000, RMSEA=0.094

شکل ۳. تحلیل عاملی تأییدی بعد اجتماعی



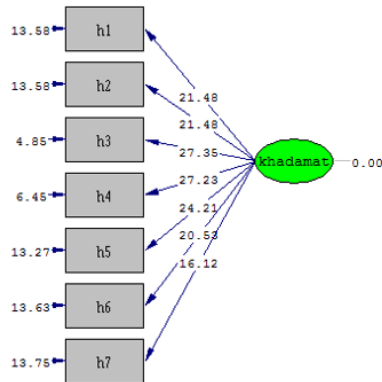
Chi-Square=25.53, df=9, P-value=0.00000, RMSEA=0.082

شکل ۴. تحلیل عاملی تأییدی بعد امنیت



Chi-Square=25.74, df=9, P-value=0.00000, RMSEA=0.094

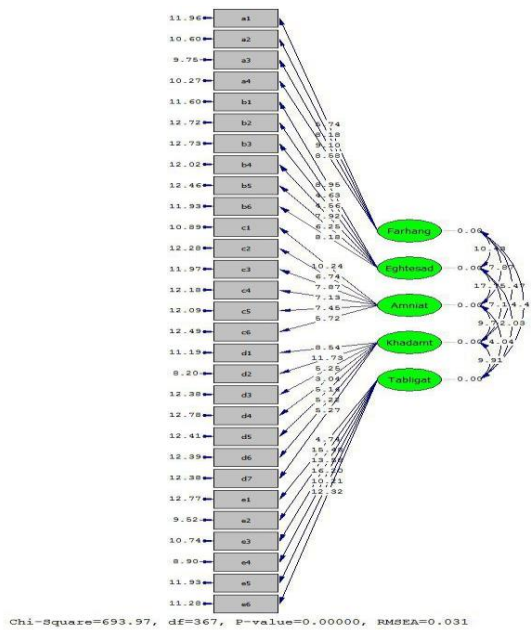
شکل ۵. تحلیل عاملی تأییدی بعد تبلیغات



Chi-Square=30.93, df=14, P-value=0.00000, RMSEA=0.097

شکل ۶. تحلیل عاملی تأییدی بعد خدمات گردشگری

تحلیل عاملی تأییدی مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی: همان طور که مشاهده شد، این مدل از ۵ بعد و از ۲۹ گویه تشکیل شده است. به منظور تأیید متجانس بودن گویه‌های این بعد از نظر محتوا و ابعاد زیربنایی، تحلیل عاملی تأییدی روی این مقیاس انجام شد. در مجموع برای سنجش مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی از ۵ بعد و از ۲۹ گویه استفاده شده است.



شکل ۷. تحلیل عاملی تأییدی توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی

نام شاخص	نمایه شاخص	مقدار قابل قبول	مقدار مشاهده شده
آماره P	p-value	< ۰/۰۵	۰/۰۰۰
خی دو بهنجار	$\frac{\chi^2}{df}$	< ۳	۱/۸۹
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	< ۰/۱	۰/۰۳۱
شاخص برازش تطبیقی	CFI	> ۰/۹	۰/۹۱
شاخص برازش هنجار شده	NFI	> ۰/۹	۰/۹۲
شاخص برازش هنجار نشده	NNFI	> ۰/۹	۰/۹۲
شاخص نیکویی برازش	GFI	> ۰/۹	۰/۹۳
شاخص برازش افزایشی	IFI	> ۰/۹	۰/۹۲

با توجه به شکل ۶، مقدار آماره t نیز در تمامی موارد بزرگ‌تر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ است و نشان می‌دهد، گویه‌های مذکور به‌درستی این سازه را موردسنجش قرار می‌دهند و در مدل باقی می‌مانند.



همچنین با توجه به جدول ۶ شاخص‌های برازندگی مدل فوق در دامنه قابل قبول قرار گرفته است و بنابراین تناسب داده‌های گردآوری شده با مدل مطلوب است. لذا برازندگی مدل نهایی قابل تأیید هست و مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی از بهینه گی و برازش لازم برخوردار است.

بحث و نتیجه گیری

صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در کشورها شناخته شده است (ساندلین، فیچنتر، ۲۰۲۰). میل به سفر و گردشگری و آشنایی با شرایط اجتماعی، فرهنگی، جغرافیایی و آب و هوایی، میلی زنده و پویا در برسر است. گردشگری روندی است که از دیرزمان، با اشکال خاص خود در جوامع انسانی وجود داشته و تدریجاً طی مراحل تاریخی سیر تکاملی خود را تا عصر حاضر پیموده است و هم‌اکنون به‌عنوان یکی از بنیان‌های جهانی سازی و نماد بارز در هم فشردگی فضا - زمان شناخته می‌شود. نقش گردشگری به‌عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارزی و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و تقویت سایر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است (تیموری، مجدم، ۱۳۹۸). صنعت گردشگری، پس از صنعت نفت، خودروسازی و اسلحه‌سازی، چهارمین صنعت مهم جهان به شمار می‌آید. این صنعت به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان و ((ورزش)) نیز به‌عنوان یکی از صنایع بزرگ و بااهمیت در دنیای کنونی، یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن را به نام صنعت ((گردشگری ورزشی)) به وجود آورده‌اند (کیوانی هفشجانی؛ همکاران، ۱۳۹۸). در این پژوهش تلاش شد بر اساس نتایج و یافته‌های حاصل بر روی داده‌های برآمده از پرسشنامه و مبنای نظری و پژوهش‌های علمی به طراحی الگوی عوامل تأثیرگذار اجتماعی بر توسعه گردشگری پرداخته شود. الگوی مذکور متشکل از پنج بعد فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی، امنیت، تبلیغات، خدمات گردشگری می‌باشد.

بر اساس یافته‌های محقق امنیت به‌عنوان اولین بعد در میان دیگر ابعاد حائز اهمیت است. جنبه‌های مختلف ایمنی و امنیت، همیشه سزاوار بالاترین اهمیت در جامعه بشری بوده است. امروزه جهان با خطرات و تهدیدهای مداوم جهانی در زندگی روزمره مواجه است. بی‌ثباتی و ناامنی، اقتصاد و روابط اجتماعی را در همه سطوح به خطر می‌اندازد. افراد درگیر در فعالیت‌های اقتصادی مانند گردشگری همیشه درک کرده‌اند که امنیت شرایط اساسی برای توسعه است (ولهو گوویا ۲۰۲۰). امنیت از مهم‌ترین و بنیادی‌ترین اصول در تدوین گردشگری به شمار می‌رود چراکه دوام این صنعت در مقاصد گردشگری درگرو وجود امنیت است و اختلال در سازوکار آن موجب ناامنی مقصد می‌شود.

با تجهیز و بهبود و توسعه خدمات و همچنین تربیت و استفاده از نیروی متخصص در این زمینه شاهد افزایش حضور گردشگران در سطح منطقه خواهیم بود. شاخص امنیت جانی و مالی نیز نقش مثبتی را در توسعه گردشگری دارا بوده است.

در این راستا جهت ارتقای امنیت جانی و مالی اختصاص بخشی از نیروی انتظامی جهت تأمین امنیت گردشگران و همکاری ارگان‌ها و سازمان‌های محلی مستقر در منطقه جهت ایجاد امنیت در منطقه ضروری است.

جهت تقویت امنیت ارتباطی بین جامعه محلی و گردشگران می‌توان با دخالت دادن مردم و مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های گردشگری جهت تعامل بهتر اهالی روستا با گردشگران، ارتقای سطح امکانات و خدمات اقامتی و تفریحی، بهبود شبکه عبور و مرور به ارتقاء و بهبود این بعد کمک نمود تا از این طریق زمینه توسعه گردشگری و ورود گردشگران بیشتری به منطقه فراهم گردد و زمینه جهت گسترش فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه افزایش یابد که این امر خود سبب جذب نیروی مازاد منطقه در فعالیت‌های وابسته به گردشگری و افزایش سطح رفاه اجتماعی می‌گردد. می‌توان دریافت برخورداری از امنیت اجتماعی باعث داشتن آرامش و تعادل و کاهش فشارهای روحی ناشی از خطرات اجتماعی برای مردم می‌شود؛ زیرا وقتی امنیت در فضاهاى گردشگری طبیعی و تاریخی فراهم باشد زمینه ورود گردشگران بیشتری به سمت منطقه فراهم می‌گردد. جهت امنیت گردشگری باید به تمام زوایا از نقش تبادلات فرهنگی و تفکرات اقتصادی تا نقش نیروی انتظامی، نهادهای محلی، کارکنان عرصه گردشگری و صنایع دستی و مردم محلی توجه نمود.

امنیت یکی از مؤلفه‌هایی است که صنعت گردشگری را در هزاره جدید راهبری می‌کند. مردم با مسئله امنیت نه تنها در زندگی روزمره خود مواجه می‌شوند بلکه در محیط اجتماعی، محیط عمومی و خصوصی خود و همین‌طور هنگام تعطیلات با آن درگیر هستند؛ بنابراین، گردشگری و امنیت مفاهیم درهم‌تنیده‌ای هستند که در برنامه‌های توسعه گردشگری استان‌های کشور باید به آن‌ها توجه بیشتری شود.

نتایج این تحقیق با نتایج پژوهش‌های فوریه نادل و گالگو^۱ (۲۰۲۰)، ولهو گوویا (۲۰۲۰) استنکوا، تسوتکو و ایوانووا (۲۰۱۹)، یانگ، دانگ و لی^۲ (۲۰۱۹)، تانگ^۳ و همکاران (۲۰۱۸)، مهدنژاد و همکاران (۱۳۹۹)، آقای و هاشمی (۱۳۹۸)، حیدری ساریان، باختر و خوشرفنار (۱۳۹۷)، یزدانی، جعفری و شکوهی منش (۱۳۹۷)، متقی، صادقی و دلالت (۱۳۹۵)، گلشیری اصفهانی و همکاران (۱۳۹۵)، اسدی و همکاران (۱۳۹۴) اسماعیلی، کیانپور (۱۳۹۳)، بخاریان، شربتی و احمدی (۱۳۹۳).

که همگی بعد امنیت را به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار در گردشگری و گردشگری ورزشی معرفی کرده‌اند.

بعد فرهنگی-اجتماعی بر اساس یافته‌های محقق به‌عنوان دومین بعد در میان ابعاد دیگر حائز اهمیت است. در عصر حاضر، رابطه دوجانبه‌ای بین فرهنگ و گردشگری به وجود آمده است. فرهنگ، منبعی

^۱ Fourie .Nadal .Gallego

^۲ Yang .dong .li

^۳ Tang



حیاتی برای توسعه گردشگری محسوب می‌شود و گردشگری نیز، سهم مهمی در توسعه فرهنگی دارد. گردشگری از بعد فرهنگی و اجتماعی، سبب تعامل فرهنگی با دنیای خارج، بین‌المللی شدن فرهنگ بومی، بهبود نظام‌های آموزشی و بهداشتی و... خواهد شد. (آزادخانی، حسین زاده، باوند پور، ۱۳۹۷). نتایج این پژوهش با پژوهش‌های آمالو وهمکاران (۲۰۲۰)، هولدر (۲۰۲۰) پاشایی، عسگریان، روزافزون (۱۳۹۸)، امینی، خوشسپهر، یوسفی، (۱۳۹۸) آزادخانی، حسین زاده و باوند نژاد (۱۳۹۷) ربیعی، حقیقی، زنگنه (۱۳۹۱)، صیدایی، رستمی (۱۳۹۱)، معینی دینی، صنعت خواه (۱۳۹۱)، صیدایی و رستمی (۱۳۹۱) همسو است.

بعد خدمات بر اساس یافته‌های محقق به‌عنوان سومین بعد در میان ابعاد دیگر حائز اهمیت است. کیفیت خدمات در شرایط فعلی توسعه گردشگری، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های کار آیی و سودآوری صنعت گردشگری است (هلادکوی، کوراکینا^۱، ۲۰۲۰).

در این پژوهش تبلیغات نیز به‌عنوان دیگر ابعاد مؤثر بر گسترش گردشگری ورزشی معرفی شده است که با پژوهش‌های قاسمی نژاد لیچایی و صوفی (۱۳۹۶)، محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۵) و جاوید و همکاران (۱۳۹۱) همسو است.

ضمناً نتایج حاصل از تحقیق با تحقیق هولدر نیز همسو می‌باشد (۳۶) که در تحقیق ایشان، عوامل اجتماعی به‌صورت مستقیم تأثیر بسزایی در توسعه گردشگری ورزشی دارد ولی به نظر می‌رسد از بین عوامل مشارکت جامعه محلی، عوامل اجتماعی به‌صورت غیرمستقیم با نقش میانجیگری عوامل نهادی تأثیر معنی‌داری بر توسعه گردشگری ورزشی نیز دارد. پس این عامل می‌تواند به افزایش درک فرهنگی، افزایش سطح ثابت علاقه‌مندی و مشارکت در انواع فعالیت‌های وابسته به رویداد، گسترش تعاملات اجتماعی و ارتباطات فرهنگی بین‌المللی، گسترش در سطح جهان، توسعه سریع و تحقیقات گسترده‌ای در مورد آگاهی اجتماعی - فرهنگی صورت گرفته است، عوامل اجتماعی_ فرهنگی و عوامل مؤثر بر آن بر رفتارهای گردشگران و روند مصرف تأثیر می‌گذارد. با این حال، اکتشاف کامل این عوامل اجتماعی فرهنگی، در مطالعات گردشگری کمیاب است. هوشیاری فرهنگی و تأثیرات آن می‌تواند یک گردشگر یا گروهی از گردشگران را وادار به حمایت یا جلوگیری از یک مقصد، به‌طور صریح و یا به‌طور ضمنی کند (هولدر، ۲۰۲۰).

در ادامه برخی از راهکارهای کاربردی پیشنهادی برای بهبود گردشگری ورزشی ارائه شده است. -مسئولان و سیاست‌گذاران استان باید با توجه به وجود عوامل مؤثر اجتماعی توسعه گردشگری ورزشی استان و با در نظر گرفتن اولویت‌بندی عوامل مؤثر مخصوصاً بعد امنیت که تأثیرگذارترین عامل بر توسعه گردشگری ورزشی شناخته شد ضمن انجام برنامه‌ریزی دقیق، در راستای رفع مشکلات و موانع موجود بر سر راه توسعه گردشگری ورزشی استان تلاش کنند.

^۱ Hladkyi. , Kurakina

- با توجه به اینکه عامل امنیت، بالاترین میزان نفوذ و تأثیرگذاری را در عوامل تأثیرگذار توسعه گردشگری معرفی شد، لازم است برای دستیابی به توسعه گردشگری ورزشی موردتوجه بیشتری قرار گیرد و تدابیری برای ایجاد آن اندیشه شود. شایسته است پژوهش‌هایی به‌صورت مقایسه‌ای با سایر استان‌ها در زمینه عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی انجام شود.

منابع

- آزادخانی، پ؛ حسین زاده، ج؛ سلیمی باوندپور، آ. (۱۳۹۷). بررسی اثرات اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری شهری ایلام، جغرافیای اجتماعی شهری سال پنجم بهار و تابستان ۱۳۹۷ شماره ۱ پی‌پی ۱۲.
- اسدی، ح؛ پورنقی، ا؛ اصفهانی، ن؛ زیتونلی، ح. (۱۳۸۹). مطالعه ابعاد مختلف امنیت در گردشگری ورزشی ایران، مطالعات مدیریت گردشگری: پاییز ۱۳۸۹ - شماره ۱۳
- اسدی، ح؛ پورنقی، ا؛ افتخاری، ا؛ فلاحی، ا. (۱۳۹۴). مطالعه ابعاد عینی امنیت در گردشگری ورزشی ایران و عملکرد سازمان‌های ورزشی در تأمین و توسعه آن، مدیریت ورزشی: فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۴ - شماره ۲۴
- اسماعیلی، م. م.؛ معین فرد، م. ر؛ شوشی نسب، پ؛ بنسبردی، ع. (۱۳۹۶). ارتباط بین ابعاد کیفیت خدمات با رضایتمندی گردشگران ورزشی پارک‌های آبی مشهد، پژوهش نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی: پاییز و زمستان ۱۳۹۶ - شماره ۲۶
- آقای، و.؛ هاشمی، ج. (۱۳۹۸). ارزیابی و تحلیل نقش مؤلفه‌های محیطی و مکانی بر احساس امنیت
- امینی، ع؛ خوش سپهر، ز.؛ یوسفی، ز. (۱۳۹۸). شناسایی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در حوزه کارکردی دولت (مورد مطالعه: وزارت ورزش و جوانان)، مطالعات مدیریت دولتی ایران: تابستان ۱۳۹۸ - شماره ۴
- بخارایی، ا؛ شربتیان، م. ح؛ احمدی، ا. (۱۳۹۳). امنیت اجتماعی، ضرورتی در ترویج صنعت گردشگری (مطالعه‌ی موردی: کلان‌شهر مشهد)، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره‌ی ۱۱، زمستان ۱۳۹۳
- پشایی، س؛ عسکریان، ف؛ روزافزون، ع. (۱۳۹۵). بررسی نقش میانجی عوامل نهادی در تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی، محیطی بر توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد ماکو، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال چهاردهم، شماره ۴۵.
- تیموری، س؛ مجدم، ع. ا. (۱۳۹۸). برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی استان لرستان با تأکید بر مدل‌های کمی و کیفی، جغرافیایی سرزمین: تابستان ۱۳۹۸ - شماره ۶۲
- جاوید، م. (۱۳۹۱). نقش اینترنت و رسانه‌های نوین در بازاریابی گردشگری ورزشی، فصلنامه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، دوره ۱، شماره ۳



- حاجی اسماعیلی، ل؛ کیان پور، م. (۱۳۹۳). امنیت گردشگری و مشکلات آن از دیدگاه مدیران دفاتر خدمات جهانگردی در استان اصفهان، پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران (پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی)، دوره ۳، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۳
- حجازی، س. ا؛ جوادی، م. (۱۳۹۹). ارزیابی توان اکولوژیکی توسعه گردشگری با بهره‌گیری از مدل تلفیقی ((AHP-TOPSIS، نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی: تابستان ۱۳۹۹ - شماره ۴۷
- حسینی، ش؛ شجاعی، و. (۱۳۹۹). تحلیل استراتژیک بازاریابی آمیخته گردشگری ورزشی مازندران با رویکرد ۷ پی، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی: تابستان ۱۳۹۹ - شماره ۵۷
- حسینی نسب، س. س؛ طیبی ثانی، س. م؛ مرسل، ب. (۱۳۹۹). نقش گردشگری ورزشی در توسعه پایدار شهر مشهد، نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی: تابستان ۱۳۹۹ - شماره ۴۷
- حیدری س.، وکیل، ب.، خوش رفتار، ع. (۱۳۹۷). تحلیل امنیت اجتماعی و اثرات آن در توسعه گردشگری مورد مطالعه: روستای سراب هرسم - شهرستان اسلام‌آباد غرب، راهبردهای توسعه روستایی: پاییز ۱۳۹۷ - شماره ۳
- در محورهای گردشگری شهر اردبیل، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات امنیت اجتماعی، شماره ۵۸، تابستان ۹۸
- ربیعی، ع؛ نوبخت حقیقی، م. ب؛ زنگنه، س. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر گسترش جذب گردشگری فرهنگی شهر کرمانشاه، مجله مدیریت فرهنگی، سال ششم/ شماره هجدهم/ زمستان ۱۳۹۱
- زهره وندیان، ک؛ احسانی، م؛ خسروی زاده، ا. (۱۳۹۷). رتبه‌بندی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه صنعت گردشگری ورزشی در ایران به وسیله روش تحلیل سلسله مراتبی AHP، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی: بهار و تابستان ۱۳۹۷ - شماره ۲۷
- صیدایی، س. ا؛ رستمی، ش. (۱۳۹۱). سنجش تأثیرات اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری (شهر کرمانشاه) مجله برنامه‌ریزی فضایی، سال دوم، شماره سه
- صیدایی، س. ا؛ هدایتی مقدم، ز. (۱۳۸۹). نقش امنیت در توسعه گردشگری، علوم اجتماعی (دانشگاه آزاد شوشتر): بهار ۱۳۸۹ - شماره ۸
- عبدلی، ا؛ محمدی، ج؛ ابراهیمی، ر. (۱۳۹۳). تحلیلی بر میزان احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری (مطالعه در اصفهان)، جغرافیا و برنامه‌ریزی زمستان ۱۳۹۳ شماره ۵۰
- قاسمی نژاد لیچایی، ص؛ رضایی صوفی، م. (۱۳۹۶). بررسی نقش تبلیغات رسانه‌ها در توسعه گردشگری ورزشی، دومین همایش ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت، ۱۳۹۶
- کوزه چیان، ه.، خطیب زاده، م.، هنرور، ا. (۱۳۹۴). نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایت مندی گردشگران ورزشی پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. سال ۱ : ۱۳-۳۲.

- کیوانی هفشجانی، ز؛ صفانیا، ع. م؛ پورکیانی، م؛ باقریان فرح‌آبادی، م. (۱۳۹۸). شناسایی و اولویت‌بندی موانع و تبیین الگوی ساختاری - تفسیری توسعه گردشگری ورزشی ایران، راهبرد اجتماعی فرهنگی: زمستان ۱۳۹۸ : ۳۳
- گل زاده، م؛ سعیدی، ه. (۱۳۹۹). واکاوی اثرات گردشگری بر بهبود معیشت سکونت‌گاه‌های روستایی با تأکید بر گردشگری ورزشی (نمونه موردی: سکونت‌گاه‌های محور نی- برده رشه شهرستان مریوان) نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی: تابستان ۱۳۹۹ : ۴۷
- گلشیری اصفهانی، ز؛ رکن‌الدین افتخاری، ع. ر؛ پور طاهری، م. (۱۳۹۵). تحلیل فضایی امنیت گردشگران سلامت در مناطق روستایی ایران، ژئوپلیتیک: ۳۸
- متقی، س؛ صادقی، م؛ دلالت، م. (۱۳۹۵). نقش امنیت در توسعه گردشگری بین‌المللی (نمونه موردی: گردشگران خارجی شهر یزد) گردشگری شهری، دوره ۳، شماره ۱، زمستان ۱۳۹۵
- محمدی یگانه، ب؛ اسلامی بریحانی، ا؛ اسلامی بریحانی، ص. (۱۳۹۵). نقش ابزارهای تبلیغاتی در بازاریابی و جذب گردشگر، نشریه جغرافیای فضای گردشگری، دوره ۵، شماره ۲۰
- معین‌الدینی، چ، صنعت خواه، ع. (۱۳۹۱). عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر گرایش شهروندان به ورزش همگانی، نشریه مطالعات جامعه‌شناختی شهری، دوره ۲، شماره ۳
- مهد نژاد، ح؛ مستجابی، ح، پرهیز، ف، رضایی، م. (۱۳۹۹). تحلیل تأثیر آمایش سرزمین بر توسعه گردشگری و امنیت در استان گلستان، انتظام اجتماعی سال دوازدهم بهار ۱۳۹۹ شماره ۱
- موقر پاک، ع؛ قربانی، ف. (۱۳۹۷). جایگاه گردشگری در امنیت ملی و روند توسعه کشورها (مطالعه موردی: کشور ایران) جغرافیای فضای گردشگری، دوره ۷، شماره ۲۶. از ۱ ت ۲۵
- نجفی، ا؛ گراوند، ی؛ قومی اوپلی، ع؛ قاسمی وسمه جانی، ا. (۱۳۹۸). انتخاب منطقه نمونه گردشگری در استان خراسان جنوبی با استفاده از تکنیک ANP، جغرافیا و توسعه: پاییز ۱۳۹۸ - شماره ۵۶
- هزارجریبی، ج. (۱۳۹۰). احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره پیاپی ۴۲، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۰
- یزدانی، م.؛ جعفری، س؛ شکوهیمنش، م. (۱۳۹۷). تدوین الگوی کیفی امنیت در توسعه گردشگری پایدار، پدافند غیرعامل و امنیت: زمستان ۱۳۹۷، سال هفتم - شماره ۲۵
- Al-Hazmia, N. (2020). A study on the dimensions of the quality of tourism services in the Kingdom of Saudi Arabia. *Management Science Letters*, 10 (5), 1115-1120
- Amalu, T., Oko, U., Igwe, I. et al. Tourism industry effects on socio-cultural activities of host communities: evidence from Cross River State, Nigeria. *GeoJournal* (2020). <https://doi.org/10.1007/s10708-020-10151-1>
- Analysis. *Journal of Sports Science and Nutrition* 2020; 1 (1): 11-18

- DPSIR-DEA model... *Tourism Management* 75 (2019) 609–625
- Elena BOGAN (2019) THE PERSPECTIVES OF SPORTS TOURISM DEVELOPMENT IN BUCHAREST, ROMANIA. *Quality – Access to Success*, 32- Hladkyi O. V., Kurakina A. THE ESSENCE OF TOURISM SERVICES QUALITY MANAGEMENT IN OUTGOING TOUROPERATING. (2020). UDC 379. 85: 640. 4 (063).
- Holder, Afiya. To go or not to go: Exploring socio-cultural aversions in tourism [online]. In: CAUTHE 2020: 20: 20 Vision: New Perspectives on the Diversity of Hospitality, Tourism and Events. Auckland, New Zealand: Auckland University of Technology, 2020: 565-567.
- Mekhum ,Witthaya (2020) Development of Tourist Attraction and Product and Service Quality for Cultural Tourism: Case of Central Regions of Thailand *Journal of Talent Development and Excellence*. Vol. 12 No. 2s (2020): Special Issue / Articles
- Nadal Jaume Rosselló. Fourie Johan. Gallego María Santana. (2020) Fatal Attraction: How Security Threats Hurt Tourism. *SAGE Journals*. Volume: 59 issue: 2, page (s): 209-219.
- NOORUL SHAIFUL FITRI ABDUL RAHMAN (2020). THE SUSTAINABILITY OF NAUTICAL SPORTS TOURISM IN TERENGGANU USING A COST BENEFIT ANALYSIS. *Journal of Sustainability Science and Management* Volume 15 Number 1, January 2020: 148-161
- Nwaogu, F. C (2020) IMPLEMENTATION OF GOVERNMENT POLICY, EFFECTIVE LEADERSHIP AND ENGAGEMENT OF QUALIFIED PERSONNEL AS KEY INDICES FOR THE DEVELOPMENT OF SPORT TOURISM IN NIGERIA. *European Journal of Physical Education and Sport Science* Volume 6 | Issue 2 | 2020. ISSN: 2501 - 1235 ISSN-L: 2501 - 1235
- Nwaogu, Francis Chukwudi. Maduanusi, Henry Chidi (2020) HUMAN CAPACITY BUILDING AND HUMAN RESOURCES AS PANACEA FOR ORGANISATIONAL EFFECTIVENESS OF SPORT TOURISM IN IMO STATE, NIGERIA. *European Journal of Education Studies*. Volume 7 | Issue 1 | 2020
- Ruana Wenqi. Lib, Yongquan. Zhangb, Shuning. Liuc, Chih-Hsing (2019) Evaluation and drive mechanism of tourism ecological security based on the
- Sandelin, Jerker. Fiechtner, Justus (2020) Selection process of sport tourism development strategy in Banja Vrućica SPA resort: A quantitative
- Stankova, mariya. tsvetkov. tsvetomir. ivanova. lyubov (2019) Tourist development between security and terrorism: empirical evidence from

Europe and the United States. *Oeconomia Copernicana* volume 10. issue 2. june 2019. DOI: <https://doi.org/10.24136/oc.2019.011>

- Tang Chengcai wu. Xinfang. Zheng Qianqian. Lyu Ning (2018) Ecological security evaluations of the tourism industry in Ecological Conservation Development Areas: A case study of Beijing's ECDA. *Journal of Cleaner Production*. Volume 197, Part 1, 1 October 2018, Pages 999-1010
- Vasmat, Tal. Vasmat, Dist. Hingoli. (2019). SPORT-TOURISM DEVELOPMENT IN KOKAN AND WESTERN GHATS: CONSTRAINTS AND POSSIBILITIES. *Physical Education*. Volume-9 | Issue-9 | September - 2019 | PRINT ISSN No. 2249 - 555X | DOI: 10.36106/ijar
- Velho Gouveia José António . (2020) Safety and Security as Premises for the Competitiveness of Coastal and Maritime Tourism. IGI Global. Pages: 19 DOI: 10.4018/978-1-7998-1522-8.ch003
- World Tourism organization (wto) , (2018) "sport and tourism shaping global culture". On www at [http://www. World-tourism. Org](http://www.World-tourism.Org)
- Yang. Xiaoyan . Dong . liang . li changshun . (2019) Microclimate tourism and microclimate tourism security and safety in China. *Tourism Management*. Volume 74, October 2019, Pages 110-133