
عوامل مؤثر در مدیریت توسعه‌ی گردشگری ورزشی با رویکرد ورزش‌های ساحلی در استان هرمزگان

فیروزه رضایی سرخایی^۱، حمید رضا سایبانی^{۲*}، مهدی سوادی^۳

ص.ص: ۲۱۷-۲۰۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۰۳

تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۰۲/۰۲

چکیده

هدف این تحقیق شناسایی عوامل مؤثر در مدیریت توسعه‌ی گردشگری ورزشی با رویکرد ورزش‌های ساحلی در استان هرمزگان بود. ابتدا معیارها و زیرمعیارهای اثرگذار بر توسعه‌ی گردشگری ورزش‌های ساحلی از طریق مصاحبه با خبرگان و کارشناسان تهیه و پرسش‌نامه بر اساس ۶ معیار و ۶۰ زیرمعیار تدوین گردید. جامعه آماری شامل 100000 گردشگر علاقه‌مند به ورزش‌های ساحلی بود. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان در نهایت ۳۸۷ نفر تعیین شد که به صورت نمونه‌گیری در دسترس از بین گردشگران دریایی علاقه‌مند به ورزش‌های ساحلی انتخاب شدند. پایایی پرسشنامه با آزمون آلفای کرونباخ و روایی آن با تحلیل عاملی تأییدی، تأیید شد. نرمال‌بودن داده‌ها با آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بررسی شد. سپس برای رتبه‌بندی اثر معیارهای اصلی در توسعه‌ی گردشگری ورزشی در ساحل از آزمون فریدمن و از آزمون تی تک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین عوامل استفاده شد. نتایج، گویای وجود ارتباط معنی‌دار در سطح ۹۹٪ بین معیارهای اصلی پژوهش بود. آزمون فریدمن نشان داد که معیارهای (۱) اقتصادی-بازاریابی، (۲) تأسیسات زیربنایی، (۳) روابط عمومی و تبلیغات، (۴) اجتماعی-فرهنگی، (۵) سیاسی-امنیتی و (۶) مدیریتی به‌ترتیب بیش‌ترین اهمیت را در توسعه‌ی گردشگری ورزش‌های ساحلی در استان هرمزگان دارد. بدین ترتیب، حمایت از سرمایه‌گذاران خصوصی، ایجاد ساختارهای زیربنایی و بهسازی خدمات کیفی و بازاریابی ورزش‌های ساحلی نقش اصلی را در دستیابی

۱. دانشجوی دکتری، رشته مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قشم، قشم، هرمزگان، ایران

۲. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قشم، قشم، هرمزگان، ایران

۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قشم، قشم، هرمزگان، ایران

ایمیل نویسنده مسئول: hamid.saybani@gmail.com

To Identify the Effective Factors of Managing the Development of Sports Tourism with the Approach of Beach Sports in Hormozgan Province

Rezaei Sarkhaei, F. (MA), Saybani, H. (PhD), Savadi, M. (PhD)

Abstract

The purpose of this study was to identify the effective factors of managing the development of the sports tourism with the approach of beach sports in Hormozgan province. To achieve this approach, first the criteria and sub-criteria affecting the development of beach sports tourism through interviews with experts identified and a questionnaire based on 6 criteria and 60 sub-criteria was developed. Population of this study was 100000 sports tourists. Based on Morgan table, the questionnaire distributed among 387 available sports tourists. The reliability of the questionnaire was confirmed by Cronbach's alpha test and its validity was confirmed by confirmatory factor analysis. The normality of the variables was evaluated by Kolmogorov-Smirnov test and their correlation with Spearman correlation coefficient. Next, Friedman test was used to rank the effect of the main criteria for developing beach sports tourism and t-test was used to compare the main factors' mean. Friedman test showed that the criteria of 1) economic-marketing, 2) infrastructure, 3) public relations and advertising, 4) socio-cultural, 5) political-security and 6) managerial have the greatest importance in development of the beach sports tourism in Hormozgan province respectively. Thus, encouraging and supporting private investors, creating infrastructure, and improving quality services and marketing of beach sports has a major role in achieving economic-sports development of Hormozgan coast. The results also showed all 6 main factors' mean were more than average number 3(sig=0.05).

Keywords: elite sport policy, Badminton, Fuzzy Delph

مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از مولفه های اصلی در اوقات فراغت محسوب می شود که اهمیت به سزایی در ابعاد اقتصادی- اجتماعی یک سرزمین دارد (رابستین^۱ و دیگران، ۲۰۲۰)؛ به گونه ای که به یک صنعت پُر درآمد برای دولت ها تبدیل شده است و اغلب کشورهایی که پتانسیل توسعه صنعت توریسم را دارند، سرمایه گذاری های زیادی در بخش گردشگری و صنعت توریسم نموده اند و بازخورد مثبت این صنعت موجب ترغیب سرمایه گذاران دولتی و خصوصی در این زمینه شده است (باروکلاف^۲، ۲۰۰۷). سازمان جهانی گردشگری نیز با سیاست گذاری در حوزه گردشگری و ارائه رفتارهای مناسب و مرتبط با گردشگری، راهبردهای مدیریتی در ارتباط با سرمایه گذاری ها در این بخش تدوین نموده است (فیلیپ و هودگکینسون^۳، ۱۹۹۴). اگرچه صنعت توریسم و گردشگری نقش مهمی در پیشبرد اهداف اقتصادی منطقه دارد، اما توسعه و پایداری محیط زیست با رویکرد اکوسیستمی و مشارکت جهانی برای توسعه نیز در اولویت های این سازمان قرار دارد (روهانن^۴ و دیگران، ۲۰۰۸). بر طبق تعریف سازمان جهانی از گردشگری، مجموعه فعالیت های فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذران اوقات- فراغت است (غفوری و دیگران، ۱۳۹۲). البته اهداف اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی شود؛ اما از طرفی، ورود گردشگر یا توریست که از کشور خارجی به کشور مقصد سفر کرده است، موجب کسب درآمد برای مکان مقصد می شود. از پیامدهای مثبت مکان هایی که جاذبه گردشگری داشته و سرمایه گذاری های اقتصادی- اجتماعی در آن صورت گرفته است، می توان به کسب درآمد، تبادل و آشنایی با فرهنگ های متفاوت، پایداری محیط زیست و حفاظت از آن، مشارکت اجتماعی افراد و سلامت افراد در گردشگری ورزشی اشاره نمود (هرمان^۵ و دیگران، ۲۰۱۶). بنابراین، ایجاد شرایط برای جذب گردشگر در مکان هایی که پتانسیل بالقوه ای برای تبدیل شدن به قطب گردشگری دارند، می تواند نقش مهمی در پیشبرد اهداف توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی منطقه داشته باشد.

گردشگری براساس طول زمان مسافرت، مکان سفر، نوع وسایل مورد استفاده برای سفر و براساس انگیزه- ی سفر به طبقات مختلفی تقسیم می شود که هر یک دارای ابعاد متفاوتی می باشند (سازمان گردشگری جهانی^۶، ۲۰۲۰). در اغلب مطالعات صورت گرفته، انگیزه ی سفر به مقصد گردشگری، مهم ترین عامل در به وجود آمدن صنعت توریسم و گردشگری است که به طبقات تفریحی، درمانی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی، مذهبی، تجاری، سیاسی، اکوتوریسم و ماجراجویانه تقسیم بندی می گردد. توریسم ورزشی یکی از مهم ترین عوامل گردشگری جهانی تعریف شده است که نحوه ی مدیریت آن نیز اغلب بر اساس برنامه-

¹ - Robustin

² - Barrowclough

³ - Phillip and Hodgkinson

⁴ - Ruhanen

⁵ - Herman

⁶ - UNWTO

های ورزشی زمان‌بندی می‌شود؛ به گونه‌ای که در دوره‌ی سرد سال، ورزش‌های زمستانه موجب برگزاری مسابقات ورزشی و توسعه‌ی جذب گردشگر در مکان برگزاری مسابقات می‌گردد؛ در دوره‌ی گرم سال نیز ورزش‌های تابستانه نقش مهمی در جذب گردشگر در مکان‌های ورزشی دارد (گیسون^۱، ۱۹۹۸). فضاهای جغرافیایی باتوجه به توپولوژی سطحی، کاربری اراضی، پدیده‌های محیطی و نوع جغرافیایی مکان، دارای پتانسیل‌های متفاوتی در توسعه‌ی گردشگری هستند. ساحل آبی دریاها، سرزمینی و آزاد یکی از فضاهای جغرافیایی است که ظرفیت بالایی در صنعت توریسم دارد. این سواحل با داشتن ویژگی‌های توپولوژیکی خود هم‌چون امواج، آب، ماسه‌های نرم و اکوسیستم دریایی می‌تواند با جذب گردشگر، نقش مهمی در توسعه‌ی اقتصادی- اجتماعی آن منطقه داشته باشد (هیقام^۲، ۲۰۱۸). سواحل مدیترانه به‌دلیل داشتن گرمای مناسب، سواحل شنی و ماسه‌ای، برگزاری مسابقات ورزشی آبی و همچنین مدیریت یکپارچه‌ی صحیح نوار ساحلی، سالانه گردشگران زیادی را برای دیدن شگفتی‌های آن و استفاده از منافع فرهنگی آن جذب می‌نماید (کانتی و پرلی^۳، ۲۰۰۷). در سواحل و جزایر کره‌ی جنوبی، با سرمایه‌گذاری بر روی ورزش‌های ساحلی، سالانه گردشگران زیادی برای دیدن جذابیت‌های آن به این منطقه سفر می‌کنند (کیم^۴ و دیگران، ۲۰۱۵). کشور ترکیه نیز یکی از پیشگامان در گردشگری سواحل و ورزش‌های آبی بوده که پیشرفت‌های اخیر اقتصادی آن ناشی از گردشگری و جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در زمینه‌ی اشتغال و کسب درآمد از توریسم است (تکین^۵، ۲۰۱۹). بنابراین، قابلیت‌ها و پتانسیل‌های محیطی سواحل در صورتی می‌تواند در بهبود صنعت گردشگری و پیشرفت اقتصادی آن منطقه نقش داشته باشد که مدیران و مسئولان با مدیریت یکپارچه‌ی و صحیح آن‌را هدایت نمایند.

عوامل مختلفی در گردشگری ورزش‌های ساحلی نقش دارند که به‌عنوان معیارهای اصلی در صنعت توریسم ساحلی شناخته می‌شوند. پژوهشگران با رویکرد مدیریت یکپارچه‌ی ساحل به‌دنبال شناخت این معیارها بوده و مبتنی بر تفاوت سواحل از نگاه محیطی- جغرافیایی، عوامل و معیارهای مختلفی را در جذب گردشگر ورزشی در سواحل شناسایی نموده‌اند. در سواحل دریای خزر عامل تبلیغات و بازاریابی مهم‌ترین عامل توسعه‌ی گردشگری ورزشی محسوب می‌شود (غفوری و دیگران، ۱۳۹۲). در کشور مالزی، محبوبیت ورزش ساحلی، ویژگی‌های اقتصادی و میزان هزینه در ساحل، امکانات و زیرساخت‌های گردشگری ورزشی در ساحل، تأثیر اجتماعی و محیط‌زیستی ساحل مهم‌ترین معیارهای توسعه‌ی گردشگری ورزشی در ساحل است (احمد^۶ و دیگران، ۲۰۱۹). همچنین در ساحل صباح مالزی، اوقات- فراغت و ورزش‌های ساحلی دلیل اصلی جذب گردشگران به‌ویژه از کشورهای خارجی است (سام^۷ و دیگران، ۲۰۱۲). درک و شناخت گردشگران ساحلی از ویژگی‌های آب‌وهوایی ساحل برای گردشگری

¹ - Gibson

² - Higham

³ - Conti and Perelli

⁴ - Kim

⁵ - Tekin

⁶ - Ahmad

⁷ - Som

ورزشی مهم‌ترین عامل در گردشگری سواحل آفریقای جنوبی است که در نیم‌کره‌ی جنوبی قرار گرفته است. پژوهشگران نشان دادند آنهایی که شناخت خوبی از اقلیم مناطق دارند، برای گردشگری به سواحل آفریقای جنوبی آمده و از امکانات و منابع طبیعی آن برای ورزش‌های ساحلی - آبی استفاده می‌کنند (فردریش^۱ و دیگران، ۲۰۲۰). تهیه و ایجاد زیرساخت‌های مناسب ساحل برای رویدادهای ورزشی می‌تواند موجب ارتقای گردشگری و توسعه‌ی گردشگری ورزش‌های ساحلی شود که در سوماترای اندونزی برای جذب گردشگر و تماشای مسابقه‌ی دوچرخه‌سواری ساحل، دولت و ارگان‌های مربوطه سرمایه‌گذاری‌های زیادی در تأمین امکانات اولیه و زیرساخت‌های ورزش ساحلی انجام داده و به نتیجه‌ی مطلوب رسیدند (ال‌سلیسنا^۲ و دیگران، ۲۰۲۰). کیفیت خدمات ارائه‌شده برای گردشگران ساحلی که برای ورزش به آن مکان آمده‌اند، یکی از مولفه‌های اصلی در جذب گردشگر ساحلی است که برنامه‌ریزی در این زمینه نقش مهمی در افزایش گردشگر خواهد داشت (حسن^۳ و دیگران، ۲۰۱۹). در تایوان عوامل مؤثر بر گردشگری ورزشی به‌ویژه در ساحل شناسایی شد که مهم‌ترین آن‌ها عامل اقتصادی، اجتماعی، بازاریابی و تأمین خدمات کیفی مناسب برای گردشگران بود که نقش مهمی در جذب گردشگران ورزشی به‌ویژه در ساحل دارد (یانگ^۴ و دیگران، ۲۰۱۹).

استان هرمزگان در سواحل شمالی دریای خلیج همیشه فارس و جنوب ایران با طول سواحل دریایی ۹۰۰ کیلومتر، دارای بزرگ‌ترین خط ساحلی کشور است. این استان یکی از مقاصد گردشگری دریایی ایران در روزهای تعطیل به‌ویژه در تعطیلات سال نو شمسی و همچنین نیمه‌ی دوم سال در ماه‌های سرد است که سالانه بیش از ۵ میلیون گردشگر به این استان سفر می‌کنند. عمده‌ی جاذبه‌های گردشگری آن در ساحل و دریای خلیج فارس است که می‌توان به تالاب‌ها، جنگل‌های حرا، اکوسیستم دریایی، شنا و دیگر ورزش‌های ساحلی - آبی آن اشاره نمود؛ اما با این وجود ظرفیت ساحلی این استان به‌منظور جذب گردشگر به‌ویژه در بخش گردشگری ورزشی در ساحل بیش‌تر از این است. عوامل مختلفی می‌تواند به‌عنوان موانع توسعه‌ی صنعت توریسم به‌ویژه در ورزش‌های ساحلی این منطقه از کشور شناخته شوند که با شناخت این عوامل و برنامه‌ریزی راهبردی جهت حذف این موانع و شناخت عوامل مؤثر در پیشبرد اهداف گردشگری، می‌توان برنامه‌ای برای توسعه‌ی صنعت گردشگری با رویکرد ورزش‌های ساحلی در استان تدوین نمود. بنابراین، هدف از این پژوهش دست‌یابی به رهیافت توسعه‌ی گردشگری ورزشی در ساحل بر مبنای شناخت عوامل مؤثر در این صنعت می‌باشد. علاوه بر این محقق بر آن است تا به این سؤال پاسخ دهد که کدام یک از این عوامل نقش مؤثر تری بر توسعه‌ی گردشگری ورزشی در سواحل استان هرمزگان دارد؟

¹ - Friedrich

² - El Silisna

³ - Hasan

⁴ - yang

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش به منظور شناخت عوامل مؤثر در مدیریت توسعه گردشگری در سواحل خلیج فارس با رویکرد ورزش‌های ساحلی- آبی که مبتنی بر روش توصیفی- پیمایشی بود، انجام شد. بنابراین لزوم آگاهی از عوامل تأثیرگذار در گردشگری ساحل و ورزش‌های ساحلی، در این پژوهش مورد توجه قرار گرفت. جامعه‌ی مورد نظر این پژوهش، شامل گردشگران علاقمند به ورزش‌های ساحلی- آبی در سواحل استان هرمزگان بود که رتبه‌ی معیارها و عوامل مؤثر بر گردشگری از طریق تکمیل پرسش‌نامه توسط آن‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت.

بنابراین در این پژوهش، ابتدا به منظور استخراج معیارها و زیرمعیارهای اثرگذار در مدیریت توسعه‌ی گردشگری با رویکرد ورزش‌های ساحلی، از طریق بانک‌های اطلاعاتی گردشگری، مراجع علمی معتبر هم‌چون اشپرینگر، اسکوپوس، الزیویر و مصاحبه با ۲۵ خبره و کارشناس گردشگری و ورزش‌های ساحلی تهیه و مدل مفهومی اولیه تدوین گردید؛ به‌گونه‌ای که تعداد ۷۲ زیرمعیار شناسایی شد که با آزمون آن با تکنیک دلفی، تعداد ۶۰ زیرمعیار در ۶ معیار به‌عنوان پایگاه اطلاعاتی و عوامل مؤثر در مدیریت گردشگری با رویکرد ورزش ساحلی شناخته شد (شکل ۱).

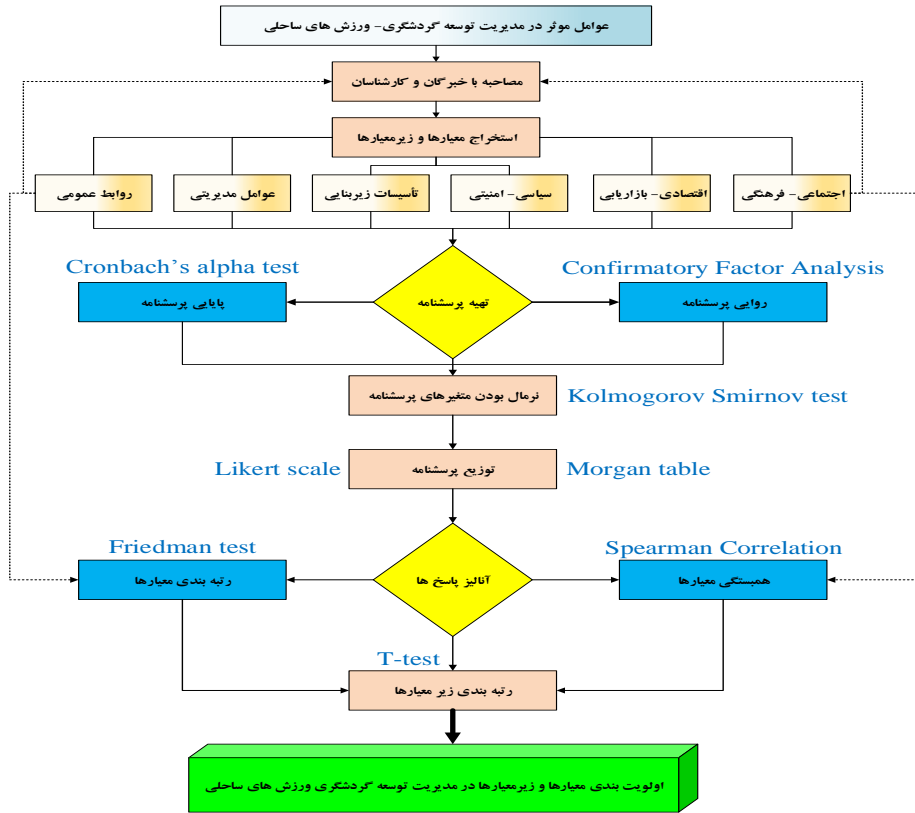


شکل (۱): دیاگرام معیارها و زیرمعیارهای مستخرج از تکنیک دلفی در گردشگری ورزش‌های ساحلی

پس از استخراج و تدوین معیارها و زیرمعیارهای اصلی از طریق مصاحبه با خبرگان و کارشناسان، پرسشنامه نیز بر مبنای زیرمعیارهای پژوهش تدوین گردید. برای تعیین تعداد نمونه ی تحقیق از جدول مورگان استفاده شد که استاندارد آن ۳۸۴ نفر است. در این پژوهش به دلیل احتمال عدم برگشت و یا مخدوش بودن پرسشنامه های برگشتی، ۴۱۰ پرسشنامه (۱۰ درصد بیشتر از حجم نمونه) توزیع و ۳۹۵ پرسشنامه جمع آوری گردید که از این تعداد، ۸ پرسشنامه مخدوش بود و در نهایت ۳۸۷ پرسشنامه برای این پژوهش قابل تجزیه و تحلیل به دست آمد.

اعتبار و روایی سازی پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و نرم افزار Amos Graphic انجام شد و همچنین پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ که برای همه ی معیارها بیش تر از ۰/۷ بود، مورد تأیید قرار گرفت. پرسشنامه به گونه ای تدوین شد که در یک بخش ویژگی های جمعیتی گردشگران ورزش ساحلی شامل جنسیت، تحصیلات و سن آنها نمایان گردد و در بخش دوم آن نیز سوالها بر مبنای معیارها و زیرمعیارهای پژوهش مبتنی بر طیف لیکرت تدوین گردید. برای تست نرمال بودن معیارهای پژوهش نیز از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد.

به منظور تحلیل استنباطی از پاسخ گردشگران ورزش های ساحلی به معیارها و زیرمعیارهای پژوهش، از مدل سازی معادلات ساختاری در محیط آماری- پردازشی Amos Graphic استفاده شد. در ادامه برای رتبه بندی و اولویت بندی معیارهای اثرگذار در مدیریت توسعه گردشگری ورزش های ساحلی در استان هرمزگان و همچنین برای رتبه بندی زیرمعیارها در معیارهای اصلی نیز از آزمون فریدمن استفاده شد. در این پژوهش، برای تجزیه و تحلیل معیارها و زیرمعیارهای اثرگذار در مدیریت توسعه گردشگری ورزش های ساحلی از نرم افزار SPSS نسخه ی ۲۲ استفاده شد. در ادامه، فلوجارت روش اجرای پژوهش، در محیط گرافیکی Microsoft Visio ارائه شده است (شکل ۲).



شکل (۲): دیاگرام اجرای پژوهش در دست‌یابی به مدیریت توسعه گردشگری با رویکرد ورزش‌های ساحلی

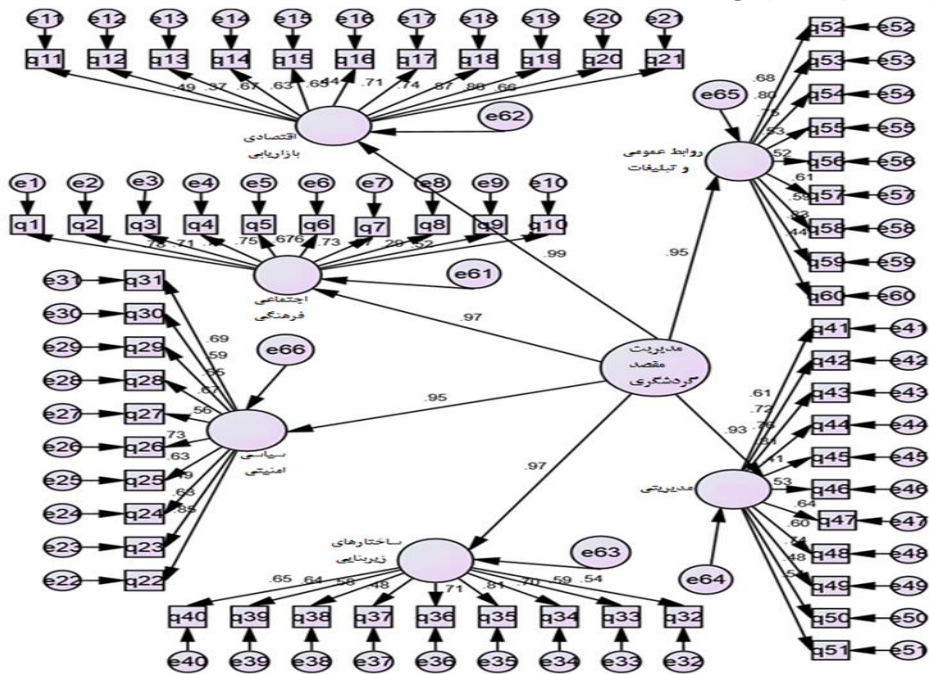
یافته‌های تحقیق

در این پژوهش، ۶ معیار و ۶۰ زیرمعیار از مصاحبه با کارشناسان و خبرگان تدوین گردید و به‌صورت سوالات پرسش‌نامه‌ای در اختیار گردشگران ورزش‌های ساحلی (۳۸۷ گردشگر) قرار گرفت. همان‌طور که گفته شد، پایایی پرسش‌نامه با ضریب آلفای کرونباخ تست شد که نتیجه‌ی آن بیان‌گر پایایی پرسش‌نامه بود. هم‌چنین به‌منظور روایی پرسش‌نامه و زیرمعیارهای پژوهش از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد که سطح معنی‌داری همه‌ی زیرمعیارها کم‌تر از ۰/۰۵ بود و بیان‌گر روایی پرسش‌نامه است. به‌منظور نرمال-بودن متغیرها و معیارهای پژوهش از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف استفاده شد که سطح معنی‌داری آن برای معیارهای اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی و بازاریابی، سیاسی و امنیتی، تأسیسات زیربنایی، مدیریتی و معیار روابط عمومی و تبلیغات به‌ترتیب ۰/۰۷۰، ۰/۰۶۱، ۰/۰۶۲، ۰/۰۵۹، ۰/۰۵۲ و ۰/۰۵۷ به‌دست آمد و بیان‌گر این است که معیارهای این پژوهش نرمال هستند.

پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، تجزیه‌وتحلیل پاسخ‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی انجام شد. در بخش توصیفی که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گردشگران ورزش‌های ساحلی در استان هرمزگان بررسی شد، نتایج نشان داد که ۴۸/۱ درصد از جامعه آزمایش مرد و ۵۱/۹ درصد آن زن بود؛ جامعه آزمایش دارای حداقل تحصیلات لیسانس بوده که ۲۹/۷ درصد لیسانس، ۴۰/۶ درصد فوق‌لیسانس و ۲۹/۷ درصد نیز دکتری بودند. از لحاظ سنی نیز اغلب دارای سن ۳۶ تا ۴۵ سال بوده که ۵۵/۳ درصد جامعه آزمایش

را تشکیل داده و سن ۲۵ تا ۳۵ سال ۱۹/۱ درصد و بیش تر از ۴۵ سال نیز ۲۵/۶ درصد جامعه آزمایش را شامل شد.

در بخش استنباطی تجزیه و تحلیل پاسخ های جامعه ی آزمایش به معیارها و زیرمعیارهای پژوهش، به منظور شناسایی مهم ترین عوامل از تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم، استفاده شده است. شکل ۱، ضرایب بارعاملی هریک از عوامل جهت مدیریت مقصد گردشگری با تأکید بر ورزش های ساحلی در استان هرمزگان را نشان می دهد.



جدول (۱) برآوردهای استاندارد بارهای عاملی مهم ترین عوامل جهت مدیریت مقصد گردشگری با تأکید بر ورزش های ساحلی در استان هرمزگان

مسیر	بارعاملی استاندارد	خطای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
مدیریت مقصد گردشگری >--- اجتماعی / فرهنگی	۰/۹۷۵	---	---	---
مدیریت مقصد گردشگری >--- اقتصادی / بازاریابی	۰/۹۹۵	۰/۰۶۲	۱۸/۲۷۵	۰/۰۰۱
مدیریت مقصد گردشگری >--- سیاسی / امنیتی	۰/۹۴۵	۰/۰۶۱	۱۲/۰۲۱	۰/۰۰۱
مدیریت مقصد گردشگری >--- ساختارهای زیربنایی	۰/۹۶۶	۰/۰۵۵	۹/۶۵	۰/۰۰۱
مدیریت مقصد گردشگری >--- مدیریتی	۰/۹۲۸	۰/۰۵۶	۱۰/۴۴۷	۰/۰۰۱
مدیریت مقصد گردشگری >--- روابط عمومی و تبلیغات	۰/۹۵۴	۰/۰۵۹	۱۳/۴۳۵	۰/۰۰۱

طبق جدول فوق هر شش عامل، دارای ضرایب عاملی مثبت و معناداری جهت مدیریت مقصد گردشگری با تأکید بر ورزش های ساحلی در استان هرمزگان دارند. زیرا مقدار سطح معنی داری برای همه آنها از ۰/۰۵ کمتر است.

قابل ذکر است که عامل اجتماعی/ فرهنگی متغیر مرجع یا معرف نشانگذار است. سپس با استفاده از آزمون تی تک متغیره، سطح معنی داری این معیارها در مدیریت توسعه گردشگری با رویکرد ورزش های ساحلی تعیین شد و نتایج آن در جدول (۱) ارائه شده است. طبق جدول زیر مقدار سطح معنی داری برای همه عوامل جهت مدیریت مقصد گردشگری با تأکید بر ورزش های ساحلی در استان هرمزگان از ۰/۰۵ کمتر است و مقدار میانگین وضعیت موجود شش عامل از حد متوسط عدد ۳ بیشتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت وضعیت موجود همه عوامل راستای مدیریت مقصد گردشگری با تأکید بر ورزش های ساحلی در استان هرمزگان، مطلوب است.

جدول (۲): نتایج آزمون t تک متغیره جهت تعیین وضعیت موجود مهم ترین عوامل در مدیریت مقصد گردشگری با تأکید بر

ورزش های ساحلی در استان هرمزگان

مبنای مقایسه = عدد ۳					معیار
فاصله اطمینان ۹۵ درصد اختلاف		سطح معنی داری	میانگین	آماره t	
کران بالا	کران پایین				
۱/۲۵۹	۱/۱۲۵	۰/۰۰۱	۴/۱۹۲	۳۵/۱۸۳	اجتماعی - فرهنگی
۱/۳۰۰	۱/۱۸۰	۰/۰۰۱	۴/۲۴۰	۴۰/۶۸۰	اقتصادی - بازاریابی
۱/۲۲۲	۱/۰۹۳	۰/۰۰۱	۴/۱۵۸	۳۵/۳۰۱	سیاسی - امنیتی
۱/۲۹۰	۱/۱۶۸	۰/۰۰۱	۴/۲۲۹	۳۹/۵۶۲	تأسیسات زیربنایی
۱/۱۵۷	۱/۰۴۱	۰/۰۰۱	۴/۰۹۹	۳۷/۳۳۰	مدیریتی
۱/۲۸۵	۱/۱۵۳	۰/۰۰۱	۴/۲۱۹	۳۶/۵۳۹	روابط عمومی و تبلیغات

به منظور رتبه بندی عوامل مؤثر بر مدیریت مقصد گردشگری با رویکرد ورزش های ساحلی در استان هرمزگان، از آزمون فریدمن استفاده شد و نتایج تجزیه و تحلیل آن در جدول (۳) ارائه شد. براساس آن، معیار اقتصادی - بازاریابی با میانگین رتبه ۳۳/۸ بیشترین اثر را در مدیریت توسعه گردشگری با رویکرد ورزش های ساحلی دارد؛ پس از آن نیز تأسیسات زیربنایی با میانگین رتبه ۳/۸۱ در رتبه دوم اولویت توسعه گردشگری قرار گرفت. در ادامه نیز معیارهای روابط عمومی و تبلیغات، اجتماعی و فرهنگی، سیاسی و امنیتی و معیار مدیریتی به ترتیب با میانگین رتبه ۳/۸۰، ۳/۴۰، ۳/۳۶ و ۲/۷۵ در اولویت های بعدی قرار گرفتند.

جدول (۳): میانگین رتبه ها و اولویت بندی معیارهای اثرگذار در توسعه گردشگری ورزش های ساحلی استان هرمزگان با

آزمون فریدمن

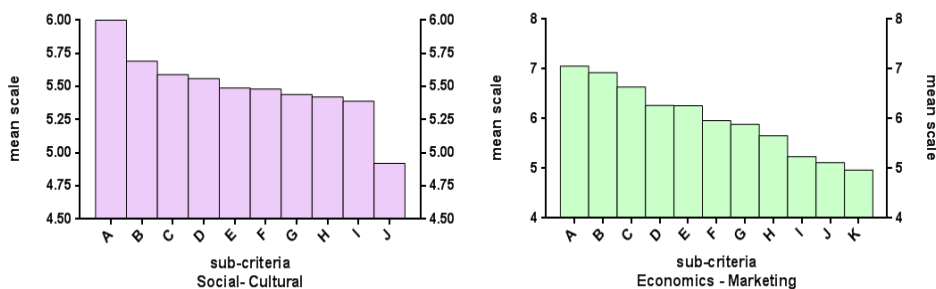
معیار	میانگین رتبه ی معیارها	اولویت معیارها	آماره آزمون	سطح معنی داری
اقتصادی - بازاریابی	۳/۸۸	۱	۱۰۵/۳۴۲	۰/۰۰۱
تأسیسات زیربنایی	۳/۸۱	۲		
روابط عمومی و تبلیغات	۳/۸۰	۳		

معیار	میانگین رتبه‌ی معیارها	اولویت معیارها	آماره آزمون	سطح معنی داری
اجتماعی - فرهنگی	۳/۴۰	۴		
سیاسی - امنیتی	۳/۳۶	۵		
مدیریتی	۲/۷۵	۶		

پس از رتبه‌بندی معیارهای اثرگذار بر مدیریت توسعه‌ی گردشگری با رویکرد ورزش‌های ساحلی در استان هرمزگان، به‌منظور رتبه‌بندی زیرمعیارهای هر معیار از آزمون فریدمن استفاده شد و نتایج مجموعه‌ی هر معیار به‌صورت نمودار ستونی در اشکال زیر ارائه شده است.

در شکل (۴) که رتبه‌بندی زیرمعیارهای اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی-بازاریابی را نشان می‌دهد، محور افقی نمودار که با حروف انگلیسی نشان داده شده است، معرف هر زیرمعیار هستند. در معیار اجتماعی- فرهنگی، رتبه‌بندی زیرمعیارها به‌گونه‌ای بود که زیرمعیار A: رفتار مناسب با گردشگر، B: ایجاد فرصت فراغت، C: جلب رضایت گردشگر، D: توسعه فرهنگ بومی، E: حفظ هویت محلی، F: ارتقای سطح دانش افراد، G: رضایت اقتصادی میزبان، H: لیست نیاز فرهنگی، I: رضایت کیفی گردشگر و J نیز رضایت آسایش گردشگر به‌ترتیب بیش‌ترین اهمیت را در توسعه‌ی ورزش‌های ساحلی و جذب گردشگر دارد. بنابراین بیشترین اثر اجتماعی- فرهنگی بر مدیریت توسعه‌ی گردشگری با رویکرد ورزش‌های ساحلی را زیرمعیار رفتار مناسب با گردشگر دارد که برنامه‌ریزی در این زمینه می‌تواند نتایج مطلوبی در جذب گردشگران ورزشی به‌ویژه در ساحل داشته باشد.

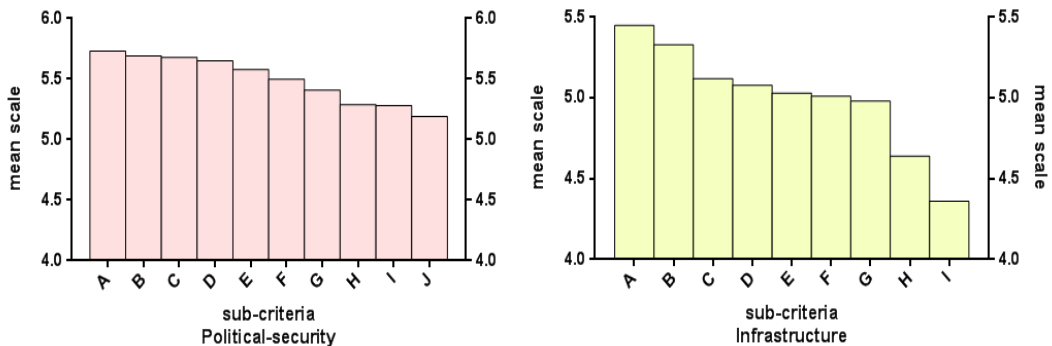
در معیار اقتصادی- بازاریابی، رتبه‌بندی زیرمعیارها به‌ترتیب A: افزایش سهم بخش خصوصی، B: فرصت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، C: امنیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، D: ایجاد اشتغال پایدار، E: امنیت اقتصادی برای گردشگر، F: امنیت اقتصادی کشور، G: حمایت از اشتغال سنتی در ساحل، H: سیاست اقتصادی مناسب، I: جذب بودجه دولتی، J: رشد اقتصادی با جذب سرمایه‌گذار و K: داشتن سیستم کارت اعتباری جهانی می‌باشد. بنابراین بیشترین اثر اقتصادی- بازاریابی بر مدیریت توسعه‌ی گردشگری با رویکرد ورزش‌های ساحلی را زیرمعیار افزایش سهم بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری گردشگری و به‌ویژه ورزش‌های ساحلی دارد.



شکل (۴): رتبه‌بندی زیرمعیارهای اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی- بازاریابی در توسعه‌ی گردشگری ورزش‌های ساحلی

در این پژوهش، اولویت‌بندی و رتبه‌بندی زیرمعیارهای سیاسی-امنیتی و تأسیسات زیربنایی نیز انجام شد و نتایج آن به صورت نمودارهای ستونی در شکل (۵) ارائه شد. نتایج نشان داد که رتبه‌بندی زیرمعیارهای سیاسی-امنیتی به‌گونه‌ای بود که به ترتیب A: تسهیلات گمرکی و صدور ویزا، B: واکنش‌ها و رفتارهای مناسب امنیتی با گردشگر، C: ثبات سیاسی کشور، D: حمایت از آموزش مالی، E: مشارکت در برنامه توسعه، F: سیاست‌گذاری در جذب سرمایه، G: سیاست‌گذاری جهت میزبانی رویدادهای ورزشی، H: تفویض اختیار به ارگان‌های مربوطه، I: تعامل وزارت خارجه با ورزش‌های ساحلی و J: حمایت از تورهای گردشگری در ورزش‌های ساحلی بیش‌ترین تأثیر در توسعه گردشگری با رویکرد ورزش‌های ساحلی دارد.

همچنین زیرمعیارهای تأسیسات زیربنایی نیز با آزمون تی-تست رتبه‌بندی شد و نتایج آن به‌گونه‌ای بود که به ترتیب زیرمعیار A: به‌سازی مکان استراحت برای گردشگر ورزشی، B: ایجاد ساختارهای مناسب برای میزبانی رویدادهای ورزشی در ساحل، C: جانمایی مناسب تأسیسات برای ورزش‌های ساحلی، D: امنیت سفر برای گردشگران ورزش‌های ساحلی، E: شبکه‌ی ترافیک و حمل‌ونقل مناسب برای امنیت مسافرت گردشگران، F: ایجاد اقامتگاه مناسب برای بوم‌گردی ورزشکاران ساحلی، G: ایجاد امکانات رفاهی مناسب در ساحل برای گردشگران ورزش‌های ساحلی، H: نوسازی زیرساخت‌های حمل‌ونقل برای ورزشکاران ساحلی و I: خدمات پزشکی مناسب برای ورزشکاران ساحلی بیش‌ترین تأثیر در توسعه گردشگری با رویکرد ورزش‌های ساحلی دارد.

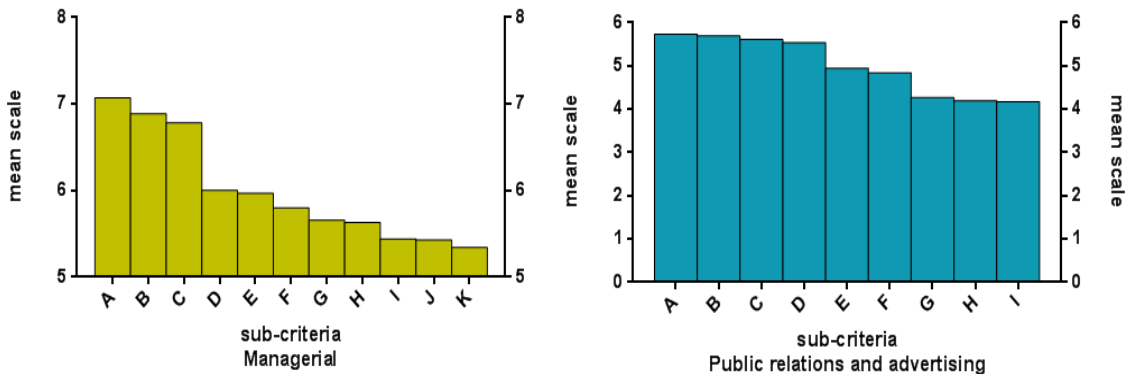


شکل (۵): رتبه‌بندی زیرمعیارهای تأسیسات زیربنایی و سیاسی-امنیتی در توسعه گردشگری ورزش‌های ساحلی

درنهایت، مجموعه زیرمعیارهای اصلی در معیارهای مدیریتی و همچنین معیار روابط عمومی و تبلیغات نیز اولویت‌بندی و نتایج آن به صورت نمودار ستونی در شکل (۶) ارائه شد. در معیار مدیریتی، زیرمعیارهای A: توسعه بخش خصوصی در ورزش‌های ساحلی، B: استفاده از نیروی مجرب در گردشگری ورزش‌های ساحلی، C: استفاده از نیروی ماهر سازمان‌ها و ارگان‌های مربوطه در گردشگری ورزش‌های ساحلی، D: همکاری وزارت ورزش با گردشگری ورزش‌های ساحلی، E: طوفان ذهنی و خلاقانه برای ایده‌پردازی در ارتباط با توسعه ورزش‌های ساحلی، F: همکاری سازمان‌ها با گردشگری ورزشی ساحلی، G: ایجاد رشته‌های دانشگاهی برای گردشگری ورزش‌های ساحلی، H: توانمندسازی

سازمان‌ها در زمینه‌ی ورزشی ساحلی، I: مشارکت کارکنان ارگان‌ها با ورزش‌های ساحلی، J: ایجاد انگیزه برای همکاری با گردشگران ورزش‌های ساحلی و K: برگزاری سمینارهای ورزش ساحلی به‌ترتیب بیش‌ترین تأثیر را در مدیریت توسعه‌ی گردشگری ورزش‌های ساحلی دارد.

در نهایت، زیرمعیارهای روابط عمومی و تبلیغات نیز با آزمون تی-تست رتبه‌بندی شد و نتایج آن نشان داد که زیرمعیارهای A: تجارت الکترونیکی برای گردشگران، B: ارائه‌ی خدمات دیجیتال برای گردشگران ورزشی، C: ایجاد سامانه‌های الکترونیکی برای رفاه کیفی گردشگران ورزش‌های ساحلی، D: ایجاد امکانات درباره‌ی اطلاعات مکانی ساحلی برای ورزشکاران، E: طراحی اپلیکیشن‌های مورد استفاده برای گردشگران ورزشی، F: ایجاد رسانه‌های ورزشی برای گردشگری در ساحل، G: آشنایی با علاقه‌مندی ورزشکاران ساحلی به‌منظور بهبود ویژگی‌های ساحل برای ورزش، H: ایجاد دفاتر تبلیغاتی در کشورهای خارجی به‌منظور شناساندن ساحل خلیج فارس برای رویدادهای ورزشی و گردشگری و I: سیستم اطلاع‌رسانی قوی برای ورزش‌های ساحلی در استان هرمزگان، به‌ترتیب بیش‌ترین تأثیر را در مدیریت توسعه‌ی گردشگری ورزش‌های ساحلی دارد.



شکل (۶): رتبه‌بندی زیرمعیارهای مدیریتی و روابط عمومی-تبلیغات در توسعه‌ی گردشگری ورزش‌های ساحلی

بحث و نتیجه‌گیری

استان هرمزگان در سواحل شمالی دریای خلیج فارس و دریای عمان قرار گرفته است که علاوه بر ویژگی‌های اقتصادی، استراتژیکی و شبکه‌ی حمل‌ونقل دریایی- خشکی که نقش مهمی در اقتصاد کشور ایران دارد، از لحاظ موقعیت گردشگری- ورزشی نیز به دلیل فضای جغرافیایی مناسب، ساحل عریض، امواج و آب‌وهوای مطلوب ورزشی، دارای پتانسیل مناسبی است که سرمایه‌گذاری‌های علمی- اقتصادی می‌تواند در پیشرفت ورزش‌های ساحلی و جذب گردشگر و به‌ویژه سرمایه‌گذاری برای اقتصاد گردشگری نقش مهمی داشته باشد. در آغاز مدیریت پروژه‌ی توسعه گردشگری به‌ویژه در ورزش‌های ساحلی، شناخت عوامل مؤثر در جذب گردشگر و توسعه‌ی ورزش‌های ساحلی در اولویت قرار دارد. در راستای دستیابی به این رهیافت، نتایج پژوهش حاضر نشان داد که معیارهای اقتصادی- بازاریابی در زمینه‌ی ورزش‌های ساحلی و جذب گردشگر، تأسیسات زیربنایی ورزشی برای ساحل، روابط عمومی و تبلیغات ورزش‌های

ساحلی، ویژگی‌های اجتماعی- فرهنگی، سیاسی- امنیتی و معیار مدیریتی به ترتیب دارای بیش‌ترین اهمیت در توسعه‌ی ورزش‌های ساحلی در استان هرمزگان است. در ساحل مازندران نیز معیار اقتصادی و به‌ویژه بازاریابی بیش‌ترین اهمیت را در جذب گردشگران ورزش‌های ساحلی دارد (سنایی، ۱۳۹۶). معیارهای اقتصادی با تأکید بر بازاریابی مناسب و همگام با علم نوین بازاریابی و تبلیغات نقش مهمی در پیشرفت ورزش‌های ساحلی دارد، چون با مدیریت مناسب بازاریابی و سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی و دولتی در ورزش‌های ساحلی به‌منظور جذب گردشگران داخلی و به‌ویژه گردشگران خارجی، اقتصاد منطقه و حتی کشور نیز رونق می‌یابد؛ به‌گونه‌ای که مطالعات پژوهشگران بیان‌گر این است که اقتصاد گردشگری در حال پیشرفت بوده و کشورهای توسعه‌یافته در صدر لیست جذب گردشگر قرار دارند؛ اما طی سال‌های اخیر کشورهای آسیایی سالانه بودجه‌های زیادی صرف صنعت گردشگری نموده که بخش ورزش‌های ساحلی در اولویت سرمایه‌گذاری قرار گرفته است (وید و بول^۱، ۲۰۱۲) و حتی در بعضی از کشورها، درآمد حاصل از سرمایه‌گذاری گردشگری در ورزش‌های ساحلی به ۵ درصد درآمد یک کشور رسیده است (چو^۲ و دیگران، ۲۰۲۰). رشد اقتصادی حاصل از گردشگری در جهان حدود ۴/۲ درصد افزایش یافته است که این آمار نشان‌گر افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در این زمینه است. در مالزی سرمایه‌گذاری در ساحل به‌منظور جذب رویدادهای ورزشی و جذب گردشگران ورزشی مهم‌ترین معیار افزایش درآمدهای اقتصادی از گردشگری است (احمد و دیگران، ۲۰۱۹). سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی در ساحل، ابتدا از ایجاد تأسیسات زیربنایی مناسب هم‌چون سیستم شبکه‌ی حمل‌ونقل جاده‌ای- ریلی، هوایی و دریایی مناسب، ایجاد مجتمع‌های تفریحی- رفاهی- تجاری- ورزشی، تسطیح ساحل و آماده‌سازی زیربنایی آن برای فوتبال و والیبال ساحلی، تهیه‌ی امکانات ورزش‌های آبی و محل اسکان گردشگران ورزشی آغاز می‌شود. پس از آماده‌سازی و بهبود سیستم و تأسیسات زیربنایی، می‌توان به بازاریابی و رسانه‌ای نمودن ورزش‌های ساحلی مکان مورد مطالعه پرداخت که این راهبردها در کشور اندونزی به‌صورت مدون انجام شده است (ال‌سیلسنا و دیگران، ۲۰۲۰). نتایج پژوهش حاضر نیز بیان‌گر همین موضوع بوده و نتایج حاصل از پرسش‌نامه‌های توزیع‌شده در جامعه‌ی آزمایش نشان داد که ایجاد و نوسازی تأسیسات زیربنایی و بهبود سیستم‌های رفاهی آن پس از معیار اقتصادی در رتبه‌ی دوم قرار دارد. در سواحل دریایی کشور تایوان عوامل مؤثر بر جذب گردشگرانی که در زمینه‌ی ورزش‌های ساحلی فعالیت می‌نمایند، معیارهای اقتصادی، تأسیسات و امکانات رفاهی و هم‌چنین معیارهای اجتماعی بیش‌ترین اهمیت را دارند (یانگ و دیگران، ۲۰۲۰). در کشور سریلانکا در آسیای جنوب‌شرقی با اقلیم گرم و مرطوب و سواحل زیبا، سالانه موجب جذب گردشگران ساحلی و به‌ویژه رویداد ورزشی کریکت در ساحل این کشور می‌شود (ویکرامارانتیه و کوماری^۳، ۲۰۱۶). در ساحل صباح مالزی نیز برگزاری رویدادهای ورزشی، سالانه گردشگران زیادی را برای شرکت در آن رویداد جذب می‌کند (سام و دیگران، ۲۰۱۲). هم‌چنین در ایالت ترنجگانو مالزی که سالانه رویدادهای ورزشی ساحلی- دریایی در این منطقه برگزار

¹ - Weed and Bull

² - Cho

³ - Wickramaratne and Kumari

می‌شود، گردشگران زیادی جذب آن شده و در یک آمار کلی در سال ۲۰۱۴، بیش از ۴/۵۱ میلیون نفر در این رویداد شرکت می‌کنند (رحمان^۱ و دیگران، ۲۰۲۰). بنابراین، برگزاری رویدادهای ورزشی ساحلی نقش مؤثری در جذب گردشگر و پیشبرد اهداف صنعت توریست دارد که با سرمایه‌گذاری در این بخش، می‌توان به اقتصاد کشور کمک کرد.

همان‌طور که نتایج این پژوهش نشان داد، در استان هرمزگان ابتدا بایستی سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی-بازاریابی به‌همراه بهسازی و نوسازی ساختارهای زیربنایی و سیستم شبکه‌ی حمل‌ونقل که بیش‌ترین اهمیت را در توسعه‌ی گردشگری با رویکرد ورزش‌های ساحلی در اولویت برنامه‌ریزی دارد، چون اغلب پاسخ‌گویان به پرسش‌ها و معیارهای این پژوهش عدم بازاریابی، سرمایه‌گذاری در ساحل و هم‌چنین کمبود ساختارها و تأسیسات زیربنایی را دلیل اصلی عدم جذب گردشگر ورزش‌های ساحلی در استان هرمزگان عنوان کردند. اگرچه سالانه بیش از ۵ میلیون گردشگر وارد استان هرمزگان می‌شوند، اما آمار دقیقی از گردشگران ورزش‌های ساحلی آن وجود ندارد و پاسخ گردشگران نیز حاکی از عدم امکانات کمی و کیفی مناسب در ساحل خلیج‌فارس است. ویژگی‌های توپولوژیکی ساحل هرمزگان شرایط را برای شنا، موج‌سواری، فوتبال و والیبال ساحلی و... مهیا نموده است که متأسفانه عدم حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، بازاریابی، به‌سازی تأسیسات زیربنایی موجب عدم جذب گردشگر در این ساحل مستعد شده است. بنابراین نتایج این پژوهش یک برنامه‌ی مناسب برای تدوین راهبرد مدیریتی توسعه‌ی ورزش-های ساحلی برای جذب گردشگر و پیشرفت وضعیت اقتصادی ساحل هرمزگان ارائه می‌نماید و با ریشه‌یابی عدم پیشرفت ورزش‌های ساحلی، مسیر را برای برنامه‌ریزان نشان می‌دهد. در صورت استفاده از نتایج این پژوهش و عملی‌ساختن معیارها و زیرمعیارهای اصلی پژوهش می‌توان محیط ساحلی را برای برگزاری رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی مهیا نمود و با جذب ورزشکاران ساحلی، مکان را برای تبدیل شدن به یک نقطه‌ی اقتصاد بدون نفت آماده ساخت.

منابع

- سنایی، م. ۱۳۹۶. تأثیر آموزش ورزش های آبی- ساحلی بر صنعت گردشگری نوشهر، فصلنامه علمی پژوهشی آموزش علوم دریایی، شماره ۱۰، ص ۷۸-۸۷.
- غفوری، ف؛ هنرور، ا؛ نعمت‌پور، ر. ۱۳۹۲. عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزش‌های آبی در شهرهای ساحلی مازندران، دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، شماره ۲، پیاپی ۳: ۱۹-۳۰.
- Ahmad, A. H., Ibrahim, A., Ahmad, Z. H., & Masri, R. (2019). The Predictors of Sports Tourism Involvement in Malaysia: An Extreme Sport Overview. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(2), 449-453.
- Barrowclough, D. (2007). Foreign investment in tourism and small island developing states. *Tourism Economics*, 13(4), 615-638.

- Cho, H., Joo, D., & Woosnam, K. M. (2020). Cross-cultural validation of the nostalgia scale for sport tourism (NSST): a multilevel approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(4), 624-643.
- Conti, G., & Perelli, C. (2007). Governing tourism monoculture: Mediterranean mass tourism destinations and governance networks. *Tourism and Politics. Global Frameworks and Local Realities, Amsterdam, Elsevier*, 235-261.
- El Silisna, B., & Susanti, R. Sport Tourism Event of Tour De Singkarak to Support Destination Management in West Sumatera, Indonesia.
- Friedrich, J., Stahl, J., Fitchett, J. M., & Hoogendoorn, G. (2020). To beach or not to beach? Socio-economic factors influencing beach tourists' perceptions of climate and weather in South Africa. *Transactions of the Royal Society of South Africa*, 1-9.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport management review*, 1(1), 45-76.
- Hasan, M. K., Abdullah, S. K., Lew, T. Y., & Islam, M. F. (2019). Determining factors of tourists' loyalty to beach tourism destinations: a structural model. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Herman, G. V., Grama, V., & Stupariu, I. M. (2016). The international organisation between globalization and regionalization. Case study: World Tourism Organization. *Revista Română de Geografie Politică*, 28(2), 49-59.
- Higham, J. (2018). *Sport tourism development*. Channel view publications.
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism management*, 48, 21-32.
- Lim, C. C., & Patterson, I. (2008). Sport tourism on the islands: The impact of an international mega golf event. *Journal of Sport & Tourism*, 13(2), 115-133.
- Phillip, R., & Hodgkinson, G. (1994). The management of health and safety hazards in tourist resorts. World Tourism Organization. *International journal of occupational medicine and environmental health*, 7(3), 207-219.
- Rahman, N. S. F. A., Bazaruddin, N. H., Faizal, S., Shah, S. S. J., Said, M. H., & Khairuddin, M. (2020). The Sustainability of Nautical Sports Tourism in Terengganu Using A Cost Benefit Analysis. *Journal of Sustainability Science and Management*, 15(1), 148-161.
- Robustin, T. P., Sularso, R. A., Suroso, I., & Yulisetiari, D. (2020). Contribution of Tourism Products in Creating Satisfying Quality of Tourism Services and Tourist Loyalty.
- Ruhanen, L., Cooper, C., & Fayos-Sola, E. (2008). Volunteering tourism knowledge: A case from the United Nations world tourism organization. *Journeys of discovery in volunteer tourism*, 25-35.

- Som, A. P. M., Marzuki, A., & Yousefi, M. (2012). Factors influencing visitors' revisit behavioral intentions: A case study of Sabah, Malaysia. *International Journal of marketing studies*, 4(4), 39.
- Tekin, Ö. F. (2019). Development and Sustainability of River Tourism in Turkey: The Case of Antalya. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 19-32.
- United nations world tourism organization (UNWTO), Statistic, 2020.
- Weed, M., & Bull, C. (2012). *Sports tourism: Participants, policy and providers*. Routledge.
- Wickramaratne, V. C., & Kumari, J. P. (2016). The impact of sports tourism on small scale business development in Sri Lanka: International cricket match. *International Journal of Research*, 33.
- Yang, J. J., Lo, H. W., Chao, C. S., Shen, C. C., & Yang, C. C. (2020). Establishing a Sustainable Sports Tourism Evaluation Framework with a Hybrid Multi-Criteria Decision-Making Model to Explore Potential Sports Tourism Attractions in Taiwan. *Sustainability*, 12(4), 1673.