



## الگوی جامع توسعه گردشگری ورزشی پایدار با تاکید بر ظرفیت برگزاری رویدادهای سوپر لیگ بسکتبال و والیبال کشور

حمیدرضا قزلسفلو<sup>۱</sup>

۱. استادیار مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران.

### اطلاعات مقاله

### چکیده

ظرفیت‌های موجود در برگزاری رویدادهای ورزشی حرفه‌ای به نسخه توانمندی از توسعه گردشگری ورزشی مبدل گشته است. لذا هدف از این پژوهش، بررسی عوامل مؤثر در جذب گردشگران ورزشی فعال در مسابقات سوپر لیگ بسکتبال و والیبال کشور است. تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی است که در قالب تحلیل معادلات ساختاری انجام گردید. جامعه آماری پژوهش فاز کیفی پژوهش شامل ۲۰ نفر از مدیران عملیاتی و صنفی سازمان لیگ، داوران، مربیان و مدیران بازاریابی و جامعه فاز کمی پژوهش کلیه تماشاگران حاضر در مسابقات والیبال و بسکتبال سوپر لیگ کشور در سال ۱۴۰۲ به میزبانی باشگاه شهرداری گرگان و شهرداری گنبدکاووس هستند که از بین آنها تعداد ۲۵۰ تماشاگر فعال ورزشی به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه گردشگری ورزشی مستخرج از فاز کیفی پژوهش شامل خرده مقیاس‌های ابعاد رفتاری-عاطفی، زیرساخت و رویداد بود که پایایی درونی آن به روش آلفای کرونباخ تأیید گردید ( $\alpha \geq 0.78$ ). به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، پس از بررسی روایی سازه و کفایت نمونه برداری با استفاده از آزمون کی‌ام‌او و آزمون کرویت بارلت داده‌ها بر مبنای تحلیل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل در سطح معناداری ( $P \leq 0.05$ ) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج تحلیل مسیر الگوی پژوهش حاکی از آن است که متغیر رویداد ( $LF=0.67$ )، متغیر زیر ساخت ( $LF=0.68$ ) و متغیر رویداد ( $LF=0.66$ ) اثر مستقیمی بر جذب گردشگران دارند. همچنین عواملی از قبیل فضای سالم سالن ورزشی، وجود تسهیلات رفاهی- بهداشتی در سالن و حمایت از تیم دلخواه بالاترین ضریب مسیر را به خود اختصاص دادند. بنابراین به مدیران سازمان لیگ و باشگاه شهرداری گرگان پیشنهاد می‌شود از طریق تأسیس کانون هواداران و بهبود کیفیت خدمات در سالن ورزشی ضمن جذب گردشگران ورزشی، از پیامدهای اقتصادی آن بهره‌وری مطلوبی را داشته باشند.

دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۵/۰۳

پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۷/۰۲

### کلیدواژگان:

خدمات رفاهی،

تسهیلات بهداشتی،

کانون هواداران،

جذب گردشگران ورزشی

### نویسنده مسئول:

حمیدرضا قزلسفلو

پست الکترونیکی:

[h\\_ghezel@yahoo.com](mailto:h_ghezel@yahoo.com)

# **A comprehensive model of sustainable sports tourism development with an emphasis on the capacity of holding the country's Super League basketball and volleyball**

**Hamidreza Ghezelsefloo<sup>1</sup>**

1. Assistant professor, Department of sport science, Gonbad Kavous University, , Gonbad Kavous, Iran

## **Abstract:**

The existing capacities in holding professional sports events have turned into a powerful version of the development of sports tourism. Therefore, the purpose of this research was to investigate the effective factors in attracting active sports tourists in the country's Super League basketball and volleyball competitions. The current research was a descriptive research that was conducted in the form of structural equation analysis. The statistical population of the qualitative phase of the research includes 20 operational and line managers of the league organization, judges, coaches and marketing managers and the population of the quantitative phase of the research is all the spectators present in the volleyball and basketball matches of the country's Super League in 1402, hosted by the Gorgan Municipal Club and Gonbadkavos Municipality. Among them, 250 active sports spectators were selected by random sampling. The research tool was the sports tourism questionnaire extracted from the qualitative phase of the research, including subscales of behavioral-emotional dimensions, infrastructure and event, whose internal reliability was confirmed by Cronbach's alpha method ( $\alpha \geq 0.78$ ). In order to analyze the data, after checking the validity of the structure and sampling adequacy using the KMO test and Bartlett's sphericity test, the data based on structural equation analysis using Lisrel software at the significance level ( $P \leq 0.05$ ) were analyzed. The results of the path analysis of the research model indicated that the event variable (LF=0.67), the infrastructure variable (LF=0.68) and the event variable (LF=0.66) have a direct effect on attracting tourists. Also, factors such as the healthy atmosphere of the sports hall, the presence of health-welfare facilities in the hall, and support for the desired team had the highest path coefficient. Therefore, it is suggested to the managers of the league organization and the municipal club of Gorgan, through the establishment of the fans' center and improving the quality of services in the sports hall, while attracting sports tourists, to have a good productivity from its economic consequences.

**Keyword:** Welfare services, Health facilities, Fan committee, Attraction of sports tourists

## مقدمه

در دهه اخیر پیوند میان ورزش و گردشگری، نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد کرده است که ضمن ایجاد منابع اقتصادی بی شمار، ساختار جامعی را برای غنی‌سازی اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی را فراهم نموده است (گرزین و همکاران، ۱۴۰۱، ۴۴). جریان‌های گردشگری، پویاترین مبادلات اقتصادی هر کشور را رقم می‌زند زیرا این صنعت برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، استراتژی کارا جهت جایگزینی و برون رفت سریع از رکود اقتصادی قلمداد می‌گردد (لکواس و همکاران<sup>۱</sup>، ۱۴۷، ۲۰۲۲). در همین راستا، رویدادهای ورزشی به عنوان یکی از مهمترین ابزار توسعه اقتصادی شهرها، کشورها و حتی قاره‌ای محسوب می‌شود و در عصر حاضر صنعت توریسم و گردشگری ورزشی به یکی از مهمترین و اصلی‌ترین منابع درآمدی کشورها از صنعت ورزش تبدیل شده است (کشتی دار و همکاران، ۱۳۵۱، ۱۴۰۰). میزبانی و برگزاری رویدادهای ورزشی که جنبه رقابتی دارد و بویژه داری‌های ورزشی از ظرفیت‌های کانونی گردشگری ورزشی قلمداد می‌گردد که در یک دهه اخیر توانسته است با برنامه ریزی مدیران بازاریابی جریان فعالی از رونق اقتصادی را در جوامع مقاصد گردشگری ایجاد نماید (فچنر و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۲). در همین راستا، مقاصد گردشگری ورزشی سرعین از مهمترین مقاصد هدف بوده هست که با میزبانی تورهای بین المللی دوچرخه‌سواری بستر ساز جذب بسیاری از گردشگران داخلی و رون مرزی بوده است (جاوید و همکاران، ۱۲۳۹۷، ۱۹۹).

پروینی و همکاران (۱۳۹۴) با اشاره به منابع اقتصادی سرشار لیگ‌های ورزشی معتبر دنیا، بیان داشتند در صورتی که رویدادهای ورزشی به طرز مناسبی برنامه‌ریزی و برگزار گردد، جریان فعالی از نقدینگی مثبت اقتصادی را به اقتصاد کشور تزریق می‌نماید. در این رویدادها، حضور گردشگران به طرق مستقیم و غیرمستقیم از طریق تأثیر بر کسب موفقیت و پیروزی باشگاه‌ها و مستقیم از قبیل خرید بلیط، محصولات باشگاه (یادبودها، پرچم، نماد، لباس باشگاه و ...) تأثیر بسزایی در رونق صنعت گردشگری ورزشی دارد. به زعم کشتی‌دار و همکاران (۱۴۰۰)، برندسازی رویدادهای ورزشی کشور و همچنین همسو کردن سایر جاذبه‌های گردشگری مقاصد گردشگری در کنار کیفیت خدمات و ارائه یک رویداد ورزشی با کیفیت مواردی است که باید متخصصان و سیاست‌گذاران صنعت گردشگری کشور در برنامه‌های توسعه این صنعت مد نظر قرار دهند.

اما به نظر می‌رسد عاملی که سبب شده تا این پدیده در کانون توجه متخصصان و گذاران اقتصادی بویژه در حیطه ورزش و رویدادهای ورزشی در دو بخش قهرمانی و حرفه‌ای قرار گیرد، مزایای اقتصادی و منابع مالی ناشی از فرصت‌های شغلی متنوع در این صنعت باشد (مورفولاکی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۳، ۲۴۴۶). به طور کلی صنعت گردشگری ورزشی از سه عنصر منابع انسانی شامل ورزشکاران، کادر مربیان، سازمان‌ها و مسوولین برگزاری مسابقات، عناصر مرکزی از قبیل قابلیت‌های مکان برگزاری و تجهیزات پیش بینی شده جهت تسهیل در حضور ورزشکاران، تماشاگران، خبرنگاران و حامیان مالی و عناصر غیررسمی یا بازاریابان تشکیل شده است (گتزر، ۲۰۱۶، ۵۹۴). توریسم ورزشی را می‌توان در غالب دو گروه توریسم ورزشی فعال که شرکت در رویداد

۱ . Lequeux et al

۲ . Fechner et al

۳ . Mofoulaki et al

الگوی جامع توسعه گردشگری ورزشی پایدار با ... دوفصلنامه مدیریت و کارآفرینی ورزشی، ۵ (۱۴۰۳)، ۱۵-۱

ورزشی هدف اصلی آنها محسوب می‌شود (ورزشکاران، مربیان و کادر فنی تیم) و توریسم ورزشی غیر فعال (گزارشگران، طرفداران تیم‌ها و حامیان مالی) که با اهداف ثانویه از قبیل تجارت و یا بازدید از امکان تاریخی و فرهنگی در کنار تماشای رویدادهای ورزشی اعزام می‌شوند، طبقه بندی کرد (گنتز، ۲۰۱۶، ۵۹۴). بنابراین با توجه به حوزه‌های متفاوت و متنوع درآمدزا در رویدادهای ورزشی، گردشگری بویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل مؤثری برای مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و رفاه اجتماعی می‌شود. لذا در عرصه ورزش منابع اقتصادی گردشگری به صورت ویژه‌ای نمایان می‌شود که در آن علاوه بر درآمد ناشی از شرکت ورزشکاران و تیم‌های ورزشی در رویدادهای ورزشی، هزینه‌های ناشی از حضور طرفداران و حامیان ورزشکاران و تیم‌ها لزوم اهمیت این صنعت را بیش از پیش مورد توجه قرار می‌دهد (عقیلی و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۰۳؛ میتریکا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱، ۲۶۴۹). قزلسفلو و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر حضور مجدد گردشگران ورزشی در مسابقات سوپر لیگ والیبال کشور پرداختند.

به اعتقاد آنها جذب گردشگران داخلی و بویژه هواداران باشگاه‌ها استراتژی‌ای کم هزینه جهت بهره‌مندی از مزایای اقتصادی گردشگری می‌باشد. مطابق با نتایج تحقیقات آنها کیفیت خدمات ارائه شده در اماکن ورزشی، برخورد توأم با احترام کادر اجرایی و دسترسی راحت تأثیر بسزایی بر حضور مجدد گردشگران در رویدادهای ورزشی دارد. درحقیقت گردشگری و ورزش دو نیروی محرک برای ثبات رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و کسب درآمد هستند. این موضوع مدیران سازمان‌های ورزشی و باشگاه‌ها ورزشی را بر آن داشته تا ضمن طراحی یک مدل کیفیت خدمات پایا، زمینه جذب گردشگران و تماشاگران وفادار را از طریق بهبود کیفیت استادیوم‌های ورزشی و توسعه خدمات ارائه شده در جریان تورنمنت‌های ورزشی را فراهم نموده تا از این طریق شرایط میزبانی برای رویدادهای بین‌المللی در کشور را مهیا سازند (ناظمی و همکاران، ۱۳۹۲، ۷۷). بازنلا و همکاران (۲۰۲۳)، رویدادهای ورزشی پرطرفدار هر کشور را یک ظرفیت بالقوه در توسعه صنعت گردشگری ورزشی می‌داند که می‌تواند علاوه بر ایجاد اشتغال مولد، چهره ماندگار فرهنگی از مقصد گردشگری ایجاد نماید. از این رو اثربخشی برنامه‌های گردشگری ورزشی رویداد مجور در وهله نخست نیازمند نیازسنجی کارا از طریق نوع‌شناسی درست و طبقه‌بندی فعالیت‌های ورزشی می‌باشد. گنتز<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) با تأکید بر پیامدهای اقتصادی- اجتماعی میزبانی رویدادهای ورزشی در ابعاد مختلف گردشگری، به منظور شناساندن بهتر منابع غنی نهفته در این بخش از گردشگری، نوع شناسی از این رویدادها ارائه داده است. رویدادهای ورزشی بزرگ<sup>۳</sup> از قبیل مسابقات المپیک و مسابقات جام جهانی فوتبال در نوع A، در گروه B تورنمنت‌های ورزشی سالانه مانند مسابقات لیگ برتر که به صورت سالیانه با حضور تماشاگران متعدد داخلی و خارجی برگزار می‌شود. رقابت‌های ورزشی مهم و مقطعی که بر اساس تقویم سالیانه فدراسیون‌های ورزشی در سطح بین‌المللی برگزار می‌شود در گروه C و در گروه D جشنواره‌های ورزشی مانند مسابقات دانشگاهی، ورزش‌های فصلی و رویدادهای ورزشی که برخاسته از شرایط جغرافیایی و آداب و رسوم منطقه زندگی افراد بوده که به صورت سالیانه شرایط رقابت و حضور ورزشکاران متعدد را فراهم می‌نماید. این رویدادها در مقایسه با رویدادهای

۱ . Mitrică et al

۲ . Getz

۳ . Mega sport events

ورزشی بزرگ کمتر مورد توجه رسانه‌ها بوده و نیاز به منابع بودجه‌ای کمتری دارند و می‌توان با توسعه زیرساخت‌های بخشی و خدمات مطلوب، بیشترین استفاده را از جذب گردشگران داخلی برد. این در حالیست که در کشور ایران علیرغم وجود عوامل سوق‌دهنده گردشگری ورزشی متعدد از قبیل میزبانی رویدادهای ورزشی متعدد، بهره‌وری شایسته و بایسته‌ای در این زمینه صورت نگرفته است (مهری نژاد و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۰۱۲؛ سمیعی و همکاران، ۱۴۰۰، ۲۰۴). لذا به منظور استفاده حداکثری از مزایای بی‌شمار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در این بخش و همچنین توسعه زیرساخت‌های لازم در این صنعت، نمایندگان کمیته بین‌المللی المپیک و اتحادیه گردشگری جهانی نیز در نشستی مشترک در فوریه سال ۲۰۱۰، با بازنگری قابلیت‌های رویدادهای ورزشی محلی در توسعه و جذب گردشگران با هدف بهره‌مندی از مزایای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی تاکید داشته‌اند. بررسی سیاست‌های دولت و دستگاه‌های مرتبط در خصوص گردشگری در برنامه سوم اقتصادی- فرهنگی منوط به ارائه الگویی است که در قالب آن نظام سیاست‌گذاری کارآمدی به توسعه پایدار صنعت گردشگری بیانجامد. توسعه گردشگری متضمن توجه به ابعاد توسعه در تمام سطوح فردی، سازمانی و ملی است و پایداری آن در گروی استفاده از منابع بالقوه موجود در مناطق مختلف کشور، هدایت سرمایه‌گذاری به سمت ابعاد متفاوت گردشگری و تغییرات ساختاری و نهادی بر اساس نیازهای حال و آینده مقاصد گردشگری است (فزلسفلو و همکاران، ۱۳۹۷، ۳۶).

فوری و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۲)، با اشاره به نقش سازمان‌های متولی و رسانه‌ها بین‌المللی در برپندسازی و برجسته نمودن رویدادهای ورزشی مهم، گردشگران ورزشی را منبع اصلی پیامدهای اقتصادی رویدادهای ورزشی می‌دانند چرا که این گروه از گردشگران ورزشی از ویژگی هم‌افزایی برخوردار بوده و شرایط جذب گردشگران جدید را فراهم می‌نمایند. لذا در حال حاضر یکی از دغدغه‌های اصلی سازمان‌دهندگان رویدادهای بین‌المللی ورزشی، بالا بردن میزان استقبال بازدیدکنندگان و تماشاگران از رویدادهای ورزشی از طریق برنامه‌ریزی و شناسایی عواملی است که بر حضور گردشگران تأثیرگذار است (سمیعی و همکاران، ۱۴۰۰). متخصصان اقتصادی و کارشناسان ورزشی فعال در حیطه گردشگری ورزشی معتقدند که به منظور توسعه بخش گردشگری رویدادای ورزشی، تمرکز در برگزاری رویدادهای ورزشی فصلی منظم و یا ارائه کیفیت مطلوب در میزبانی رویدادهای ورزشی لیگ‌های داخلی و همچنین تبدیل این رویدادهای ورزشی به شکل گردشگری ورزشی پایدار، استراتژی کارا در جذب گردشگر می‌باشد (ماریت و همکاران، ۲۰۱۵، ۲۵۳). هر چند عوامل متعددی در توسعه و رونق صنعت گردشگری ورزشی نقش دارند، اما بر اساس پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، استقرار مدیریت گردشگری کارا از طریق بکارگیری منابع انسانی آموزش دیده در مقاصد گردشگری در کنار برخورداری از صنعت گردشگری نظام‌مند (وجود آژانس‌های مسافرتی فعال در طول سال، اقامتگاه‌های با کیفیت و فراوان، تبلیغات مناسب و راهنماهای محلی) و پویا، کیفیت حمل و نقل و ارتباطات، توسعه اقتصادی و ثبات ژئوپولیتیکی و سهولت در سفر خارجی و احساس ایمنی و امنیت در نزد گردشگران مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محسوب می‌شوند (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۳، ۲۱۶؛ مولادوست و همکاران، ۲۰۲۰، ۶۸). تسکورپلس و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) طی پژوهشی گزارش کردند که دستیابی به توسعه

۱. Fourie et al

۲. Maarit et al

۳ Tsekouropoulos et al

الگوی جامع توسعه گردشگری ورزشی پایدار با ... دوفصلنامه مدیریت و کارآفرینی ورزشی، ۵ (۱۴۰۳)، ۱۵-۱

پایدار در گردشگری ورزشی در وهله نخست باید بر مبنای توانمندی‌های ورزشی مقاصد گردشگری صورت گیرد. تشکیل کمیته‌های تخصصی در تبلیغات، بازاریابی و همچنین نوع شناسی الگوهای رفتاری و شخصیتی تماشاگران می‌تواند در پیشبرد اهداف جذب گردشگران اثرگذار باشد. اما در نهایت یک تجربه ورزشی باید از توانایی لازم جهت ارضای نیازهای عاطفی گردشگران برخوردار باشد. بدین منظور ارائه خدمات رفاهی و همچنین دسترسی آسان گردشگران به مقاصد گردشگری و وجود نیروی انسانی با مهارت روابط اجتماعی بالا نقش بسزایی در جذب گردشگران ورزشی خواهد داشت.

فرران و همکاران (۲۰۱۵)<sup>۱</sup> نیز با تأکید به نقش خدمات تسهیلاتی در محیط‌های ورزشی، مجموعه‌ای از خدمات ارائه شده در استادیوم‌های ورزشی از قبیل تجهیزات، فضای کافی، سهولت در دسترسی، برخورداری از صندلی مناسب، خدمات تغذیه‌ای و وضعیت بهداشت عمومی استادیوم را به تمایل مجدد تماشاگران جهت حضور و تماشای مسابقات نسبت می‌دهند. از این رو، با توجه به حضور موفق باشگاه بسکتبال شهرداری گرگان در مسابقات باشگاه‌های آسیا و طرفداران بی‌شمار باشگاه والیبال شهرداری گنبد کاووس، به نظر می‌رسد که بتوان از طریق جذب گردشگران داخلی، بستر مناسبی برای توسعه گردشگری ورزشی استان و اقدام در راستای توسعه زیرساخت‌های جذب گردشگران ورزشی فراهم نمود. ولی بهره‌وری مطلوب از ظرفیت‌های اقتصادی این مقوله مستلزم تدوین یک برنامه جامع و منسجم می‌باشد که ضمن مشخص کردن جایگاه و وضعیت این صنعت، بتواند راهکارها و راهبردهای مناسبی را برای رسیدن به وضعیت مطلوب ترسیم نماید. از این رو هدف از این مطالعه بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان از طریق حضور باشگاه فرهنگی - ورزشی بسکتبال شهرداری گرگان و باشگاه ورزشی والیبال شهرداری گنبد در مسابقات سوپر لیگ کشور می‌باشد.

## روش‌شناسی:

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی است که در زمره مطالعات کاربردی قرار دارد و در قالب تحلیل معادلات ساختاری و به شکل تحقیقات آمیخته اکتشافی (کیفی - کمی) انجام گردید. نمونه آماری فاز کیفی پژوهش شامل ۲۰ نفر از مدیران عملیاتی و صفی سازمان لیگ، داوران، مربیان و مدیران بازاریابی دو باشگاه والیبال شهرداری گنبد کاووس و باشگاه بسکتبال شهرداری گرگان است که در مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته در راستای عوامل سوق دهنده گردشگران ورزشی رویدادهای ورزشی، به روش دلفی انجام گردید تا دستیابی به اشیاع نظری حضور داشتند. در این فاز از پژوهش پس از شناسایی عوامل اثرگذار بر جذب گردشگران ورزشی، تعداد ۱۲ کد محوری و تعداد سه کد گزینشی شامل ابعاد عاطفی- رفتاری، زیرساخت‌ها و مؤلفه‌های رویداد با استفاده از نرم افزار مکس کیودا شناسایی گردید. جامعه آماری فاز کمی پژوهش شامل کلیه تماشاگران حاضر در مسابقات سوپر لیگ والیبال و بسکتبال کشور در سال ۱۴۰۲ هستند که به میزبانی باشگاه شهرداری گنبد کاووس و باشگاه شهرداری برگزار گردید و به عنوان تماشاگر در مکان سالن ورزشی این دو باشگاه حضور داشتند. با توجه به حداقل نمونه آماری مورد نیاز در تحقیقات معادلات ساختاری ( $10 \leq n \leq 5$ ) به ازای هر متغیر، تعداد ۲۵۰ تماشاگر فعال ورزشی که فقط با هدف حمایت از تیم مورد نظر خود حضور

۱ . Ferran etal

داشتند، به روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه گردشگری ورزشی مستخرج از فاز کیفی پژوهش بود که پس از انجام تحلیل عاملی اکتشافی بر مبنای چرخش واریمکس با بار عاملی  $(\beta \leq 0/4)$  و جابه‌جایی و حذف گویه‌ها با ضریب تأثیر پایین، مورد استفاده قرار گرفت. این پرسشنامه شامل خرده مقیاس‌های ابعاد عاطفی مشتتمل بر رفتار متغیرهای رفتار محترمانه عوامل اجرایی، فقدان رفتارهای اغتشاش‌گرانه، فضای سالم سالن و رفتارهای اخلاقی ورزشکاران، متغیر زیرساخت‌ها شامل مؤلفه‌های تهیه بلیط، جایگاه تماشاگران، تسهیلات بهداشتی، کیفیت تردد و متغیر رویداد شامل مولفه‌های کیفیت مسابقه، حضور سلبریتی‌های ورزشی، اهمیت و حساسیت مسابقه و حمایت از تیم مورد نظر است. به منظور بومی سازی این پرسشنامه پس از اطمینان از روایی صوری و محتوایی آن از طریق استفاده از نظرات تخصصی ۱۰ نفر از اساتید مدیریت ورزشی آگاه در حوزه گردشگری ورزشی، پایایی درونی آن در یک مطالعه تجربی به روش آلفای کرونباخ بررسی و به میزان  $(\alpha \geq 0/78)$  گزارش گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، پس از بررسی روایی سازه و کفایت نمونه برداری با استفاده از آزمون کی‌ام او (KMO) و آزمون کرویت بارتلت (Bartlet test) داده‌ها بر مبنای تحلیل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل در سطح معناداری  $(P \leq 0/05)$  مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

### یافته‌های پژوهش:

بخش اول اطلاعات مربوط به ویژگی‌های شخصی و دموگرافیک گردشگران ورزشی است که در جدول شماره ۱ بیان شده است. تعداد ۱۷۵ نفر از نمونه‌های آماری، طرفداران تیم میزبان بودند که بالغ بر ۹۲ درصد تمایل به حضور مجدد داشتند. در متغیر سن، ۳۰ درصد از گردشگران در دامنه سنی بیشتر از ۳۰ سال قرار داشتند. در خصوص متغیر تعداد دفعات حضور، ۵۲ درصد از گردشگران از تجربه حضور بیش از ۱۰ بار در طی یک فصل مسابقات برخوردار بودند. همچنین ۴۴ درصد گردشگران مسافت کمتر از ۱۰۰ کیلومتر را پیموده بودند.

جدول شماره ۱- مشخصه‌های دموگرافیک نمونه‌های کمی پژوهش

متغیر	گروه	تعداد	درصد فراوانی
شکل حضور	طرفدار تیم میزبان	۷۵	۳۰/۰۰٪
	هوادار تیم مهمان	۱۷۵	۷۰/۰۰٪
تمایل به حضور مجدد	بله	۲۳۱	۷/۶٪
	خیر	۱۹	۹۲/۴٪
سن	زیر ۱۵ سال	۴۸	۱۹/۲٪
	۱۶ تا ۲۰	۶۹	۲۷/۶٪
	۲۱ تا ۳۰	۵۷	۲۲/۸٪
تعداد حضور در یک فصل مسابقات	بیشتر از ۳۰	۷۶	۳۰/۴٪
	۵ تا ۱	۲۸	۱۱/۲٪
	۹ تا ۶	۹۱	۳۶/۴٪
	بیشتر از ۱۰	۱۳۱	۵۲/۴٪

مسافت طی شده	تعداد	درصد
کمتر از ۱۰۰ کیلومتر	۱۱۱	۴۴/۴٪
۱۰۰ تا ۲۰۰ کیلومتر	۵۲	۲۰/۸٪
۲۰۰ تا ۳۰۰ کیلومتر	۴۹	۱۹/۶٪
بیشتر از ۳۰۰ کیلومتر	۳۸	۱۵/۲٪

در فاز ترسیم الگوی مسیر پژوهش، ابتدا روایی سازه‌ای و شاخص کفایت نمونه برداری با استفاده از آزمون کی ام او (KMO) و کرویت بارتلت مد نظر قرار گرفت مقادیر این آزمون‌ها در جدول شماره ۲ گزارش شده است که با توجه به مقادیر آنها، اطمینان از دو شاخص روایی سازه و کفایت نمونه برداری تأیید گردید.

جدول شماره ۲- نتایج پایایی، روایی سازه و آزمون KMO متغیرهای آشکار پژوهش

ابزار تحقیق	تعداد گویه	پایایی	آزمون KMO	معناداری آزمون بارتلت	نتیجه
ابعاد عاطفی- رفتاری	۶	۰/۷۶	۰/۷۹۱	* ۰/۰۰۱	تایید
زیرساخت‌ها	۵	۰/۸۱	۰/۷۶۴	* ۰/۰۰۰	تایید
ابعاد رویداد	۶	۰/۷۳	۰/۸۲۹	* ۰/۰۰۰	تایید
سطح معناداری					$P \leq ۰/۰۵$

نتایج بررسی برازش مناسب<sup>۱</sup> (GOF) الگوی پژوهش بر مبنای شاخص‌های مطلق، شاخص‌های مقتصد و شاخص‌های ساختاری در جدول شماره ۳ گزارش گردیده است. با توجه به مقدار گزارش شده برای شاخص‌های مذکور از آنجایی که مقادیر شاخص‌های مطلق بیشتر از ۰/۹ بوده و مقادیر شاخص‌های مقتصد نیز مورد قبول می‌باشد، می‌توان بیان داشت که الگوی ترسیم شده در این پژوهش قدرت پیش‌بینی سازه‌نهایی پژوهش (تمایل به حضور مجدد گردشگران) را بر اساس متغیرهای سه گانه آشکار را دارد (جدول ۳).

جدول شماره ۳- بررسی شاخص‌های نکوبی برازش الگوی پژوهش

شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مدل نهایی	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش	نیکوبی برازش	GFI	۰/۹۳۶	بیشتر از ۰/۹
	نیکوبی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۱۷	بیشتر از ۰/۹
شاخص‌های برازش مطلق	برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۲۷	بیشتر از ۰/۹
	برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۴۱	بیشتر از ۰/۹
	برازش نسبی	RFI	۰/۹۱۹	بیشتر از ۰/۹
	برازش افزایشی	IFI	۰/۹۵۲	بیشتر از ۰/۹
شاخص‌های برازش مقتصد	برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۷۴۸	بیشتر از ۰/۵
	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۳۷	< ۰/۱
	نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی	CMIN/df	۱/۰۹۴	$۱ \leq a \leq ۳$

۱. Good of fitness

نتایج تحلیل مسیر الگوی پژوهش حاکی از آن است که ابعاد سه گانه پژوهش تأثیر مستقیم و معناداری بر جذب گردشگران ورزشی دارد. متغیر رویداد خدمات با بار عاملی ( $LF=0/67$ )، متغیر زیر ساخت با بار عاملی ( $LF=0/68$ ) و متغیر رویداد با بار عاملی ( $LF=0/66$ ) در الگوی پژوهش تبیین شدند. همچنین عواملی از قبیل فضای سالم سالن ورزشی، وجود تسهیلات رفاهی- بهداشتی در سالن و حمایت از تیم دلخواه بالاترین ضریب مسیر را به خود اختصاص دادند (شکل ۱).



شکل شماره ۱- ضرایب مسیر الگوی پژوهش در حالت استاندارد

## بحث و نتیجه گیری:

جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های فرهنگی و جاذبه‌های ورزشی به عنوان عوامل اصلی زمینه ساز توسعه پایدار جوامع، سه رکن اصلی صنعت گردشگری قلمداد می‌شود (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۳، ۲۲۷)؛ گرزین و همکاران، ۱۴۰۱، ۶۱). در همین راستا بررسی اسناد و نتایج تحقیقات انجام شده در کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری مؤید آن است که از جمله عواملی که می‌تواند صنعت گردشگری را توسعه و بهبود بخشد، بکارگیری ابزارها و پارامترهای اثرگذار بر تقاضای گردشگری از طریق استفاده از قابلیت‌های موجود در مقاصد گردشگری و تبدیل آنها به مقاصد گردشگری برتر می‌باشد (عقیلی و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۱۴). از این رو در تحقیق حاضر عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان بر مبنای میزبانی مسابقات سوپر لیگ کشور مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که عوامل رفتاری، توسعه زیرساخت ها و بهبود کیفیت برگزاری رویداد از طریق توجه به عوامل رفاهی تماشاگران تأثیر چشمگیری در جذب گردشگران فعال ورزشی دارد که با نتایج تحقیقات کشتی و دار و همکاران (۱۴۰۰)، سمیعی و همکاران (۱۴۰۰)، پروینی و همکاران (۱۳۹۴)،

الگوی جامع توسعه گردشگری ورزشی پایدار با ... دوفصلنامه مدیریت و کارآفرینی ورزشی، ۵ (۱۴۰۳)، ۱۵-۱

مورفلاکی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۳)، میتریکا و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۱)، فچنر و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۲) و تسکورپلس و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۲) هم‌راستا است. در همین راستا قزلسفلو و همکاران (۱۳۹۶)، در بررسی عوامل انگیزشی گردشگران سوپر لیگ والیبال کشور اظهار داشتند که کیفیت خدمات، برخورد مناسب عوامل انسانی، برخورداری از سیستم حمل و نقل مناسب و همچنین وجود خدمات بهداشتی در سالن ورزشی رضایت‌مندی گردشگران ورزشی را منجر می‌شود که به تبع می‌تواند حضور مجدد گردشگران را رقم بزند. در پژوهشی مشابه سمیعی و همکاران (۱۴۰۰) در بررسی‌های انجام شده بر روی تماشاگران فوتبال بیان داشتند که ادراک کیفیت بالا از خدمات و همچنین تلاش بر انطباق ادراک گردشگران با تسهیلات رفاهی - بهداشتی می‌تواند تجربه حضور مجدد گردشگران ورزشی را به همراه داشته باشد. در مطالعه‌ای مشابه پاهرودین و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۲۳)، طیف گسترده‌ای از گردشگران ورزشی شرکت کننده در رویدادهای ورزشی کشور اندونزی را بر مبنای عوامل سو دهنده حضور مجدد مورد بررسی قرار دادند، مطابق با اظهارات گردشگران، حساسیت رویداد، کیفیت رویداد، سهولت در ورود و ایجاد یک فضای امن و خدمات آسایش عوامل اصلی انگیزاننده گردشگران ورزشی می‌باشد که این عوامل در مطالعه انجام شده توسط جاوید و همکاران (۲۰۲۰) نیز مورد اشاره قرار گرفت.

کشتی دار و همکاران (۱۴۰۰) معتقدند که برگزاری رویدادهای ورزشی نیز به مدیریت درست نیاز دارد. لازم است هر منطقه با توجه به امکانات و فرهنگ خود رویدادهای ورزشی را برنامه‌ریزی کند تا موفقیت بیشتری به دست آورد. البته برنامه‌ریزی درست و سیاستگذاری دقیق نیز می‌تواند به برگزاری رویدادهای ورزشی بدون داشتن پیشینه قوی در امر برگزار ورزش منجر شود. برای مثال قطر که از جمله کشورهای کوچک آسیا و خاورمیانه است، توانسته است با برنامه‌ریزی درست میزبانی جام جهانی فوتبال را بگیرد که از بزرگترین رویدادهای ورزشی بین‌المللی است و حتی باشگاه‌های بزرگ دنیا هر ساله در کمپ‌های تخصصی قطر اردو می‌زنند که موجب جذب گردشگر و توسعه اقتصادی شده است.

به اعتقاد آنها عوامل تبلیغاتی و بازاریابی، عوامل زیرساختی و امکاناتی، عوامل مربوط به رویدادها، عوامل فرهنگی اجتماعی و عوامل مدیریتی مؤلفه‌های اصلی اثرگذار بر گردشگری رویدادهای ورزشی کشور می‌باشد که این متغیرها، با نتایج این پژوهش همخوانی دارد. در همین راستا، متخصصان اقتصادی و کارشناسان ورزشی فعال در حیطه گردشگری ورزشی رویداد محور معتقدند که به منظور توسعه بخش گردشگری رویدادهای ورزشی، تمرکز در برگزاری رویدادهای ورزشی فصلی منظم<sup>۶</sup> و یا میزبانی رویدادهای ورزشی در مقیاس کوچک<sup>۷</sup> و همچنین تبدیل این رویدادهای ورزشی به شکل گردشگری ورزشی پایدار<sup>۸</sup>، استراتژی کارا در جذب گردشگران داخلی و فرامرزی می‌باشد (مورفلاکی و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۲۳).

۱ . Morfoulaki et al

۲ . Mitrică et al

۳ . Fechner et al

۴ . Tsekouropoulos et al

۵ . Pahrudin et al

۶ . Seasonal sport events

۷ . Small scale sport events

۸ . Sustainable sport tourism

۹ . Morfoulaki et al

در تحقیقاتی مشابه در خصوص رویدادهای ورزشی حرفه‌ای استان گلستان، یانپی و همکاران (۱۳۹۸)، مولادوست و همکاران (۱۳۹۸)، قزل‌سفلو و همکاران (۱۴۰۰) و زیتونلی و همکاران (۱۳۹۴) با اشاره به ظرفیت‌های موجود در گردشگری ورزشی رویداد اسپ استان گلستان، بر این مقوله تأکید داشتند که توسعه گردشگری رویدادهای ورزشی حرفه‌ای مستلزم این است که نگاه به این حوزه بر مبنای رویه‌های علمی توسعه قرار گیرد. آن‌ها در بررسی چالش‌های توسعه گردشگری سوارکاری استان گلستان بیان داشتند که این صنعت به خوبی توانسته است زمینه جذب بسیاری از گردشگران علاقمند به این صنعت را فراهم نماید، از این رو چنانچه مدیران اجرایی سازمان لیگ بتوانند ارزیابی جامع از نیازهای گردشگران را در دو بخش زیرساخت‌ها و تسهیلات فراهم نمایند، می‌توان از مزایای اقتصادی رویدادهای ورزشی حرفه‌ای بهره‌وری مطلوبی را فراهم نمود. (یانپی و همکاران، ۱۳۹۹؛ قزل‌سفلو و همکاران، ۱۴۰۱).

در این زمینه پیشنهاد می‌شود که با انجام تحقیقات جامع در کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری ورزشی الگوی جامعی از گردشگری با مشخصه‌های اقتصاد فعال و کارآفرین مولد ایجاد نمود. همچنین مطابق با اظهارات جامعه کیفی متخصص برندسازی رویدادهای ورزشی استراتژی است که بسیاری از کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری ورزشی جهت بهره‌برداری از منافع اقتصادی اتخاذ نموده‌اند و این موضوع می‌تواند مورد توجه سازمان‌های متولی و مدیران بخش ورزش قهرمانی استان و کشور قرار گیرد. در همین راستا، فراهانی و همکاران (۱۳۹۳)، معتقدند که در منطقه خاورمیانه ابوظبی توانسته است از طریق توجه به توسعه زیرساخت‌های ورزشی در اماکن ورزشی و همچنین پیش‌بینی فعالیت‌های رفاهی در کنار رویدادهای ورزشی به قطب برتر گردشگران ورزشی مبدل گردد، به نحوی که بسیاری از تورنمنت‌های بزرگ ورزشی در این منطقه برگزار می‌شود و موجبات ورود بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی را فراهم نموده است. از دیگر مواردی که مدیران گردشگری این کشور مد نظر قرار داده‌اند، ارائه خدمات بانکداری و توجه به ایمنی تماشاگران در اماکن ورزشی می‌باشد. بکارگیری فناوری در کنترل، ورود و خروج و همچنین به نمایش کشیدن تصاویر مطلوب از رویداد برای تماشاگران به یک جاذبه گردشگری تبدیل گشته است که این موارد در مسابقات جام جهانی فوتبال که در کشور قطر برگزار گردید نیز از موارد سوق دهنده صنعت گردشگری است.

اما مطابق با یافته‌های پژوهش حاضر، توجه به تسهیلات و حضور آسان گردشگران در رویدادهای ورزشی نقش چشمگیری در توسعه گردشگری ورزشی رویداد محور دارد. از آنجایی که بسیاری از گردشگران ورزشی به دنبال چیزی بیش از تماشای مسابقات ورزشی هستند (مهری نژاد و همکاران، ۲۰۲۳، ۱۰۱۲) از این رو فعال کردن رویدادهای ورزشی که موجبات همراه شدن دوستان و اعضای خانواده را فراهم نموده و یک تجربه ورزشی ارزشمند و رضایت‌مند را به همراه داشته باشد، بستر ساز جذب و در نهایت رونق صنعت گردشگری است. کشورهایی مانند چین، ژاپن و کره توانسته‌اند با احیا و توسعه این فستیوال‌های ورزشی، وارد حیطه جدیدی از گردشگری ورزشی در حیطه بین‌المللی شوند (سیگروآتوری و همکاران، ۲۰۱۸، ۳۸۲). هرچند عوامل متعددی در توسعه و رونق این صنعت نقش دارند، اما برخورداری منابع طبیعی بالقوه و فراوان، میراث فرهنگی غنی، مدیریت گردشگری کارا و وجود روح مهمان‌نوازی در مقاصد گردشگری در کنار برخورداری از صنعت گردشگری نظام‌مند (وجود آژانس‌های مسافرتی فعال در طول سال، اقامتگاه‌های با کیفیت و فراوان،

الگوی جامع توسعه گردشگری ورزشی پایدار با ... دوفصلنامه مدیریت و کارآفرینی ورزشی، ۵ (۱۴۰۳)، ۱۵-۱

تبلیغات مناسب و راهنماهای محلی) و پویا، کیفیت حمل و نقل و ارتباطات، توسعه اقتصادی و ثبات ژئوپولیتیکی و سهولت در سفر خارجی و احساس امنیت در نزد گردشگران مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری محسوب می‌شوند که این مؤلفه‌ها در راستای یافته‌های پژوهش حاضر است (لطیفیان و همکاران، ۱۳۹۸، ۳۶؛ گنز، ۲۰۱۶، ۶۲۷؛ قزلسفلو و همکاران، ۱۴۰۱، ۲۶۸). در پژوهش مشابه فرران و همکاران (۲۰۱۵) به این نتیجه رسیدند که نیازسنجی مناسب بر مبنای توقعات گردشگران در مقاصد گردشگری عامل اصلی تکرار یک تجربه گردشگری می‌باشد. هرچند عواملی از قبیل کیفیت اسکان، کیفیت مواد غذایی و سایر خدمات رفاهی در پله اول نیازهای گردشگری است اما برخورداری از نیروی انسانی آموزش دیده در جهت برقراری روابط اخلاقی و توجه به شخصیت‌های رفتاری گردشگران هسته مرکزی توسعه گردشگری را تشکیل می‌دهد.

هسو و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۰)، در بررسی وضعیت پربازدیدترین مقصد گردشگری ورزشی اروپا واقع در ایسلند غربی اظهار داشت که برگزاری فستیوال‌های ورزشی متعدد در طی سال و همچنین توجه به کاربردهای طبیعت‌گرایی مقاصد گردشگری در کنار استفاده از ظرفیت‌های بومی از قبیل استراحتگاه‌ها یا طراحی سنتی، پذیرایی با غذاهای محلی و همچنین استفاده از نژادهای اسب و آرام برای ایجاد یک تجربه خوشایند برای گردشگران بخوبی توانسته است اقتصاد مولد و صنعت گردشگری زایشی ایجاد نماید. به نظر می‌رسد که این وضعیت بی‌شبهت به وضعیت استان گلستان نیست و می‌توان با یک برنامه اصولی بهره‌مندی مناسبی از موقعیت استراتژیک استان گلستان با تاکید بر جاذبه‌های طبیعی و ارزش‌های فرهنگی- تاریخی مقاصد گردشگری فراهم نمود. در واقع، بهره‌برداری حداکثری از صنعت گردشگری رویدادهای ورزشی مستلزم حمایت مالی، برنامه‌ریزی مدون، بازاریابی اصولی، اطلاع‌رسانی مناسب و استفاده از تجهیزات مدرن با هدف بهبود خدمات برای گردشگران در اماکن ورزشی است که این عوامل می‌تواند در کنار توجه به زیرساخت‌های بانکی و حمل و نقل نقش چشمگیری در توسعه صنعت گردشگری ورزشی داشته باشد (شو و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۳، ۲۹۸۷). ناظمی و همکاران (۱۳۹۲) نیز رویدادهای ورزشی را فرصت مناسبی برای عملیاتی ساختن منابع اقتصادی گردشگری ورزشی می‌دانند. به زعم آنها توانایی رویدادهای ورزشی در فعال نمودن مجموعه‌ای متفاوت از گردشگران مشتمل بر ورزشکاران، مربیان، تماشاگران، بازیابان و رسانه‌ها مشخصه ویژه این صنعت می‌باشد که مشارکت اجتماعی بالایی را فراهم می‌نماید. لذا در صورتی که بتوان نیازسنجی مناسبی از گردشگران ورزشی در خصوص عوامل مؤثر بر رضایتمندی آنها فراهم نمود، به خوبی می‌توان علاوه بر پیامدهای اقتصادی، از سلیر پیامدهای فرهنگی، اجتماعی و فرهنگی این پدیده نیز سود برد.

۱ . Hsu etal

۲ . Xu etal

از این رو در این راستا به مدیران صفی و مدیران بازاریابی باشگاه‌های ورزشی پیشنهاد می‌شود که از طریق برگزاری کارگاه‌های توجیهی، آموزش و بکارگیری منابع انسانی اجرایی مجرب در جریان برگزاری مسابقات و همچنین تشکیل کمیته‌های داوطلبی بتوانند کیفیت مطلوبی از برگزاری رویداد را به نمایش بگذارند تا بتوانند شرایط حفظ و جذب گردشگران را فراهم نمایند. از سوی دیگر با تشکیل یک کمیته تخصصی متشکل از کارشناسان و متخصصان سازمان‌های درگیر در جریان برگزاری مسابقات سوپر لیگ کشور، وظایف و مسئولیت‌ها به روشنی تبیین گرد تا بتوان در هر مقوله بهترین خدمات به گردشگران ورزشی ارائه گردد. توجه به زیرساخت‌های حمل و نقل از دیگر ملاحظات است که باید مد نظر سازمان‌های متولی قرار گیرد. چنانچه شرایط حضور گردشگران فرامرزی نیز از طریق کانال‌های آبی و استفاده از اسکله بندر ترکمن و همچنین مسیر هوایی فراهم گردد تا بتوان ظرفیت مضاعفی برای حضور گردشگران از کشورهای حاشیه دریای خزر مهیا می‌گردد که این مهم مستلزم تلاش نمایندگان سیاسی استان و تلاش در بهره‌گیری از این ظرفیت ویژه استان گلستان می‌باشد.

### **تشکر و قدردانی**

از همکاری صمیمانه مدیران صفی و ستادی اداره کل ورزش جوانان استان گلستان، معاونت محترم ورزش قهرمانی استان و کلیه تماشاگران، هواداران و مدیران ورزشی دو باشگاه ورزشی والیبال شهرداری گنبدکاووس و باشگاه ورزشی بسکتبال شهرداری گرگان تقدیر و تشکر می‌شود.

## References

۱. Aghili, A., Arofzad, S., & Nazari, . Sustainable Development According to Sport Tourism Business in Iran. *Sports Business Journal*, 2023, 3(1), 101-117.
۲. Bazzanella. F, Schnitzer. M, Peters. M, Fabian. B. (۲۰۲۳). The role of sports events in developing tourism destinations: a systematized review and future research agenda. *VOL. ۲۷*, ۰۰. ۲, ۷۷۱۰۹.
۳. Farahani. A, Esahani. N. Zareie. M, Khaleghi. H. The role of destinations in the development of sports tourism in a five-year period in Abu Dhabi.. *Sports Management*, ۲۰۱۴, ۰۰۰۰۰۰۰ ۶, ۰۰۰۰۰۰۰ ۲, ۰۰. ۲۱۵-۲۳۰. (۰۰ ۰۰۰۰۰۰۰۰).
۴. Fechner, D.; Filo, K.; Reid, S.; Cameron, R. Charity Sport Event Sponsorship as Value Creation Strategy: An Event Participant Perspective. *J. Sport Manag.* 2022, N36, 68–81.
۵. Ferran. C.M, Vicente. P-GJosep, Crespo. H, Vicente. Spectator emotions: Effects on quality, satisfaction, value, and future intentions. *Journal of business research*.. ۲۰۱۵, ۰۰۰۰۶۸, ۰۰۰۰۰۰۸, ۰۰ ۱۴۴۵-۱۴۴۹.
۶. Fourie. J, Santana-Gallego. M. (2022). Mega-sport events and inbound tourism: New data, methods and evidence. Volume 43, 101002.
۷. Getz, D, Stephen J. P. Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*. 2016, V 52, PP 593-631.
۸. Ghezelseloo.HR, Kalateh Seyfari. M. Designing a structural model of the desire of spectators to return to the World Volleyball League matches based on service quality and satisfaction. *Sports management studies*. 2018, Number 43, Volume 9, 34-56. (In Persian).
۹. Ghezelseloo.HR, Razavi. MH., Kalateh Seyfari. M. Determining the pattern of factors affecting the sustainable development of traditional sports tourism. *Sports Management Studies*, 2022, 14(71):274-241. (In Persian).
۱۰. Gorzin. M., Saeedi. M, hoseini. P, Falah. ZA. Designing the entrepreneurship model of sport-recreational tourism with an interpretative structural approach. *Management and Organizational Behavior in Sports*, 2022, 11(5), 43-67. (In Persian).
۱۱. Hsu, C.-Y.; Chen, M.-Y.; Nyaupane, G.P.; Lin, S.-H. Measuring sustainable tourism attitude scale (SUS-TAS) in an Eastern island context. *Tourism Management Perspective*. ۲۰۲۰, ۰ ۳۳:۱۰۶-۱۱۷.
۱۲. Javid.F, Ghafoui. F, Javid. M, Gudarzi. S (2020). Sports tourism and sustainable development of host cities (Case study: Sarayin winter sports festival). *Strategic studies of sport and youth*. N48:198-223.
۱۳. Kashtidar.M., Nazari. A., Heydari. R. Meta-analysis of sports tourism development studies in Iran with the approach of identifying factors affecting it. *Journal of Sports Management*, 2017, 13(2), 511-537. (In Persian).
۱۴. Latifian.M., Sharifzadeh.M, Abdolazadeh.Gh, Molahoseini. A. Investigating the impact of service quality and willingness to reuse in local businesses: eco-friendly accommodations in Golestan province. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 2019, 7(13):24-38. (In Persian).
۱۵. Lequeux-Dinc ˆa, A.-I.; Sava, A.-A.; Teodorescu, C.; Gheorghila,s, A.; Clius, M. Sport Event Tourism in Bucharest. *UEFA EURO 2020 Case Study. Sustainability*, 2022, N 14, 145-163.

۱۶. Maarit Kinnunen, Antti Haahti. Visitor discourses on experiences: reasons for festival success and failure. *International Journal of Event and Festival Management*. 2015, V ۶(۳), ۲۵۱-۲۶۸.
۱۷. Mehrinejad Khotbe Sara. S (2023). Identifying the Practical Factors of Dealing with the Impact of the Coronavirus on the Attraction of Sports Tourists (Case Study: Equestrian Competitions in Golestan Province). *RSMM Journal*, 4(1):1012.
۱۸. Mitrică, B.; Serban, P.-R.; Mocanu, I.; Damian, N.; Grigorescu, I.; Dumitra, scu, M.; Dumitrică, C. Developing an Indicator-Based Framework to Measure Sustainable Tourism in Romania. A Territorial Approach. *Sustainability*, 2021, V 13, 2649.
۱۹. Moladoost K, Hosseini S S, Moghaddasi R. Demand-Side Management of Horse Import in Iran. *Journal of Accounting and Economic Sciences*. 2020 January vol 3, No 5: ۶۷-۸۱.
۲۰. Morfoulaki, M.; Myrovali, G.; Kotoula, K.-M.; Karagiorgos, T.; Alexandris, K. Sport Tourism as Driving Force for Destinations' Sustainability. *Sustainability* 2023, 15, 2445.
۲۱. Nazmi. A, Gudarzi. M, Khabiri. M. The effect of the characteristics of sports stadiums on the re-attendance of spectators in the Premier Football League of Iran. *New approaches in sports management*. 2013, 1(1):75-67. (In Persian).
۲۲. Pahrudin, P., Liu, L.W., Royanow, A.F. & Kholid, I. (2023). A Large-Sport Event and its Influence on Tourism Destination Image in Indonesia. *Tourism and Hospitality Management* 29(3), 335-348, <https://doi.org/10.20867/thm.29.3.2>.
۲۳. Parvini. N., Shabanimoghadam. K., Ashrakhazaie. A. Investigating the effects of holding sports events on the tourism development of the host community with an emphasis on the economic aspect. *Organizational behavior management studies in sports*, ۲۰۱۵, ۲ (۵):۹۵-۸۷. (In Persian).
۲۴. Samiee. F., Elahi. A., Ashari. M. Qualitative analysis of the perceived value of spectators: a case study of spectators of Iran's premier football league. *Sports Management Studies*, 2021, 13(65), 203-225. (In Persian).
۲۵. Sigurðardóttir. I. Wellness and equestrian tourism—new kind of adventure?. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2018, 18 (4):377-92.
۲۶. Tsekouropoulos, G.; Gkouna, O.; Theocharis, D.; Gounas, A. Innovative Sustainable Tourism Development and Entrepreneurship through Sports Events. *Sustainability*. 2022, V 14, 43-79.
۲۷. Xu, L., Ao, C., Liu, B (2023). Ecotourism and sustainable development: a scientometric review of global research tren
۲۸. *ds. Environ Dev Sustain* 25, 2977-3003.
۲۹. Yanpi. T, Fatahi. S., Heydari. Y. Investigating the effects of horse-riding competitions on the development of tourism in Golestan province, *Animal Environment*, 2020, 12 (3): ۴۶۹-۴۵۷. (In Persian).
۳۰. Zeytunli. AH, Honari. H, arahani. A. Identifying the capabilities of sports tourism in Golestan province. *Contemporary Research in Sports Management*. 2012, 1(1): 71-83. (In Persian).