

مدل ساختاری بهینه تاثیر ابعاد امنیت بر توسعه گردشگری ورزش‌های بومی - سنتی از دیدگاه گردشگران خارجی

حمیدرضا قزلسفلو*^۱، سید محمدحسین رضوی^۲، معصومه کلانته سیفیری^۳

چکیده

در دهه اخیر گردشگری ورزشی به عنوان درآمدزاترین حوزه صنعت گردشگری، تاثیر چشمگیری بر ساختار فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع داشته است. یکی از مهمترین عوامل در توسعه و رونق صنعت گردشگری، احساس امنیت گردشگری می‌باشد. لذا هدف از تحقیق حاضر طراحی مدل تاثیر ابعاد امنیت بر حضور مجدد گردشگری ورزشی ایران از دیدگاه گردشگران خارجی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه گردشگران غیرایرانی حاضر در فستیوال ورزش‌های بومی و محلی استان گلستان می‌باشد که از بین آنها تعداد (n=۸۱) گردشگر به صورت نمونه‌گیری در دسترس به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند. به منظور جمع آوری داده‌ها از پرسشنامه تمایل به بازگشت شانک(۲۰۰۶) و پرسشنامه محقق ساخته امنیت گردشگری که کیفیت امنیت را در ابعاد امنیت جسمانی، امنیت مالی، امنیت حمل و نقل، امنیت تغذیه‌ای و امنیت مسابقه‌ای مورد ارزیابی قرار می‌دهد، استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، آزمون پیرسون، آزمون رگرسیون و همچنین نرم افزار AMOS جهت ترسیم تحلیل مسیر ساختاری تحقیق استفاده گردید. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که امنیت مسابقه‌ای ($\beta=۰/۶۴$) و امنیت فیزیکی ($\beta=۰/۵۳$)، بیشترین تاثیر را بر حضور مجدد گردشگران داشتند ($P \leq ۰/۰۵$). همچنین بر اساس نتایج آزمون رگرسیون، مولفه امنیت مسابقه‌ای ($\beta=۰/۵۶۲$ و $Sig=۰/۰۲۸$) و امنیت فیزیکی ($\beta=۰/۴۷۱$ و $Sig=۰/۰۳۷$) متغیرهای اصلی پیش‌بین حضور مجدد گردشگران در فستیوال‌های آینده بودند. حضور مجدد گردشگران بستگی به ایجاد موفقیت‌آمیز ابعاد مختلف امنی در باشگاه‌های ورزشی دارد که این هدف از طریق بهبود و ارتقاء مهارت‌ها، دانش، شایستگی و اثربخشی سازمان‌های برگزارکننده مسابقات حاصل می‌گردد.

واژگان کلیدی: امنیت فیزیکی، امنیت مسابقه‌ای، حضور مجدد، گردشگری ورزشی، ورزش‌های سنتی

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه گنبدکاووس، گلستان، گنبدکاووس (نویسنده مسئول): تلفن: ۰۹۱۱۲۷۶۶۲۷۲، پست الکترونیکی: h_ghezel@yahoo.com

۲. استاد دانشکده تربیت بدنی دانشگاه مازندران، مازندران، بابلسر

۳. دانشیار دانشکده تربیت بدنی دانشگاه مازندران، مازندران، بابلسر

۱- مقدمه

توجه و تاکید به کارکردهای چشمگیر و تاثیرگذار گردشگری ورزشی در حوزههای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی از دیدگاه متخصصان اقتصادی و سیاست‌گذاران کشورهای مختلف به لحاظ توانایی این صنعت در برطرف کردن چالش‌های ارزی به اولویت اول برنامه‌های اقتصادی سازمان‌ها و آژانس‌های متصدی و مسوول فعال در حوزه گردشگری ورزشی تبدیل شده است (۱۳). بررسی تحقیقات روند رو به رشد در کشورهایی که صنعت گردشگری و بویژه گردشگری ورزشی جزء ده صنعت اول و تاثیرگذار در حوزه اقتصاد این کشورها محسوب می‌شود، بیانگر آن است که گردشگری نه تنها به عنوان مهمترین منبع درآمدزایی این جوامع، پیکره اصلی اقتصادی این کشورها را تشکیل می‌دهد، بلکه مولد اقتصاد در سایر بخش‌ها بوده و ایجادکننده فرصت‌های شغلی بسیار می‌باشد (۲۸). در حقیقت فعال بودن صنعت گردشگری، استراتژی سیاسی به منظور مشارکت در صلح جهانی از طریق تفاهم بین المللی و برقراری روابط دوستانه و تعاملات فرهنگی است که به منزله برخورداری از ثبات سیاسی و امنیت اجتماعی محسوب می‌شود (۲۳). لادکین^۱ (۲۰۱۱) رونق صنعت گردشگری را از مهمترین شاخص‌های کشورهای توسعه یافته می‌داند. به اعتقاد وی گردشگری با تاثیرات بالقوه مستقیم و غیرمستقیم در حوزه‌های شغل‌زایی، غنی‌سازی اوقات فراغت و پیشگیری از فساد اجتماعی از طریق فعال کردن بنگاه‌های اقتصادی کشورها، بنیادی‌ترین استراتژی اقتصادی در سطح بین المللی، منطقه‌ای، ملی و حتی شهری محسوب می‌شود (۳۴). نتایج تحقیقات انجام شده در کشورهای پیشرو در این صنعت موید آن است که توسعه گردشگری بویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل موثری 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 (۵) به نحوی که صنعت گردشگری جهانی^۲، به طور مستقیم در حدود ۳ درصد یا ۱۹۲ میلیون فرصت شغلی دنیا را تشکیل می‌دهد که این آمار حاکی از آن است که صنعت گردشگری یک بخش از دوازده حوزه شغل‌های رسمی^۳ دنیا را به خود اختصاص داده و انتظار می‌رود که تا سال ۲۰۱۵ در حدود ۲۵۶/۱ میلیون فرصت شغلی از این طریق ایجاد شود (۱۱). نگاهی اجمالی به آمار ورود گردشگران خارجی به کشور ایران از سال ۱۳۸۴ تا سال ۱۳۸۷ رشد قابل توجه ۷۴/۷ درصد را نشان می‌دهد که در آن تعداد گردشگران خارجی ورود به کشور ۱/۱۶۰/۹۶۶ نفر به ۲/۵۲۷/۵۲۸ نفر در سال ۱۳۸۴ افزایش پیدا کرده است (۱۸ و ۲۳). از سوی دیگر با توجه به سهم بسیار پایین ولی تاثیرگذار ورزش در تولید ناخالص ملی، به رغم دارا بودن پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های ورزشی فراوان و همچنین تنوع آب و هوایی و اقلیمی، که چیزی در حدود یک الی دو درصد محصول ناخالص ملی کشورهای صنعتی را تشکیل می‌دهد، سهم گردشگری از سود ناخالص ملی ایران از بین ۷۴ کشور دنیا، رتبه ۸۶ در منطقه کشورهای حاشیه خلیج فارس بعد از بحرین و قطر جایگاه سوم را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که به لحاظ سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری در دنیا در جایگاه ۱۷۲ و در میان کشورهای خاورمیانه در رتبه آخر قرار گرفته است (۱۵). بنابراین توانایی بالقوه صنعت گردشگری برای جانشینی در سایر بخش‌های صنایع پیر و غیراقتصادی و غنی‌سازی چرخه اقتصادی کشورها مهمترین دلیل توجه و توسعه این صنعت می‌باشد. در همین راستا، گراتون^۴ (۲۰۰۴)، در نتایج تحقیقات خود در زمینه تاثیر ابعاد گردشگری در حوزه اقتصادی جوامع، گزارش کرد که درآمدهای ناشی از گردشگری در سال ۲۰۱۰ معادل یک هزار میلیارد

- 1 . Ladkin
- 2 . Global tourism industry
- 3 . Formal sector jobs
- 4 . Gratton

دلار می‌باشد که پیش بینی می‌شود این رقم به دو هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ برسد (۱۶). یراساس آمار و اطلاعات ارائه شده توسط اتحادیه توریسم ورزشی کشور هونگ هونگ^۱ نیز در دهه اخیر صنعت توریسم به دومین منبع سرشار درآمد در این کشور تبدیل شده است به نحوی که بر اساس اطلاعات متخصصان اقتصادی این کشور در سال ۲۰۱۳ بیش از ۲۳۵/۵۳ میلیون دلار سرمایه از طریق تبادلات ارزی ناشی از رویدادهای ورزشی وارد این کشور شده است (۱۵). لذا پیوند میان ورزش و گردشگری حوزه توانمندی از گردشگری را ایجاد نموده است که در آن منابع اقتصادی گردشگری به صورت ویژه‌ای نمایان می‌شود (۲۴) که در آن علاوه بر درآمدهای ناشی از شرکت ورزشکاران و تیم‌های ورزشی در رویدادهای ورزشی، حضور حامیان، مداخله رسانه‌ها و رونق اقتصادی سایر صنایع مرتبط با این حوزه از قبیل بخش هتل‌داری، حمل و نقل، رستوران‌ها، آژانس‌های مسافرتی (۲۷)، بخش‌های عمرانی و خدماتی و حتی ایجاد فرصت‌های شغلی موقت و فصلی لزوم اهمیت این صنعت را بیش از پیش مورد توجه قرار می‌دهد (۴۲). بنابراین هر زمان که بتوان پیوندی منطقی بین فعالیت‌های ورزشی با آداب و رسوم و اوقات فراغت جوامع بوجود آورد، می‌توان از مزایای حضور گردشگران جهت توسعه و بهبود سطح زندگی افراد بهره برد (۲۶). هزار جریبی (۱۳۹۰)، احساس امنیت اجتماعی را مهمترین فاکتور تاثیرگذار بر توسعه گردشگری دانسته و گزارش کرد که سرمایه‌گذاری‌های عمرانی - ساختمانی از قبیل ساخت هتل، جاده، فرودگاه، اسکله، انواع وسایل حمل و نقل از قبیل هواپیما، کشتی، اتومبیل، کشتی‌های تفریحی، صنایع غذایی تعمیرات و نگهداری آثار باستانی، سرمایه‌گذاری‌های مربوط به ایجاد و تاسیس شبکه‌های اطلاعاتی شامل سایت‌های رایانه‌ای - اینترنتی، بروشور، نقشه و راهنمای گردشگری و مسافرتی، مخارج مخابرات و پست، وسایل اقامتی و درآمدهای نظام بانکی که ناشی از جابه جایی ارز، درآمدهای عظیم بیمه و تهیه سایر اسناد بین‌المللی که گردشگران در کشور میزبان مورد نیاز می‌باشد، عمده‌ترین فعالیت‌های اقتصادی است که حول محور این صنعت انجام می‌گیرد و بازخور آن اقتصاد داخلی و بین‌المللی را دگرگون می‌سازد (۲۳). به طور کلی صنعت گردشگری ورزشی از سه عنصر منابع انسانی شامل ورزشکاران، کادر مربیان، سازمان‌ها و مسوولین برگزاری مسابقات، عناصر مرکزی^۲ از قبیل قابلیت‌های مکان برگزاری و تجهیزات پیش بینی شده جهت تسهیل در حضور ورزشکاران، تماشاگران، خبرنگاران و حامیان مالی و عناصر غیررسمی یا بازاربازان^۳ تشکیل شده است (۱۶ و ۱۷). بررسی تحقیقات و متون انجام شده در حوزه گردشگری ورزش حاکمی از آن است منابع اقتصادی ناشی از جذب گردشگران ورزشی موضوع مشترک بازاربازی ورزشی با سایر حوزه‌های بازاربازی از قبیل گردشگری سلامت^۴، گردشگری مذهبی^۵، گردشگری تاریخی^۶، گردشگری کشاورزی^۷ و گردشگری فرهنگی^۸ و سایر حوزه‌های مرتبط با گردشگری می‌باشد، لذا شناسایی نیازها و انتظارات گردشگران و ارتقاء کیفیت خدمات رسانی به گردشگران با هدف بازگشت مجدد گردشگران و به جریان انداختن سرمایه هدف اصلی سازمان‌های فعال در حوزه گردشگری ورزشی می‌باشد (۴۹). چنانچه امروزه تلاش مسوولان و برنامه‌ریزان ورزشی دنیا نیز بر تخصصی‌تر کردن رشته‌ها و بومی‌سازی آنها و تبدیل چنین تورنمنت‌هایی به یک فرصت مناسب جهت جذب

- 1 . Hong Kong Tourism Board
- 2 . Core factors
- 3 . Sport marketers
- 4 . Health tourism
- 5 . Religious tourism
- 6 . Historical tourism
- 7 . Agritourist
- 8 . Cultural tourism

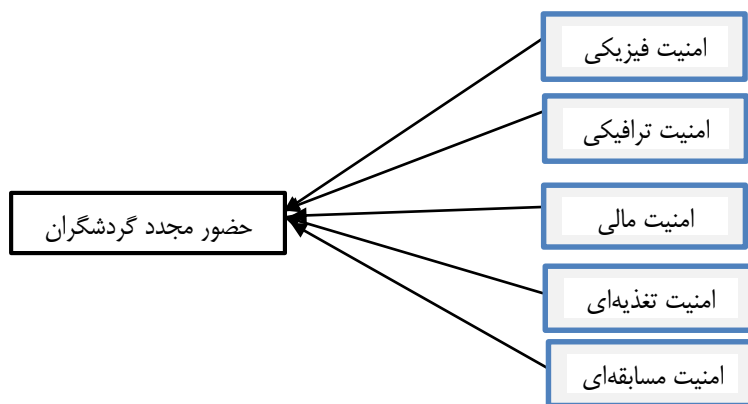
گردشگران ورزشی می‌باشد (۲۱). اما با توجه به مشکلات موجود در برگزاری رویدادهای ورزشی بزرگ از قبیل منابع مالی، تاثیرات مخرب زیست محیطی، عدم برخورداری از زیرساخت‌های استاندارد و تضمین و برقراری امنیت در سطح کلان (۱۹)، در چند سال اخیر حوزه جدیدی از توریسم ورزشی تحت عنوان توریسم سنتی^۱ و یا توریسم فرهنگی^۲ با هدف برگزاری رویدادهای ورزشی در مقیاس کوچک^۳ به منظور استفاده از قابلیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در ورزش‌های سنتی و بومی مورد توجه ویژه مدیران و متخصصان صنعت گردشگری قرار گرفته است (۵ و ۲۹). اما به نظر می‌رسد با اینکه عواملی از قبیل کیفیت خدمات ارائه شده (۳۳، ۳۷، ۴۲، ۴۳، ۴۷)، انجام تبلیغات مناسب در خصوص معرفی جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و اماکن دیدنی (۳۵، ۳۱، ۶)، برندسازی امکان ورزشی در مقاصد گردشگری (۵۰) و شناسایی انگیزه‌های رفتاری حضور گردشگران در تورنمنت‌های ورزشی (۴۴، ۴۰، ۲۹، ۱۲) نقش بسزایی در جذب گردشگران ورزشی دارد، سطوح امنیت در ابعاد مختلف امنیت مالی، امنیت جانی، امنیت حمل و نقل و امنیت مسابقه‌ای دغدغه اصلی متخصصان گردشگری را به خود اختصاص داده است. در عرصه گردشگری احراز امنیت در ابعاد اقتصادی، سیاسی، قانونی و اجتماعی بر میزان ورود گردشگران و تمایل آنها به اقامت در کشور میزبان و نیز سفرهای مجدد تاثیرگذار است (۱۷) و از آنجایی که در سال‌های اخیر، طبق رویکرد نگاه خیره گردشگر^۴، گردشگران در مقام یک مشارکت کننده فعال در خلق یک تجربه گردشگری مطرح می‌باشد. طبق این دیدگاه گردشگرانی که در معرض هجوم شدیدی از تصاویر غیرامنیتی رسانه‌ای قرار دارند، درک افراد را از مناطق گردشگری تحت تاثیر قرار داده و در عمل تجربه‌ای را رقم می‌زند که مجموعه برداشت‌ها و تلقی‌های مرتبط به یک مکان گردشگری را خلق می‌کنند (۱۷). لذا اتخاذ روابط سیاسی و بین‌المللی بهینه با سایر کشور و به نمایش کشیدن چهره‌ای مناسب از وضعیت امنیت داخلی کشورها با هدف به جریان انداختن سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری و ایجاد شغل و درآمد و کسب سهم بیشتری از این حجم مالی و چرخه عظیم اقتصادی در بخش گردشگری جزء سیاست‌ها و برنامه‌های سازمان‌های حوزه گردشگری می‌باشد (۲۳). اما صرف نظر از تمام انگیزه‌های گردشگران، مساله امنیت، مهمترین مساله تاثیرگذار بر ورود گردشگران می‌باشد که این رابطه متضمن در نظر گرفتن چهار حوزه اصلی جرایمی که در ارتباط با گردشگران اتفاق می‌افتد، اقدامات امنیتی با هدف جلوگیری و یا به حداقل رساندن جرایم، ارزیابی خطرات احتمالی در مقاصد گردشگری و به تبع آن اقدامات امنیتی و استقرار استراتژی‌های مواجهه با خطرات احتمالی کوتاه مدت و بلند مدت در یک موقعیت امنیتی خاص می‌باشد (۵۲). بنابراین امنیت به عنوان مهمترین و زیربنایی‌ترین اصل در توسعه گردشگری در جهان به شمار می‌رود که در آن رابطه تنگاتنگی بین گردشگری، ثبات، توسعه و امنیت وجود دارد (۴۸). اما در حیطه ورزش، امنیت ورزشی به معنای ایجاد شرایط بهینه حضور ورزشکاران و تماشاگران به دور از هرگونه خطر و تهدید می‌باشد. در حقیقت گردشگری و احساس امنیت پدیده‌هایی هستند که در هم تنیده‌اند که در آن ابعاد مختلف امنیت از قبیل تروریست، جرم و جنایت، دزدی و جرایم دیگر مهمترین عوامل تاثیرگذار بر تجربه مجدد و اقدام به حضور دوباره تماشاگران می‌شود (۱) و از آنجایی که پوشش تلویزیونی رویدادهای ورزشی و تراکم حضور تماشاگران دو ویژگی اصلی تورنمنت‌های ورزشی است، وقوع هرگونه حادثه در جریان مسابقات که سبب تعویق یا جابه‌جایی مکان رویدادهای ورزشی شود، می‌تواند اثرات اقتصادی جبران ناپذیری بر پیکره سازمان‌های ورزشی وارد نماید (۱۰). بنابراین سطوح بالای امنیت وقتی بوجود

- 1 . Traditional tourism
- 2 . Cultural tourism
- 3 . Small-scale sport tourism
- 4 . The tourist gaze

می‌آید که کیفیت غذا، بهداشت، اقامتگاه، فعالیت‌های گردشگری و تسهیلات حمل و نقل و خدماتی در این صنعت لحاظ شود (۱۷). مانسفلد و پیزم (۲۰۰۷)، ماهیت رویدادهای امنیتی از قبیل مکان، زمان، تواتر، انگیزه، اهداف حوادث امنیتی را در کنار اثرات حوادث امنیتی بر ویژگی‌های رفتاری گردشگران، بازتاب حوادث امنیتی در رسانه‌ها و اثرات آن بر مقاصد گردشگری را به همراه فعالیت‌های متصدیان در بخش امنیت گردشگران را سه حوزه اصلی امنیت در صنعت گردشگری معرفی نموده اند (۳۸). امری (۲۰۰۲)، با گزارش حوادث به وقوع پیوسته در جریان مسابقات ورزشی که ناشی از عدم استقرار اقدامات امنیتی کافی در جریان برگزاری مسابقات ورزشی می‌باشد، لزوم توجه به این موضوع را به دلیل منافع اقتصادی، فرهنگی و سیاسی را بیش از پیش می‌داند (۸). لذا ایجاد امنیت در بخش گردشگری ورزشی از لحظه ورود افراد تا به پایان رویداد ورزشی چالش‌های اصلی موجود در بخش ورزش و بویژه رویدادهای ورزشی بزرگ از قبیل مسابقات المپیک و جام جهانی می‌باشد. در همین راستا، هال و همکاران (۲۰۱۲)، ایجاد اختشاش، خشونت هواداران و فعالیت‌های هولیگانی را از دیگر نگرانی‌های مدیران ورزشی در حوزه استقرار امنیت می‌دانند (۲۰). بنابراین توسعه امنیت ملی و داخلی شاخص‌ترین عامل گسترش گردشگری در جوامعی است که می‌خواهند خود را با کشورهای پیشرو در این صنعت تطبیق نمایند (۴۸). اسدی و همکاران (۱۳۸۹)، نیز ضمن تأکید بر مولفه امنیت در جذب گردشگران ورزشی به ایران، اظهار داشتند که از دیدگاه گردشگران نقش پلیس در تأمین امنیت گردشگران و توسعه گردشگری در کنار نقش رسانه‌ها در به تصویر کشیدن وضعیت امن و مورد اطمینان کشور دو حوزه اساسی در ارتقاء سطح امنیت و جذب گردشگر ورزشی می‌باشد (۲). از سوی دیگر با توجه به درآمدهای حاصل از ورود گردشگران ورزشی در میزبانی تورنمنت‌های ورزشی بزرگ (۴) از قبیل مسابقات المپیک و جام جهانی، همواره ایجاد امنیت دغدغه اصلی مسوولین و سازمان‌های برگزاری مسابقات بوده است. افزایش استقرار نیروهای امنیتی در خیابان‌ها و استادیوم‌های ورزشی، نصب صدها دوربین محافظتی و بکارگیری از هلی‌کپتر و هواپیما از مهمترین اقدامات امنیتی در جریان برگزاری مسابقات می‌باشد (۵۴). هال (۲۰۱۰)، بروز آشوب و اختلال در رویدادهای ورزشی را دلیل اصلی احساس عدم امنیت تماشاگران در ورزش حرفه‌ای انگلستان می‌داند. نتایج تحقیقات وی حاکی از آن بود که برگزاری دوره‌های مدیریت بحران، برقراری کانال‌های ارتباطی مناسب با تماشاگران و ورزشکاران و در نهایت استفاده از تکنولوژی غیرانسانی از قبیل اتاق کنترل و قفس راه‌کارهای امنیتی مسوولین برگزاری مسابقات در فوتبال انگلستان می‌باشد (۱۹). اصفهانی (۱۳۸۷) نیز در بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزش ایران با طراحی مدل دوازده عاملی، به این نتیجه رسید که از دیدگاه گردشگران خارجی، به ترتیب امنیت، اماکن و تجهیزات ورزشی و رویدادهای ورزشی و از منظر گردشگران داخلی محورهای تسهیلات و خدمات، امنیت و اسکان از اهمیت بیشتری برخوردار بودند (۹). ژوکینگ و همکاران (۲۰۰۹) با اشاره با تشدید فعالیت‌های تروریستی و همچنین اقدامات آشوبگرانه هواداران در حوزه تبعیضات نژادی، توانایی برقراری امنیت را اصلی‌ترین دغدغه مسوولین برگزاری مسابقات می‌دانند. آنها طی تحقیقی در بررسی تاثیر امنیت بر مقاصد مسافرت افراد در جریان مسابقات بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ چین، گزارش کردند که ایمنی شخصی^۷، تهدیدات فرهنگی،

- 1 . Mansfeld and Pizam
- 2 . Emery
- 3 . Hall et al
- 4 . Mega tournaments
- 5 .Hall
- 6 . Xue Qing et al
- 7 . Personal security

تهدیدات اجتماعی^۱ و بروز پرخاشگری و خشونت در استادیوم های ورزشی از مهمترین چالش های سازمان های برگزاری مسابقات از دیدگاه گردشگران ورزشی جهت شرکت در این تورنمنت بود (۵۵). حاجی مرادی (۱۳۸۸)، نیز امنیت را مولفه اصلی توسعه گردشگری می داند. به اعتقاد وی، ایجاد امنیت در شهرهای مرزی، اتخاذ سیستم های جلوگیری از اقدامات مخرب و غیرامنیتی در داخل کشور، اطمینان از ایمنی جاده ها در مسیر تورهای گردشگری تا حد زیادی متضمن برقراری امنیت و نهایتاً احساس امنیت نزد گردشگران می باشد (۱۸). براین اساس مقوله امنیت در گردشگری به عنوان یکی از مهمترین نگرانی های عمده گردشگران و دست اندرکاران صنعت گردشگری محسوب می شود که متضمن در نظر گرفتن چهار حوزه جرایمی که در ارتباط با گردشگران رخ می دهد، اقدامات امنیتی برای جلوگیری و یا به حداقل رساندن جرایم، ارزیابی مخاطرات احتمالی در مقاصد گردشگری و تعریف استراتژی های مواجهه با پیامدهای کوتاه مدت و دراز مدت موقعیت های امنیتی می باشد (۱۷، ۳۲). بنابراین با توجه به رشد صنعت گردشگری و بویژه گردشگری ورزشی در ایران از یک سو و بهبود جایگاه تیم های مختلف ورزشی از سوی دیگر که فراهم کننده زمینه میزبانی مسابقات در ایران و استفاده از قابلیت های گردشگری ورزشی در حوزه های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی می باشد و بویژه مسابقات اسب دوانی استان گلستان که علاوه بر حضور گردشگران داخلی، همه ساله سبب جذب بسیاری از گردشگران خارجی فعال در حوزه پرورش اسب می شود، به نظر می رسد بررسی عوامل تاثیرگذار بر امنیت گردشگری ورزشی و ارتقاء عوامل موثر بر آن از طریق استقرار زیرساخت ها و خدمات حمایتی مطلوب بتواند تاثیر بسزایی در رونق گردشگری کشور و استان گلستان داشته باشد. لذا در تحقیق حاضر تاثیر ابعاد امنیت از دیدگاه گردشگران خارجی حاضر در مسابقات اسب دوانی کورس پاییز و بهار گنبد کاووس و فستیوال ورزش های بومی و سنتی بر حضور مجدد آنها طبق مدل ارائه شده در نمودار ۱، مورد بررسی قرار گرفته است.



نمودار ۱. مدل تفهیمی پژوهش: ابعاد امنیت و حضور مجدد گردشگران

روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی است که به صورت میدانی انجام شده است. با توجه به هدف اصلی تحقیقی که توسعه گردشگری ورزشی استان از طریق بررسی تاثیر ابعاد امنیت در حضور مجدد گردشگران در

رویدادهای کورس اسبدوانی گنبدکاووس، فستیوال اسب اصیل ترکمن و جشنواره کشتی بومی گوروش و آیش از دیدگاه گردشگران خارجی می‌باشد، کلیه گردشگران غیرایرانی^۱ حاضر در دو رویداد ورزشی مسابقات کورس پاییزه و بهاره و همچنین فستیوال ورزش‌های بومی و محلی (فستیوال اسب ترکمن و کشتی بومی استان گلستان) استان گلستان در سال ۱۳۹۳ به عنوان جامعه آماری تحقیق قرار گرفتند. فستیوال اسب اصیل ترکمن همه ساله با حضور کشورهای فعال در حوزه پرورش اسب به صورت یک فستیوال ورزش‌های بومی و سنتی در حوزه‌های متفاوت پرورش اسب و اصلاح نژاد با هدف معرفی اسب اصیل ترکمن در استان گلستان برگزار می‌گردد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه گردشگران خارجی حاضر در دو تورنمنت استان گلستان بود اما به دلیل عدم امکان مصاحبه حضوری و دسترسی با کلیه گردشگران خارجی، جامعه آماری برابر با نمونه آماری انتخاب گردید. همچنین برای تعیین حجم نمونه به روش معادلات ساختاری با توجه به آنکه برای هر یک از ابعاد پرسشنامه (پارامتر) باید تعداد ۱۵ داوطلب در تحقیق حضور داشته باشند (۲۵) که بر اساس پنج مولفه موجود در پرسشنامه، ۷۵ پرسشنامه باید مورد استفاده قرار می‌گرفت، در نهایت تعداد $n=81$ گردشگر به صورت نمونه‌گیری در دسترس در این تحقیق حضور داشتند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها پس از مطالعه متون تخصصی امنیت گردشگری و طبقه‌بندی ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تاثیرگذار بر حوزه گردشگران ورزشی، از پرسشنامه محقق ساخته که به صورت مقیاس لیکرت پنج گزینه ای (۱: اصلا تا ۵: بسیار زیاد) ابعاد امنیت مالی، امنیت جانی^۲، امنیت حمل و نقل^۳، امنیت تغذیه‌ای^۴ و امنیت مسابقه‌ای^۵ بارویکرد PEST^۶ استفاده گردید. به منظور ارزیابی روایی و پایایی مطلوب گویه‌های پرسشنامه در جامعه‌ی آماری پژوهش، پس از انجام مصاحبه با کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، مدیران ستادی سازمان‌ها مسوول برگزاری مسابقات و همچنین استفاده از نظرات اساتید دانشگاه که در حوزه جهانگردی و گردشگری تجربه مطالعه و تحقیق داشتند، در یک مطالعه‌ی آزمایشی تعداد $n=35$ پرسشنامه بین کارشناسان و مدیران سازمان گردشگری و همچنین اساتید رشته گردشگری و جهانگردی توزیع شد که پایایی درونی گویه‌های پرسشنامه‌ها به روش آلفا کرونباخ ($\alpha=0/84 - 0/73$) گزارش گردید (جدول شماره ۱). همچنین پرسشنامه تمایل به بازگشت شانک (۲۰۰۶) نیز جهت اندازه‌گیری تمایل آتی گردشگران در خصوص شرکت در این فستیوال استفاده گردید. پایایی درونی گویه‌های پرسش‌نامه‌ها توسط محقق در یک مطالعه تجربی با استفاده از نظر متخصصان و مدیران ورزشی ($n=35$)، ($\alpha=0/82 - 0/76$) گزارش گردید. همچنین ناظمی (۱۳۹۲) روایی درونی این پرسش‌نامه را در بررسی تعیین میزان حضور مجدد افراد شرکت کننده در مجموعه‌های ورزشی-تفریحی ($\alpha=0/72$) (۴۳) و بودت (۲۰۰۶)، در ارزیابی تمایل به حضور در یک باشگاه تندرستی و آمادگی جسمانی به میزان ($\alpha=0/83$) گزارش کردند (۴).

پس از انجام هماهنگی‌های مربوطه، پرسشنامه‌ها توسط محقق در هتل محل اقامت گردشگران و همچنین هنگام برگزاری رویداد ورزشی توسط محقق و همکاران توزیع و جمع‌آوری گردید. به منظور تعیین روایی سازه گویه‌ها از تحلیل عاملی تأییدی^۷ استفاده شد و ابعاد اصلی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت. مقدار شاخص KMO

- 1 . Foreign tourist
- 2 . Physical security
- 3 .Transition security
- 4 . Nutrition security
- 5 . Competition security
- 6 . Political, Economic, social and Technological
- 7 . Factor analysis

حاصل از تحلیل عاملی تأییدی و سطح معناداری آزمون بارتلت برای متغیرهای تحقیق در جدول شماره ۱ آورده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها پس از اطمینان از اعتبار پرسشنامه‌ها از نرم افزار SPSS در بخش آمار توصیفی و استنباطی برای آزمون پیرسون و آزمون رگرسیون خطی و نرم افزار AMOS جهت ترسیم تحلیل مسیر استفاده گردید.

جدول ۱. اطلاعات مربوط به پرسشنامه تحقیق

متغیر	تعداد گویه-ها	ابزار پرسشنامه	پایایی	شاخص آزمون KMO	سطح معناداری آزمون بارتلت	نتیجه
امنیت مالی	۱۰		۰/۷۸	۰/۸۲۴	*۰/۰۰۱	تایید
امنیت فیزیکی	۱۰	پرسشنامه ابعاد	۰/۸۱	۰/۷۴۹	*۰/۰۰۱	تایید
امنیت ترافیکی	۱۰	امنیت ورزشی	۰/۷۵	۰/۸۱۶	*۰/۰۳۱	تایید
امنیت تغذیه‌ای	۱۰		۰/۷۳	۰/۸۴۲	*۰/۰۱۳	تایید
امنیت مسابقه‌ای	۱۰		۰/۸۴	۰/۸۱۱	*۰/۰۱۶	تایید
سطح معناداری						* $P \leq 0.05$

نتایج تحقیق

هدف اصلی از تحقیق حاضر طراحی تحلیل مسیر ساختاری ابعاد تاثیرگذار امنیت بر حضور مجدد گردشگران در فستیوال ورزش‌های بومی و سنتی (مسابقات کورس اسبدوانی گنبدکاووس، فستیوال اسب ترکمن و جشنواره کشتی بومی کوروش و آلیش) بر اساس مدل پیش‌بین نمودار ۱ می‌باشد. نتایج آمار توصیفی موید آن بود که مولفه امنیت مسابقه‌ای ($38/72 \pm 3/48$) و امنیت فیزیکی ($31/02 \pm 3/05$) از میانگین نمرات بیشتری در مقایسه با سایر مولفه‌های امنیت برخوردار بودند. کمترین نمره نیز مربوط به مولفه امنیت تغذیه‌ای ($25/64 \pm 0/95$) بود (جدول ۲). همچنین بررسی ویژگی‌های دموگرافیک گردشگران موید آن بود که ۳۶/۲۴ درصد از گردشگران تجربه حضور بیشتر از ۵ دوره، ۴۶/۷۲ درصد تجربه حضور ۳ تا ۵ دوره و ۱۷/۰۴ درصد از گردشگران نیز تجربه حضور اولین دوره و یا تجربه دوم را داشتند. ۵۴/۸۳ درصد از گردشگران به همراه خانواده و با هدف لذت بردن از فستسوال‌های ورزشی در این رویدادها شرکت داشتند. اما ۳۳/۱۷ درصد گردشگران تمایل داشتند به صورت انفرادی به ایران سفر کرده و تقریباً ۱۲ درصد گردشگران به دلیل حضور اولین بار نظر خاصی در مورد گردشگری خانوادگی نداشتند.

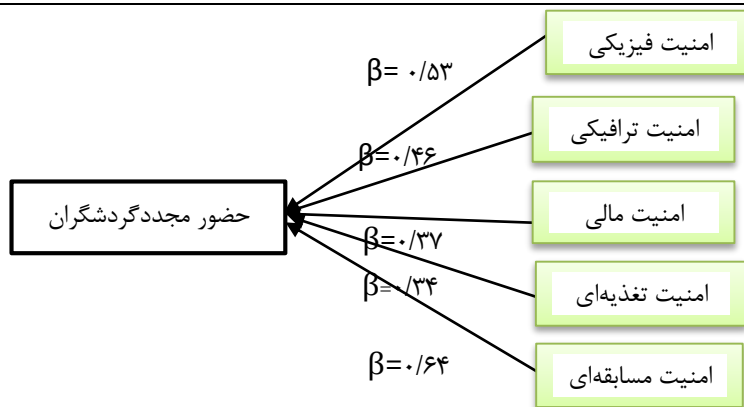
جدول ۲. اولویت‌بندی متغیرهای کیفیت خدمات از دیدگاه گردشگران ورزشی

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	رتبه متغیر
امنیت مسابقه‌ای	۳۸/۷۲	۳/۴۸	۱
امنیت فیزیکی	۳۱/۰۲	۳/۰۵	۲
امنیت ترافیکی	۲۶/۶۸	۱/۶۲	۳
امنیت مالی	۲۶/۱۴	۱/۸۸	۴
امنیت تغذیه‌ای	۲۵/۶۴	۰/۹۵	۵

به منظور تعیین ضرایب اثر هر یک از ابعاد پنج‌گانه پرسشنامه امنیت بر حضور مجدد گردشگران که در این پژوهش بر اساس نمودار پیش‌بین شماره ۱، تحلیل مسیر ساختاری^۱ داده‌ها با استفاده از نرم افزار آمو^۲ صورت گرفت. البته به منظور اطمینان از توزیع طبیعی داده‌ها، آزمون KMO استفاده گردید که نتایج آزمون بیانگر توزیع نرمال داده‌ها بصورت تک متغیره و چند متغیره بود. لذا نتایج آزمون با توجه به داده‌های شاخص‌های تحلیل مسیر (درجه آزادی کمتر از ۵ و شاخص خی دو) و مقادیر CMIN (که معادل مقدار خی دو در SPSS می‌باشد)، RMSEA و CFI، NFI بیانگر آن است که مدل طراحی شده از سطح مطلوبی از برازش برخوردار بوده و توانایی مطلوب جهت پیش‌بینی تاثیر متغیر مستقل (ابعاد امنیت) بر متغیر وابسته (حضور مجدد) را دارا بوده و می‌تواند بر اساس مسیرهای پیش‌بینی شده در این تحقیق، میزان شرکت و تجربه مجدد حضور مجدد گردشگران در فستیوال‌های ورزش‌های بومی و سنتی را بر اساس سطح امنیت فراهم شده پیش‌بینی نماید (جدول ۳). پس از بررسی تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم مولفه‌ها، نتایج تحلیل مسیر حاکی از آن بود که از بین کلیه مولفه‌های امنیت، مولفه امنیت مسابقه‌ای با بار عاملی ($\beta = 0/64$) و امنیت فیزیکی ($\beta = 0/53$)، بیشترین ضریب تاثیر را بر حضور مجدد گردشگران داشتند ($P \leq 0/05$). امنیت تغذیه‌ای نیز با بار عاملی ($\beta = 0/34$)، کمترین تاثیر را بر حضور مجدد گردشگران داشت. بنابراین با توجه به آنکه هدف اصلی تحقیق دستیابی به مدلی جهت پیش‌بینی مولفه‌های تاثیرگذار امنیت بر حضور مجدد گردشگران می‌باشد، نتایج تحلیل مسیر موید آن است که بهبود تدابیر امنیتی در مکان برگزاری مسابقه (امنیت مسابقه‌ای) و بکارگیری استراتژی‌های ارتقاء امنیت فیزیکی دو مولفه اصلی تاثیرگذار بر تمایل به بازگشت گردشگران و حضور مجدد آنها در فستیوال ورزش‌های بومی و سنتی می‌باشد (نمودار ۲).

جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل حضور مجدد گردشگران بر اساس ابعاد امنیت

CFI	NFI	CMIN/DF	P-Value	RMSEA
0/98	0/97	4/039	0/05	0/086



نمودار ۲. تحلیل مسیر ساختاری ابعاد امنیت و حضور مجدد گردشگران

همچنین در تحقیق حاضر به منظور شناسایی مهمترین گویه‌های تاثیرگذار بر ابعاد پنج گانه امنیت، تحلیل مسیر ساختاری برای هر یک از ابعاد امنیت صورت مجزا طراحی گردید که نتایج آن در جدول شماره ۴ گزارش شده است.

جدول ۴. گزارش بار عاملی تاثیرگذارترین گویه‌های پرسشنامه بر ابعاد امنیت گردشگران

ابعاد امنیت	گویه	بار عاملی
امنیت مالی	به چه اندازه به زیر ساخت‌های نقل و انتقالات ارزی بانک‌های ایرانی اعتماد دارید؟	۰/۸۷
امنیت فیزیکی	در صورت ایجاد مزاحمت تا چه اندازه به اقدامات پیشگیرانه نیروهای پلیس جهت کمک به گردشگران امیدوارید؟	۰/۷۲
امنیت ترافیکی	تا چه اندازه استانداردهای مربوط به حمل و نقل جاده‌ای در ایران رعایت شده است؟	۰/۷۴
امنیت تغذیه‌ای	شما تا چه اندازه در تهیه غذای مورد علاقه خود در ایران موفق بوده اید؟	۰/۸۳
امنیت مسابقه‌ای	میزان استفاده نیروهای پلیس از تجهیزات امنیتی از قبیل دوربین در مکان مسابقه به چه میزان است؟	۰/۸۹
حضور مجدد	در صورت برگزاری فستیوال‌های ورزشی جدید بومی- سنتی، من باز هم در آن شرکت خواهم نمود.	۰/۸۶

نتایج آزمون رگرسیون به منظور تعیین متغیر اصلی پیش‌بین بر حضور مجدد گردشگران، حاکی از آن بود که کلیه مولفه‌های امنیت تعدیل‌کننده حضور مجدد گردشگران می‌باشند ($\text{Sig} \leq 0/05$)، اما مولفه امنیت مسابقه‌ای ($\text{Sig} = 0/028$ و $\beta = 0/063$) و مولفه امنیت فیزیکی ($\text{sig} = 0/037$ و $\beta = 0/051$)، مولفه‌های اصلی پیش‌بین حضور مجدد گردشگران می‌باشد (جدول ۵).

جدول ۵. نتایج آزمون رگرسیون برای تعیین متغیر پیش‌بین حضور مجدد گردشگران

ابعاد امنیت	β	سطح معناداری	تفسیر
امنیت مالی	۰/۱۶۳	*۰/۰۴۷	مورد تایید می‌باشد
امنیت فیزیکی	۰/۵۱۶	*۰/۰۳۷	مورد تایید می‌باشد
امنیت ترافیکی	۰/۲۱۴	*۰/۰۲۶	مورد تایید می‌باشد
امنیت تغذیه‌ای	۰/۱۷۴	*۰/۰۲۱	مورد تایید می‌باشد
امنیت مسابقه‌ای	۰/۶۳۸	*۰/۰۲۸	مورد تایید می‌باشد
			Sig
			$P \leq 0/05$ *

پس از استفاده از آزمون کالموگراف اسمیرنوف (K-S) و اطمینان از توزیع طبیعی داده‌ها ($P > 0/05$)، آزمون ضریب همبستگی پیرسون جهت شناسایی رابطه درونی بین مولفه‌های امنیت و مولفه‌های امنیت با حضور مجدد گردشگران استفاده گردید نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که رابطه معناداری بین حضور مجدد گردشگران با کلیه ابعاد امنیت گردشگری وجود دارد ($P \leq 0/05$). از بین کلیه مولفه‌ها، مولفه امنیت مسابقه‌ای با ضریب

همبستگی مثبت ($r = 0/61$) بیشترین و مولفه امنیت تغذیه‌ای با ضریب همبستگی مثبت ($r = 0/23$) پایین‌ترین میزان رابطه را با حضور مجدد گردشگران داشتند ($P \leq 0/05$). (جدول ۵).

جدول ۵. نتایج آزمون پیرسون بین ابعاد امنیت و حضور مجدد گردشگران

امنیت مسابقه‌ای	امنیت تغذیه‌ای	امنیت ترافیکی	امنیت فیزیکی	امنیت مالی	
*0/61	*0/23	*0/41	*0/57	*0/37	حضور مجدد
*0/41	*0/34	*0/21	0/13	۱	امنیت مالی
*0/24	*0/19	0/16	۱		امنیت فیزیکی
*0/19	*0/18	۱			امنیت ترافیکی
0/11	۱				امنیت تغذیه‌ای
۱					امنیت مسابقه‌ای
$P \leq 0/05^*$					سطح معناداری

بحث و نتیجه‌گیری

نظریه‌های جدید در زمینه گردشگری مبین آن است که جذابیت‌های گردشگری بر پایه رویدادهای ورزشی در مقایسه با سایر انواع گردشگری از استقبال و مزایای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بیشتری برخوردار است و چنانچه این رویدادها به نحو موفقیت‌آمیزی بتواند چهره مناسبی از تسهیلات، خدمات رفاهی، خدمات بهداشتی و بویژه آرامش و امنیت را در ذهن گردشگران ترسیم نماید، پیامدهای طولانی مدت بی‌شماری را برای مقاصد گردشگری ایجاد می‌نماید (۳۱). اما علیرغم اینکه گردشگری به عنوان صنعتی سودآور و اشتغال زا، در موازنه‌های پرداختی کشور نقش مهمی را ایفا می‌کند (۲۳) اما در کشور ما به دلیل فقدان زیرساخت‌های توسعه گردشگری، عدم مدیریت هماهنگ و نبود برنامه‌ریزی‌ها و استراتژی‌های مدون و مشخص، این پدیده پررونق اقتصادی مورد غفلت قرار گرفته و سبب هدر رفتن بسیاری از فرصت‌های اقتصادی شده است (۲۹). برای توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور، شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها، آموزش و تعلیم نیروی انسانی، حمایت سیاسی و قانونی، فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش و توجه به زیرساخت‌ها و معرفی مقاصد گردشگری اقداماتی اولیه و بنیادی می‌باشد (۲). حتی اهمیت قابلیت‌ها و توانمندی‌های مقاصد گردشگری در بهبود سطح کیفیت زندگی جوامع به حدی است که به یکی از مهمترین منابع افزایش اشتغال و درآمد در تحقیقات بسیاری مورد بررسی قرار گرفته است. اما به نظر می‌رسد که علیرغم وجود پتانسیل فراوان در این حیطه، سازمان‌های مسوول گردشگری بین‌المللی پیشرفت قابل توجهی در خصوص جذب گردشگران غیرایرانی و معرفی ایران به عنوان یکی از مقاصد برتر گردشگری در دنیا نداشته باشند (۴۱). نتایج تحقیقات مختلف بیانگر تاثیرات مستقیم و غیر قابل انکار تبلیغات (۲۸،۱۷)، تسهیلات و خدمات رفاهی (۳۱،۳۳)، سهولت در دسترسی و پیش بینی فعالیت‌های تفریحی (۱۰) در جذب گردشگران و توسعه این صنعت درآمدزا می‌باشد، اما به اعتقاد متخصصان فعال در این حوزه، ترسیم و ایجاد اعتماد در خصوص احساس و تضمین امنیت، تاثیرات چشمگیری بر جذب می‌باشد (۲۳). در حقیقت حضور مستقیم بازدیدکنندگان و گردشگران در یک کشور علاوه بر توسعه اقتصادی و تبادلات فرهنگی، آن کشور را به عنوان یک قطب امن گردشگری به جهانیان معرفی می‌کند (۴۵،۴۸). مطالعه متون انجام شده در خصوص توسعه گردشگری نیز موید آن است که استراتژی‌های متفاوتی از سوی کشورهای پیشرو برای رونق صنعت گردشگری صورت گرفته است. توجه به ارزش‌های فرهنگی،

ارائه بسته خانوادگی، تخفیفات فصلی و بسته‌های پس از مسابقات^۱ جهت افزایش مدت زمان حضور گردشگران در مقاصد گردشگری، مهمترین تکنیک‌های جذب توریسم می‌باشد (۲۰۴۱). یونلا و همکاران^۲ (۲۰۱۵)، با تاکید بر تاثیر رویدادهای ورزشی سنتی که ریشه در ارزش‌های فرهنگی و تاریخی جوامع دارند، معتقدند هرکجا که فعالیت‌های ورزشی ضمن مرتفع نمودن نیازهای جسمانی و روانی گردشگران، بتواند احساس امنیت اجتماعی و خانوادگی^۳ را فراهم نماید، بستر ساز جذب گردشگران ورزشی را فراهم می‌نماید (۲۶). بنابراین مهمترین اصل تاثیرگذار بر نگرش گردشگران و تمایل به انتخاب مقاصد گردشگری و حتی انجام فعالیت‌های جنبی از قبیل سرمایه‌گذاری و تجارت، اعتماد به احساس امنیت می‌باشد. نتایج تحقیقات در حوزه اقتصاد و گردشگری موید آن است که هرچند مهمترین عامل سرمایه‌گذاری گردشگران، سودآوری می‌باشد، اما این انگیزه زمانی فعال می‌شود که بتوان از دو مقوله امنیت و دل‌بستگی‌های منطقه‌ای بهره کافی را به دست آورد (۳۰). لذا در تحقیق حاضر ضمن تاکید بر پتانسیل‌های موجود در فستیوال‌های ورزش‌های بومی و سنتی که در دهه اخیر به عنوان پدیده‌ای نوین در گردشگری مطرح شده است، به بررسی تاثیرات ابعاد مختلف امنیت به عنوان مولفه‌ای مهم در حضور مجدد گردشگران پرداخته شده است. نتایج تحقیق نشان داد که ۴۶/۷۲ درصد گردشگران تجربه حضور ۳ تا ۵ دوره، در این فستیوال‌های بومی و سنتی را داشته‌اند که این موضوع بیانگر وجود پتانسیل و جذابیت مطلوب این جشنواره‌ها در جذب گردشگران بر اساس علائق آنها می‌باشد. دارکو^۴ (۲۰۱۵) و یولنا (۲۰۱۵) نیز در نتایج تحقیقات خود گزارش کردند، کشورهای چین، مالزی، سنگاپور، اسپانیا و ایتالیا از جمله مهمترین کشورهایی هستند که از طریق ایجاد پلی بین فعالیت‌های ورزشی و آداب و رسوم^۵ افراد زمینه جذب بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی را فراهم نموده‌اند (۶، ۲۶). همچنین ۵۴/۸۳ گردشگران اظهار داشتند که تمایل به حضور خانوادگی در این رویدادها را دارند که به نظر می‌رسد این موضوع به دلیل برخورداری از احساس امنیت مطلوب می‌باشد. تاسیوپولوس و همکاران^۶ (۲۰۰۸)، توریسم خانوادگی^۷ را رایج‌ترین شکل توریسم پایدار^۸ می‌دانند که در صورت ترکیب با برنامه‌های آموزشی ورزشی و فراهم نمودن امنیت، بستر ساز جذب گردشگران می‌باشد که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی داشت (۵۱). با اینکه کارشناسان بر این باورند که در ایران امنیت کافی برای گردشگران وجود دارد، اما مشکل اصلی در حوزه جذب گردشگران نبود تبلیغات کافی از سوی ایران و انجام تبلیغات سوء از سوی کشورهای علیه ایران است (۴۶). صیدایی و همکاران (۱۳۸۹)، برقراری و تضمین امنیت گردشگران را گام اساسی در بهبود صنعت توریسم در ایران معرفی کرده‌اند. به منظور تحقق این هدف انجام تبلیغات بین المللی از طریق رسانه‌های بین المللی به منظور ارائه تصویری درست از وضعیت امنیت داخلی و جلب اعتماد گردشگران استراتژی کارا در راستای بهبود صنعت گردشگری ایران می‌باشد (۴۸).

نتایج تحلیل مسیر نشان داد که مولفه امنیت مسابقه‌ای با بار عاملی ($\beta = ۰/۶۴$) و امنیت فیزیکی ($\beta = ۰/۵۳$)، بیشترین ضریب تاثیر را بر حضور مجدد گردشگران در فستیوال ورزش‌های بومی و سنتی استان گلستان داشتند ($P \leq ۰/۰۵$). در این راستا، نتایج تحقیقات ماتینهو^۹ (۱۹۸۷) و رنجبران (۱۳۹۱) حاکی از آن بود که احساس

- 1 . Post event package
- 2 . Ionela et al
- 3 . Social and family security
- 4 . Darko
- 5 . Customs
- 6 . Tassiopoulos etal
- 7 . Family tourism
- 8 . Sustainable tourism
- 9 . Moutinho

عدم امنیت مهمترین تهدید جذب توریست محسوب می‌شود (۳۹،۴۶). لورنس (۲۰۰۶)، نیز با اشاره به ضرورت امنیت برای جذب گردشگران، معتقدند که امنیت جانی و امنیت مالی از مهمترین دغدغه‌های گردشگران است که به خارج از کشور خود سفر می‌نمایند که با نتایج تحقیقات حاضر همخوانی داشت (۳۶). اصفهانی و همکاران (۱۳۸۷)، در طراحی عوامل موثر بر توسعه جهانگردی ورزشی ایران اظهار داشت که امنیت اماکن ورزشی (امنیت مسابقه‌ای) و امنیت رویدادهای ورزشی متغیرهای اصلی جذب گردشگران ورزشی خارجی می‌باشد، که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی داشت (۹). اسدی و همکاران (۱۳۹۴)، نیز در بررسی ابعاد امنیت گردشگری ورزشی از دیدگاه گردشگران خارجی اظهار داشتند که ۲۶ درصد از گردشگران عامل احساس ناامنی در حریم شخصی را قبل از سفر به ایران، مهمترین دغدغه حضور در رویدادهای ورزشی ایران می‌دانند که این یافته‌ها در راستای تحقیق حاضر بود (۲). تمبی^۲ (۲۰۰۹)، در بررسی تاثیر دیدگاه امنیتی گردشگران برای حضور در مسابقات جام جهانی فوتبال ۲۰۱۰ افریقا، گزارش کردند که ۴۹ درصد از گردشگران از احتمال بروز نا امنی ابراز نگرانی کرده‌اند. مهمترین نگرانی‌های آنها شامل امنیت فیزیکی (۳٪)، جرم‌های عمومی (۱۳٪)، امنیت جانی (۳٪) و دزدی با اعمال زور و تهدید (۵٪) بود (۵۳). موسوی گیلانی و همکاران (۱۳۹۱)، نیز با تاکید به مولفه امنیت در توسعه گردشگری، گزارش کردند که وجود امنیت و آرامش در مقاصد گردشگری، دومین اولویت اهمیت و انگیزه سفر گردشگران خارجی به ایران می‌باشد (۴۱). ژو کینگ^۳ (۲۰۰۹)، طی تحقیقی در جریان بازی‌های المپیک چین، عدم ادراک مثبت از امنیت این کشور را عامل منفی تاثیر گذار بر ورود گردشگران شناسایی کرد. نتایج تحقیق وی حاکی از آن بود که ایمنی شخصی، خطرات اجتماعی و فرهنگی و بروز خشونت از مهمترین مولفه‌های تاثیرگذار بر امنیت از دیدگاه گردشگران بود (۵۵). حاجی مرادی (۱۳۸۸)، با ارائه طرح پلیس گردشگر در حفظ امنیت گردشگران، شناسایی مسیرهای پرخطر و جلوگیری از وقوع رخدادهای داخلی علیه گردشگران بین‌المللی، برقراری امنیت در مسیرهای گردشگری را اقدامات موثر در زمینه برقراری و تضمین امنیت بین گردشگران می‌داند (۱۸). امنیت ترافیکی و یا امنیت حمل و نقل از دیگر مولفه‌های تاثیرگذار بر حضور مجدد گردشگران در تحقیق حاضر بود ($\beta = 0/46$). هال^۴ (۲۰۱۰)، طی تحقیقی با عنوان شیوه‌ها و قوانین مدیریت امنیت ورزشی در بریتانیا اظهار داشت که استفاده از فناوری‌های روز از قبیل سیستم‌های کنترل، کنترل محیط اطراف و سیستم‌های حفاظت فیزیکی موارد اصلی اقدامات امنیتی در مکان مسابقه می‌باشند (۱۹). نتایج تحلیل مسیر در پژوهش حاضر نیز حاکی از تاثیر بالای گویه "استفاده نیروهای پلیس از تجهیزات امنیتی از قبیل دوربین در مکان مسابقه" ($\beta = 0/89$) می‌باشد. اما به نظر می‌رسد که در جریان برگزاری رویدادهای ورزشی که تعداد زیادی از گردشگران به عنوان ورزشکار، تماشاگر، صاحبان رسانه و حتی حامیان مالی در آن حضور دارند، مبحث امنیت مشکلات خاص خود را پیش رو داشته باشد. خیبری و همکاران (۱۳۸۹)، در نتایج تحقیق خود در خصوص خطرات احتمالی در جریان برگزاری مسابقات فوتبال به این نتیجه رسید که اقدامات پلیس از قبیل بازرسی سیستماتیک تماشاگران در هنگام ورود با ضریب تاثیر ($\alpha = 0/92$) مولفه اصلی امنیت مسابقه‌ای می‌باشد که در راستای نتایج تحقیق حاضر در خصوص گویه امنیت مسابقه‌ای می‌باشد. همچنین آموزش حرفه‌ای مدیران استادیوم‌های ورزشی، برگزاری کلاس‌ها و سمینارهای تخصصی در خصوص امنیت اماکن ورزشی ارتباط زیادی با برقراری امنیت در رویدادهای ورزشی دارد. از سوی دیگر استفاده از سیستم‌های الکترونیکی کنترل

- 1 . Laurence
- 2 . Tembi
- 3 . Xue Qing
- 4 . Hall

اغتشاشگران از طریق شماره‌گذاری دقیق صندلی، این امکان را به نیروهای امنیتی می‌دهد که در صورت بروز هرگونه اقدامات غیرامنیتی با سرعت وارد عمل شوند (۳۲). حمل و نقل مناسب موجب دسترسی راحت‌تر به مقاصد گردشگری می‌شود. حتی گردشگران طبیعت‌گرا که با هدف لذت بردن از کوه یا بیابان سفر می‌کنند، رسیدن راحت به یک مکان را مهمتر از یافتن مکان‌های دور و بکر می‌دانند (۱۲). رنجبران (۱۳۹۱)، نیز عدم برخورداری از زیرساخت‌های مناسب در بخش حمل و نقل را چالش اصلی پیش روی در توسعه گردشگری ایران می‌داند (۴۶). او برین (۲۰۰۶)، گسترش و توسعه تفریحگاه‌های ورزشی را در کنار برخورداری از سیستم حمل و نقل مناسب را دو مولفه سوق‌دهنده و جلب‌کننده گردشگران ورزشی می‌داند (۴۵). نتایج تحقیقات بسیاری حاکی از عدم برخورداری از زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل در توسعه صنعت گردشگری می‌باشد. در حقیقت وضعیت حمل و نقل در حوزه گردشگری از اهمیت میزهای برخوردار است. جاده‌های مناسب، فرودگاه‌های انتقال یافته، پارکینگ‌ها و اقامت‌گاه‌ها بخش اصلی بسته ترافیکی گردشگری است که باید در بسته توسعه گردشگری مورد توجه قرار گیرد (۵۳ و ۵۱). حاج اسماعیلی (۱۳۹۳)، پایین بودن ظرفیت حمل و نقل کشور را در مقایسه با حجم گردشگران، غیراستاندارد بودن جاده‌ها و وسایل نقلیه را دلایل اصلی تهدید امنیت جانی گردشگران برشمرده است (۱۷). احسانی و همکاران (۱۳۸۹)، نیز در طراحی بسته گردشگری مدل گردشگری ورزشی ایران، در بررسی فاکتور فرایند ساز و کارهای انجام مسافرت در داخل کشور، گزارش کردند که عدم برخورداری از وضعیت مطلوب حمل و نقل، انجام نشدن سریع امور مسافرت و عدم اطمینان و اعتماد به رزرو الکترونیکی وسایل نقلیه از چالش‌های اصلی حوزه حمل و نقل گردشگری در ایران می‌باشد (۱). بر اساس نتایج تحقیق اسدی (۱۳۹۴) و (۱۳۸۹) نیز انتخاب رانندگان مجرب و آموزش آنها، استفاده از وسایل نقلیه استاندارد و استفاده از رانندگان آشنا به زبان گردشگران مهمترین اقدامات صورت گرفته در بخش امنیت حمل و نقل می‌باشد (۲). در پژوهش حاضر نیز از دیگاه گردشگران خارجی گویه "استانداردهای مربوط به حمل و نقل جاده‌ای در ایران" با بار عاملی $(\beta=0/74)$ ، بیشترین تاثیر را بر امنیت ترافیکی گردشگران داشت.

یکی از عمده‌ترین حوزه‌های مطرح شده توسط گردشگران که در تحقیقات پیشین مورد بررسی قرار گرفته است، امنیت مالی و اقتصادی است که هم از منظر موانع اقتصادی پیش روی دفاتر گردشگری، هم از نظر گردشگران غیر ایرانی ورودی به کشور و هم از جانب گردشگران خروجی از ایران، دغدغه‌ای مهم می‌باشد (۲۲، ۱۷). امنیت گردشگری با مشکلات بالفعل و یا بالقوه‌ای در این زمینه در ارتباط است که سلامت گردشگران یا دارایی‌های آنها را به مخاطره می‌اندازد، ملاک امنیت در گردشگری، احساس مطلق امنیت نزد گردشگران می‌باشد که لزوماً به معنای امنیت جانی و مالی نیست، بلکه شامل احساس آرامش ذهنی و رضایت نسبت به مسائل مختلف از قبیل امنیت تغذیه، امنیت اقامتگاه، امنیت تردد و امنیت حضور در فعالیت‌های تفریحی می‌باشد (۳۰). در این مقوله تنها اطمینان از کیفیت مواد غذایی برای رونق این صنعت کافی نمی‌باشد، چرا که با توجه با تفاوت‌های موجود در فرهنگ تغذیه‌ای و ذائقه‌های گردشگران، برخورداری از تنوع غذایی در رستوران‌ها و هتل‌های محل اقامت گردشگران بیش از بیش باید مورد توجه قرار گیرد (۲۴). لذا امنیت تغذیه‌ای و امنیت مالی از دیگر مولفه‌های مورد بررسی در تحقیق حاضر بود. نتایج تحلیل مسیر حاکی از آن بود که امنیت تغذیه‌ای با بار عاملی $(\beta=0/34)$ و امنیت مالی با بار عاملی $(\beta=0/37)$ ، کمترین مشکل پیش روی سازمان‌های متولی برگزاری ورزش‌های بومی و سنتی و مسابقات اسپدوانی در استان گلستان می‌باشد. احتمالاً رونق صنعت کشاورزی و دامپروری استان گلستان و برخورداری از انواع محصولات غذایی ارگانیزه و همچنین فراهم شدن زمینه تبدلات ارزی به صورت الکترونیکی

از دلایل اصلی این موضوع می‌باشد. از دیدگاه گردشگران خارجی حاضر در این پژوهش نیز علیرغم انتخاب گویه "اعتماد به زیر ساخت‌های نقل و انتقالات ارزی بانک‌های ایرانی" با بار عاملی $(\beta=0/87)$ در مولفه امنیت مالی، ولی عدم استفاده از کارت اعتباری مهمترین مشکل مالی گردشگران غیر ایرانی بود. همچنین گویه "شما تا چه اندازه در تهیه غذای مورد علاقه خود در ایران موفق بوده اید؟" با بار عاملی $(\beta=0/83)$ در گویه امنیت تغذیه، بیشترین تاثیر را در توسعه و ارتقاء مولفه امنیت تغذیه‌ای داشت. در این زمینه حاج اسماعیلی (۱۳۹۳)، با اشاره بر کیفیت تغذیه به عنوان یکی از فاکتورهای اصلی مورد نظر گردشگران غیر ایرانی، گزارش کرد که سطوح بالای امنیت وقتی ایجاد می‌شود که علاوه بر توجه به سیستم حمل و نقل و خدمات بهداشتی، کیفیت غذا، بهداشت غذایی و بهداشت اقامتگاه همه به دقت در صنعت گردشگری لحاظ گردد. نتایج تحقیق وی بیانگر آن بود که در بحث امنیت مالی و اقتصادی، عدم ارائه خدمات مالی مناسب از طرف آژانس‌های مسافرتی مهمترین موضوع مطرح شده از دیدگاه گردشگران بود (۱۷). بنابراین به طور حتم، کلیه کنشگران صنعت گردشگری، از جمله سازمان‌های دولتی، آژانس‌های خصوصی، گردشگران و سازمان‌های ورزشی مسوول در این بخش از قبیل وزارت ورزش و جوانان، فدراسیون ورزش‌های روستایی و عشایری، فدراسیون ورزش همگانی و هیئت‌های ورزشی فعال در سطح استان و شهرستان، با توجه به ابعاد متفاوت امنیت گردشگری در فستیوال ورزش‌های بومی و سنتی و همچنین مسابقات کورس اسب‌دوانی و فستیوال اسب ترکمن، همگی از مزایای مشترک کاهش مخاطرات مربوط به امنیت گردشگری در حوزه جشنواره‌های سنتی برخوردار هستند.

نتیجه گیری

با توجه به نتایج تحقیق که بیانگر تاثیر معنادار کلیه ابعاد امنیت بر حضور مجدد گردشگران می‌باشد، به نظر می‌رسد که علاوه بر بهبود خدمات ارائه شده در هتل‌ها و استادیوم‌های ورزشی، ترسیم چهره مناسب از سطح امنیت در کشور ایران و همچنین استادیوم‌های ورزشی اقدامی بنیادی در این زمینه باشد. لذا با توجه به گویه‌های پرسشنامه در پژوهش حاضر، فراهم آوردن تبادلات ارزی بین‌المللی، تسهیل سازی استفاده از کارت‌های اعتباری، به روز رسانی تجهیزات امنیتی در محل استادیوم، آموزش و تربیت نیروی انسانی ویژه و استفاده از آنها در زمان برگزاری مسابقات و بهبود سیستم حمل و نقل برون مرزی و داخلی از مهمترین فاکتورهای تاثیرگذار بر ای ایجاد احساس امنیت مطلوب در نزد گردشگران خارجی می‌باشد.

منابع و مأخذ

1. Aminuddin Yusof, Mohd Sofian Omar-Fauzee, Parilah Mohd Shah, Soh Kim Geok(2009). Exploring Small-Scale Sport Event Tourism in Malaysia. Research Journal of International Studies - Issue 9. Pp; 123-135.
2. Asadi. H, Pournaghi. A, Esfahani. Eftekhari. E, fallahi. A (2015). Studding of Iranian tourism amenity dimension and role of sport organization's performance in improvement. Sport management. V7, N 1, Pp: 1-13.[Persian].

3. Asadi. H, Pournaghi. A, Esfahani. N, Zeitounli. AH (2010). Studding of Iran's tourism dimension. *Tourism studing*. N 13, Pp: 53-61.[Persian].
4. Bodet G (2006). Investigating Customer Satisfaction in a Health Club Context by an Application of the tetraclasse Mode. *Euro Sport Management Quarterly*.6 (2): 149-165.
5. Chunyang Wang, Hailin Qu, Maxwell K. Hsu (2016). Toward an integrated model of tourist expectation formation and gender difference. *Tourism Management*. Volume 54, June 2016, Pp: 58–7.
6. Darko.D, Aleksander. T, Aleksander DV (2012). Rural tourism and regional development: Case study of development of rural tourism in the region of Gruza, Serbia. *Procedia Environmental Sciences*. 14 (2012). Pp 288 – 297.
7. EL-Refae, B. A. A. (2012). The Relationships between Service Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions of Malaysian Spa Center Customers. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3 No. 1, Pp: 85-96.
8. Emery, P. R. (2002). “Bidding to host a major sports event: the local organizing committee perspective”. *The International Journal of Public Sector Management*, 15(4), Pp: 316-335.
9. Esfahani. N (2008). Designing effective factors in sport tourism development and planning of strategic model in Iran. PhD dissertation. Tehran University. Pp: 24-26.[Persian].
10. Faraji. R (2015). Designing of improvement of football stadium's amenity in Iran. PHD dissertation. Sport management. Pp: 145-149.[Persian].
11. Ferguson, L. (2007). Global Monitor—United Nations World Tourism Organization. *New Political Economy*, 12(4), 557–568.
12. Ferran. C.M, Vicente. P-G Josep, Crespo. H, Juan N-P, Vicente. A. S (2015). Spectator emotions: Effects on quality, satisfaction, value, and future intentions. *Journal of business research*. Vol68, Issue8, pp 1445-1449.
13. Getz, D, Stephen J. Page (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management* 52 (2016).Pp 593-631.
14. Ghafouri. F (2014). Model of traditional tourism development in Iran. *Studding of sport management*. N24, Pp: 153-174.[Persian].
15. Ghezelsefloo.HR, Kalateh. M, Chorli. A, Ghorbanzadeh. Gh (2015). Survey of sport tourism management in Golestan traditiona sport festivals. *Journal of Sport Management and motor behavior*. V11, N 23, Pp: 211-218.[Persian].
16. Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2004). The economic importance of major sports events: A case study of six events. *Managing Leisure*, V 5, Pp: 17–28.

17. Hajesmaili. L, Kianpour. M (2015). Tourism amenity and problems of Esfahan's tourism office. Research of Strategic amenity and social discipline. V3, N8, Pp; 45-60. [Persian].
18. Hajmoradi. E (2008). Survey of stable auto tourism and its role in development. Official applied research of Esfahan police force. Special publication. Pp: 201-219.[Persian].
19. Hall, S. (2010). An examination of British sport security strategies, legislation, and risk management practices: Lessons learned from the English football league. *The Sport Journal*, 13(2), 33: Pp 1-7.
20. Hall, S. A., Cooper, W. E., Marciani, L. & McGee, J. A. (2012). Security management for sport and special events: an interagency approach to creating safe facilities, *Human kinetics*, Pp: 1-41.
21. Heather J. Gibson, Kyriaki Kaplanidou, Sung Jin Kang (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review* 15 (2012), Pp 160–170.
22. Héctor V. J, José Luis. CP, Milagros. GF, Mari. SC (2015). Cost–benefit analysis of sport events: The case of World Paddle tour. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.iedee.2015.04.001>. Pp: 156-163.
23. Hezarjaribi. J (2009). Sense of social security in terms of social development. *Journal of environmental planning and geography*. V 4, N 2, pp: 121-143. [Persian].
24. Honari. H, Goudarzi. M, Heidari. A, Emami. F (2010). A comparison of the viewpoints of tourists, interested managers and cultural heritage organization managers regarding sport Tourism-driven job and income creation in Mazandaran- Iran. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 2 (2010). Pp: 5659–5663.[Persian].
25. Human. HA (2010). Modeling of structural equation with Lissrel. *The Samt publication*. 3 edition. P 67.
26. Ionela. G,Paven (2015). Tourism opportunities for valorizing the authentic traditional rural space-Case study: Ampoi and Mures Valleys micro region, Alba County, Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. V 188. Pp: 111 – 115.
27. Juan L. Nicolaus (2012). The effect of winning the 2010 FIFA World Cup on the tourism market value: The Spanish case. *Omega* 40 (2012) 503–510.
28. Juan. M, Hernández, Rafael Suárez-Vega, Yolanda Santana-Jiménez (2016). The inter-relationship between rural and mass tourism: The case of Catalonia, Spain. V 54. Pp: 43-57.
29. Jun Woo Kim, Jeffrey D. James, Yu Kyoum Kim (2013). A model of the relationship among sport consumer motives, spectator commitment, and

- behavioral intentions. *Sport management review*. Vol 16, Issue2. Pp: 173-185.
30. Karami dehkordi. M (2011). Priority and indenting of barriers in rural sport development in terms of amenty by AHP method. *Research of Strategic amenity and social discipline*. V1, N 4, Pp: 74-95.[Persian].
 31. Karkon. L, Zeitounli. AH, Asadi. H (2013). Sffect of horse riding competitions on tourism development in Golestan province. *New trends in sport management*.V1, N 2, Pp: 9-17.[Persian].
 32. Khabiri.m, Sajadi.N, Dousti.M, Mohammadian. A (2010). Need assesment Of Stadium management in probability of risk management in football stadiums. *Sport management*. N6, Pp: 67-83.[Persian]
 33. Khatibzadeh.M, Kouzehchian. H, Honarvar. A (2013). Role of Service quality in re attendance of sport spectator. *Studing of sport management*. N17. Pp: 191-206.[Persian].
 34. Ladkin. Adele (2011).Exploring tourism labor. *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 3, Pp: 1135–1155.
 35. Latifi. S (2013). Effect of problems in Hamedan’s rural tourism. *Journal of Planning of geography*. N 9, Pp: 37-59.[Persian].
 36. Laurence, Chalip, (2006). *Tourism and the Olympic Games*, moragas, moreno and kennett, *The legacy of Olympic games*. Pp: 198-200.
 37. Lee, J. H., Kim, H. D., Ko, Y. J., Sagas, M. (2011). The influence of service Quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy, *Sport Management Review* 14: 54-63.
 38. Mansfeld, Y., Pizam, A. (2007). *Tourism, security, and safety: from theory to practice*. London: Kindle Edition, Kindle Book, Pp: 28- 48.
 39. Maoutinho, L. (1987). *Consumer Behavior in Tourism*. *European Journal of Marketing*, 21 (10), Pp: 44-45.
 40. Moreno F C, Vicente P-G, Joseph. CH, Juan N-P, Vicente AS. (2015). Spectator emotions effects on quality, satisfaction, value, and future intentions “Original Research Article. *Journal of Business Research*, In Press, V 3, N 2, Pp: 111-128.Corrected Proof, Available online 7 February.
 41. Musavi Guilani. SR, Asadi. H, Sajadi. N (2011). Sectioning of Iran’s tourism market for foreign tourism and planning of global model. *Journal of sport management*. N 12, Pp: 37-59.[Persian].
 42. Myong Jae Lee, Samuel Seongseop Kim, Ada Lo. (2008). Perceptions of hospitality and tourism students towards study motivations and preferences: a study of Hong Kong students. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education* 7(2). Pp: 45 – 58.
 43. Nazemi.A, Gudarzi. M, Khabiri. M (2013). Effect of sport stadium’s traits on spectators’ re-attendance in Iran’s football superior league. *Journal of New trends in sport management*. V1, N1, Pp: 67-75. [Persian].

44. Nicholas D. Theodorakis , Kostas Alexandris, Nikolaos Tsigilis, Serafim Karvounis (2012). Predicting spectators' behavioral intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport management review*. Vol 16. Issue1. Pp: 85-96.
45. O'Brien, Danny & Gardiner, Sarah (2006). "Creating sustainable mega event impacts: Networking and relationship development through pre-event training". *Sport Management Review*, Vol. 9, Pp: 24-47.
46. Ranjbaran. B, Khazai. G, Ghamkhaneh. H (2012). Analysis of strength and weakness, opportunity and threats of Esfahan tourism industry by AHP method. *Planning of strategic tourism*. N1, Pp: 13-34.
47. Rozita, A.L. Nor Zane, A.A. Khairulzaman, H. Norlizah, A.H (2014). Impact of Sport Complex Services towards Costumer Behavior in Terengganu. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 153 (2014). Pp: 410 – 418.
48. Seidai. E, Hedayati. Z (2009). Role of amenity in tourism development. *Journal of Soshtar azad university special sport science*. V4, N8, Pp: 97-110.[Persian].
49. Songshan. Huang (2012). Similar exercises, different consequences: An examination of tourism research in national research assessment frameworks. *Tourism Management Perspectives* 2(3). Pp: 13–18.
50. Tajhzadeh. N, Mashreghi. A. Esmaili. F (2014). Priority of Brand values factors in tourist's dissertation by foreign perspective. *Studding of tourism management*.N 24, Pp: 35-58.[Persian].
51. Tassiopoulos, D., Haydam, N. (2008). Golf Tourists in South Africa: A demand – side study of a niche market in sports tourism. *Tourism Management*, Vol. 29, Issue 5, October 2008, Pp: 870-882.
52. Tembi Maloney (2009). Visitors Perceptions of Crime and its Projected Impact on the 2010 FIFA World Cup: A Case Study of Cape Town. *Walter Sisulu University for Technology and Science, East London, South Africa*. *Tourism management*, V 5 (3), Pp: 67-81.
53. Tiziana Cuccia, Ilde. Rizzo (2012). Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily. *Tourism Management*. 32, Pp; 589-595.
54. Van Den Berghe, Pierre L. (2007). *Tourism and Ethnic Relations: The Obvious Connection.*" In Dennison Nash (Ed.) (2007). *The Study of Tourism: Anthropological and Sociological Beginnings*. UK, Elsevier: *Tourism Social Science Series*. Pp: 209-223.
55. Xue qing, C., Heather, J., Gibson, J., Zhang, J. (2009). Perceptions of risk and travel intentions: The case of China and the Beijing Olympic game. *Journal of Sport Tourism*, 14(1), pp: 43-67.

Optimal structural equation model of traditional- local sport tourism development amenity dimension's effect of foreign tourists point view

Hamidreza Ghezselfloo*¹ - Seyed Mohammad Hosein Razavi², Masumeh Kalateh Seifari³

(Received:2016/08/21; Accept:2017/05/11)

Abstract

In recent decade, sport tourism as a more incoming industry in tourism industry section, had a significant effect on cultural, social and economic structure of communities. Tourism amenity is a more important factors in sport tourism's development. Thus the main purpose of research was designing of amenity's dimensions effect on sport tourism future attendance on foreign tourist's point view. Population size consists of all foreign sport tourists that took part in Golestan local and traditional sport festival, that n=81 tourist had selected purposely and accessibly as sample size. To collect the data, Shonk (2006) future attendance questionnaire and researcher regulated tourist's amenity questionnaire, assessing amenity level in based on physical amenity, economical amenity, transportation amenity, nutritional amenity and competitive amenity were used. To analysis of data, Pearson test, regression test and Amos to designing of structural equation model were used. Results of SEM show that Competitive amenity ($\beta= 0.64$) and Physical amenity ($\beta=0.53$) have high effect coefficient on sport tourist's future attendance ($P\leq 0.05$). Also based on results of regression test, Competitive amenity ($\beta= 0.562$, sig= 0.028) and Physical amenity ($\beta= 0.471$, sig= 0.037) were main variable to prediction of sport tourist's future attendance. Tourisms future attendance is based on the outstanding and successful amenity dimensions in sport stadiums; it is a result of the rise and development of skills, knowledge, competence and efficiency of organizations that hold competition.

Key words

Competitive amenity, Future attendance, Physical amenity, Sport tourism, Traditional sports

1 . Assistance professor in sport management of Gonbad Kavous University (Corresponding Author: Email: h_ghezel@yahoo.com; Tel: +989113766372)

2 . Professor, University of Mazandaran

3 . Associated Professor University of Mazandaran

