



Exploring the Barriers to Recreational-Sports Tourism Quality Based on Fishbone Diagram in Gilan Province

HamidReza Goharrostami 

Associate Professor, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, University of Gilan, Gilan, Iran

Mojtaba Nakheinezhad 

Master's degree in Sports Management, Faculty of Physical Education, University of Gilan, Gilan, Iran

Yasaman Sadat Asl Ahmadi* 

PhD student, Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, University of Gilan, Gilan, Iran

Abstract

Recreational-sports tourism as a branch of tourism can stimulate sustainable economic, social, and cultural development in the region. Gilan Province has an excellent potential to attract tourists with many tourist attractions and suitable weather conditions. Therefore, based on the fishbone diagram, this research investigated the quality barriers of leisure-sports tourism in Gilan Province. The research employed a descriptive-survey and practical approach conducted through field methods. The statistical population comprised recreational and sports

* Corresponding Author: yasaman77yasaman@gmail.com

How to Cite: gohar rostami, H. R., Nakheinezhad, M., & Asl ahmadi, Y. (2024). Exploring the Barriers to Recreational-Sports Tourism Quality Based on Fishbone Diagram in Gilan Province. *Tourism Management Studies*, 19(65), 63- 98. doi: 10.22054/tms.2024.76749.2894

tourists in Gilan Province, with a sample of 223 individuals selected through convenient sampling. The research tool was a researcher-made questionnaire utilizing a 5-point Likert scale. Ten physical education professors and experts confirmed face and content validity. The tool's reliability was established through Cronbach's alpha coefficient ($\alpha=0.93$) and construct validity (exploratory and confirmatory). Data modeling and analysis were conducted using (PLS₄) and (SPSS₂₂) software. The findings revealed that, from the perspective of recreational and sports tourists in Gilan Province, the most significant obstacles among the seven dimensions (transportation and route, accommodation, return home, qualification and license, destination, activities, and reception and information) were identified as return home (5.50), destination (4.92), and residence (4.26). On the other hand, reception and information (2.86), qualification and licenses (3.25), and activities (3.54) were perceived as the least significant obstacles. Consequently, organizers and officials of recreational and sports tourism tours in Gilan Province should prioritize addressing these obstacles in each sector to enhance the overall quality of tourism experiences.

Keywords: Quality of Tourism, Recreational-Sports Tourism, Fishbone Diagram

Introduction

In the contemporary era, tourism is pivotal in capturing widespread societal attention and representing a cornerstone of any country's economy. The tourism industry encompasses diverse dimensions, including recreational, medical, cultural, social, sports, religious, commercial, and political tourism, progressing rapidly. Sports tourism, formed by the integration of 'sports' and 'tourism,' is a particularly noteworthy type. In essence, sports become a crucial and almost constant activity for travelers, woven into the fabric of tourism experiences. Sports tourism entails journeys undertaken for non-commercial reasons, officially or unofficially, focusing on recreation or sports spectatorship. It encourages athlete participation, involves sporting or recreational events, occurs in the short term, and may unfold within or outside the

country. In service industries such as tourism, the role of quality is paramount. The fishbone diagram serves as a valuable tool for quality management, systematically linking undesirable quality features of products or services to materials, processes, and methods for improvement. A cause-and-effect diagram is a precise tool to identify the root causes of organizational problems and obstacles by illustrating cause-and-effect relationships. With the increasing prominence of the tourism industry in sports, substantial academic research has been conducted. However, a more fruitful avenue may involve examining this field comparatively among countries with more advanced sports tourism practices. To comprehend the economic and revenue-generating aspects of the tourism industry, particularly in Gilan Province, renowned for its climatic diversity, historical attractions, and natural beauty, it attracts over five million visitors annually. Hence, this study focuses on the quality of the sports tourism industry, posing the main research question: What dimensions influence the quality of sports tourism in Gilan Province, and what are the obstacles within each dimension?

Methodology

This study aimed to investigate the quality barriers of recreational sports tourism in Gilan Province using the fishbone diagram. The research employed a descriptive and practical survey conducted through field methods. The statistical population comprised recreational and sports tourists in Gilan Province, with a sample of 223 individuals selected through convenient sampling. The research tool was a researcher-made questionnaire utilizing a five-point Likert scale. Ten physical education professors and experts confirmed face and content validity. The tool's reliability was established through Cronbach's alpha coefficient ($\alpha=0.93$) and construct validity (exploratory and confirmatory). Data modeling and analysis were conducted using (PLS₄) and (SPSS₂₂) software.

Results

To validate the factor structure of the questionnaire investigating obstacles to the quality of recreational-sports tourism in Gilan Province, two methods—exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis—were employed, guided by the cause-and-effect diagram. The Kolmogorov-Smirnov test revealed that the significance level of all components in both leagues is less than 0/05 (α), signaling a non-normal data distribution. Consequently, non-parametric tests and structural equation modeling using Smart PLS version four were employed for testing statistical hypotheses related to them. Three types of validity (content validity, convergent validity (AVE), and discriminant validity) were utilized to confirm the validity of the measurement tool. Content validity was established through expert surveys, and questionnaire reliability was assessed using Cronbach's alpha and composite reliability coefficients. The measurement tool demonstrates adequate validity (content, convergent, and discriminant) and reliability, and the fit of the structural model of the research was confirmed. Results of the Friedman test indicated a significant difference between the effective dimensions of the obstacles to the quality of recreational and sports tourism. The priority of the obstacles, in order, includes returning home (5/50), destination (4/92), accommodation (4/26), transportation and route (3/67), activities (3/54), qualifications and permits (3/25), and information and reception (2/86).

Discussion

In light of Figure 5, which highlights the significance of all seven dimensions—transportation and route, accommodation, return home, qualifications and permits, destination, activities, and reception and information—strategic planning by relevant managers is crucial. Utilizing insights from factor analysis and the fishbone diagram, managers can prioritize these dimensions and allocate resources, emphasizing investments in human resources and infrastructure and enhancing the physical environment. Giving special attention to visual aspects, coupled with effective executive management, holds the potential to effectively address and eliminate the identified obstacles, thereby elevating the quality of recreational sports tourism.



تحلیل موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی بر اساس نمودار استخوان ماهی در استان گیلان

دانشیار مدیریت ورزشی گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران

گوهر رستمی

کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران

نحعی نژاد

دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران

یاسمن سادات اصل احمدی*

چکیده

گردشگری تفریحی-ورزشی به عنوان شاخه‌ای از گردشگری می‌تواند محرک توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... در منطقه می‌باشد. استان گیلان با دارا بودن جاذبه‌های گردشگری فراوان و شرایط اقلیمی مناسب دارای پتانسیل مناسبی در جذب گردشگران دارد. لذا این مطالعه، باهدف بررسی موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی استان گیلان بر اساس نمودار استخوان ماهی انجام شد. روش پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی بود که به روش میدانی انجام گرفت. جامعه آماری شامل گردشگران تفریحی ورزشی استان گیلان بود که ۲۲۳ نمونه آماری به شیوه در دسترس انتخاب شد. ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته‌ای با طیف ۵ ارزشی لیکرت بود که روایی صوری و محتوایی آن توسط ۱۰ نفر از اساتید و صاحب نظران تربیت بدنی بررسی و تأیید گردید. پایایی ابزار بر اساس مقدار ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha=0.93$) و اعتبار سازه (اکتشافی و تأییدی) بررسی و تأیید شد. از نرم‌افزار (PLS4) و (SPSS22) جهت مدل‌سازی و تحلیل یافته‌ها استفاده شد. نتایج نشان داد که از دیدگاه گردشگران تفریحی ورزشی در استان گیلان از بین ۷ بعد (حمل و نقل و مسیر، اقامتگاه، بازگشت به خانه، صلاحیت و مجوز، مقصد، فعالیت‌ها و پذیرش و اطلاعات) به ترتیب بازگشت به خانه (۵/۵۰)، مقصد (۴/۹۲) و اقامتگاه (۴/۲۶) بیشترین موانع و اطلاعات و پذیرش (۲/۸۶)، صلاحیت و مجوزها (۳/۲۵) و فعالیت‌ها (۳/۵۴) کمترین موانع محسوب می‌شوند؛ بنابراین متصدیان و مسئولین تورهای گردشگری تفریحی ورزشی استان گیلان می‌بایست با شناخت موانع کیفیت، توجه بیشتری در رفع موانع یادشده در هر بخش داشته باشند.

کلیدواژه‌ها: کیفیت گردشگری، گردشگری تفریحی ورزشی، نمودار استخوان ماهی.

مقدمه

در عصر مدرن حاضر، صنعت گردشگری یکی از موارد مهمی است که توجه عموم جامعه را به خود جلب کرده است و به عنوان یکی از ستون‌های اقتصاد هر کشوری محسوب می‌شود (Alofte&Savadi,2015). لذا این صنعت سهم به سزایی در توسعه پایدار یک سرزمین، منطقه و جهان در ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی دارد (Ismail Robertson, 2018) و بعد از صنعت نفت و خودروسازی سومین صنعت درآمدزا برای یک کشور قلمداد می‌شود (Amini et al,2018). توسعه گردشگری در گرو پیشرفت‌های حاصل در وسایل حمل و نقل بوده است، در میان سال‌های ۱۷۵۰ تا ۱۸۵۰ پنداره‌ی امروزی گردشگری با پدیده‌ی گردش‌های دسته‌جمعی به وجود آمد. دگرگونی‌های غیرقابل‌اندازه‌گیری اجتماعی و اقتصادی آن زمانه، مایه دگرگونی‌های اجتماعی و دگرگونی مشاغل و گسترش گروه میانی اجتماع گردید و این لایه توانایی این را یافت تا بیشتر به گردش و تفریح بپردازد (Mohammadi et al,2013). صنعت گردشگری در ابعاد گوناگون (مانند گردشگری تفریحی، گردشگری درمانی، گردشگری فرهنگی، گردشگری اجتماعی، گردشگری ورزشی، گردشگری مذهبی و گردشگری تجاری و سیاسی) در حال پیشرفت و گسترش سریع است (Salahi esfehani et al,2016).

گردشگری ورزشی از ادغام دو کلمه ورزش و گردشگری شکل گرفته است و سفری است که به دلایل غیرتجاری به صورت رسمی یا غیررسمی و بر پایه تفریح یا تماشای ورزش، تشویق ورزشکاران، حضور در رویدادهای ورزشی یا تفریحی، به صورت کوتاه مدت یا تعریف شده در داخل یا خارج کشور به صورت فعالیت بدنی رقابتی و غیررقابتی سازمان یافته یا غیر سازمان یافته انجام می‌گیرد (Tayari,2016). بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری ۲/۵ درصد تجارت جهانی به ورزش اختصاص دارد (Goodall & Ashworth,2013) و مقدار آن به شکل سعودی در حال گسترش است (Malchrowicz et al,2018).

در صنایع خدماتی نظیر گردشگری کیفیت نقش بسیار بااهمیتی ایفا دارد، چراکه کیفیت برای دسترسی به ادراک مشتریان و به دنبال آن، بقا و سودآوری سازمان، بی‌تردید

امری اساسی به حساب می‌آید (Kuzechian, 2011). به طوریکه (Chen et al, 2023) گزارش کردند که گردشگران در مقاصد گردشگری با کیفیت بالاتر احساس تجربه بهتری خواهند داشت و احتمال تکرار مقصد برای آن‌ها زیاد است.

بنابراین مدیریت کیفیت گرچه موضوع جدیدی نیست؛ اما بعد از جنگ جهانی دوم به شکل دانشگاهی اندیشمندان مشهور و سرشناسی در این حوزه ظهور و مدل‌ها و تعاریف گران بهایی را به بشریت عرضه داشتند. لذا توجه به کیفیت به عنوان انجام امور به شکل صحیح و به هم پیوسته در همه سطوح سازمان امری ضروری است (Azma et al, 2016). در واقع می‌توان مدیریت کیفیت را آن دسته از فعالیت‌هایی دانست که پیرو آن کسب رضایت و جلب اعتماد ذینفعان را در درازمدت با ایجاد محصولات و خدمات و تحقق نیازمندی‌های مشتری حاصل شود (Zhu et al, 2010). در همین راستا کشور چین به منظور توسعه صنعت گردشگری استراتژی‌های خود را مبتنی بر توسعه کیفی در ۵ مقیاس (اقتصادی، ساختار، عرضه، کارایی و سرعت) تدوین کرده است (He, H et al, 2023). اهمیت ویژه، تقاضای بالای مشتریان گردشگری و افزایش رقابت، بنگاه‌های گردشگری را به سوی شناسایی موانع کیفیت و تولید محصولات و کالاهای هر چه بیشتر با کیفیت گردشگری سوق داده است؛ لذا اهمیت کیفیت در صنایع خدماتی به عنوان ارزش درک شده مشتری موجب تحقیقات گسترده‌ای در این زمینه شده است (Heydarzade, 2016)؛ اما کمتر به بررسی موانع گردشگری تفریحی-ورزشی با استفاده از نمودار استخوان ماهی نسبت به گردشگری ورزشی در سطح قهرمانی پرداخته شده است.

استان گیلان یکی از استان‌های شمالی کشور ایران محسوب می‌شود که به علت دارا بودن جاذبه طبیعی نظیر دریا، ساحل، کوهپایه، کوه، آبشار، رودخانه، جنگل متراکم و بناهای تاریخی یکی از محورهای اصلی گردشگری به ویژه در زمینه تفریحی ورزشی اعم از ورزش‌های آبی و کوهنوردی، آفرود و... تلقی می‌شود. گیلان با وجود ارزش اقتصادی که در زمینه گردشگری ایجاد می‌کند، همچنان پاسخگوی مسافرانی که هر ساله به این مناطق سفر می‌کنند، نمی‌باشد. در این زمینه تبریزی و نقوی (۲۰۱۵) در پژوهش خود دریافته‌اند که با وجود مهیا بودن زمینه‌های ساختاری لازم، زیرساخت‌ها و امکانات شناسایی شده پاسخگوی حجم فراوان گردشگران ورودی به استان‌های شمالی نمی‌باشد.

براین اساس توجه به مدیریت کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی در استان گیلان مهم تلقی می‌شود.

نمودار علت و معلول استخوان ماهی^۱ یکی از ابزارهای بهبود مدیریت کیفیت است که به منظور ربط دادن هر یک از ویژگی‌های نامطلوب کیفیت محصولات یا خدمات به مواد، فرایندها و جهت اصلاح روش‌های مورد استفاده، کاربرد دارد. با استفاده از این نمودار مدیران و ارائه‌کنندگان خدمات توان ریشه‌یابی مشکلات و خرابی‌ها را می‌یابند. این نمودار به اسکلت ماهی نیز معروف است (Khadem, 2007)؛ و به روی هر نمودار صرفاً یک شکاف میان وضعیت فعلی و وضعیت مطلوب کیفیتی مطرح می‌شود و سپس علل وقوع شکاف مورد نظر در اطراف آن ترسیم می‌شود (Khadem, 2007)؛ بنابراین نمودار علت و معلول یکی از ابزارهای دقیق شناسایی ریشه مشکل‌ها و موانع سازمانی مبتنی بر بیان روابط علت و معلولی می‌باشد (Shinde et al, 2018). پژوهش حاضر نیز در همین راستا، با بررسی کیفیت، موانع فرآیند سفر تفریحی ورزشی در استان گیلان را در قالب نمودار استخوان ماهی مورد بررسی قرار داده است تا برآوردی از عوامل اثرگذار مانع در هر یک از مراحل فرایند سفر را مورد بررسی قرار دهد.

مبانی نظری

گردشگری و ورزش اهداف مشترک زیادی دارند؛ از جمله: برقراری ارتباط و ایجاد تفاهم بین فرهنگ‌های مختلف، سبک و روش زندگی، سنت‌ها و آداب و رسوم، ایجاد صلح و دوستی میان کشورها، انگیزه دهنده و مشوق افراد به فعالیت‌های سرگرم‌کننده و جذاب برای رهایی از فشارهای روحی و روانی و حتی جسمی روزمره زندگی. مسافرت و ورزش چه به شکل حرفه‌ای و چه به شکل غیرحرفه‌ای و تفریحی، گردشگرهای خیلی زیادی را به نقاط گوناگون دنیا در برمی‌گیرد (Faraziani et al, 2017).

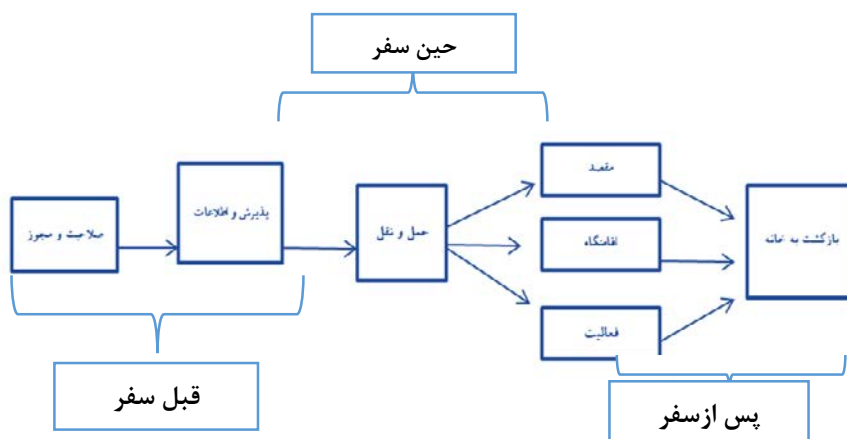
Shonk (2008) ابعاد کیفیت خدمات گردشگری ورزشی را کیفیت دسترسی، کیفیت محل اسکان، کیفیت مدیریت برگزاری رویداد و کیفیت رویداد قلمداد کرده و عنوان می‌کند که کیفیت خدمات گردشگری ورزشی مستقیماً بر رضایتمندی و رضایتمندی نیز

1. Fish bone Diagram

مستقیماً بر بازگشت مجدد گردشگران ورزشی به مقصد گردشگری تأثیر می‌گذارد. در این خصوص Vanhove (2007)، سیستم گردشگری را به‌عنوان چارچوبی بیان می‌کند که از ارتباط دوطرفه بین عناصر تقاضای گردشگری (انگیزه گردشگران)، عناصر اتصالاتی (واسطه‌های سفر و بازاریابی) و عرضه گردشگری در مقصد (خدمات، تسهیلات و زیرساخت‌ها) ساخته شده است.

Janse van (2021) برای مدیریت سفر ورزشی برای ورزشکاران، مدلی از فرآیند سفر را تدوین کردند؛ که این فرآیند شامل سه مرحله (قبل، حین و بعد از سفر) بود. در همین راستا ایشی کاوا به‌عنوان پدر حلقه‌های کنترل و مدیریت کیفیت و رهبر جنبش کیفیت ژاپن و تدوین‌کننده استراتژی کیفیت ژاپن شناخته شده است. ایشی کاوا نمودار علت و معلول را مشابه سایر ابزارهای کیفی، وسیله‌ای برای کمک به گروه‌ها یا هسته‌های کنترل کیفیت در نهضت کیفیت می‌داند، به این ترتیب وی، ارتباطات باز کاری را برای درست کردن این نمودارها امری حیاتی می‌شمارد. از این رو، به منظور بررسی موضوع مذکور، مدل نهایی با اقتباس از مدل جنس ون و همکاران (۲۰۲۱) با بررسی پیشینه پژوهش و نمودار استخوان ماهی ایشی کاوا تدوین شد. در همین راستا این پژوهش به دنبال تحلیل موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی بر اساس نمودار استخوان ماهی در استان گیلان است. لذا، سؤال اصلی تحقیق این است که ابعاد مؤثر بر کیفیت گردشگری ورزش استان گیلان شامل چه ابعادی است؟ و موانع کیفیت در هر کدام از ابعاد شامل چه مواردی است؟

شکل ۱. فرآیند سفر تفریحی-گردشگری در ورزش



پیشینه پژوهش

کیفیت در گردشگری ورزشی نیز به عنوان یک ابزار اصلی بازاریابی جهت دستیابی به مزیت رقابتی و افزایش وفاداری مشتری تبدیل شده است؛ لذا توجه به موانع کیفیت در گردشگری ورزشی حائز اهمیت است. در زمینه کیفیت گردشگری و گردشگری ورزشی محققان زیادی سعی داشتند باهدف کاهش موانع موجود در مسیر توسعه آن را بهبود بخشند. به عنوان مثال ذوالقدر و همکاران (۱۴۰۰) الگویی برای موانع اقتصادی ارائه کردند تا مدیران مربوطه با در نظرگیری عوامل سرمایه گذاری، اقتصاد کلان، اقتصاد خرد، حمایتی و تشویقی و هزینه‌ای موجبات توسعه و گسترش گردشگری را فراهم آورند.

در همین راستا اسماعیلی کیا و همکاران (۱۴۰۳) با مقایسه تطبیقی موانع گردشگری شهر اردبیل و شهر ترابزون^۱ ترکیه به این نتیجه رسیدند که مهم ترین موانع گردشگری در شهر اردبیل عبارت‌اند از: فقدان امکانات و تسهیلات مناسب ورود و خروج اتباع خارجی، وضعیت تبلیغات مناسب جاذبه‌های گردشگری در رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های رادیو و تلویزیونی و تبلیغات محیطی و بیلبوردها، سطح و میزان آگاهی اجتماعی پایین مردم جامعه میزبان از فرهنگ جامعه گردشگران، وضعیت سرمایه گذاری داخلی و خارجی در بخش توریسم و بخش‌های وابسته به آن؛ عکس این موانع، در واقع عوامل توسعه توریسم ترابزون هستند.

بای و همکاران در سال ۱۴۰۱ گزارش کردند که قوانین و ضوابط مشخص در حوزه گردشگری، عدم حمایت دولت و نهادهای مرتبط و سوداگری و ورود غیر حرفه‌ای‌ها به این شغل، نبود اتحادیه، انجمن یا تشکل صنفی و نیز فقدان نهادهای آموزشی در این حوزه به عنوان مهم ترین موانع توسعه گردشگری در حوزه فضای مجازی محسوب می‌شوند.

صباحی و مرصوصی (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان تحلیل نقش موانع انسانی در توسعه گردشگری گزارش کردند که از بین شاخص‌های موانع انسانی، شاخص اقتصادی-مالی تأثیرپذیرترین عامل است. پور بهاران و همکاران (۱۳۹۹) گزارش کردند که عوامل اجتماعی از مهم ترین عواملی است که می‌تواند در بهبود کیفیت گردشگری ورزشی نقش داشته باشد که در این بین بعد امنیت در درجه اول قرار دارد. امینی و همکاران (۱۳۹۸)

1 . Trabzon

گزارش کردند چهار بخش مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی-سیاسی و ارتباطی-تبلیغاتی در زمینه موانع گردشگری ورزشی محسوب می‌شود. دلشاد و همکاران (۱۳۹۷) با تحلیل موانع گردشگری الکترونیکی گزارش کردند که موانع اقتصادی به‌عنوان تأثیرگذارترین و موانع نرم‌افزاری و آموزشی و رفتاری به‌عنوان تأثیرپذیرترین موانع شناخته شدند.

اسلامی و همکاران (۱۳۹۵) بیان کردند که از بین موانع موجود برای گردشگری ورزشی در ایران ۱۷ مانع وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها به ترتیب شامل عدم وجود فعالیت شرکت‌های بین‌المللی، ضعف تبلیغات و عدم بازاریابی در سایر کشورهاست. Nwaogu et al (2020) گزارش کردند که توجه سیاست‌مداران به جنبه‌های اجتماعی به‌منظور رفع موانع بهبود کیفیت در صنعت گردشگری محسوب می‌شود.

Hinch (2018) اعلام داشتند که گردشگری ورزشی و بهره‌گیری از پتانسیل‌های آن، یکی از اهداف مهم کشور ژاپن در برخی رویدادهای ورزشی آتی از جمله جام جهانی راگبی (۲۰۱۹) ژاپن و المپیک ۲۰۲۰ توکیو است. Watanabe, Y. et al (2018) نیز اعلام داشتند که گردشگری ورزشی یکی از مهم‌ترین صنعت در کشور مالزی می‌شود؛ لذا توجه به کیفیت این صنعت حائز اهمیت است. به‌طور کلی با وجود اهمیت روزافزون استفاده از صنعت گردشگری در ورزش، تحقیقات آکادمیک زیادی صورت گرفته است؛ با این وجود به نظر می‌رسد بررسی حیطه مذکور با استفاده از رویکرد مقایسه کشورهای پیشرفته‌تر موفق‌تر خواهد بود؛ بنابراین با توجه به اینکه در صنعت گردشگری کشور بحث اقتصادی و درآمدزایی موضوعی مهم و حیاتی است.

به گزارش سلیمی و همکاران (۲۰۲۱) نیازسنجی و سیاست‌گذاری، همسویی ارگان‌ها برای دستیابی به اهداف و بومی‌سازی فعالیت‌های اوقات فراغت برای رفع موانع فرهنگی حضور زنان در ورزش نتایج مطلوبی به همراه دارد. استان گیلان نیز به لحاظ تنوع اقلیمی، جذابیت‌های تاریخی، طبیعی و گردشگری در طول سال میزبان گردشگران و مسافران است؛ به‌طوریکه سالانه پذیرای بیش از ۵ میلیون گردشگر است.

بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که در ایران هیچ پژوهش علمی جامعی به شناسایی و تحلیل موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی بر اساس نمودار استخوان ماهی در استان گیلان نپرداخته است؛ لذا نتایج پژوهش حاضر با شناسایی و تحلیل این موانع

به صورت فرآیندی (قبل، حین و بعد سفر) برای ارتقای کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی نه تنها گامی در راستای توسعه گردشگری پایدار می باشد، بلکه با تبیین موانع با استفاده از نظر گردشگران فعال موجبات ارتقای نوآوری های زیرساختی نظیر حمل و نقل، اقامتی و پذیرایی، زیرساخت های ورزشی را فراهم نماید. همچنین این نتایج می تواند در بهبود نوآوری های فناوری نظیر نرم افزارهای مدیریت گردشگری، بازاریابی گردشگری و آموزش گردشگری موجب افزایش بهره وری و جذب گردشگر در این ناحیه شود.

روش

روش پژوهش بر اساس گردآوری اطلاعات توصیفی - پیمایشی بود و به شکل میدانی باهدف کاربردی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه گردشگران تفریحی ورزشی استان گیلان محسوب می شوند. نمونه آماری این تحقیق، با توجه به نظر Tabachnick and Fidell (که برابر هر پرسش در پرسش نامه ۵ الی ۱۵ نفر کفایت می کند) ۲۲۳ نفر از گردشگران تفریحی - ورزشی به روش در دسترس در استان گیلان بود. ابزار اندازه گیری پرسشنامه محقق ساخته ای با اقتباس از مدل جنس ون و همکاران (۲۰۲۱) و بررسی پیشینه پژوهش دارای ۷ بعد (مقصد، اقامتگاه، حمل و نقل و مسیر سفر، فعالیت ها، مجوزها و صلاحیت ها، پذیرش و اطلاعات و بازگشت به خانه) با ۳۶ گویه است که روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با نظر ۸ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و ۲ نفر از کارشناسان خبره اداره گردشگری تأیید و با استفاده از فرایندهای آماری و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ^۱ ($\alpha = 0/93$) تأیید شد. از روایی سازه اکتشافی با ۱۰۰ نمونه آزمایشی بر اساس نظر Hair et al (1995) استفاده شد؛ و پرسشنامه نهایی در ۷ بعد و ۳۶ گویه در طیف ۵ ارزشی لیکرت از خیلی زیاد (۵) تا خیلی کم (۱) تدوین گردید. علاوه بر این، روایی سازه پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در ۷ بعد تأیید شد. پرسشنامه نهایی شامل ۷ بعد مقصد، اقامتگاه (۵ گویه)، فعالیت (۷ گویه)، پذیرش و اطلاعات (۷ گویه)، مقصد (۳ گویه)، صلاحیت و مجوز (۳ گویه)، بازگشت به خانه (۳ گویه) و حمل و نقل و مسیر (۷ گویه) می باشد. در قسمت تحلیل داده ها نیز از نرم افزار

1. Cronbach's alpha

SPSS²² و از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری^۱ با رویکرد حداقل مربعات جزئی^۲ و با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS⁴ برای بررسی همه‌جانبه مدل مفهومی پژوهش استفاده شد.

یافته‌ها

توصیف ویژگی‌های فردی نمونه پژوهش از نظر وضعیت جنسیت نشان داد (۷۰ درصد) از افراد زن و (۳۰ درصد) از افراد مرد بودند. از نظر طیف سنی بیشتر اعضای نمونه زیر ۲۶ سال با فراوانی ۵۳ درصد بودند. همچنین بیشتر اعضای نمونه مدرک تحصیلی کارشناسی (۵۴ درصد) داشتند. از دو روش تحلیل عاملی اکتشافی^۳ و تأییدی^۴ برای تعیین اعتبار سازه عاملی پرسشنامه بررسی موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی استان گیلان بر اساس نمودار علت و معلول. پس از تأیید روایی (صوری و محتوایی) در تحلیل عاملی اکتشافی با استفاده از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی (چرخش واریانس) و مقادیر ویژه بالاتر از یک، ۷ عامل به دست آمد که به‌طور کل حدود ۷۲/۱۳۷ درصد از کل واریانس گویه‌ها را تبیین کرد.

جدول ۱. نتایج آزمون KMO و کرویت بارتلت

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون کرویت بارتلت	آزمون KMO
۰/۰۰۱	۶۵۵	۴۶۴۸۲,۴۷۷	۰/۷۲

بر اساس آزمون کالموگراف - اسمیرنوف^۵ سطح معنی‌داری تمام مؤلفه‌ها در هر دو لیگ کمتر از $\alpha = 0/05$ می‌باشد. لذا توزیع داده‌ها غیر نرمال است، در نتیجه برای بررسی ارتباط فرضیه‌های آماری مربوط به آن‌ها از آزمون‌های نا پارامتریک و روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS نسخه چهارم استفاده شد، در ادامه، از سه نوع روایی برای تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری استفاده شد: روایی محتوا، روایی همگرا

1. Structural Equation Modeling (SEM).
2. Partial Least Squares (PLS).
3. Exploratory factor analysis
4. Confirmatory factor analysis
5. Kolmogorov-Smirnov

(AVE)^۱ و روایی واگرا. روایی محتوا با نظرسنجی خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه نیز از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) استفاده شد. بر اساس نتایج خروجی نرم‌افزار روایی همگرا و روایی واگرا به‌طور کامل مورد تأیید قرار گرفت.

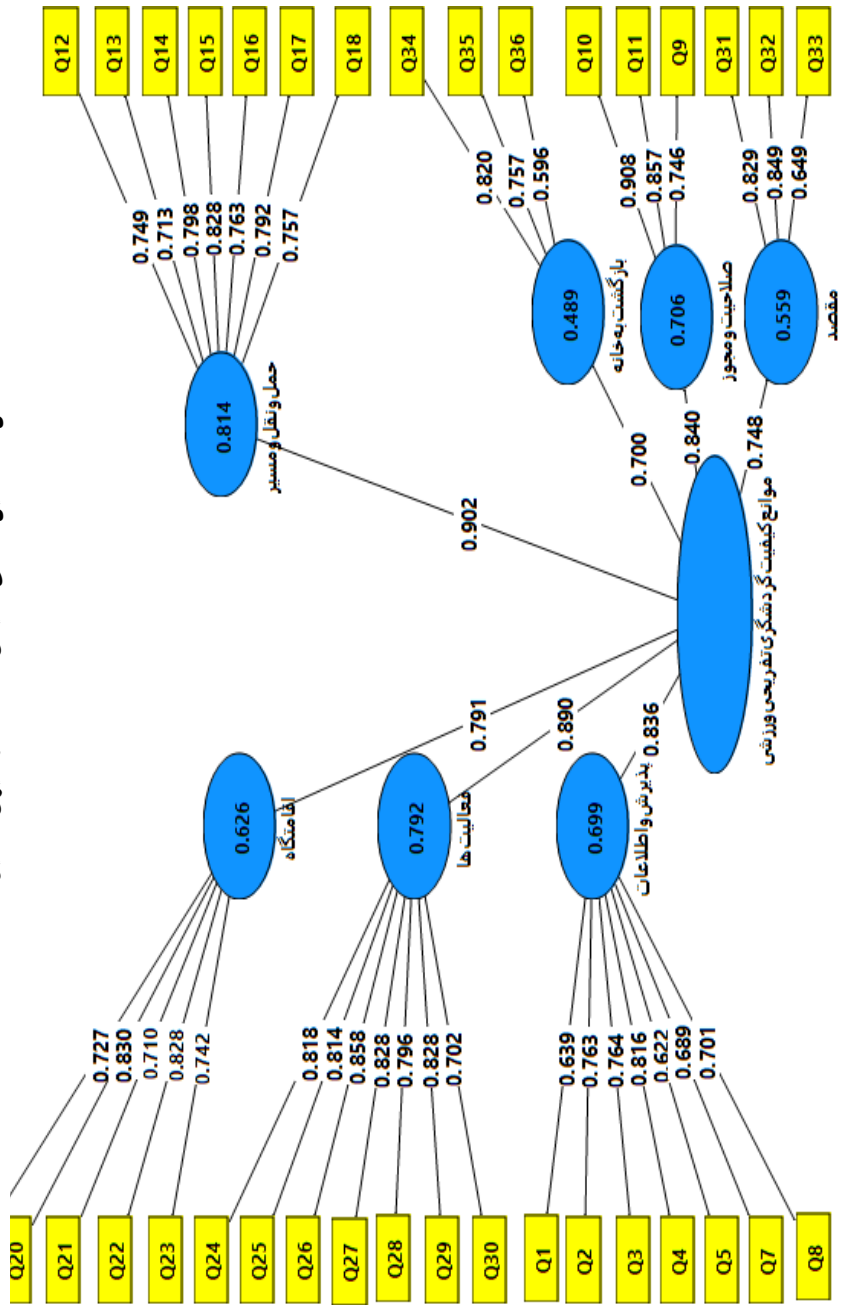
جدول ۲. ضرایب پایایی و روایی همگرا متغیرهای پژوهش

عواملها	ابعاد	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	مقدار میانگین مقادیر اشتراک
موانع کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی	پذیرش و اطلاعات	۰٫۸۸	۰٫۸۴	۰٫۶۷
	اقامتگاه	۰٫۸۸	۰٫۸۲	
	فعالیت‌ها	۰٫۹۳	۰٫۹۱	
	صلاحیت و مجوزها	۰٫۸۸	۰٫۷۹	
	مقصد	۰٫۸۲	۰٫۶۸	
	حمل و نقل و مسیر سفر	۰٫۹۱	۰٫۸۹	
	بازگشت به خانه	۰٫۷۸	۰٫۶۱	

بر اساس نتایج خروجی‌های نرم‌افزار در جدول شماره ۲ ابزار اندازه‌گیری از روایی (محتوا، همگرا و واگرا) و پایایی مناسب برخوردار است. در شکل شماره ۲ مدل اندازه‌گیری پژوهش حاضر قابل مشاهده است و همچنین بار عاملی مربوط به هر گویه و بعد قابل رؤیت است.

1. Average variance extracted

شکل ۲. تحلیل عاملی تأییدی مدل اندازه‌گیری تحقیق



نتایج تحلیل عاملی نشان داد که مقدار R^2 برای متغیرهای برونزا یا مستقل برابر با صفر است. در این قسمت، مقدار R^2 برای همه متغیرهای درونزا در بازه (۰/۴۹-۰/۸۱) است و از ضریب تعیین قوی برخوردار هستند. همچنین مقدار Q^2 برای همه متغیرهای درونزای مدل بیشتر از ۰/۱۵ است که نشان می‌دهد متغیر برونزا (مستقل) در پیش‌بینی متغیر وابسته بالاتر از متوسط است و برازش مناسب مدلی ساختاری پژوهش را بار دیگر تأیید می‌کند.

جدول ۳. بررسی روابط موجود در مدل پژوهش

نتیجه	مقدار ضریب تی	ضریب مسیر	وابسته	مستقل
تأیید	۴۴/۲۲	۰/۸۳	اطلاعات و پذیرش	موانع کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی
تأیید	۴۶/۲۶	۰/۸۴	صلاحیت‌ها و مجوز	
تأیید	۵۱/۳۳	۰/۹۰	حمل و نقل و مسیر سفر	
تأیید	۲۳/۹۰	۰/۷۹	اقامتگاه	
تأیید	۴۵/۹۳	۰/۸۹	فعالیت‌ها	
تأیید	۲۰/۶۲	۰/۷۵	مقصد	
تأیید	۱۶/۹۲	۰/۷۰	بازگشت به خانه	

نتایج جدول شماره ۳ نیز نشان داد با توجه به این که مقدار t در همه روابط بیشتر از ۱/۹۶ است؛ و به ترتیب ابعاد حمل و نقل و مسیر، فعالیت‌ها، صلاحیت و مجوزها نقش بیشتری در تبیین موانع کیفیت گردشگری داشتند؛ بنابراین در سطح ۰/۹۵ هر یک از روابط موجود در مدل موانع کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی باید به این موانع توجه جدی داشت.

جدول ۴. بررسی تفاوت بین ابعاد اثرگذار کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی

سطح معناداری	درجه آزادی	کای اسکوئر	میانگین رتبه	رتبه	ابعاد
۰,۰۰۱	۶	۲۷۲,۳۸۷	۲,۸۶	۷	اطلاعات و پذیرش
			۳,۲۵	۶	صلاحیت‌ها و مجوز
			۳,۶۷	۴	حمل و نقل و مسیر سفر
			۴,۲۶	۳	اقامتگاه
			۳,۵۴	۵	فعالیت‌ها
			۴,۹۲	۲	مقصد
			۵,۵۰	۱	بازگشت به خانه

تحلیل موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی ... | گوهررستمی و همکاران | ۷۹

با توجه به نتایج آزمون فریدمن در جدول شماره ۴ مشخص شد که بین ابعاد موانع اثرگذار کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی تفاوت معنی دارد وجود دارد و اولویت موانع به ترتیب شامل بازگشت به خانه (۵/۵۰)، مقصد (۴/۹۲)، اقامتگاه (۴/۲۶)، حمل و نقل و مسیر (۳/۶۷)، فعالیت‌ها (۳/۵۴)، صلاحیت‌ها و مجوز (۳/۲۵) و اطلاعات و پذیرش (۲/۸۶) است.

جدول ۵. بررسی تفاوت معنی‌داری بین ابعاد موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی

ابعاد	گویه‌ها	میانگین رتبه	کای اسکور	درجه آزادی	معیاری	ابعاد	گویه‌ها	میانگین رتبه	کای اسکور	درجه آزادی	معیاری
پذیرش و اطلاع‌رسانی	۱Q	۳/۰۹	۷۲/۸۵۷	۶	۰/۰۰۱	فعالیت‌ها	۲۴Q	۳/۷۸	۱۱۴/۹۵۸	۶	۰/۰۰۱
	۲Q	۴/۰۶					۲۵Q	۳/۷۴			
	۳Q	۳/۵۷					۲۶Q	۴/۰۰			
	۴Q	۴/۴۹					۲۷Q	۴/۳۲			
	۵Q	۴/۴۳					۲۸Q	۴/۰۵			
	۷Q	۳/۸۹					۲۹Q	۴/۸۳			
۸Q	۳/۷۹	۳۰Q	۳/۹۷								
گویه‌های بعد صلاحیت‌ها و مجوز	۹Q	۳/۰۹	۱۴۳/۳۶۸	۲	۰/۰۰۱	مقصد	۳۱Q	۱/۴۵	۱۲/۰۶۹	۲	۰/۰۰۲
	۱۰Q	۳/۷۴					۳۲Q	۲/۲۴			
	۱۱Q	۴/۰۰					۳۳Q	۲/۳۰			
حمل و نقل و مسیر سفر	۱۲Q	۳/۹۵	۱۴/۷۲۱	۲	۰/۰۰۱	بازگشت به خانه	۳۴Q	۱/۹۸	۵۰/۳۹۲	۶	۰/۰۰۱
	۱۳Q	۴/۲۸					۳۵Q	۲/۱۶			
	۱۴Q	۴/۰۸					۳۶Q	۱/۸۶			
	۱۵Q	۴/۳۱									
اقامتگاه	۱۶Q	۳/۵۳	۲۲۷/۹۸۰	۴	۰/۰۰۱		۱۷Q	۴/۱۵	۲۲۷/۹۸۰	۴	۰/۰۰۱
	۱۸Q	۳/۷					۱۹Q	۴/۱۲			
	۲۰Q	۲/۶۱					۲۱Q	۲/۷۰			
	۲۱Q	۲/۷۰					۲۲Q	۲/۷۲			
	۲۲Q	۲/۷۲					۲۳Q	۲/۸۵			

بر اساس نتایج جدول شماره ۵ تمام گویه‌های هر بعد با گویه‌های مرتبط با همان بعد دارای تفاوت معنی‌دار است و اولویت هر گونه مشخص است. به عنوان مثال در بعد حمل و نقل و مسیر سفر به ترتیب اولویت عوامل (عدم تعامل و ارتباط راهنمایان تور با گردشگران در طول مسیر، عدم توجه به انتخاب بهترین مسیر با توجه به جاذبه‌های مسیر، عدم صلاحیت فنی و اخلاقی کارکنان حمل و نقل) بیشترین علت افت کیفیت در گردشگری تفریحی ورزشی استان گیلان را دارا

می‌باشد. در بعد فعالیت‌ها به ترتیب (عدم وجود جذابیت و هیجان برنامه‌ها و فعالیت‌ها در طول سفر، عدم تعامل و ارتباط کافی گردشگران در اجرای فعالیت‌های گردشگران، کیفیت ناکافی برنامه‌های غیرورزشی) بیشترین مانع محسوب می‌شوند. در بخش صلاحیت‌ها و مجوزها به ترتیب اولویت (عدم استفاده از راهنمایان تور باصلاحیت اخلاقی، عدم استفاده از راهنمایان تور باصلاحیت تخصصی و حرفه‌ای و نداشتن مجوزهای قانونی برای اجرای تورهای تفریحی ورزشی) نقش بیشتری در تبیین موانع کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی استان گیلان دارند. در بخش پذیرش و اطلاعات بیشترین موانع کیفیت از نظر گردشگران شامل (عدم ارائه اطلاعات کافی به گردشگران نسبت به مقصد قبل از سفر، عدم پاسخگویی کافی در خصوص ارائه برنامه‌های سفر و نحوه پذیرش) است. در بعد محل و مقصد گردشگری به ترتیب بیشترین موانع شامل (عدم اطلاع‌رسانی مطلوب در خصوص جزئیات سفر تفریحی و ورزش و اطلاع‌رسانی ناکافی در خصوص زمان و مکان سفرها از طریق شبکه‌ها و کانال‌های ارتباطی) بود.

در بعد اقامتگاه نیز به ترتیب اولویت بیشترین عواملی که مانع یک گردشگری باکیفیت شامل (پایین بودن امنیت اقامتگاه‌ها، پایین بودن کیفیت غذا در اقامتگاه‌ها، پایین بودن کیفیت خدمات ارائه شده در اقامتگاه‌ها، دسترسی سخت به مراکز خرید ورزشی و تفریحی) بود. در بعد مقصد به ترتیب (مطلوب نبودن آب‌وهوای مقصد، جاذبه‌ها و آداب و رسوم و فرهنگ در مقصد و عدم وجود امکانات تفریحی و ورزشی مناسب در مقصد) بیشترین دلایل افت کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی استان گیلان بودند. در بعد بازگشت به خانه به ترتیب اولویت بیشترین موانع شامل (عدم حفظ کیفیت تا برگشت به خانه، زمان‌بندی نامناسب ساعت سفر و برگشت به خانه و کیفیت سفر با توجه به هزینه) بیشترین موانع کیفیت از نظر گردشگران بود.

پس از شناسایی و بررسی موانع کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی استان گیلان و اولویت‌بندی آنان، نمودار علت و معلول موانع کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی استان گیلان به صورت نمودار شماتیک شماره ۳ قابل مشاهده شد به طوریکه مهم‌ترین ابعاد مانع به سر ماهی نزدیک‌تر است و در مورد گویه‌ها نیز به همین منوال، مهم‌ترین گویه‌ها به استخوان اصلی ماهی از نزدیک‌تر تا دورتر ترسیم شده است.

بحث و نتیجه گیری

هدف اول پژوهش حاضر، بررسی موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی استان گیلان بر اساس نمودار علت و معلول بود که به طور کل ۷ بعد (حمل و نقل و مسیر، اقامتگاه، بازگشت به خانه، صلاحیت و مجوز، مقصد، فعالیت‌ها و پذیرش و اطلاعات) در شناسایی این موانع تبیین شدند که این نتیجه با یافته‌های هادسون و همکاران (۲۰۱۳)، میرزاده کالار و همکاران (۱۳۹۲)، وید (۲۰۰۵) و فرازبانی (۱۳۹۴) نیز همخوانی داشت. تعدد مطالعات همسو در این زمینه بیانگر آن است که گویه‌های ابعاد مذکور، شرایط و بستر لازم را برای بهبود کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی استان گیلان را دارد؛ بنابراین توجه ویژه مدیران مربوطه به این عوامل می‌تواند به عنوان عاملی حیاتی، در ارتقای کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی ایفای نقش کند و موجب افزایش مشارکت گردشگری تفریحی - ورزشی در میان متقاضیان شود.

هدف دوم پژوهش به بررسی میزان اهمیت هریک از موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی استان گیلان بر اساس تحلیل عاملی بود که نتایج در این بخش نشان داد که بعد حمل و نقل و مسیر سفر مهم‌تر از سایر عوامل است و پس از آن به ترتیب بعد فعالیت‌ها و اطلاعات و پذیرش در اولویت بعدی قرار دارند.

نکته قابل توجه این است که پیرو تبیین هدف سوم پژوهش نتایج آزمون فریدمن نشان داد که بین موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی استان گیلان از دیدگاه گردشگران تفاوت معنی‌داری وجود دارد و به ترتیب بازگشت به خانه (۵/۵۰)، مقصد (۴/۹۲) و اقامتگاه (۴/۲۶) بیشترین موانع محسوب می‌شوند. در این زمینه باید بیان نمود با وجود اولویت بیشتر این سه بعد؛ اما بررسی نتایج تحلیل عاملی با توجه به در نظرگیری مرحله (قبل، حین و پس از سفر) نشان از اهمیت بیشتر بعد حمل و نقل و فعالیت‌ها در حین سفر و بعد صلاحیت و مجوزها در قبل سفر دارد.

هدف چهارم پژوهش با بررسی دقیق‌تر در بعد حمل و نقل و مسیر سفر که ۹۰ درصد موانع گردشگری تفریحی ورزشی را تبیین می‌کند به دنبال اولویت‌بندی گویه‌ها در این بعد بود که به ترتیب عدم تعامل و ارتباط راهنمایان تور با گردشگران در طول مسیر، عدم توجه به انتخاب بهترین مسیر با توجه به جاذبه‌های مسیر، عدم صلاحیت فنی و اخلاقی

کارکنان حمل و نقل، عدم توجه به ایمنی مسافران در طول سفر، عدم تدوین درست در زمان بندی مناسب، عدم راحتی و امنیت وسایل نقلیه، عدم استفاده از وسایل حمل و نقل با کیفیت بیشترین علت افت کیفیت در گردشگری تفریحی ورزشی استان گیلان می باشد که نتایج مذکور با نتایج کشتی دار (۱۴۰۰)؛ اسلامی (۱۳۹۸)؛ فرازایانی و همکاران (۱۳۹۷)؛ اسدی و همکاران (۱۳۹۴)؛ جاوید و همکاران (۱۳۹۴) همسوست که بیانگر لزوم بسترسازی مناسب در زمینه حمل و نقل می باشد. لذا پیشنهاد می شود تا مدیران و مسئولین ذی ربط با زیرسازی مناسب مسیرها؛ انتخاب رانندگان باصلاحیت فنی و آموزش آنان و همچنین استفاده از وسایل نقلیه ایمن و استاندارد برای افزایش احساس امنیت گردشگران ورزشی در بهبود کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی استان گیلان به ویژه در گردشگری های ساحلی و کوه پیمایی در این منطقه بکوشند.

هدف پنجم پژوهش با بررسی دقیق تر در بخش فعالیت ها که ۸۹ درصد موانع گردشگری - تفریحی را تبیین می کند به دنبال اولویت بندی گویه ها در این بعد بود که عدم وجود جذابیت و هیجان برنامه ها و فعالیت ها در طول سفر، عدم تعامل و ارتباط کافی گردشگران در اجرای فعالیت های گردشگران، کیفیت ناکافی برنامه های غیرورزشی، عدم تناسب فعالیت های تفریحی و ورزشی با وضعیت گردشگران، عدم تنوع برنامه های تفریحی ورزشی، طراحی غیر حرفه ای و نامناسب فعالیت های تفریحی و ورزشی، بی کیفیتی برنامه های ورزشی؛ به ترتیب بیشترین اولویت را در عوامل افت کیفیت در گردشگری تفریحی ورزشی استان گیلان را دارا بودند که نتیجه مذکور با نتایج Velho José António، Gouveia (2020)؛ اسلامی (۱۳۹۸)؛ نوبخت و همکاران (۱۳۹۲)؛ فرازایانی و همکاران (۱۳۹۴) و میرزا زاده و عبدالملکی (۱۳۹۴) همسوست؛ بنابراین با توجه به نتیجه کسب شده راهنمایان گردشگری می توانند با توجه به تأمین امنیت و راحتی گردشگران ورزشی در جهت برنامه نویسی جذاب تر و فعالیت های تبلیغاتی بیشتر در جهت ارتقای کیفیت برنامه های ورزشی و گردشگری در توسعه گردشگری ورزشی استان نقش بسزایی ایفا کنند زیرا به نظر می رسد آژانس های گردشگری در این استان نیازمند به غنی سازی در این حیطه دارند.

هدف ششم پژوهش با بررسی دقیق تر در بعد صلاحیت ها و مجوزها که ۸۴ درصد موانع گردشگری تفریحی-ورزشی را تبیین می کند به دنبال اولویت بندی گویه ها در این بعد بود که بر اساس نظر گردشگران به ترتیب اولویت: عدم استفاده از راهنمایان تور باصلاحیت اخلاقی، عدم استفاده از راهنمایان تور باصلاحیت تخصصی و حرفه ای و نداشتن مجوزهای قانونی برای اجرای تورهای تفریحی ورزشی موانع کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی استان گیلان محسوب می شوند؛ که با نتایج حسینی (۱۳۹۳) همسوست؛ بنابراین اهمیت استفاده از راهنمایان باصلاحیت فنی در جهت توسعه گردشگری حائز اهمیت است در همین راستا پیشنهاد می شود که با آموزش نیروی انسانی شاغل در بخش گردشگری و استفاده از نیروهای آموزش دیده و باتجربه برای ارائه خدمات باکیفیت بالا و هم تراز با استانداردهای جهانی به گردشگران در جهت رسیدن به توسعه گردشگری کوشید تا جاذبه های گردشگری گیلان بیش از پیش مورد توجه گردشگران قرار گیرد.

هدف هفتم پژوهش با بررسی دقیق تر در بعد پذیرش و اطلاعات که ۸۳ درصد موانع گردشگری تفریحی ورزشی را تبیین می کند به دنبال اولویت بندی گویه ها در این بعد بود که بر اساس اولویت در بخش پذیرش و اطلاعات بیشترین موانع کیفیت از نظر گردشگران شامل عدم ارائه اطلاعات کافی به گردشگران نسبت به مقصد قبل از سفر، عدم پاسخگویی کافی در خصوص ارائه برنامه های سفر و نحوه پذیرش، عدم سهولت کافی در نحوه پذیرش، رزرو و پرداخت هزینه، عدم دسترسی آسان و سریع به برنامه سفرهای تفریحی و ورزشی شرکت ها و سازمان های خدمات دهنده، عدم ارائه اطلاعات ورزشی تفریحی، تاریخی، اجتماعی و ... از محل و مقصد گردشگری، عدم اطلاع رسانی مطلوب در خصوص جزئیات سفر تفریحی و ورزش و اطلاع رسانی ناکافی در خصوص زمان و مکان سفرها از طریق شبکه ها و کانال های ارتباطی بود. نتایج این بخش با نتایج کروبوی و همکاران (۱۳۹۹) و فرازایانی و همکاران (۱۳۹۷) همسوست؛ بنابراین پیشنهاد می شود تا راهنمایان و مؤسسات فعال در این زمینه در جهت کاربرد فناوری در جهت ارتقای اطلاعات مربوطه به گردشگران کوشش کنند و در جهت تسهیل پذیرش متقاضیان اقدام کنند.

هدف هشتم پژوهش با بررسی دقیق تر در بعد اقامتگاه که ۷۹ درصد موانع گردشگری تفریحی ورزشی را تبیین می کند به دنبال اولویت بندی گویه ها در این بعد بود که در این

بخش به ترتیب اولویت بیشترین عواملی که مانع یک گردشگری باکیفیت شامل: پایین بودن امنیت اقامتگاه‌ها، پایین بودن کیفیت غذا در اقامتگاه‌ها، پایین بودن کیفیت خدمات ارائه شده در اقامتگاه‌ها، دسترسی سخت به مراکز خرید ورزشی و تفریحی، پایین بودن کیفیت اقامتگاه نسبت به قیمت بود که با نتایج غلامی و وظیفه دوست (۱۳۹۸)؛ قدیمی (۱۳۹۸)؛ کیانی سلمی و همکاران (۱۳۹۸) و چقاجردی و همکاران (۱۳۹۶) همسوست؛ بنابراین پیشنهاد می شود تا مدیران و مسئولین مربوطه در انتخاب اقامتگاه و کیفیت خدمات ارائه شده در جهت افزایش کیفیت سفر تفریحی ورزشی متقاضیان همت گمارند.

هدف نهم پژوهش با بررسی دقیق تر در بعد مقصد که ۷۴ درصد موانع گردشگری تفریحی ورزشی را تبیین می کند به دنبال اولویت بندی گویه ها در این بعد بود که بر اساس اولویت به ترتیب: مطلوب نبودن آب و هوای مقصد، جاذبه ها و آداب و رسوم و فرهنگ در مقصد و عدم وجود امکانات تفریحی و ورزشی مناسب در مقصد بیشترین دلایل افت کیفیت گردشگری تفریحی ورزشی استان گیلان بودند که نتایج این بخش با نتایج عقلی و عروف زاده (۱۴۰۲)؛ اسلامی (۱۳۹۸) و احسانی (۱۳۸۹) همسوست؛ بنابراین توجه به کیفیت مقصد اعم از داشتن هنر و موسیقی و معماری، وجود مکان های باستانی، وضعیت امکانات بهداشتی، وجود هتل ها و رستوران ها و مراکز خرید، داشتن امنیت و آرامش در جهت ایجاد ارتباط فرهنگی با گردشگران حائز اهمیت است.

در نهایت هدف دهم پژوهش با بررسی دقیق تر در بعد بازگشت به خانه که ۷۰ درصد موانع گردشگری تفریحی ورزشی را تبیین می کند به دنبال اولویت بندی گویه ها در این بعد بود که به ترتیب اولویت بیشترین موانع شامل عدم حفظ کیفیت تا برگشت به خانه، زمان بندی نامناسب ساعت سفر و برگشت به خانه و کیفیت سفر با توجه به هزینه؛ به ترتیب بیشترین موانع کیفیت از نظر گردشگران بود که با نتایج قلی پور سوت و همکاران (۱۳۹۷) همسوست. در همین راستا پیشنهاد می شود تا در جهت بهبود کیفیت سفر گردشگران به برنامه ریزی بهینه در این زمینه اهتمام ورزید.

با افزونی نقش گردشگری ورزشی در ابعاد مختلف اقتصادی و اجتماعی و افزونی رقابت در این صنعت و همچنین نقش کیفیت به عنوان عاملی برجسته برای موفقیت سازمان ها و بهبود کیفیت خدمات به منظور حفظ و کسب اعتماد مشتریان، از موضوعات

برجسته و اساسی وابسته به کیفیت است که می‌بایست همواره مدنظر مدیران و صاحبان خدمات قرار داشته باشد؛ از طرفی دیگر فزونی روزافزون تقاضای مشتریان و همچنین توجه و رقابت بین تولیدکنندگان خدمات گردشگری برای محصولات هر چه باکیفیت‌تر گردشگری، سازمان‌های گردشگری مختلف، برای بقا در این بازار رقابتی راهی به جز عرضه محصولات باکیفیت‌تر به مشتریان‌شان ندارند. مدیران سازمان‌های خدماتی می‌دانند که کیفیت بالاتر، موجب عملکرد بهتر می‌شود و مزایایی مانند وفاداری مشتریان، پاسخگویی به نیازهای آنان، رشد سهم بازار و بهره‌وری برای سازمان را به دنبال دارند.

لازم به ذکر است که این مطالعه محدودیت‌هایی داشت که پژوهشگران آتی می‌توانند به آن پردازند؛ برای مثال به منظور بررسی موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی از روش کتابخانه‌ای استفاده گردید. در این راستا، هرچند برای گردآوری مؤلفه‌های موانع از منابع متعددی استفاده شد، اما ممکن است این عوامل به صورت کامل پوشش داده نشده باشند لازم به ذکر است با توجه به آنکه گردشگری ماهیتی چند رشته‌ای دارد و ممکن است دانش آن در سایر حوزه‌ها ارائه چارچوب مفهومی چندوجهی برای تجربه نیز منتشر شده باشد؛ لذا ممکن است اطلاعات مهمی از سایر حوزه‌ها نادیده گرفته شده باشد که پژوهش‌های آتی می‌توانند این منابع را نیز مورد بررسی قرار دهند. همچنین این پژوهش برای بررسی موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی (استان گیلان) انجام شده است؛ بنابراین، نتایج حاصل از آن را باید با احتیاط به سایر استان‌های کشور و مقاصد گردشگری تفریحی-ورزشی تعمیم داد. دیگر محدودیت این بود که جامعه مورد مطالعه پژوهش، کلیه گردشگران تفریحی ورزشی استان گیلان در نظر گرفته شده است که متأسفانه آمار رسمی از تعداد آن‌ها در دسترس نبود. لذا ممکن است تفاوت دیدگاه‌های آن‌ها که ناشی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آن‌ها هست؛ نتایج پژوهش را تحت تأثیر قرار داده باشد.

به‌طور کلی و با توجه به شکل شماره ۳ توجه به تمامی هفت بعد حمل‌ونقل و مسیر، اقامتگاه، بازگشت به خانه، صلاحیت و مجوز، مقصد، فعالیت‌ها و پذیرش و اطلاعات حائز اهمیت است؛ لذا مدیران مربوطه می‌توانند با سیاست‌گذاری مناسب و بهره‌گیری از هر یک از مقوله‌های مذکور بر اساس نمودار تحلیل عاملی و استخوان ماهی نسبت به برنامه‌ریزی مناسب با توجه به عوامل اولویت‌دار در افزایش کیفیت گردشگری

تفریحی ورزشی در جهت از بین بردن موانع مذکور اهتمام ورزند و با سرمایه گذاری بیشتر در حیطه نیروی انسانی، بسترسازی و غنی سازی محیط فیزیکی و توجه ویژه به جلوه های بصری با مدیریت اجرایی درست در جهت بهبود و ارتقای کیفیت سفر گردشگران کوشش نمایند. در پایان به پژوهشگران آتی پیشنهاد می شود با انجام مطالعات تطبیقی در این قلمرو بین کشور ایران و کشورهای منطقه ای و فرا منطقه ای در راستای قانون مالکیت فکری و نهادینه سازی آن در نظام دانشگاهی با در نظر گیری سایر مؤلفه ها در جهت غنی سازی و از بین بردن موانع گردشگری تفریحی و ورزشی پردازند؛ همچنین علاوه بر استفاده از روش پیمایشی و کیفی به یافته های پژوهش عمق بیشتری دهند.

تعارض منافع

تعارض منافی وجود ندارد.

ORCID

HamidReza

Goharrostami



<https://orcid.org/0000-0002-6518-466X>

Mojtaba

Nakheinezhad



<https://orcid.org/0000-0001-6618-466X>

Yasaman Sadat

Asl Ahmadi



<https://orcid.org/0000-0001-5431-4898>

منابع

۱. آلفته، مرضیه؛ سوادی، مهدی. (۱۳۹۵). شناسایی و اولویت بندی موانع گردشگری ورزشی در فضاهای عمومی شهری. فصلنامه جغرافیا. برنامه ریزی منطقه ای، ۶ (۲۴): ۹۷ - ۸۳ - <https://doi.org/20.1001.1.22286462.1395.6.4.7.6>
۲. آزما، محمدحسن؛ ستوده، فرشاد؛ حمزه لو، عباس؛ شایان مطلع، زهرا؛ مالک اشتر، بهارک. (۱۳۹۶). رابطه مدیریت کیفیت فراگیر بر بهبود عملکرد بازاریابی در شرکت تک کارون، اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی. <https://www.sid.ir/paper/896081/fa>

۳. احسانی، محمد؛ هنرور، افشار؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ هنری، حبیب؛ جردن، فیونا. (۱۳۸۹). تعیین عوامل مهم در کیفیت بسته‌های گردشگری ورزشی در کشور. نشریه مدیریت ورزشی، ۲ (۴): ۲۵ - ۵. https://jism.ut.ac.ir/article_53642.html
۴. اسدی، حسن؛ پور نقی، امین؛ افتخاری، ابراهیم؛ فلاحی، احمد. (۱۳۹۴). مطالعه ابعاد عینی امنیت در گردشگری ورزشی ایران و عملکرد سازمان‌های ورزشی در تأمین و توسعه آن. نشریه مدیریت ورزشی، ۷ (۱): ۱۵ - ۱. <https://doi.org/10.22059/jism.2015.53642>
۵. اسلامی، صدیقه. (۱۳۹۸). شناسایی و رتبه‌بندی موانع اقتصادی گردشگر ورزشی در کشور ایران، نشریات دانشگاه علامه طباطبائی شناسایی و رتبه‌بندی موانع اقتصادی گردشگر ورزشی در کشور ایران. ۸ (۹): ۱۸۰ - ۱۵۲. <https://doi.org/QRSM.2019.11103>
۶. اسلامی، صدیقه؛ همتی، جمشید؛ زرینی، ابراهیم. (۱۳۹۵). شناسایی و رتبه‌بندی موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور ایران. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۱۵ (۳۳): ۲۰۰ - ۱۸۹. <https://doi.org/10.22054/QRSM.2019.11103>
۷. اسماعیلی کیا، رسول؛ عزیزخانی، اقباله؛ عابدینی، صمد. (۱۴۰۳). مقایسه تطبیقی موانع توسعه گردشگری ایران (مورد مطالعه اردبیل و ترابزون). مهندسی جغرافیایی سرزمین، ۸ (۱): ۱۲۰ - ۱۳۵. <https://doi.org/10.22034/JGET.2023.326924.1416>
۸. امینی، علیرضا؛ خوش سپهر، زهرا؛ یوسفی، زیبا. (۱۳۹۸). شناسایی عوامل پیش‌برند و بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در حوزه کارکردی دولت (مورد مطالعه: وزارت ورزش و جوانان)، مطالعات مدیریت دولتی ایران: ۲ (۲۰): ۹۰ - ۶۹. <https://doi.org/10.22034/JIPAS.2019.91582>
۹. امینی، علیرضا؛ دولت‌شاه، پیمان؛ فتاحی، حمیدرضا؛ دانش، مژگان. (۱۳۹۸). تحلیل مسیر از نوآوری بازاریابی تا ارزش ویژه برند در صنعت رستوران. گردشگری و توسعه، ۸ (۱): ۱۳۹ - ۱۲۰. <https://doi.org/10.22034/JTD.2018.141119.1459>
۱۰. بای، علیرضا، گرانمایه پور؛ علی، نصراله‌ی کاسمانی؛ اکبر، شیر، طهمورث. (۱۴۰۱). بررسی موانع توسعه گردشگری در حوزه فضای مجازی. مطالعات رسانه، ۱۷ (۴): ۹۳ - ۱۰۵. <https://doi.org/10.30495/MEDIASTUDIES.2023.70507.1494>
۱۱. بهاران، پوریا؛ فروغی پور، حمید؛ آقائی، نجف. (۱۳۹۹). ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر عوامل اجتماعی؛ مطالعه موردی استان لرستان فصلنامه علوم ورزش، ۱۲ (۳۹): ۹۰ - ۶۶. <https://doi.org/20.1001.1.20087624.1399.12.39.4.7>

تحلیل موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی ... | گوهررستمی و همکاران | ۸۹

۱۲. تبریزی، نازنین؛ نقوی، مریم. (۱۳۹۴). مقایسه تطبیقی استان‌های کلان منطقه شمال ایران با تأکید بر ویژگی‌های ساختاری و امکانات لازم جهت توسعه پایدار گردشگری. فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، ۴(۱۴)، ۴۹-۷۰. <https://ensani.ir/fa/article/518382>
۱۳. جاوید، مجید؛ نقی پور، بهنام؛ الماسی، حسن. (۱۳۹۴). گردشگری ورزشی و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان. مطالعات مدیریت ورزشی، ۷ (۳۲): ۳۲-۱۳. https://smrj.ssrc.ac.ir/article_680.html
۱۴. چقاجردی، ایمان؛ مختاری ملک‌آبادی، رضا؛ جلیلیان، لعیا. (۱۳۹۶). تحلیل نقش توانمندی‌های شهرستان‌های استان اصفهان در توسعه گردشگری ورزشی. علوم جغرافیایی (جغرافیای کاربردی)، ۱۳ (۲۷): ۳۵-۶۰. <https://sid.ir/paper/214386/fa>
۱۵. حسینی، سید صادق. (۱۳۹۳). ارزیابی و آموزش راهنمایان گردشگری در ایران با رویکرد ارائه الگوی آموزشی در سطح دانشگاهی. مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، ۹ (۲۸): ۱۱۵ - ۱۴۴. <https://doi.org/20.1001.1.23223294.1393.9.28.6.4>
۱۶. حیدر زاده، کامبیز؛ نجفی، کبری؛ حسینی، سید علی. (۱۳۹۶). تأثیر کیفیت خدمات گردشگری بر وفاداری به مقصد گردشگری با توجه به نقش میانجی تصویر ذهنی از مقصد گردشگری و رضایت گردشگران، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲ (۴۰): ۱۵۳ - ۱۱۵. <https://doi.org/10.22054/tms.2018.19440.1534>
۱۷. خادم، حسن؛ ارتقاء، سید هادی. (۱۳۸۷). نمودار علت و معلول یکی از ابزارهای بهبود کیفیت، فصلنامه علمی تخصصی گروه دانشگاه امام ر ا (ع)، ۵: ۱۵ - ۱۳. <https://ensani.ir/fa/article/59157>
۱۸. دلشاد، علی، ابوهاشم آبادی، فرزانه، قاسمیان صاحبی، ایمن و اجلی، مهدی. (۱۳۹۷). تحلیلی بر موانع توسعه گردشگری الکترونیک در ایران؛ رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری فازی. کاوش های مدیریت بازرگانی، ۱۰(۱۹): ۱۸۹-۲۱۲. <https://doi.org/20.1001.1.2645386.1397.10.19.9.8>
۱۹. ذوالقدر، مهدی؛ صفانیا، علی محمد؛ فراهانی، ابوالفضل؛ همتی، جمشید. (۱۴۰۱). ارائه الگوی موانع اقتصادی توسعه گردشگری ورزشی ایران با رویکرد ترکیبی. گردشگری و توسعه، ۱۱ (۴): ۱۰۹ - ۹۹. <https://doi.org/10.22034/JTD.2021.290100.2368>
۲۰. صباحی گراغانی، یاسر؛ مرصوصی، نفیسه. (۱۳۹۹). تحلیل نقش موانع انسانی در توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۹(۳۵): ۱۶۲-۱۸۶. <https://doi.org/10.22080/JTPD.2021.18738.3282>

۲۱. صلاحی اصفهانی، گیتی. (۱۳۹۷). گردشگری کشاورزی با محوریت توسعه پایدار روستایی نمونه موردی: انار دهکده قردین ساوه فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، ۷ (۲۷): ۹۸ - ۸۷
<https://sid.ir/paper/513449/fa>
۲۲. طیار، شیما سادات؛ امینی، محمدتقی؛ اردویی، آریا. (۱۳۹۶). تعیین و بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری سلامت ایران با استفاده از ماتریس اهمیت - عملکرد. میراث و گردشگری، ۲ (۵): ۸۵ - ۷۳
<https://sid.ir/paper/257202/fa>
۲۳. عقیلی، امیرعلی؛ عروف زاد، شهرام. (۱۴۰۲). تبیین مؤلفه‌های مدل توسعه گردشگری ورزشی: رویکرد منظر جامعه‌شناختی شهر اصفهان، مطالعات جامعه‌شناختی در ورزش؛ ۳ (۱): ۱۰
<https://doi.org/10.22059/jsm.2021.332897.2833>
۲۴. غلامی، مسعود؛ وظیفه دوست، حسین. (۱۳۹۸). بررسی عوامل مؤثر بر قیمت گذاری صنعت هتلداری در ایران. مدیریت کسب و کار، ۱۱ (۴۳): ۲۵۳ - ۲۳۸
<https://doi.org/20.1001.1.22520104.1398.11.43.13.7>
۲۵. فرازینی، فاتح؛ رضایی صوفی، مرتضی؛ اله حسنی، احسان. (۱۳۹۷). بررسی موانع بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان. مدیریت و توسعه ورزش، ۷ (۳): ۵۶ - ۴۶
<https://doi.org/10.22124/JSMD.2018.3240>
۲۶. قدیمی، بهرام. (۱۳۹۸). بررسی میزان رضایت گردشگران ورزشی از کیفیت امکانات مجموعه ورزشی آزادی تهران. جغرافیایی سرزمین، ۱۶ (۶۴): ۱۳۰ - ۱۲۰
<https://sid.ir/paper/951516/fa>
۲۷. قلی پور سوته، رحمت‌الله؛ امیری، مجتبی؛ ضرغام بروانی، حمید؛ کیانی فیض‌آبادی، زهره. (۱۳۹۷). واکاوی موانع توسعه گردشگری پزشکی در ایران با تأکید بر الزامات سیاست گذاری. گردشگری و توسعه، ۷ (۴): ۸۰ - ۷۳
<https://doi.org/10.22034/JTD.2018.142305.1473>
۲۸. کروی، مهدی؛ محمود زاده، سید مجتبی؛ جزایری، ریحانه. (۱۳۹۹). نقش گردشگری الکترونیک در توسعه گردشگری پزشکی شهر مشهد. برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۲ (۴۲): ۲۷۲ - ۲۳۵
<https://doi.org/10.22054/qjsd.2020.11927>
۲۹. کشتی دار، محمد؛ نظری ترشیزی، احمد؛ حیدری، رضا. (۱۴۰۰). فرا تحلیل مطالعات توسعه گردشگری ورزشی در ایران با رویکرد شناسایی عوامل مؤثر بر آن. نشریه مدیریت ورزشی، ۱۳ (۲): ۵۳۷ - ۵۱۱
<https://doi.org/10.22059/jsm.2020.287023.2309>

تحلیل موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی ... | گوهررستمی و همکاران | ۹۱

۳۰. کوزه چیان، هاشم؛ خطیب زاده، مهدی؛ هنرور، افشار. (۱۳۹۰). نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایتمندی گردشگران ورزشی، پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، ۱ (۲): ۳۲ - ۱۹. <https://sid.ir/paper/206831/fa>

۳۱. کیانی سلمی، صدیقه و صفری، حامد. (۱۳۹۸). تحلیل و بررسی شاخص‌ها و عوامل گردشگری خلاق در بافته‌ای فرسوده شهری اصفهان (نمونه موردی: محله جویبار). ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۹ (۱): ۱۱۵ - ۱۵۲. <https://sid.ir/paper/223367/fa>

۳۲. کیانی سلمی، صدیقه؛ یگانه دستگردی، پریرسا. (۱۳۹۵). شناسایی عوامل مؤثر و اولویت‌بندی فعالیت‌های گردشگری ورزشی با استفاده از فنون تصمیم‌گیری چند معیاره (مطالعه موردی استان چهارمحال و بختیاری)، فصلنامه علمی پژوهشی گردشگر و توسعه، ۵ (۲): ۱۱۴ - ۱۰۴. <https://doi.org/10.22034/JTD.2020.110372>

۳۳. محمدی، جلیل و رستمی؛ دهجلالی، الهام. (۱۳۹۲). نگرشی تحلیلی بر اسناد بالا دستی و ملی توسعه گردشگری کشور، دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان. <https://civilica.com/doc/276631>

۳۴. میرزا زاده، زهرا سادات و عبدالملکی، حسین. (۱۳۹۵). طراحی مدل موانع فراروی توسعه گردشگری ورزشی مشهد. مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، ۱۱ (۳۴): ۲۵ - ۳۹. <https://doi.org/20.1001.1.23223294.1395.11.34.2.6>

۳۵. میرزایی کالار، اکبر؛ همتی نژاد، مهر علی؛ مدنی، سید مهدی؛ رحمانی نیا، فرهاد. (۱۳۹۲). عوامل بازدارنده و سوق‌دهنده گردشگری ورزشی، مجله مدیریت و توسعه ورزش، ۲ (۱): ۸۵ - ۹۵. https://journals.guilan.ac.ir/article_709.html

۳۶. نرگسی، شهین؛ بابکی، روح اله؛ عفتی، مهناز. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران، فصلنامه اقتصاد مالی، ۱ (۴۴): ۶۸ - ۴۱. <https://doi.org/20.1001.1.25383833.1397.12.44.3.3>

۳۷. نوبخت، فرزاد؛ اتقیاء، ناهید؛ امیری، مجتبی؛ اره خانی، حسن؛ اشرفی، نگار. (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل ارائه راهکارهای اجرایی. فصلنامه علوم ورزش، ۶ (۱۳): ۱۲۳ - ۱۰۳. <https://doi.org/20.1001.1.20087624.1393.6.13.6.5>

۳۸. هنرور، افشار. (۱۳۸۳). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران

39. Chen, B., Zhu, Y., He, X., & Zhou, C. (2023). Analysis of High-Quality Tourism Destinations Based on Spatiotemporal Big Data—A Case Study of Urumqi. *Land*, 12(7): 1425. <https://doi.org/10.3390/land12071425>
40. Gregory, A. & Goodall, B. (2013). *Tourist images: marketing considerations*. In *Marketing in the Tourism Industry (RLE Tourism)*: pp. 213-238, Routledge. <https://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3485>
41. Hair, J; Anderson, RE; Tatham, RL & Black, WC. (1995), *Multivariate data analysis*, 4th ed, Prentice-Hall Inc, New Jersey:20-32. Doi: 10.1108/00483481111095555.
42. Hinch, T., & Ito, E. (2018). Sustainable sport tourism in Japan. *Tourism Planning & Development*, 15(1): 96-101. [Doi:2944b9d69fc44db8fd2f4401fd0ad4ef9d36da75](https://doi.org/10.1080/2944b9d69fc44db8fd2f4401fd0ad4ef9d36da75)
43. Ishmael-Robertson, C. A. (2018). What are the key advances in human resource development that tourism in Guyana needs by 2025? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(5): 605-610. <https://www.researchgate.net/publication/327476588>
44. Janse van Rensburg, D. C., Jansen van Rensburg, A., Fowler, P. M., Bender, A. M., Stevens, D., Sullivan, K. O., ... & Botha, T. (2021). Managing travel fatigue and jet lag in athletes: a review and consensus statement. *Sports Medicine*, 51(10): 2029-2050. <http://hdl.handle.net/2263/80892>
45. Malchrowicz-Moško, E. & Poczta, J. (2018). A small-scale event and a big impact—Is this relationship possible in the world of sport? The meaning of heritage sporting events for sustainable development of tourism—Experiences from Poland. *Sustainability*, 10(11), 4289. <https://doi.org/10.3390/su10114289>
46. Mohammadi, Jalil and Rostami Dehjalali, Elha. (2013). Analytical perspective on top-level and national documents of tourism development in the country, the second national conference on tourism and nature tourism in Iran, Hamedan. <https://civilica.com/doc/276631>
47. Nwaogu, F. C. Maduanusi, Henry Chidi (2020). Human Capacity Building and Human Resources as Panacea for Organisational

Effectiveness of Sport Tourism in IMO State, Nigeria. *European Journal of Education Studies*, 7(6):135-160.

<https://www.researchgate.net/publication/317934505>

48. Salimi, M. Moslehi, L. & Labbaf, A. M. (2022). Designing a model of cultural barriers for women's participation in leisure sports activities in sports recreation centers. *Journal of Strategic Sociological Studies in Sport*, 1(1), 1. <https://www.magiran.com/paper/2538828/>
49. Shinde, D. D. Ahirrao, S. & Prasad, R. (2018). Fishbone diagram: application to identify the root causes of student-staff problems in technical education. *Wireless personal communications*, 100(2): 653-664. <https://www.researchgate.net/publication/322749017>
50. Shonk, D. J., & Chelladurai, P. (2008). Service Quality, Satisfaction, and Intent to Return in Event Sport Tourism. *Journal of Sport Management*, 22(5): 587-602. <https://doi.org/10.1123/jsm.22.5.587>
51. Vanhove, N. (2007). A comparative analysis of competition models for tourism destinations. In *Progress in Tourism Marketing* :101-114. Routledge. <https://www.researchgate.net/publication/283378746>
52. Velho Gouveia, José António. (2020). Safety and Security as Premises for the Competitiveness of Coastal and Maritime Tourism. IGI Global.: 19, ch003 DOI: 10.4018/978-1-7998-1522-8.ch003
53. Watanabe, Y. Gilbert, C. Aman, M. S. & Zhang, J. J. (2018). Attracting international spectators to a sports event held in Asia: The case of Formula One Petronas Malaysia Grand Prix. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19(2): 19. <https://eprints.um.edu.my/20389>
54. Weed, M. (2006). The Influence of Policy Makers' Perceptions on Sport-Tourism Policy Development. *Tourism Review International*, 10(4): 227-240. <https://www.researchgate.net/publication/233638596>
55. Zhu, D.S. Lin, C.T. Tsai, C.H. & Wu, J.F. (2010). A Study on the Evaluation of Customers' Satisfaction-the Perspective of Quality:120-135. <https://www.researchgate.net/publication/303263076>

References [In Persian]

1. Alofte, Marzieh; Swadi, Mehdi. (2015). Identification and prioritization of sports tourism obstacles in urban public spaces. *Geography Quarterly. Regional Planning*, 6(24): 97-83. <https://doi.org/20.1001.1.22286462.1395.6.4.7.6>
2. Azma, M. H.; Sotoudeh, Farshad; Hamza Lo, Abbas; Worth knowing, Zahra; Malik Ashtar, Baharak. (2016). The relationship of total quality management on the improvement of marketing performance in Tekkaron company, the first international conference and the third national conference on management and humanities research. <https://www.sid.ir/paper/896081/fa>
3. Ehsani, Mohammad; Hanrour, Afshar; Ruknuddin Eftekhari, Abdul Reza; Henry, Habib; Jordan, Fiona. (2013). Determining important factors in the quality of sports tourism packages in the country. *Journal of Sports Management*, 2 (4): 25-5 https://jsm.ut.ac.ir/article_53642.html
4. Asadi, Hassan; Pour Naghi, Amin; Eftekhari, Ibrahim; Falahi, Ahmed. (2014). Studying the objective dimensions of security in Iran's sports tourism and the performance of sports organizations in its provision and development. *Journal of Sports Management*, 7(1): 1-15. <https://doi.org/10.22059/jsm.2015.53642>
5. Islami, S. (2018). Identification and ranking of economic obstacles for sports tourists in Iran, publications of Allameh Tabatabai University, identification and ranking of economic obstacles for sports tourists in Iran. 8 (9): 180-152. 10.22054 <https://doi.org/QRSM.2019.11103>
6. Islamic, Siddiqa; Hemti, Jamshid; Zarini, Ibrahim. (2015). Identification and ranking of obstacles for sports tourists to enter Iran. *Sports and Youth Strategic Studies*, 15 (33):200-189 <https://doi.org/10.22054/QRSM.2019.11103>.
7. Ismaili Kia, Rasul; Azizkhani, Iqbale; Abedini, Samad. (1403). Comparative comparison of obstacles to the development of tourism in Iran (case study of Ardabil and Trabzon). *Land Geoengineering*, 8(1):120-135 <https://doi.org/10.22034/JGET.2023.326924.1416>
8. Amini, A.; Khosh Sepehr, Zahra; Yousefi, beautiful. (2018). Identification of pre-brand and inhibiting factors of sports tourism development in the functional area of the government (case study: Ministry of Sports and Youth), *Iranian Public Management Studies*: 2 (20):90-69. <https://doi.org/10.22034/JIPAS.2019.91582>

9. Amini, A.; Shah's government, agreement; Fatahi, Hamidreza; Knowledge, Mezhgan. (2018). Analysis of the path from marketing innovation to brand equity in the restaurant industry. *Tourism and Development*, 8(1): 139-120. <https://doi.org/10.22034/JTD.2018.141119.1459>
10. Bay, Alireza, Granmayepour; Ali, Nasralhi Kasmani; Akbar, Shiri, Tahmurt. (2023). Investigating the obstacles to the development of tourism in the field of virtual space. *Media Studies*, 17(4): 93-105. <https://doi.org.10.30495/MEDIASTUDIES.2023.70507.1494>
11. Baharan, Puria; Foroghipour, Hamid; Sir, Najaf. (2019). Providing a sports tourism development model with emphasis on social factors; A case study of Lorestan Province, *Sports Science Quarterly*, 12 (39):90-66. <https://doi.org.20.1001.1.20087624.1399.12.39.4.7>
12. Tabrizi, Nazanin; Naqvi, Maryam. (2014). A comparative comparison of the large provinces of the northern region of Iran with an emphasis on the structural features and necessary facilities for the sustainable development of tourism. *Geographical Journal of Tourism Space*, 4(14), 49-70. <https://ensani.ir/fa/article/518382>
13. Javed, M.; Naqipour, Behnam; Almasi, Hassan. (2014). Sports tourism and its economic effects on host communities. *Sports Management Studies*, 7(32):13-32. https://smrj.ssrc.ac.ir/article_680.html
14. Chagajardi, faith; Mokhtari Malekabadi, Reza; Jalilian, Leia. (2016). Analysis of the role of the capabilities of the cities of Isfahan province in the development of sports tourism. *Geographical Sciences (Applied Geography)*, 13 (27): 35-60. <https://sid.ir/paper/214386/fa>
15. Hosseini, Seyyed Sadegh. (2013). Evaluation and training of tourist guides in Iran with the approach of providing an educational model at the university level. *Tourism Management Studies (Tourism Studies)*, 9 (28): 115 - 144. <https://doi.org/20.1001.1.23223294.1393.9.28.6.4>
16. Heydarzadeh, Kambyz; Najafi, Kabri; Hosseini, Seyyed Ali. (2016). The effect of tourism service quality on loyalty to the tourist destination according to the mediating role of the mental image of the tourist destination and tourists' satisfaction, *Journal of Tourism Management Studies*, 12 (40): 153-115. <https://doi.org/10.22054/tms.2018.19440.1534>
17. Khadim, H.; Promotion, Seyed Hadi. (1387). The cause and effect diagram is one of the quality improvement tools, *Specialized Scientific*

Quarterly of Imam University (AS), 5: 15-13
<https://ensani.ir/fa/article/59157>.

18. Delshad, Ali, Abu Hashem Abadi, Farzaneh, Ghasemian Sahibi, Ayman and Ajali, Mehdi. (2017). An analysis of the obstacles to the development of e-tourism in Iran; Fuzzy interpretive structural modeling approach. *Business Management Studies*, 10(19): 189-212. <https://doi.org/20.1001.1.2645386.1397.10.19.9.8>
19. Zulqadr, Mehdi; Safania, Ali Mohammad; Farahani, Abolfazl; Hemti, Jamshid. (2022). Presenting a model of economic obstacles to the development of sports tourism in Iran with a combined approach. *Tourism and Development*, 11(4):109-99. <https://doi.org/10.22034/JTD.2021.290100.2368>
20. Sabahi Garaghani, Yasser; Maroussi, Nafisa. (2019). Analysis of the role of human obstacles in the development of sustainable tourism in Kerman. *Tourism Planning and Development*, 9(35): 162-186. <https://doi.org/10.22080/JTPD.2021.18738.3282>
21. Salahi Esfahani, Getty. (2017). Agricultural tourism with the focus on sustainable rural development, a case study: Pomegranate of Qardin Saveh village, *Geographical Quarterly of Tourism Space*, 7 (27): 98-87. <https://sid.ir/paper/513449/fa>
22. Tayari, Shima Sadat; Amini, Mohammad Taghi; Urdui, Arya. (2016). Determining and investigating the factors affecting Iran's health tourism using the importance-performance matrix. *Heritage and Tourism*, 2 (5): 85-73. <https://sid.ir/paper/257202/fa>
23. Aghili, Amir Ali; Arufzad, Shahram. (2023). Explanation of the components of the sports tourism development model: the approach of the sociological landscape of Isfahan city, *sociological studies in sports*; 3 (1): 10 <https://doi.org/10.22059/jsm.2021.332897.2833>
24. Gholami, M.; Dost's duty, Hussain. (2018). Investigating factors affecting hotel industry pricing in Iran. *Business Management*, 11(43): 253-238. <https://doi.org/20.1001.1.22520104.1398.11.43.13.7>
25. Faraziani, Fateh; Rezai Sufi, Morteza; Elah Hosni, Ehsan. (2017). Investigating the obstacles preventing the development of sports tourism in Kurdistan province. *Sport Management and Development*, 7(3): 56-46. <https://doi.org/10.22124/JSMD.2018.3240>
26. Ghadimi, Bahram. (2018). Investigating the level of satisfaction of sports tourists with the quality of the facilities of Azadi Sports Complex in

- Tehran. Land Geography, 16 (64): 120-130.
<https://sid.ir/paper/951516/fa>
27. Qolipour Sote, Rahmatullah; Amiri, Mojtaba; Zargham Barwani, Hamid; Kayani Faizabadi, Zahra. (2017). Analyzing the obstacles to the development of medical tourism in Iran with an emphasis on policy requirements. *Tourism and Development*, 7 (4): 80.
<https://doi.org/3610.22034/JTD.2018.142305.1473>
28. Karroubi, Mehdi; Mahmoudzadeh, Seyyed Mojtabi; Jazayeri, Reyhane. (2019). The role of electronic tourism in the development of medical tourism in Mashhad. *Welfare Planning and Social Development*, 12(42):272-235. <https://doi.org/10.22054/qjds.2020.11927>
29. Keshtidar, Muhammad; Nazari Tarshizi, Ahmed; Heydari, Reza. (2022). Meta-analysis of sports tourism development studies in Iran with the approach of identifying factors affecting it. *Journal of Sports Management*, 13(2): 537-511.
<https://doi.org/10.22059/jsm.2020.287023.2309>
30. Kuzechian, Hashem; Khatibzadeh, Mehdi; Hanrou, Afshar. (2012). The role of tourism service quality dimensions in the satisfaction of sports tourists, *Sports Management and Movement Sciences Research*, 1 (2): 19-32. <https://sid.ir/paper/206831/fa>
31. Kayani Salmi, Siddiqa and Safari, Hamed. (2018). Analysis and investigation of indicators and factors of creative tourism in a worn-out urban fabric of Isfahan (case example: Joibar neighborhood). *Innovation and creativity in human sciences*, 9 (1): 115-152.
<https://sid.ir/paper/223367/fa>
32. Kayani Salmi, Siddiqa; The only trick, Parisa. (2015). Identifying effective factors and prioritizing sports tourism activities using multi-criteria decision-making techniques (case study of Chaharmahal and Bakhtiari province), *Tourism and Development Research Quarterly*, 5 (2): 114-104. <https://doi.org/10.22034/JTD.2020.110372>
33. Mohammadi, Jalil and Rostami; Dehjalali, Elham. (2012). Analytical perspective on the high-level and national documents of tourism development of the country, the second national conference on tourism and nature tourism of Iran Zameen, Hamedan.
<https://civilica.com/doc/276631>
34. Mirzazadeh, Zahra Sadat and Abdulmaleki, Hossein. (2015). Designing a model of obstacles to the development of sports tourism in Mashhad. *Tourism Management Studies (Tourism Studies)*, 11 (34):25-39.
<https://doi.org/20.1001.1.23223294.1395.11.34.2.6>

35. Mirzaei Kalar, Akbar; Hemtinejad, Mehr Ali; Madani, Seyyed Mehdi; Rahmaniya, Farhad. (2012). Inhibiting and driving factors of sports tourism, *Journal of Sports Management and Development*, 2 (1): 85-95. https://journals.guilan.ac.ir/article_709.html
36. Nargasi, Sh.; Babaki, the soul of Allah; Chastity, Mahnaz. (2017). Investigating the relationship between tourism, economic growth, and financial development in Iran, *Financial Economics Quarterly*, 1 (44): 41-68. <https://doi.org/20.1001.1.25383833.1397.12.44.3.3>
37. Nobakht, Farzad; Atghaya, Nahid; Amiri, Mojtaba; Arekhani, Hassan; Ashrafi, Negar. (2013). Investigating effective factors in the development of sports tourism in Ardabil province, providing implementation solutions. *Sports Science Quarterly*, 6 (13): 123-103. <https://doi.org/20.1001.1.20087624.1393.6.13.6.5>
38. Honrvar, A. (2004). Investigating the factors affecting the development of tourism due to the holding of international sports events in the country. Master's thesis, Tarbiat Moalem University, Tehran

استناد به این مقاله: گوهر رستمی، حمیدرضا، نخعی نژاد، مجتبی، اصل احمدی، یاسمن سادات. (۱۴۰۳). تحلیل موانع کیفیت گردشگری تفریحی - ورزشی بر اساس نمودار استخوان ماهی در استان گیلان. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۹(۶۵)، ۶۳ - ۹۸.

doi: 10.22054/tms.2024.76749.2894



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