

طراحی مدل توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی (مطالعه موردی: استان لرستان)

پوریا بهاران^۱
حمید فروغی پور^۲
نجف آقایی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۲۱

هدف از این پژوهش، طراحی مدل توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی در استان لرستان است. روش تحقیق این مطالعه، توصیفی از نوع پیمایش مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری و به لحاظ هدف از نوع کاربردی است که به شکل میدانی اجرا شد. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی گردشگران ورزشی در استان لرستان بود که با توجه به فرمول کوکران و روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای در مرحله اول و روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس در مرحله دوم، ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده های پژوهش بر اساس نظرات خبرگان در چهار بعد زیرساختی، جاذبه های طبیعی، اکولوژی و فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان می باشد. این پرسشنامه ها از لحاظ روایی صوری و محتوایی مورد تأیید اساتید و صاحب نظران متخصص این رشته قرار گرفت. مقدار پایایی ابعاد پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ در بعد زیر ساخت (۰/۹۶)، جاذبه های طبیعی (۰/۹۵) اکولوژی (۰/۹۰) و فعالیت ورزشی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

۲. استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار، گروه تربیت بدنی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

(۰/۹۵) گزارش شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی جدول، نمودار، میانگین و انحراف معیار و استنباطی آزمون چولگی و کشیدگی، آزمون تی و سوارا و مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج آزمون t نشان داد عوامل طبیعی مورد بررسی در این مطالعه به ترتیب بعد زیرساختی (۲۳/۸۶۲)، جاذبه های طبیعی (۲۰/۹۲۸)، اکولوژی (۲۷/۹۰۷) و فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان (۲۲/۳۷۴) بر توسعه گردشگری ورزشی در استان لرستان تاثیر داشته اند. از این رو، می توان نتیجه گرفت که مسئولان مرتبط جهت طراحی مدل توسعه گردشگری باید به کلیه شاخص های عوامل طبیعی توجه نمایند.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری ورزشی، عوامل طبیعی، بعد زیرساختی و بعد اکولوژی

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد است و به عنوان گسترده ترین صنعت خدماتی جهان، جایگاه ویژه‌ای دارد. از این رو، بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی هستند (لطفی نیا، ۱۳۹۷).

صنعت توریسم از سال ۲۰۰۱ شناخته شده و جهانگردی ورزشی را به عنوان صنعتی جهانی آغاز کرده است. جهانگردی ورزشی، تجربه سفر برای مشارکت یا مشاهده فعالیت‌های مرتبط با ورزش به عنوان یک بازار مهم گردشگری جهان شناخته شده است. سفرهای ورزش محور، در طی دو دهه گذشته به طرز چشمگیری رشد کرده است، اما اخیراً در کانون تحقیقات متمرکز دانشگاهی قرار گرفته است (واسمات^۱ و همکاران، ۲۰۱۹).

صنعت گردشگری، یکی از مهم ترین فعالیت‌های اقتصادی در سراسر جهان به شمار می‌آید (نیک نژاد و همکاران، ۱۳۹۴) که در صورت مهیا بودن زیرساخت‌ها، تغییرات اجتماعی، محیطی و اقتصادی فراوانی را به دنبال داشته است و نقش مهمی در ترغیب سرمایه گذاری در زیرساخت‌ها، ایجاد درآمد برای دولت و اشتغال زایی به همراه دارد (کمایی زاده و رضایی، ۱۳۹۴). توسعه و بالندگی صنعت گردشگری در کشور، سبب ترکیب و به کارگیری هم زمان منابع داخلی و خارجی خواهد شد و با فراهم آوردن فرصتی راهبردی، به اقتصاد محلی تنوع بخشیده، موجب اشتغال زایی، ایجاد درآمد و افزایش ارزش منابع واردشونده به محیط محلی می‌شود. صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی از جمله: بیکاری بالا، محدودیت منابع انرژی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، از اهمیت بیشتری برخوردار است (نجفی و همکاران، ۱۳۹۸). ایران از جمله کشورهایی است که ذخایر نفتی آن به عنوان منبع اصلی درآمد شناخته می‌شود. از سوی دیگر، کشور ایران از لحاظ غنی بودن آثار تاریخی و طبیعی جزو ده کشور اول توریستی جهان محسوب می‌شود که می‌توان از این فرصت به منظور پایداری در اقتصاد استفاده کرد؛ ولی متأسفانه فقط شش درصد درآمد توریستی دنیا نصیب کشور ما شده که این امر نیازمند برنامه ریزی به منظور توسعه صنعت گردشگری است (جلالی و خادم الحسین، ۱۳۹۴).

طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۱۷ تعداد گردشگران بین‌المللی به بیش از ۱/۳ میلیارد نفر و درآمد حاصل از این صنعت بالغ بر ۱/۲۳ تریلیون دلار رسیده است. این میزان به معنی افزایش ۴/۲ درصدی سرانه تا سال ۲۰۲۱ است که طبق پیش بینی‌ها به ۲۸۶۰ میلیارد دلار آمریکا می‌رسد. بر این اساس باید بگوییم که امروزه صنعت گردشگری به یکی از صنعت‌های سودآور دنیا تبدیل شده است. صنعت گردشگری به ویژه به منظور گذران اوقات فراغت یکی از نیازهای اصلی انسان محسوب می‌شود؛ به طوری که این پدیده با تخصیص ۱۰ درصد جمعیت جهان، جابه جایی صلح آمیز تاریخ بشر محسوب می‌شود (سازمان جهانی گردشگری^۲، ۲۰۱۸).

1. Vasmat, Ta

2. World Tourism Organization

النا بوگان^۱ در تحقیقی با عنوان «ویژگی های توسعه گردشگری ورزشی در بخارست رومانی» به دنبال تاثیرات مثبت گردشگری ورزشی در مورد سیاست جامعه و اقتصاد محلی منطقه مورد مطالعه بود و افزایش آگاهی در مورد اهمیت این نوع گردشگری و امکان توسعه آن در مکان های دارای پتانسیل مشابه بود. نتایج این پژوهش نشان داد که جذب گردشگران ورزشی مزایای ملموس و نامحسوسی در ارزش پول محلی و زیرساخت جامعه محلی دارد و تجربه های فرهنگی جدیدی را برای میزبان به ارمغان می آورد (النا بوگان، ۲۰۱۹).

با توجه به اهمیت و اعتبار دو مقوله گردشگری و ورزش، مدیران و مسئولان این دو بخش برای رسیدن به اهداف خود (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) به گردشگری ورزشی متوسل شدند و این صنعت را به عنوان بعدی در نظر گرفتند که می توان از طریق آن علاوه بر ایجاد اشتغال و رونق اقتصادی، به پیشرفت کشور نیز کمک کرد (امینی و همکاران، ۱۳۹۸).

منابع جهانگردی شامل منابع طبیعی، منابع فرهنگی و منابع انسان ساخت می باشند که خود به نحوی اشکال مختلف جهانگردی را ایجاد می نماید. سرمایه ملی تواریسم هر کشور همانا جاذبه های توریستی آن کشور است؛ یعنی جاذبه های فرهنگی (محل ها و نواحی جالب باستان شناسی، آثار و ابنیه تاریخی، موزه ها، مظاهر فرهنگ جدید، موسسات سیاسی و فرهنگی و...)، سنت ها (جشنواره های ملی، هنر و صنایع دستی، موسیقی، فرهنگ عامه، آداب و رسوم بومی و...)، مناظر زیبا (دورنماهای چشم گیر نواحی زیبای طبیعی، پارک های ملی حیات وحش، حیوانات و پرندگان، سواحل دریا، مراکز کوهستانی و...)، پذیرایی و تفریحات (مشارکت در ورزش و تماشای پارک های سرگرمی و تفریحی، باغ وحش و آبنما، سینما، زندگی شبانه و...) و سایر جاذبه های آب و هوایی، مراکز درمانی چون چشمه های آب معدنی، جاذبه های خرید و... (ملک حسینی، ۱۳۹۶). یکی از مهمترین عواملی که بر توسعه گردشگری ورزشی يك کشور اثرگذار است، منابع طبیعی می باشد. منابع طبیعی شامل آب و هوا، سواحل، دریا و امتداد ساحلی، گیاهان و حیوانات خاص، رودها، دریاچه ها، جنگل ها، کوه ها، غارها، آبشارها، چشم اندازها و مناظر پنهان است. برخی از فعالیت های ورزشی تفریحی که در این جاذبه های طبیعی ورزشی انجام می شوند و بر توسعه گردشگری ورزشی مؤثر هستند عبارت اند از: شکار، ماهی گیری بر روی رودخانه و دریاچه، راهپیمایی، اسب سواری، کوهنوردی، کانوسواری، قایقرانی آب های آرام و خروشان، ورزش های کنار ساحل، اسکی روی آب، قایق سواری، موج سواری، گلف، تیراندازی و شنا (فلاحی و همکاران، ۱۳۹۲).

جکرر^۲ در تحقیقی با عنوان «فرایند انتخاب استراتژی توسعه گردشگری ورزشی متناسب با منابع طبیعی» (مطالعه موردی: آب گرم های طبیعی موجود در بوسنی و هرزگوین) این نکته را مورد تاکید قرار داد که برای جذب گردشگر و حفظ حواشی رقابتی باید روند ها و تغییرات نیازهای گردشگران را به دقت مورد مطالعه قرار داد و یکی از عوامل مهم در جذب گردشگران را داشتن مکان های مجلل به خصوص برای گردشگران جوان در نزدیکی چشمه های آب گرم دانست. این تحقیق همچنین نشان داد مراقبت از سلامت و رفاه جسمانی اخیراً در

کانون توجه مصرف کنندگان گردشگری ورزشی قرار داشته است (جکر و همکاران، ۲۰۲۰). وجود عوامل مهمی نظیر جاذبه‌های گردشگری اعم از تاریخی، فرهنگی و طبیعی تاسیسات و امکانات روبنایی و زیربنایی از قبیل شبکه حمل و نقل، اقامتگاه‌ها و مراکز پذیرایی ضروری است و بدون وجود این امکانات رفاهی حتی با داشتن بهترین جاذبه‌های طبیعی و تاریخی جهان نمی‌توان انتظار رشد این صنعت را داشت (رحیمی، ۱۳۹۶).

یکی از مباحث مهم و اساسی در برنامه ریزی گردشگری، تعیین جایگاه و وضعیت موجود این صنعت در یک منطقه است. این امر با ارزیابی مناطق نمونه گردشگری و شناسایی مناطق مستعد امکان پذیر است، چراکه این مرحله می‌تواند خط مشی توسعه و برنامه‌های آینده گردشگری را ترسیم کند (نجفی و همکاران، ۱۳۹۸). نورول^۱ و همکاران در تحقیقی با عنوان «توسعه پایدار گردشگری ورزش‌های آبی در مالزی با تاکید بر بعد اقتصادی»، هدف تحقیق را مشخص کردن تاثیر ابعاد مالی برای حفظ روند جذب گردشگر ورزشی در رابطه با عرضه و تقاضاهای ورزش‌های آبی دانستند. همچنین این محققان به دنبال ارائه فهرستی از فعالیت‌های ورزشی بودند که امکان استفاده از زیربنای لازم آن ورزش در منطقه مورد مطالعه وجود داشته باشد و بالاترین ضریب جذب گردشگر ورزشی را با تاکید بر بعد هزینه‌ها برای گردشگران ایجاد کنند (نورول و همکاران، ۲۰۲۰).

اجرای طرح‌های توسعه گردشگری، در مراحل مختلف همچون: انتخاب و تعیین محل و ایجاد امکانات و تاسیسات زیربنایی در رابطه با محیط است و به عنوان رکن اصلی جریان گردشگری در تبلور فضایی برای جذب گردشگر نقش مهمی ایفا می‌کند. محیط، بسیاری از جاذبه‌ها را شکل می‌دهد و پیشبرد توسعه جریان گردشگری به کیفیت محیط مورد بازدید بستگی دارد (مجیدی ده‌شیخ و سایر، ۱۳۹۶).

آنچه مسلم است کشور ایران با وجود داشتن ظرفیت‌های بسیار در زمینه گردشگری ورزشی، متأسفانه هنوز نتوانسته است به جایگاه و اعتبار واقعی خود در این زمینه دست یابد، چرا که سهم گردشگری کشور که گردشگری ورزشی نیز جزئی از آن محسوب می‌شود از تولید ناخالص ملی تنها یک درصد است (کوزه چیان و همکاران، ۱۳۹۴).

بر این اساس، انتخاب مکان مناسب و مستعد برای یک فعالیت نیازمند تحقیق در مکان از دیدگاه‌های مختلف است. از این رو مسائل مطرح شده در زمینه گردشگری، یکی از طرح‌های ایجاد شده در کشور، تلاش برای شناسایی مناطق مستعد گردشگری و برنامه ریزی و ایجاد مناطق نمونه گردشگری بوده است. در همین راستا، وجود جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بی‌شمار در استان لرستان، از یک سو و شناسایی عوامل تاثیر گزار در جذب گردشگر، از سوی دیگر می‌توانند نقش مهمی در رونق صنعت گردشگری در این استان داشته باشند. وقتی سخن از گردشگری ورزشی متناسب با منابع طبیعی در میان باشد، مسلم است که استان لرستان در رده‌های بالایی قرار می‌گیرد. استان لرستان با توجه به دارا بودن مناطق ممتاز گردشگری طبیعی مانند دریاچه گهر، آبشارهای زیبا، طبیعتی چشمگیر و مناسب برای انواع فعالیت ورزشی، تاریخ کهن و میراث فرهنگی کم نظیر، دارای قابلیت‌های بسیار زیاد برای جذب گردشگر ورزشی است. بی تردید، گردشگری ورزشی

می تواند بر اقتصاد منطقه تاثیر قابل توجهی داشته باشد و در از بین بردن فاصله اقتصادی بین استان لرستان با دیگر استان های موفق در جذب گردشگر ورزشی و توسعه پیشرفت اقتصادی و اجتماعی منطقه نقش مهمی ایفا کند. از آنجا که صنعت گردشگری ورزشی در استان لرستان و جذب کم گردشگران ورزشی به نسبت پتانسیل بالای استان، این ضرورت احساس شد که در چهارچوب یک تحقیق جامع اقدام گردد. از این رو، با در نظر گرفتن مزایای منتخب توسعه صنعت گردشگری در شاخه گردشگری ورزشی شامل جاذبه های طبیعی، عوامل زیر ساختی و ورزش های متناسب با طبیعت منطقه، تحقیقی صورت گرفت تا از نتایج آن در توسعه هر چه بیشتر گردشگری ورزشی در استان لرستان استفاده گردد. بر این اساس، این مطالعه به بررسی و ارائه مدلی جهت تبیین عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی در استان لرستان می پردازد.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق این مطالعه، توصیفی از نوع پیمایش مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری و به لحاظ هدف، از نوع تحقیقات کاربردی بود که به شکل میدانی اجرا شد. به منظور دستیابی به طراحی مدل مطلوب توسعه گردشگری ورزشی، از مصاحبه و نظرسنجی خبرگان (روش دلفی) استفاده گردید. همچنین از روش پیمایش مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در چهارچوب راهبردها و روش های مورد اشاره، از ابزارهای مختلفی از جمله بررسی کتابخانه ای، مصاحبه و انجام مصاحبه های اکتشافی با تعدادی از خبرگان و اساتید دانشگاه که حوزه فعالیت آنها مرتبط با مباحث مدیریت گردشگری و مدیریت ورزشی و جغرافیای شهری بود، گردانندگان تورهای گردشگری فعال در این حوزه، گردشگران داخلی و خارجی حاضر در استان و مدیران دستگاه های مرتبط با گردشگری بهره گیری شد. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه بود که پس از نهایی سازی مدل به شیوه فوق، به منظور اجرای پیمایش در پرسشنامه اصلاحاتی انجام و اجرا شد که مدل توسعه گردشگری ورزشی را بر مبنای مدل پژوهش، مورد آزمون قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی گردشگران ورزشی در استان لرستان می باشند که تعداد آنها در زمره جوامع نامحدود به شمار می آید.

با توجه به گستردگی جامعه آماری و نامشخص بودن تعداد آن، نمونه آماری بر اساس روش کوکران ۳۸۴ نفر از گردشگران ورزشی در استان لرستان در نظر گرفته شدند که به صورت تصادفی خوشه ای چند مرحله ای انتخاب گردیدند. روش نمونه گیری در این مطالعه چند مرحله ای بوده که مرحله اول روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای و مرحله دوم روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس می باشد؛ به این صورت که شهرهای استان لرستان به چند طیف جمعیتی تقسیم بندی شدند و از بین شهرهای هر دسته، یکی از شهرها با قرعه کشی جهت توزیع پرسشنامه ها انتخاب گردید. در نتیجه، شهرهای خرم آباد، بروجرود، دورود، ازنا و الشتر انتخاب شدند. برای انتخاب آزمودنی ها در هر طبقه به صورت در دسترس - از شیوه های نمونه گیری غیر احتمالی - و به منظور جمع آوری داده ها به روش میدانی، از ابزار پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. این بخش شامل دو بعد است: «پرسشنامه اطلاعات جمعیت شناختی» که حاوی سؤالاتی در مورد ویژگی های جمعیتی گردشگران از

قبیل جنسیت، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات و بهترین ماه برای گردشگری است؛ (پرسشنامه تخصصی) که شامل ۲۶ گویه براساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت می باشد و شامل چهار بعد زیرساختی، جاذبه های طبیعی، اکولوژی و فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان است.

برای تعیین روایی صوری و محتوایی، پرسشنامه های تحقیق مورد تایید اساتید دانشگاه ها و صاحب نظران متخصص این رشته قرار گرفته است. به منظور تأیید متجانس بودن گویه های پرسشنامه از نظر محتوا و ابعاد زیربنایی، تحلیل عاملی تأییدی روی مقیاس ها انجام شد که با توجه به نتایج به دست آمده مقدار آماره t نیز در تمامی موارد بزرگتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ است و نشان می دهد گویه های مذکور به درستی این سازه را مورد سنجش قرار می دهند و روایی سازه پرسشنامه های بازنگری شده، در نهایت تایید شد.

به منظور تعیین پایایی پرسشنامه نیز ابتدا ۴۰ پرسشنامه (به صورت پیش آزمون) بین اعضای نمونه آماری توزیع گردید و با استفاده از نرم افزار SPSS، ضرایب تک تک متغیرها محاسبه گردید که نتایج نشان داد میزان پایایی مولفه ها به شرح زیر است: مولفه های زیرساختی ۰/۹۶، جاذبه های طبیعی ۰/۹۵، اکولوژی ۰/۹۰، و فعالیت ورزشی ۰/۹۵. چون مقدار آلفا برای تک تک ضرایب بیشتر از مقدار ۰/۷ گزارش شد، لذا پرسشنامه ها از پایایی مطلوب برخوردار هستند.

تجزیه و تحلیل داده ها در این مطالعه در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی انجام گرفته است؛ بدین صورت که پس از استخراج داده های پرسشنامه، ابتدا جهت بررسی متغیرهای جمعیت شناختی از روش های توصیفی و در بخش استنباطی از روش دلفی، آزمون کلموگروف-اسمیرنوف و شاخص چولگی و کشیدگی جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها و آزمون t -تک نمونه ای جهت بررسی وضعیت متغیرها و آزمون سوارا جهت رتبه بندی متغیرها با کمک نرم افزار SPSS (نسخه ۲۱) و تحلیل عاملی تأییدی به کمک نرم افزار Lisrel (نسخه ۸/۸) مورد استفاده قرار گرفت.

یافته های پژوهش

جدول ۱، توزیع فراوانی و درصد فراوانی نمونه های تحقیق را بر اساس ویژگی های جمعیت شناختی نشان می دهد.

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصد فراوانی ویژگی های جمعیت شناختی

شاخص	وضعیت	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۲۷۳	۷۱/۱
	مرد	۱۱۱	۲۸/۹
وضعیت تاهل	مجرد	۱۶۰	۴۱/۷
	متاهل	۲۲۴	۵۸/۳

۱۴/۱	۵۴	دیپلم	سطح تحصیلات
۱۳/۵	۵۲	فوق دیپلم	
۴۹/۷	۱۹۱	لیسانس	
۲۲/۷	۸۷	فوق لیسانس	
۱۷/۲	۶۶	فروردین-اردیبهشت	بهترین ماه برای گردشگری
۲۲/۹	۸۸	خرداد-تیر	
۱۱/۵	۴۴	مرداد-شهریور	
۴۱/۷	۱۶۰	آذر-دی	

با توجه به جدول بالا، از مجموع ۳۸۴ نفر نمونه تحقیق، ۷۱/۱ درصد افراد را زن و ۲۸/۹ درصد افراد را مرد تشکیل می‌دادند و ۴۱/۷ درصد افراد مجرد و ۵۸/۳ درصد متأهل بودند. از نظر تحصیلات نیز بیشترین رده مربوط به لیسانس با ۴۹/۷ درصد بوده است. همچنین مشخص شد ۱۷/۲ درصد نمونه تحقیق فروردین-اردیبهشت، ۲۲/۹ درصد خرداد-تیر، ۱۱/۵ درصد مرداد-شهریور، و ۴۱/۷ درصد آذر-دی را بهترین ماه برای گردشگری اظهار داشتند. همچنین نتایج آمار جمعیت شناختی خبرگان تحقیق نشان داد که ۲۰ نفر مرد و ۲۰ نفر زن بودند که ۵۰ درصد آنان مجرد و ۵۰ درصد نیز متأهل بودند. همچنین از نظر تحصیلات نیز بیشترین رده مربوط به لیسانس و فوق لیسانس با ۵۲/۵ درصد بوده است.

در این پژوهش جهت بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش از آزمون کلموگروف-اسمیرونوف و شاخص‌های چولگی و کشیدگی آنها استفاده شد.

جدول ۲: بررسی نرمال بودن متغیرها

متغیر	آماره کولموگروف	سطح معنی داری	چولگی	کشیدگی
زیرساختی	۰/۷۵۹	۰/۶۱۲	-۰/۹۸۵	۰/۵۲۵
جاذبه‌های طبیعی	۰/۹۴۴	۰/۳۳۵	-۰/۷۸۲	۰/۲۵۵
اکولوژی	۱/۰۲۱	۰/۱۲۴	-۰/۱۱۴	-۱/۰۵۶
فعالیت ورزشی	۱/۲۶۳	۰/۰۹۵	-۰/۴۵۲	-۰/۵۹۶

با توجه به نتایج جدول ۲، بنابر نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنف، چون مقدار سطح معنی داری برای ابعاد فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی، امنیت، زیرساختی، جاذبه‌های طبیعی، تبلیغات، اکولوژی، خدمات گردشگری و فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان، بزرگتر از مقدار خطا $0.05 > sig$ می باشد پس فرض صفر تایید می شود و کلیه متغیرها دارای توزیع نرمال می باشند.

در ادامه به منظور تعیین رتبه بندی ابعاد توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر منابع طبیعی، از آزمون فریدمن استفاده گردید.

جدول ۳: رتبه بندی ابعاد توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر منابع طبیعی

تعداد	آماره کای دو	درجه آزادی	سطح معنی داری (sig)	میزان خطا
۳۸۴	۱۰۴۳/۳۴۰	۸	۰/۰۰۰*	۰/۰۵

۲۶۳

با توجه به نتایج جدول ۳، چون مقدار سطح معنی داری محاسبه شده کوچکتر از مقدار خطا $0.05 > sig$ می باشد، پس فرض یک که دست کم دو بعد از ابعاد توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر منابع طبیعی متفاوت هستند، نتیجه می شود. در ادامه جهت بررسی اثربخشی عوامل طبیعی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی از آزمون t -تک نمونه ای استفاده شد.

جدول ۴: نتایج آزمون تی اثربخشی عوامل طبیعی موثر بر توسعه گردشگری

فاصله اطمینان ۹۵%	سطح معنی داری (sig)		درجه آزادی	آماره t	میانگین	بعد
	حد بالا	حد پایین				
۱/۰۴	۰/۸۸	۰/۰۰۱	۳۸۳	۲۳/۸۶۲	۳/۹۶	زیرساخت
۰/۹۶	۰/۸	۰/۰۰۱	۳۸۳	۲۰/۹۲۸	۳/۸۸	جاذبه‌های طبیعی
۰/۹۸	۰/۸۵	۰/۰۰۱	۳۸۳	۲۷/۹۰۷	۳/۹۱	اکولوژی
۰/۹	۰/۷۵	۰/۰۰۱	۳۸۳	۲۲/۳۷۴	۳/۸۳	فعالیت ورزشی مناسب

نتایج آزمون تی نشان داد مقدار سطح معنی داری برای هر چهار عامل کمتر از مقدار خطای $0.05 > sig$ است و همچنین مقدار قدر مطلق آماره "t" برای این چهار عامل به ترتیب برابر است با: زیرساخت‌های جامعه میزبان (۲۳/۸۶۲)، جاذبه‌های طبیعی جامعه میزبان (۲۰/۹۲۸)، اکولوژی جامعه میزبان (۲۷/۹۰۷) و فعالیت ورزشی

مناسب جامعه میزبان (۲۲/۳۷۴) که از مقدار جدول ۱/۹۶ بیشتر هستند. پس می توان چنین برداشت کرد که میانگین این ابعاد، اختلاف معنی داری با عدد ۳ دارند. لذا این ابعاد بر توسعه گردشگری ورزشی (منابع طبیعی) در حد زیادی اثربخش بوده اند. در ادامه، جهت انجام تحلیلی مقایسه ای و برای اطمینان از نتایج اولویت بندی، مولفه های گردشگری ورزشی با روش سوارا نیز تعیین اولویت شد. در روش سوارا، ابتدا کارشناسان، معیارها را به ترتیب اهمیت مرتب می کنند. مهمترین معیار ابتدا قرار می گیرد و امتیاز یک را می گیرد. در نهایت، مولفه های گردشگری ورزشی براساس مقادیر متوسط اهمیت نسبی رتبه بندی می شوند. پس ابتدا مولفه های گردشگری ورزشی براساس میزان اهمیت مرتب شدند. سپس اهمیت نسبی هر معیار نسبت به معیارهای قبلی مشخص گردید. این مقادیر در ستون «متوسط اهمیت نسبی» در جدول ۵ درج شده است که همان (S_i) می باشد.

جدول ۵: اولویت بندی مولفه های گردشگری ورزشی با روش سوارا

وزن نرمال	وزن اولیه	Kj	متوسط اهمیت نسبی	کد معیار
۰/۱۹۴	۱	۱	۱	زیرساختی
۰/۱۶۸	۰/۸۶۲	۱/۱۶	۰/۱۶	اکولوژی
۰/۱۲۸	۰/۶۵۸	۱/۳۱	۰/۳۱	جاذبه های طبیعی
۰/۱۲۲	۰/۶۲۷	۱/۰۵	۰/۰۵	فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان
۱	۵/۱۴۴	جمع کل		



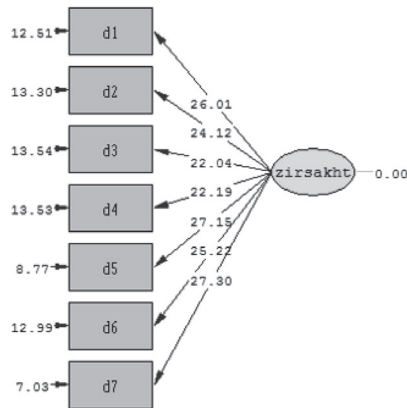
نمودار ۱: وزن نهایی مولفه های گردشگری ورزشی با روش سوارا

با توجه به نتایج جدول ۵، از میان ابعاد توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر منابع طبیعی، بعد زیرساختی در رتبه اول، اکولوژی در رتبه دوم، جاذبه های طبیعی در رتبه سوم و فعالیت های ورزشی مناسب با طبیعت لرستان در رتبه چهارم قرار گرفته اند. در ادامه مدل ساختاری توسعه گردشگری ورزشی بر تاکید بر منابع طبیعی مورد بررسی قرار گرفت.

در این مطالعه، تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر در نرم افزار آماری لیزرل، برای

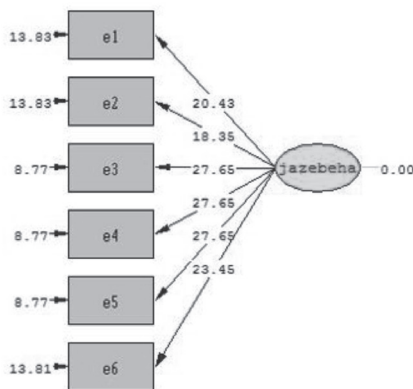
آزمون معناداری عامل ها به کار برده شد. لازم بود که قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیات، از صحت مدل اندازه‌گیری اطمینان حاصل شود. در بررسی هر کدام از مدل ها، قبل از تایید روابط ساختاری از مناسب بودن و برازش مطلوب مدل اندازه‌گیری اطمینان حاصل گردید. با توجه به اشکال ۱ تا ۴، مقدار آماره t نیز در تمامی ابعاد مورد بررسی مدل، بزرگتر از مقدار بحرانی $1/96$ بوده است که نشان می‌دهد گویه‌های مذکور به درستی این سازه را مورد سنجش قرار می‌دهند و در مدل باقی می‌مانند. همچنین شاخص‌های برازندگی مدل فوق در دامنه قابل قبول قرار گرفته است. بنابراین تناسب داده‌های گردآوری شده با مدل مطلوب است. لذا برازندگی مدل نهایی قابل تایید می‌باشد و مدل ابعاد مورد بررسی از بهینگی و برازش لازم برخوردار است.

۲۶۵



Chi-Square=33.05, df=14, P-value=0.00000, RMSEA=0.081

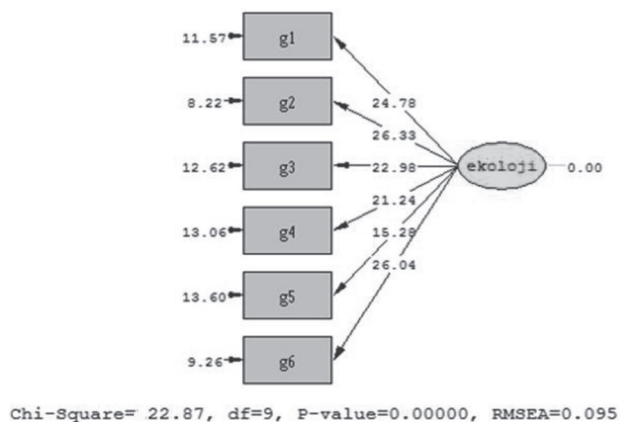
شکل ۱: تحلیل عاملی تاییدی بعد زیرساختی



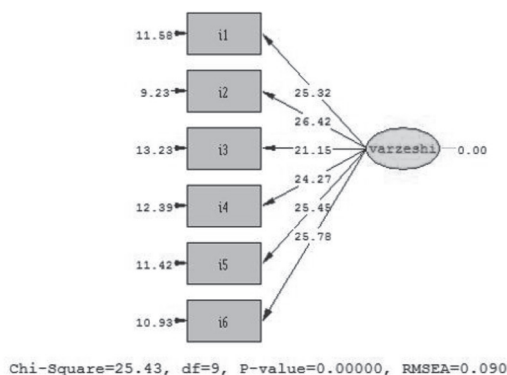
Chi-Square=24.53, df=9, P-value=0.00000, RMSEA=0.089

شکل ۲: تحلیل عاملی تاییدی بعد جاذبه‌های طبیعی

طراحی مدل توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی (مطالعه موردی: استان لرستان)



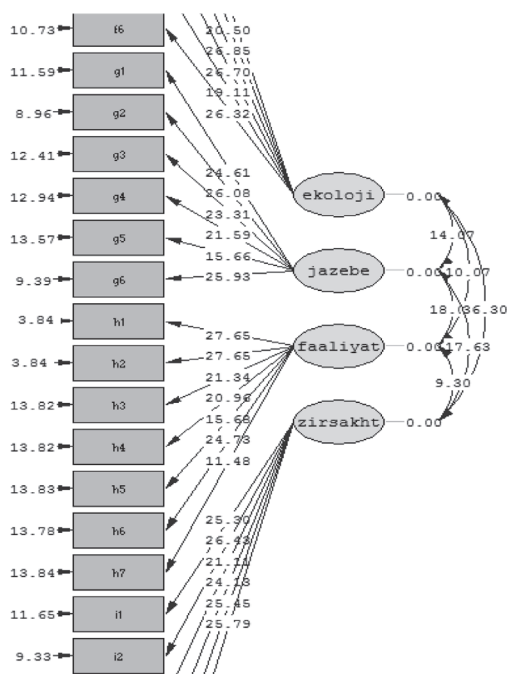
شکل ۳: تحلیل عاملی تأییدی بعد اکولوژی



شکل ۴: تحلیل عاملی تأییدی بعد فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت لرستان

تحلیل عاملی تأییدی مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی

همان طور که مشاهده شد، این مدل از ۴ بعد و از ۲۵ گویه تشکیل شده است. به منظور تأیید متجانس بودن گویه‌های این بعد از نظر محتوا و ابعاد زیربنایی، تحلیل عاملی تأییدی روی این مقیاس انجام شد. در مجموع برای سنجش مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی از ۴ بعد و از ۲۵ گویه استفاده شده است.



شکل ۵: تحلیل عاملی تاییدی توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی

مقدار مشاهده شده	مقدار قابل قبول	نمایه شاخص	نام شاخص
۰/۰۰۰	< ۰/۰۵	p-value	آماره P
۲/۸۵	< ۳	$\frac{\chi^2}{df}$	خی دو بهنجار
۰/۰۹۳	< ۰/۱	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد
۰/۹۰	> ۰/۹	CFI	شاخص برازش تطبیقی
۰/۹۳	> ۰/۹	NFI	شاخص برازش هنجار شده
۰/۹۲	> ۰/۹	NNFI	شاخص برازش هنجار نشده
۰/۹۱	> ۰/۹	GFI	شاخص نیکویی برازش
۰/۹۳	> ۰/۹	IFI	شاخص برازش افزایشی

با توجه به شکل ۵، مقدار آماره t نیز در تمامی موارد بزرگتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ است و نشان می دهد گویه های مذکور به درستی این سازه را مورد سنجش قرار می دهند و در مدل باقی می مانند. شاخص های برازندگی مدل فوق در دامنه قابل قبول قرار گرفته است. بنابراین تناسب داده های گردآوری شده با مدل مطلوب

است. لذا برازندگی مدل نهایی قابل تایید می باشد و مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر عوامل طبیعی از بهینگی و برازش لازم برخوردار است.

بحث و نتیجه گیری

هدف از مطالعه حاضر، ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر منابع طبیعی (مطالعه موردی: استان لرستان) بوده که نتایج به دست آمده به شرح زیر است:

در بعد زیرساخت های جامعه میزبان بر توسعه گردشگری ورزشی (منابع طبیعی) اثر معناداری وجود دارد. اگرچه صنعت گردشگری ورزشی دارای مزایای بسیار است، اما ورود گردشگر ورزشی به یک منطقه بدون توجه به ظرفیت ها و قابلیت های موجود مشکلاتی مانند ترافیک، تغییر هویت اجتماعی، برخوردهای نامناسب اجتماعی و آسیب رساندن به محیط زیست را به دنبال خواهد داشت. نتایج تحقیق حاضر با یافته های اصفهانی و همکاران (۱۳۸۷) که در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که در گردشگری ورزشی داخلی، مهمترین شاخص ها به ترتیب شامل خدمات امنیت و جاذبه های گردشگری می باشد و در گردشگری ورزشی خارجی، مهمترین عوامل به ترتیب امنیت تجهیزات و تسهیلات و رویدادهای ورزشی می باشد، همخوانی ندارد. طبق یافته های محقق در این پژوهش، گردشگری ورزشی داخلی نیز همانند گردشگری ورزشی خارجی ترتیب رتبه بندی اول بعد امنیت و زیر ساخت و تجهیزات و تسهیلات در مراحل بعد (رتبه چهارم) را در جهت توسعه گردشگری ورزشی منطقه به خود اختصاص داده است. نتایج این پژوهش با یافته های تحقیق محمد علی نژاد (۱۳۹۷) در مورد تعیین تاثیر بهبود زیر ساخت های ورزشی و توریسم ورزشی بر توسعه پایدار شهری در شهرستان مشگین شهر که نشان داد زیرساخت های مدیریتی، فرهنگی، نوین و اقتصادی ورزشی بر توسعه پایدار شهری تاثیر گذار می باشد و توریسم ورزشی غیر مرتبط با منابع طبیعی و توریسم ورزش های سنتی منطقه بر توسعه پایدار شهری تاثیر گذار می باشند، همسو می باشد. همچنین نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات هینچ و همکاران، گیبسون و همکاران (۲۰۱۱) و میرزاده (۱۳۹۳) همخوانی دارد و تایید می کند که بعد جاذبه های طبیعی جامعه میزبان بر توسعه گردشگری ورزشی (منابع طبیعی) اثر معناداری دارد. بنا به اشاره ویلیام و سوتار، نواحی خوش منظر و دارای اشکال طبیعی بی نظیر و منحصر به فرد و محیط بکر می توانند تنوع وسیعی از فرصت های فعالیتی را که برای گردشگران جذاب است، ارائه کنند. بنابراین ویژگی های مقصد می تواند در کیفیت تجربه و در نتیجه، رضایتمندی گردشگران و رفتار بعد از خرید آنها، نقش مهمی داشته باشد (ویلیام و سوتار، ۲۰۰۵). نتایج پژوهش کرو و مارتینز^۱ (۲۰۱۷) حاکی از آن بود که مهمانان و گردشگران تمایل به پرداخت قیمت بالاتر یا هزینه اضافه تر در کشورهای اروپایی را دارند اگر که یک هتل با سطح امنیت، نظافت و موقعیت بالاتر به آنها ارائه شود.

رسانه ها در عصر جدید از جمله عوامل تفکیک نشدنی زندگی روزمره هستند که همواره مورد استفاده افراد جامعه قرار گرفته و به تناسب میزان کارایی شان مخاطب را جذب می کنند. (رامانتا همکاران، ۱۱۲: ۲۰۱۷)

قاسمی نژاد و همکاران (۱۳۹۷) در بررسی نقش تبلیغات رسانه‌ها در توسعه گردشگری ورزشی بیشترین نقش تبلیغات رسانه‌ها در زمینه گردشگری ورزشی استان گیلان را به ترتیب در بستر سازی گردشگری فرهنگی و تقویت اقتصاد ورزشی گزارش کرده‌اند. صالحی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی رابطه عوامل روانشناختی پیام‌های تبلیغاتی با ارزش ویژه برند مقاصد گردشگری ورزش‌های آبی پرداختند که با نتایج این پژوهش همسو می‌باشد. بعد اכולوژی جامعه میزبان بر توسعه گردشگری ورزشی (منابع طبیعی) اثر معناداری دارد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات آروین و همکاران (۱۳۹۳)، تقوایی و همکاران (۱۳۹۱) با عنوان «بررسی عوامل موثر در پایداری گردشگری شهری با تأکید بر بهسازی و احیای بافت‌های شهری»، ادبی فیروز جاه (۱۳۸۵)، دهقانی (۱۳۸۹) و ماتزاراکیس (۲۰۰۷) همخوانی دارد.

بعد فعالیت ورزشی مناسب با طبیعت جامعه میزبان بر توسعه گردشگری ورزشی (منابع طبیعی) اثر معناداری دارد. نتایج تحقیقات سجاهرودی (۲۰۱۳) با عنوان «شناسایی مهمترین جاذبه‌های معمول طبیعی در توسعه گردشگری ورزشی استان‌های شمالی ایران»، کیم و پاتریک (۲۰۰۵) وو و همکاران (۲۰۱۶)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۳)، فلاحی (۱۳۹۲) در بررسی گردشگری ورزشی در قاره آفریقا با عنوان «چشم‌انداز گردشگری ورزشی آفریقای جنوبی» و کوساسی (۲۰۰۵) همخوانی دارد. همچنین بنابر نتایج تحلیل عاملی تاییدی، به درستی کلیه سازه را مورد سنجش قرار گرفتند و در مدل باقی می‌مانند.

بر این اساس، پیشنهاد می‌شود طرح جامع گردشگری استان با توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه و بالفعل مناطق مختلف آن تدوین و اجرایی شود. مدیران محلی و ملی ضمن توجه ویژه به این مهم و توسعه بسترهای لازم برای حضور توأم با رضایتمندی گردشگران و ضمن به دست آوردن میزبانی مسابقات مهم ملی و بین‌المللی به ویژه در رشته‌های پرطرفدار، برگزاری تورنومنت‌ها و مسابقات مختلف ملی و بین‌المللی را توسعه دهند تا علاوه بر جذب بیشتر گردشگر ورزشی، سایر جاذبه‌های گردشگری ورزشی استان را به گردشگران معرفی و زمینه توسعه گردشگری ورزشی را فراهم کنند. لرستان در کنار جاذبه‌های گردشگری و تاریخی، از پتانسیل‌های لازم برای راه‌اندازی مکان‌های مختلف و ایجاد سایت‌های مجهز ورزشی در سطح مناسبی داراست که باید با ایجاد و فراهم آوردن زیرساخت‌ها در استان و ایجاد امکانات و خدمات رفاهی مناسب به هنگام اقامت گردشگران ورزشی و تاسیس کمپ‌ها و اردوگاه‌های ورزشی در مناطق خوش آب و هوای استان برای جذب تیم‌های ورزشی گوناگون که در دوره‌های مختلف آماده سازی خود هستند پیشنهاد گردد.

علاوه بر این، آموزش دست‌اندرکاران و همچنین ارائه خدمات مکمل به ویژه در زمینه بهداشت و درمان در این راستا باید مورد توجه قرار گیرد. همچنین باید تمرکز ویژه‌ای بر بهبود خدمات رفاهی و تفریحی در مراکز اقامتی و هتل‌های منطقه، نیازسنجی خدمات مورد نیاز و همچنین علایق ورزشی بازدیدکنندگان، گسترش تبلیغات و هماهنگی در مدیریت یکپارچه گردشگری ورزشی منطقه اعمال گردد.

با توجه به موقعیت زیرساخت‌های گردشگری منطقه، مسئولان باید در گام اول سعی کنند با بهره‌گیری از فرصت‌ها، نقاط ضعف را در راستای بهبود گردشگری ورزشی منطقه کاهش دهند.

منابع

- ادبی فیروز جاه، جواد. (۱۳۸۵). «بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی کشور با تاکید بر جاذبه‌های طبیعی». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- اصفهانی، نوشین. (۱۳۸۷). «تحلیل عوامل موثر بر جهانگردی ورزشی ایران و ارائه مدل برنامه ریزی استراتژیک». رساله دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران.
- اکبر نجفی، یونس؛ گراوند، علی؛ قومی اویلی، ابوطالب و قاسمی و سومه، جانی. (۱۳۹۸). «انتخاب منطقه نمونه گردشگری در استان خراسان جنوبی با استفاده از تکنیک AHP». مجله توسعه و جغرافیا. شماره ۵۶، صص ۱۳۹-۱۵۸.
- جلالی، محبوبه و خادم الحسینی، احمد. (۱۳۹۴). «سطح بندی مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان». فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای. دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۱۵۱-۱۶۲.
- رحیمی، حسین. (۱۳۹۶). «نقش مناسبات شهر و روستا در توسعه گردشگری روستا (مطالعه موردی: بخش گلپه‌هار شهرستان چناران)». فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. سال دوازدهم، شماره ۸.
- کمایی زاده، یعقوب و رضایی، محمدرضا. (۱۳۹۴). «تعیین استراتژی بهینه برای توسعه گردشگری دریایی با استفاده از SWOT (مطالعه موردی: جزیره کیش)». فصلنامه علمی- پژوهشی فضای جغرافیایی. دوره ۴، شماره ۷۹، صص ۱۹-۴۳.
- فلاحی، احمد؛ حسنی، احسان و کروبی، مهدی. (۱۳۹۲). «بررسی جاذبه‌های طبیعی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان». مجله مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۷، صص ۱۵۹-۱۴۷.
- قاسمی نژاد لیچایی، سیده صدیقه؛ رضائی صوفی، مرتضی و محمدی، نصراله. (۱۳۹۷). «بررسی نقش تبلیغات رسانه‌ها در توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: استان گیلان)». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان گیلان، مرکز پیام نور رشت.
- کوزه چیان، هاشم؛ خطیب زاده، مهدی و هنرور، افشار. (۱۳۹۴). «نقش ابعاد کیفیت خدمات گردشگری در رضایتمندی گردشگران ورزشی». پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، سال ۱ شماره ۱، صص ۳۲-۱۳.
- لطفی نیا، محمد تقی و آمار، تیمور. (۱۳۹۷). «تحلیل نقش گردشگری در تحولات اقتصادی روستاهای هدف گردشگری شرق استان گیلان در دهه اخیر». فصلنامه علمی- پژوهشی جغرافیا. سال هشتم، شماره ۳.
- معجیدی ده شیخ، حکیمه؛ صفراآبادی، اعظم و گلی، علی. (۱۳۹۶). «آمایش منطقه‌های جاذبه‌های گردشگری با تاکید بر توانایی‌های اکوتوریسم استان کهگیلویه و بویراحمد». نشریه پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال هشتم، شماره ۲۹.
- ملک حسینی، عباس. (۱۳۹۶). «بررسی نقش حکم‌روایی خوب شهری در مدیریت و برنامه ریزی گردشگری شهر سمنان». فصلنامه علمی پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی. سال نهم، شماره سوم.
- محمدعلی نژاد خیایوی، بتول؛ دادفر، ابراهیم و اسکندری، سیمین. (۱۳۹۷). «تعیین تاثیر بهبود زیر ساخت‌های ورزشی و توریسم ورزشی بر توسعه پایدار شهری در شهرستان مشکین شهر». رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشکین شهر.
- نیک نژاد، مریم؛ مهدوی، علی و کرمی، امید. (۱۳۹۴). «تعیین مناطق مستعد توسعه اکوتوریسم با استفاده

از فرایند موردشناسی: شهرستان خرم آباد». تحلیل شبکه‌ای مجله جغرافیا و آمایش شهری - منطقه ای. دوره ۷. شماره ۱۴، صص ۱۹۴-۲۱۴.

- Bull C. (2005). **“Sport tourism Destination resource analysis”**. In *J.E.S. igham (Ed)*. Sport tourism.
- Cró, S., & Martins, A. M. (2017). **“The importance of security for hostel price premiums: European empirical evidence”**. *Tourism Management*, 60.
- Evolution and Development in Sports Tourism. (2010). **Report From Philippine sport association**. www.tourism.gov.ph.
- Elena BOGAN.)2019). **“THE PERSPECTIVES OF SPORTS TOURISM DEVELOPMENT IN BUCHAREST, ROMANIA”**. *Quality–Access to Success*, 19(S1)
- Gibson, H. J. (2007). **“Moving beyond the <what is and who of sport tourism to understanding <why>”**. *Journal of Sport Tourism*, 9 (3), 247-265.
- Jerker Sandelin and Justus Fiechtner. (2020). **“Selection process of sport tourism development strategy in Banja Vrućica SPA resort: A quantitative Analysis”**. *Journal of Sports Science and Nutrition*, 1(1): 11-18
- Liu, Z. (2003). **“Sustainable tourism development: A critique”**. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 11: 459–475.
- NOORUL SHAIFUL FITRI ABDUL RAHMAN. (2020). **“THE SUSTAINABILITY OF NAUTICAL SPORTS TOURISM IN TERENGGANU USING A COST BENEFIT ANALYSIS”**. *Journal of Sustainability Science and Management*, Volume 15 Number 1, 148-161
- Ramanathan U, Subramanian N & Parrott, G. (2017). **“Role of social media in retail network operations and marketing to enhance customer Satisfaction”**. *International Journal of Operations & Production Management*, 37(1), 105-123.
- Weed M. (2005). **“Sport tourism theory and method_Concepts issues and Epistemologis”**. *European Sport management Quarterly*, 3; pp: 229-242.
- Wu, C & Wang. A. (2016). **“Geographical FDI knowledge spillover and innovation of indigenous firms in China”**. *International Business Review*. 25(4), 895–906.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2018). **UNWTO facts and figures**. <http://www.unwto.Org/facts/menu>.
- World Tourism organization (WTO). (2018). **Sport and tourism shaping global culture**. On www at [http://www. World-tourism. org](http://www.World-tourism.org).
- Vasmat, Tal. Vasmat, Dist. Hingoli. (2019). **“SPORT-TOURISM DEVELOPMENT IN KOKAN AND WESTERN GHATS: CONSTRAINTS AND POSSIBILITIES”**. *Physical Education*, Volume-9, Issue-9, PRINT ISSN No. 2249 - 555X | DOI:10.36106/ijar