

مقایسه مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی

سیده فاطمه بدیعی نامقی^۱

زین‌العابدین فلاح^۲

طاہر بهلکه^۳



10.22034/SSYS.2022.1958.2389

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۵/۱۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۹/۱

هدف از این پژوهش، مقایسه مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی بود. طرح کلی پژوهش آمیخته کیفی - کمی بود که بخش کیفی به روش داده بنیاد با استفاده از مصاحبه نیمه ساختارمند با ۱۳ نفر از متخصصان ورزشی و فعالان گردشگری ورزشی به روش نمونه‌گیری هدفمند و در حد اشباع نظری انجام شد. در بخش کمی به روش توصیفی - پیمایشی، از میان جامعه آماری گردشگران تورهای داخلی ۳۲۰ نفر با استفاده از جدول مورگان و نمونه‌گیری در دسترس و از میان گردشگران تورهای خارجی ۱۰۰ نفر به روش در دسترس - تصادفی انتخاب و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از ترکیب بخش کیفی و پیشینه تحقیق - دارای ۴۵ گویه در قالب ۸ عامل - مصاحبه گردید. همچنین روایی و پایایی بخش کیفی و کمی مورد تأیید قرار گرفت.

با توجه به یافته‌های بخش کیفی، ۸ عامل حمل و نقل، زیرساخت‌ها، فرهنگی، ایمنی و امنیت، بلیت‌فروشی، مدیریتی، اقتصادی و اقامتی به‌عنوان مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی شناسایی شدند. در بخش کمی عوامل شناسایی شده با توجه به بار عاملی به ترتیب عوامل مدیریتی، فرهنگی، ایمنی و امنیت، بلیت‌فروشی، اقتصادی، اقامتی، زیرساخت‌ها و حمل و نقل رتبه‌بندی شدند. همچنین مقایسه دو گروه تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی نشان داد که عوامل بلیت‌فروشی، حمل و نقل، اقتصادی و ایمنی و امنیتی در گروه مربوط به تورهای گردشگری رویدادهای داخلی و عوامل مدیریتی، اقامتی و فرهنگی در گروه مرتبط با تورهای گردشگری رویدادهای ورزشی خارجی از بالاترین اهمیت برخوردارند.

واژگان کلیدی: تورهای گردشگری، چالش‌ها، ایمنی و اقامت.

۱ دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

۲ دانشیار، مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Fallah_z@yahoo.com

۳ استادیار، مدیریت ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

مقدمه

گردشگری از دیرباز مورد توجه اقوام و ملت‌های مختلف بوده است و بنا به دلایل مختلف به شهرها و کشورهای دیگر سفر کرده‌اند و گواه آن سفرنامه‌های متعددی است که به رشته تحریر درآمده است. با این حال، از ابتدا قرن بیستم با پیشرفت در حمل و نقل و فناوری ارتباطات، شاهد توسعه جهانی هرچه بیشتر گردشگری هستیم (یانگ^۱ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱). یکی از انواع رو به رشد و پرطرفدار گردشگری، گردشگری ورزشی است که مورد توجه گردشگران قرار گرفته است. گردشگری ورزشی از ادغام دو صنعت مهم گردشگری و ورزش ایجاد شده است. این دو صنعت به فعالیت‌های مهمی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تبدیل شده‌اند و نقش مهمی در بازار داخلی کشورها دارند. گردشگری ورزشی شامل آن دسته از فعالیت‌های مرتبط با سفر است که فرد یا افرادی محل زندگی خود را با هدف تماشا یا شرکت در رویدادهای ورزشی (حرفه‌ای و تفریحی) یا انجام فعالیت بدنی و تمرین ورزشی خارج از محل زندگی یا کمک یا حمایت شخصی از ورزشکاران در مسابقات و فعالیت‌های آموزشی ترک می‌کنند (شلمر^۲ و همکاران، ۲۰۲۰: ۹۶). گردشگری ورزشی ترکیبی از تفریح، فعالیت بدنی، تماشای مسابقات ورزشی و برقراری ارتباط با علاقه مندان به ورزش است (جیان^۳، ۲۰۱۴: ۱۳۲).

صنعت گردشگری ورزشی سهم عمده‌ای از درآمدهای صنعت گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است؛ به طوری که جیان (۲۰۱۴) ادعا کرده است که درآمد گردشگری ورزشی ۳۲ درصد از کل درآمد گردشگری جهان را تشکیل می‌دهد. بر اساس اطلاعات موجود درآمد کشورهای پیشرفته جهان از محل گردشگری ورزشی سالانه چیزی بیش از ۲۰ میلیارد دلار است، اما ایران با وجود جاذبه‌های بی نظیر گردشگری و طبیعی و داشتن آثار تاریخی چندین هزارساله و از طرفی با وجود صرف هزینه‌های هنگفت از سوی وزارت ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک، فدراسیون‌ها و سایر نهادهای مرتبط با برگزاری رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی، تاکنون بهره چندانی از این حوزه نبرده است (ناطق و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۴۹). البته موانع متعددی برای این ناکامی‌ها و عدم توسعه گردشگری ورزشی ایران بیان شده است. از جمله موانع توسعه گردشگری ورزشی ایران می‌توان به موانع اداری-مدیریتی، امکانات و تجهیزات، فردی، مالی و اقتصادی، امنیتی، روستاها و اطلاع‌رسانی (کریمی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۱)، موانع مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، عوامل مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی-سیاسی و ارتباطی-تبلیغاتی (امینی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۹)، ضعف بازاریابی و تبلیغات، عوامل برنامه‌ریزی و مدیریتی، ضعف آموزشی، عوامل زیر بنایی و خدماتی، موانع اقتصادی و موانع سیاسی (علوی و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۴)، موانع مدیریتی، زیرساختی و اطلاعاتی-ارتباطی (امینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۶)، موانع مدیریتی و منابع انسانی، حمایت‌های قانونی، بازاریابی، زیرساخت‌ها و اماکن، فرهنگی و آموزشی و ضعف تحقیق و پژوهش (میرزاده و عبدالملکی، ۱۳۹۵: ۲۵) اشاره نمود. فارغ از موانع توسعه گردشگری ورزشی در کشور، تورهای ورزشی یکی از عواملی هستند که کمیت و کیفیت آن‌ها می‌تواند به رونق هرچه بیشتر گردشگری ورزشی کمک نماید. ناطقی و همکاران (۱۳۹۶) تورهای گردشگری را به‌عنوان یکی از چهار مؤلفه تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران معرفی کرده‌اند.

با توجه به افزایش روزافزون تعداد گردشگران، حمایت از آن‌ها در طی سفرشان حائز اهمیت است (شیرمحمدی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۲۱۸). گردشگران اغلب به دنبال بازدید از مکان‌های جدید هستند که اغلب اطلاعات کافی از آن‌ها در اختیار ندارند (مشتاقی و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۰). در حقیقت، آن‌ها نه تمایل و نه فرصت کافی دارند تا اطلاعات پراکنده و ناقص به‌ویژه سازمان‌نیافته را جست‌وجو کنند (حسینی امیری و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۲). یکی از راه‌های حل این مشکل، استفاده از تورهای

1 Yang
2 Schlemmer
3 Jian

مقایسه مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی

آژانس‌های گردشگری است که برنامه‌ریزی سفر را به صورت کامل انجام می‌دهند و بسیاری از دغدغه‌های گردشگران را برطرف می‌نمایند. همچنین با توجه به اینکه تورهای گردشگری از راهنمای تور بهره می‌گیرند، گردشگران می‌توانند اطلاعات مفیدی را در مورد مقصد گردشگری به‌ویژه در مورد سفرهای خارج از کشور در حین سفر به دست آورند. از طرفی با توجه به اینکه آژانس‌های گردشگری خرید عمده انجام می‌دهند، از قدرت چانه‌زنی بالایی برخوردار هستند و می‌توانند بسته‌های خدمات گردشگری (تغذیه، بلیت هواپیما و مسابقات، هتل و غیره) را با قیمت پایین‌تری در اختیار گردشگران قرار دهند. تورهای گردشگری، با ارزش تقریبی ۲۵۰ میلیارد دلار و رشد فزاینده سالانه ۹ درصد از بالاترین نرخ رشد در بین همه بخش‌های گردشگری برخوردارند و از حیث جذب مخارج گردشگران نیز با ۱۰ درصد، بعد از صنایع پرواز و اقامت، جایگاه سوم را دارند (تامر، ۲۰۱۷: ۲۶). البته گردشگران برای مسافرت به مقاصد گردشگری، غیر از تورهای گردشگری، گزینه مسافرت انفرادی را نیز در اختیار دارند و اینکه کدام گزینه را انتخاب کنند، بستگی به سابقه، شرایط و کیفیت تورهای گردشگری دارد. معمولاً گردشگران موارد مختلفی را برای انتخاب تورهای گردشگری در نظر می‌گیرند. تلز و تئوچاریس^۱ (۲۰۱۶) اظهار کردند که هزینه بازدید از مقصد، برنامه‌ریزی سفر، کیفیت محل اقامت، نیاز به ارتباطات و سرگرمی، صرفه‌جویی در وقت، ایمنی، تضمین کیفیت خدمات ارائه‌شده، خدمات راهنمای تور و همچنین پوشش قانونی گردشگر در صورت بروز حادثه از جمله دلایل بسیار مهمی است که گردشگر برای انتخاب بسته تورهای گردشگری در نظر می‌گیرد. علاوه بر این، زیرساخت‌ها و تنوع فعالیت‌ها، اعتبار اطلاعات ارائه‌شده و قیمت‌گذاری نیز به همان اندازه برای ارزیابی بسته تورهای گردشگری مهم محسوب می‌شود.

طراحی و برگزاری بسته‌های سفر به‌عنوان تور گردشگری، در عین حال که یکی از جذاب‌ترین کسب‌وکارهاست، به تخصص و مهارت‌های خاصی نیاز دارد، زیرا در غیر این صورت آنچه به‌عنوان بسته سفر فروخته می‌شود، دارای مشکلات و نقایص فراوانی خواهد بود (اذانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۴). تحقیقات محدودی در زمینه تورهای گردشگری انجام گرفته است. از جمله شیرمحمدی و همکاران (۱۳۹۹) به ضعف راهنمایان تورهای گردشگری اشاره و اظهار کردند که راهنمای تور باید اطلاعات جغرافیایی غنی در زمینه مکان‌های گردشگری داخلی، فرهنگ مقصد، محل اقامت و نحوه استفاده از وسایل حمل‌ونقل عمومی داشته باشد. مجوز کارت راهنمایی تور باید در اختیار افرادی قرار گیرد که علاوه بر دانش گردشگری و زبان تخصصی، دارای سواد و دانش جغرافیایی مناسبی از مقاصد گردشگری باشند. همچنین، نتایج تحقیق و رمزپاری و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که تمایل افراد به سفرهای روستایی تورمحور، به ترتیب تحت تأثیر عوامل فضای ایمن خانوادگی و تغذیه مناسب، سرگرمی و امنیت خاطر در طول سفر، نظم و برنامه سفر شفاف و مناسب، وسیله نقلیه مناسب و حضور به‌موقع آن، مشوق‌ها و امتیازات آژانس و فضای تجرد است. یافته‌های کیو^۲ و همکاران (۲۰۱۸) نیز حاکی از آن است که راهنمای تور از نظر دانش و توانایی حل مشکل می‌تواند رضایت‌مندی قابل‌توجهی در میان گردشگران ایجاد کند. علاوه بر این، ناطقی و همکاران (۱۳۹۶) نشان دادند که بین عوامل ایجاد سایت‌های اینترنتی و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور، تبلیغات در شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره-ای ایجاد و معرفی تورهای گردشگری و توسعه زیرساخت‌ها بر توسعه گردشگری ورزشی تفاوت معنادار و مثبتی وجود دارد. عامل ایجاد سایت‌های اینترنتی و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور در رتبه اول و بهترین رتبه و عامل ایجاد و معرفی تورهای گردشگری در رتبه چهارم و کمترین رتبه قرار دارند. نتایج تحقیق مجدانی و عسکریان (۱۳۹۴) هم نشان داد که از نظر کل ورزشکاران، کیفیت دسترسی و کیفیت اقامتگاه بر میزان رضایت‌مندی دارای تأثیر معنی‌داری است. از دیدگاه ورزشکاران داخلی،

1 Tseles and Theocharis

2 Kuo

فقط کیفیت دسترسی بر میزان رضایتمندی تأثیرگذار است و از نظر ورزشکاران خارجی، کیفیت دسترسی و کیفیت اقامتگاه بر میزان رضایتمندی اثر دارد.

همان گونه که در تحقیقات پیشینه مشاهده می‌گردد، بیشتر تحقیقات به موانع و مشکلات گردشگری ورزشی پرداخته‌اند و تحقیقات اندکی در زمینه تورهای گردشگری انجام گرفته است. این دسته از تحقیقات نیز بیشتر بر عوامل جذب‌کننده گردشگران و کیفیت خدمات تورهای گردشگری تمرکز کرده‌اند و تحقیقی در زمینه تورهای گردشگری ورزشی یافت نشد. با توجه به کمبود تحقیقات در زمینه تورهای گردشگری و به‌ویژه مشکلات آن‌ها، انجام پژوهش‌هایی در این زمینه لازم به نظر می‌رسد. به همین جهت در تحقیق حاضر، مشکلات تورهای گردشگری ورزشی شناسایی و مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی مقایسه خواهد شد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی و بر اساس رویکرد پژوهش، آمیخته بود. در مرحله اول، برای ساخت الگو از روش کیفی تحلیل محتوا و برای آزمون الگو از روش کمی توصیفی - تحلیلی و از نوع همبستگی مبتنی بر الگوی معادلات ساختاری استفاده گردید. روش تحقیق آمیخته از نوع اکتشافی متوالی بود؛ یعنی ابتدا کیفی و سپس کمی بود. ابزار مورد استفاده در این پژوهش بعد از انجام مصاحبه و رسیدن به اشباع نظری تدوین شد که شامل ۳۲ گویه در قالب هشت مؤلفه حمل‌ونقل، زیرساخت‌ها، فرهنگی، ایمنی و امنیت، بلیت‌فروشی، مدیریتی، اقتصادی و اقامتی در قالب طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی خوب، ۵ امتیاز تا خیلی بد، ۱ امتیاز) بود. در بخش اول (کیفی) برای انجام مصاحبه میدانی، جامعه آماری پژوهش را اساتید مدیریت ورزشی، مدیران و متخصصان تورهای گردشگری داخلی و خارجی تشکیل می‌دادند - مصاحبه با ۱۳ نفر تا حد اشباع نظری ادامه یافت. در بخش دوم (کمی) بعد از گردآوری اطلاعات حاصل از پژوهش کیفی، اقدام به ساخت پرسشنامه شد و این پرسشنامه در بین گردشگران ایرانی تورهای ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی توزیع گردید.

جدول ۱: حجم جامعه آماری و حجم نمونه

ردیف	طبقات جامعه آماری	حجم جامعه آماری	حجم نمونه	روش نمونه‌گیری	توضیحات
۱	گردشگران رویدادهای داخلی	۲۰۰۰	۳۲۰	مورگان/ تصادفی-در دسترس	گردشگران تورهای ورزشی رویدادهای داخلی
۲	گردشگران رویدادهای خارجی	نامشخص	۱۰۰	در دسترس	گردشگران تورهای ورزشی رویدادهای خارجی
	جمع کل	نامشخص	۴۲۰	-	-

در این پژوهش از دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی بهره‌گیری شد. در بخش آمار توصیفی از فراوانی و درصد فراوانی برای بیان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پژوهش، از شاخص‌های کشیدگی و چولگی به منظور بررسی توزیع داده‌ها (طبیعی و یا غیرطبیعی بودن) و برای بررسی و پاسخ به سؤالات پژوهش در ابتدا از نرم‌افزار Max QDA نسخه Pro و در ادامه به منظور رسم و تدوین مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری از نرم‌افزارهای اس‌پی‌اس نسخه ۲۴ و پی‌ال‌اس نسخه ۲/۰ و از آزمون آماری یومن‌ویتنی به منظور مقایسه تورهای گردشگری داخلی و خارجی استفاده گردید.

از آزمون‌های آماری ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای سنجش پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری بهره‌گیری شد. همچنین روایی محتوایی با استفاده از فرم‌های روایی سنجی CVI و CVR مورد تأیید قرار گرفت.

مقایسه مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی

مقدار CVR با توجه به تعداد اساتید (۷ نفر)، ۰/۸۱ و مقدار CVI بیشتر از ۰/۸۰ به دست آمد. بنابراین روایی محتوایی ابزار هم تأیید شد. روایی واگرا و همگرا که مربوط به معادلات ساختاری است، موردسنجش قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی مربوط به نمونه‌های آماری پژوهش حاضر در بخش کیفی در جدول ۲ به نمایش گذاشته شده

است:

جدول ۲: یافته‌های توصیفی پژوهش

افراد	تحصیلات	سن	جنسیت	پست و سوابق	افراد	تحصیلات	سن	جنسیت	پست و سوابق
۱	دکتری	۳۸	مرد	استاد مدیریت ورزشی	۸	ارشد	۵۹	زن	مدیریت آژانس گردشگری
۲	دکتری	۴۵	مرد	استاد مدیریت ورزشی	۹	ارشد	۳۶	مرد	مدیریت آژانس گردشگری
۳	دکتری	۴۴	مرد	استاد مدیریت ورزشی	۱۰	ارشد	۳۸	مرد	کارشناس گردشگری
۴	دکتری	۵۲	مرد	استاد مدیریت ورزشی	۱۱	کارشناسی	۴۹	مرد	کارشناس گردشگری
۵	دکتری	۵۴	زن	استاد مدیریت ورزشی	۱۲	کارشناسی	۵۵	زن	مسئول تور گردشگری ورزشی
۶	دکتری	۴۶	مرد	استاد مدیریت ورزشی	۱۳	کارشناسی	۵۲	مرد	مسئول تور گردشگری ورزشی
۷	ارشد	۴۱	مرد	مدیریت آژانس گردشگری					

درگام اول کدگذاری‌ها، هر یک از مقوله‌های اصلی مربوط به مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی، استخراج شد که در قالب پاسخگویی به سؤال اصلی پژوهش بود: مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی کدام است؟

بعدازاینکه کدها به کدهای اولیه بر اساس رویدادها و واقعیات برچسب زده شد، کدهای اولیه شکل گرفتند. سپس سه نفر از خبرگان، کدهای اولیه را بررسی و بر اساس کدگذاری‌های خودروی اسناد، مورد تغییر و تعدیل قرار دادند. بنابراین در بخش کیفیت‌سنجی کدهای اولیه از روش تثلیث یا مثلث‌سازی بهره گرفته شد. سپس بر اساس نظریه کوربین و استراوس^۱ (۲۰۰۸)، ارتباط بین کدهای اولیه بررسی و دسته‌هایی ایجاد گردید که «مقوله» خوانده می‌شود.

فرآیند کدگذاری محوری، داده‌های به‌دست‌آمده از کدگذاری باز را ترکیب می‌کند. یک مقوله دسته‌بندی‌ای از ایده-هاست که از راه تحلیل تطبیقی مستمر نمایان می‌شود (کوربین و استراوس، ۲۰۰۸: ۱۱۶). از تحلیل تطبیقی مستمر نتایج اولیه

کدگذاری باز، ۸ کد محوری نمایان شد: «حمل و نقل، زیرساخت‌ها، فرهنگی، ایمنی و امنیت، بلیت‌فروشی، مدیریتی، اقتصادی و اقامتی».

بنابراین تحلیل محتوا و کدگذاری باز و محوری نتایج حاصل از ۱۳ مصاحبه انجام شده نشان داد که هشت مقوله (یا جدول ۳: خلاصه کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌شونده‌ها

کدهای محوری (مقوله‌های اصلی)	کدهای باز
حمل و نقل	کیفیت پایین وسایل نقلیه، عدم دسترسی به وسایل نقلیه عمومی، نبود حمل و نقل هوایی، هزینه بالای حمل و نقل، استفاده از سرویس‌های حمل و نقل نایمن
زیرساخت‌ها	بی‌کیفیتی اقامتگاه‌ها، عدم دسترسی هتل به ورزشگاه‌ها، عدم دسترسی هتل به مراکز خرید، مشکلات بهداشتی اقامتگاه‌ها، بی‌کیفیتی طراحی ورزشگاه‌ها
فرهنگی	عدم کنترل رفتارهای ناهنجار، عدم آشناسازی گردشگر با فرهنگ شهر مقصد، تداخل جنسیتی، عدم رعایت حریم خصوصی، عدم هماهنگی برای ادای واجبات دینی، روابط اجتماعی ناسالم، عدم توجه به سن و جنسیت افراد در گروه‌بندی‌ها
ایمنی و امنیت	پوشش ایمنی غیراستاندارد ورزشگاه‌ها، کیفیت پایین مصالح اقامتگاه‌ها، بازرسی‌های پیاپی، عدم حفاظت از گردشگر، عدم جداسازی حامیان تیم‌های مختلف و وجود تعارض
بلیت‌فروشی	عدم رزرو بلیت، رزرو بدترین محل جایگاه، عدم همکاری در رزرو بلیت‌های تخفیف‌دار، نداشتن برنامه برای خرید بلیت‌های الکترونیکی، عدم هماهنگی با برگزارکنندگان در دریافت بلیت‌ها
مدیریتی	عدم برنامه‌ریزی صحیح، هرج و مرج در اجراء، عدم آشنایی با زبان، عدم آشنایی با محل، عدم تخصص تورلیدرها، عدم آشنایی تورلیدرها با ورزش، اطلاع‌رسانی نامناسب، عدم تبلیغات به‌روز و در دسترس، عدم شبکه‌سازی
اقتصادی	هزینه بالای تورها، هزینه بالای اقامتگاه‌ها، وجود واسطه‌ها، نبود تسهیلات دولتی، مشکلات ارزی، متغیر بودن هزینه‌ها
اقامتی	عدم دریافت ویزا، عدم آشناسازی گردشگر با قوانین و مقررات مقصد، مشکلات کنسولی

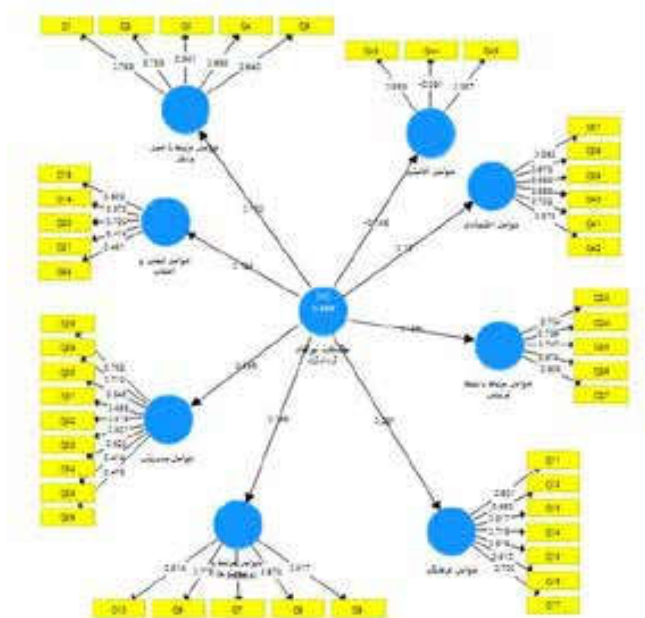
کدمحوری) اصلی حمل و نقل، زیرساخت‌ها، فرهنگی، ایمنی و امنیت، بلیت‌فروشی، مدیریتی، اقتصادی و اقامتی، از مشکلات

تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی می‌باشند. در ادامه از طریق نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس به تحلیل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش پرداخته و بر اساس نتایج حاصل از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس به سؤال‌های ایجادشده پژوهش پاسخ داده شد.

مقایسه مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی

نتایج توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های بخش کمی پژوهش نشان داد که بیشتر گردشگران ورزشی تورهای داخلی و خارجی مرد و مجرد هستند، وضعیت سنی بیشتر گردشگران داخلی و خارجی ۳۱ تا ۵۰ سال می‌باشد. همچنین تحصیلات بیشتر نمونه‌ها در سطح کارشناسی می‌باشد.

بنابراگفته هیر^۱ و همکاران (۲۰۱۲) برای تعیین نرمالیده داده‌ها از چولگی و کشیدگی استفاده شد. نتایج نشان داد که چولگی بین ۳- و ۳+ و کشیدگی بین ۵- و ۵+ قرار ندارد، تعداد نمونه‌های پژوهش نیز بیشتر از ۲۰۰ نفر می‌باشد و به ازای هر متغیر، ۳ گویه وجود دارد. بنابراین باوجود طبیعی نبودن توزیع داده‌ها از نرم‌افزار واریانس محور (PLS) استفاده شد. برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود و پایایی خود از سه طریق بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و پایایی اشتراکی صورت می‌پذیرد. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۵ می‌باشد. این معیار برای گویه‌های ۲۱، ۲۲، ۳۵، ۳۶، ۳۷ و ۴۴ ضرایب بارهای عاملی از ۰/۵ کمتر است و از مدل حذف گردیدند.

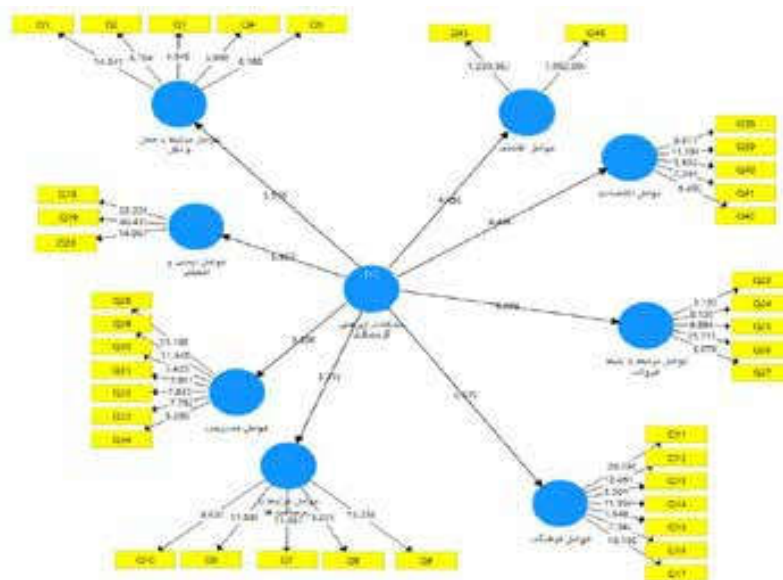


شکل ۱: مدل اندازه‌گیری

بعد از حذف گویه‌ها از مدل، مقدار مربوط به آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرها در هر هشت متغیر، بالاتر از ۰/۷ به دست آمد که حاکی از پایایی مناسب مدل دارد. در این تحقیق پایایی متغیرها در حد مطلوب قرار دارد. از آنجاکه پایایی تأیید می‌شود، می‌توان به بررسی فرضیات توسط معادلات ساختاری پرداخت و نتیجه قابل تعمیم به کل جامعه مورد نظر می‌باشد. معیار دوم از بررسی مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگراست که به بررسی همبستگی هر متغیر با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد. با توجه به روش فورنل و لارکر که مقدار مناسب برای AVE را ۰/۴ به بالا معرفی کرده‌اند، مقدار AVE برای تمامی ۸ متغیر، بیشتر یا مساوی ۰/۴ می‌باشد. روایی واگرا، سومین معیار بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری است. روایی واگرا قابل قبول یک مدل در دو بخش اول (سؤالات مربوط به هر متغیر نسبت به خود آن متغیر همبستگی بیشتری دارند تا نسبت به متغیرهای دیگر) و دوم (معیار مهم دیگری که با روایی واگرا مشخص می‌گردد، میزان رابطه یک متغیر با سؤالاتش در

مقایسه رابطه آن متغیر با سایر متغیرهاست) حاکی از آن است که یک متغیر در مدل تعامل بیشتری با سؤالات خود دارد تا با متغیرهای دیگر. روایی و اگر وقت در سطحی قابل قبول است که میزان AVE برای هر متغیر بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن متغیر و متغیرهای دیگر در مدل باشد که در این پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. بعد از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری پژوهش رسید. همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، بخش مدل ساختاری برخلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به سؤالات (متغیرهای آشکار) کاری ندارد و تنها متغیرهای پنهان همراه با روابط میان آن‌ها بررسی می‌گردد.

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، ضرایب معنی‌داری t یا همان مقادیر t -values می‌باشد. در صورتی که مقدار این اعداد از ۰/۹۵ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین متغیرها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۱/۹۶ دارد. البته باید توجه داشت که اعداد فقط صحت رابطه را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین متغیرها را نمی‌توان با آن سنجید.



شکل ۲: ضرایب معنی‌داری t (مقادیر t -values)

مقدار R^2 : برای متغیرهای برون‌زا یا مستقل برابر صفر است. در این قسمت، مقدار R^2 برای همه متغیرها بیشتر از ۰/۳۲ (زیرساخت‌ها و ویژگی‌های تبلیغ) و برابر با مقدار متوسط است.

مقدار Q^2 : این معیار برای همه متغیرها بیشتر از ۰/۱۵ می‌باشد که نشان می‌دهد متغیرهای برون‌زا (مستقل) در پیش‌بینی متغیر وابسته، متوسط هستند.

برازش مدل کلی: مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است، در هر ۸ متغیر، مقدار بیشتر از ۰/۲۵ به دست آمد که نشان از برازش کلی متوسط مدل دارد.

عوامل شناسایی شده با توجه به بار عاملی به ترتیب عوامل مدیریتی، فرهنگی، ایمنی و امنیت، بلیت‌فروشی، اقتصادی، اقامتی، زیرساخت‌ها و حمل‌ونقل رتبه‌بندی شدند. در ادامه به منظور پاسخگویی به سؤال آیا در سهم هر یک از مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی اختلاف معناداری وجود دارد؟ از آزمون نا پارامتریک من ویتنی استفاده شد.

مقایسه مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی

جدول ۴: مقایسه مشکلات تورهای گردشگری در رویدادهای ورزشی داخلی و خارجی

Sig	Z	ویلیکاکسون	من وینتی	عوامل
۰/۳۳۹	-۱/۱۷۹	۶۶۲۸۶	۱۴۹۲۶	کیفیت پایین وسایل نقلیه
۰/۱۱۴	-۱/۵۸	۶۵۹۱۵	۱۴۵۵۵	عدم دسترسی به وسایل نقلیه عمومی
۰/۰۷۴	-۱/۷۸۴	۶۵۸۷۷	۱۴۵۱۷	نبود حمل و نقل هوایی
۰/۲۵۹	-۱/۱۳	۶۶۳۳۴	۱۴۹۷۴	هزینه بالای حمل و نقل
۰/۳۴۸	-۰/۹۳۹	۲۰۱۱۹	۱۵۰۶۹	استفاده از سرویس های حمل و نقل ناایمن
۰/۰۰۵	-۲/۷۸۷	۱۸۴۱۱.۵	۱۳۳۶۱.۵	بی کیفیتی اقامتگاه ها
۰/۲۲۴	-۱/۲۱۵	۱۹۸۷۰	۱۴۸۲۰	عدم دسترسی هتل به ورزشگاه ها
-۰/۱	-۱/۶۴۴	۱۹۵۷۰.۵	۱۴۵۲۰.۵	عدم دسترسی هتل به مراکز خرید
۰/۶۶۲	-۰/۴۳۷	۲۰۶۲۴	۱۵۵۷۴	مشکلات بهداشتی اقامتگاه ها
۰/۹۰۲	-۰/۱۲۳	۶۷۲۴۰	۱۵۸۸۰	بی کیفیتی طراحی ورزشگاه ها
۰/۰۰۷	-۲/۷۱۷	۱۸۴۲۶	۱۳۳۷۶	عدم کنترل رفتارهای ناهنجار
۰/۰۵۲	-۱/۹۴۷	۱۹۱۴۹	۱۴۰۹۹	عدم آشناسازی گردشگر با فرهنگ مقصد
۰/۰۰۹	۲/۶۱۷	۱۸۵۹۴.۵	۱۳۵۴۴.۵	تداخل جنسیتی
۰/۰۵۶	-۱/۶۱۴	۱۹۱۸۴	۱۴۱۳۴	عدم رعایت حریم خصوصی
۰/۰۰۳	۲/۹۹۶	۱۸۱۰۶.۵	۱۳۰۵۶.۵	عدم هماهنگی برای ادای واجبات دینی
۰/۰۱۳	-۲/۴۹۵	۱۸۷۳۸	۱۳۶۸۸	روابط اجتماعی ناسالم
۰/۰۰۱	-۴/۲۰۷	۱۷۰۲۱	۱۱۹۷۱	عدم توجه به سن و جنسیت افراد در گروه بندی ها
۰/۰۵۶	-۱/۹۰۹	۱۹۱۴۸.۵	۱۴۰۹۸.۵	پوشش ایمنی غیراستاندارد ورزشگاه ها
۰/۰۰۲	-۳/۱۴	۱۷۸۸۱.۵	۱۲۸۳۱.۵	کیفیت پایین مصالح اقامتگاه ها
۰/۱۲۶	-۱/۴۵۴	۱۹۵۷۲	۱۴۵۲۲	بازرسی های پیاپی
۰/۴۳۲	-۰/۷۸۶	۶۶۵۶۴	۱۵۲۰۴	عدم حفاظت از گردشگر
۰/۱۷۱	-۱/۳۶۸	۱۹۷۰۰	۱۴۶۵۰	عدم جداسازی حامیان تیم های مختلف و وجود تعارض
۰/۱۲	-۱/۵۵۳	۱۹۵۵۹	۱۴۵۰۹	رزرو بدترین محل جایگاه
۰/۰۰۲	-۳/۰۷۳	۱۸۰۸۰	۱۳۰۳۰	عدم همکاری در رزرو بلیت های تخفیف دار
۰/۰۰۱	-۴/۰۴۳	۱۷۰۹۴.۵	۱۲۰۴۴.۵	نداشتن برنامه برای خرید بلیت های الکترونیکی
۰/۰۰۱	-۳/۵۷۸	۱۷۴۷۱.۵	۱۲۴۲۱.۵	عدم هماهنگی با برگزارکنندگان در دریافت بلیت ها
۰/۰۷۵	-۱/۷۸۲	۱۹۳۱۸	۱۴۲۶۸	عدم برنامه ریزی صحیح
۰/۰۰۲	-۳/۰۶۶	۱۸۰۵۸.۵	۱۳۰۰۸.۵	هرج و مرج در اجرا
۰/۰۰۱	۳/۳۴۴	۱۷۸۶۱	۱۲۸۱۱	عدم آشنایی با زبان
۰/۲۴۷	-۱/۱۵۷	۱۹۹۹۴.۵	۱۴۹۴۴.۵	عدم آشنایی با محل
۰/۰۰۱	۳/۵۱۳	۱۷۶۲۶	۱۲۵۷۶	عدم تخصص تورلیدرها
۰/۱۳۶	-۱/۴۹	۱۹۶۹۷	۱۴۶۴۷	عدم آشنایی تورلیدرها با ورزش
۰/۰۸۳	-۱/۸۳۴	۱۹۴۹۴.۵	۱۴۴۴۴.۵	اطلاع رسانی نامناسب
۰/۱۶۳	-۱/۳۹۷	۱۹۷۲۵	۱۴۶۷۵	عدم تبلیغات به روز و در دسترس
۰/۶۶۱	۰/۴۳۸	۲۰۶۴۴	۱۵۵۹۴	عدم شبکه سازی
۰/۰۵۷	-۱/۹۰۱	۱۹۲۲۷.۵	۱۴۱۷۷.۵	هزینه بالای تورها
۰/۴۸۷	-۰/۶۹۵	۲۰۴۲۸	۱۵۳۷۸	هزینه بالای اقامتگاه ها

۰/۴۶۴	-۱/۱۱۷	۲۰۰۳۵	۱۴۹۸۵	نیود تسهیلات دولتی
۰/۰۸۵	-۱/۷۲	۶۵۷۳۵	۱۴۳۷۵	مشکلات ارزی
۰/۵۸۹	-۰/۵۴	۶۶۸۶۸	۱۵۵۰۸	متغیر بودن هزینه‌ها
۰/۲۸۴	-۱/۰۷۱	۶۶۳۷۶	۱۵۰۱۶	عدم دریافت ویزا
۰/۸۷۳	۰/۱۶	۶۷۲۱۶	۱۵۸۵۶	عدم آشنایی گردشگر با قوانین مقصد
۰/۷۷۷	۰/۲۸۱	۶۷۰۹۷	۱۵۷۳۷	مشکلات کنسولی
۰/۳۸۳	-۰/۸۷۲	۶۶۴۴۸	۱۵۰۸۸	زیرساخت‌ها
۰/۰۳۳	-۷/۲۷۷	۱۸۶۵۹.۵	۱۳۶۰۹.۵	بلیت‌فروشی
۰/۰۰۱	-۴/۴۵۴	۱۶۳۵۴	۱۱۳۰۴	حمل‌ونقل
۰/۰۳۱	۲/۱۶۳	۱۸۷۶۹	۱۳۷۱۹	مدیریتی
۰/۰۰۱	-۴/۱۹۷	۱۶۶۵۰	۱۱۶۰۰	اقتصادی
۰/۰۰۱	۴/۰۹۴	۱۶۷۲۷.۵	۱۱۶۷۷.۵	اقامتی
۰/۶۶۳	۰/۴۳۵	۲۰۵۹۵.۵	۱۵۵۴۵.۵	فرهنگی
۰/۰۰۱	-۱۵/۹۴	۵۱۳۶۰	.	ایمنی و امنیتی
۰/۵۷۱	-۰/۵۶۶	۶۶۷۶۰.۵	۱۵۴۰۰.۵	جمع کل

با توجه به یافته‌های تحقیق مؤلفه‌های عدم کنترل رفتارهای ناهنجار، روابط اجتماعی ناسالم، عدم توجه به سن و جنسیت افراد در گروه‌بندی‌ها، کیفیت پایین مصالح اقامتگاه‌ها، رزرو بدترین محل جایگاه، عدم همکاری در رزرو بلیت‌های تخفیف‌دار، نداشتن برنامه برای خرید بلیت‌های الکتریکی، عدم هماهنگی با برگزارکنندگان در دریافت بلیت‌ها و هرج‌ومرج در اجرا در گروه مربوط به تورهای گردشگری رویدادهای داخلی نسبت به گروه تورهای گردشگری رویدادهای ورزشی خارجی مشکلات بیشتری را ایجاد کرده است و به‌عکس مؤلفه‌های تداخل جنسیتی، عدم هماهنگی برای ادای واجبات دینی، عدم آشنایی با زبان و عدم تخصص تورلیدرها در گروه مرتبط با تورهای گردشگری رویدادهای ورزشی خارجی نسبت به گروه تورهای رویدادهای داخلی باعث ایجاد مشکلات بیشتری شده‌اند و در بقیه مؤلفه‌ها دو گروه در وضعیت یکسانی قرار دارند. همچنین عوامل بلیت‌فروشی، حمل‌ونقل، اقتصادی و ایمنی و امنیتی در گروه مربوط به تورهای گردشگری رویدادهای داخلی نسبت به گروه تورهای گردشگری رویدادهای ورزشی خارجی از اهمیت بالاتری به‌عنوان عامل مشکل‌آفرین برخوردار است و عوامل مدیریتی، اقامتی و فرهنگی در گروه مرتبط با تورهای گردشگری رویدادهای ورزشی خارجی نسبت به گروه تورهای رویدادهای داخلی از وضعیت اهمیت بالاتری به‌عنوان مشکل برخوردارند.

بحث و نتیجه‌گیری

اگرچه تورهای گردشگری ورزشی مزایای متعددی برای گردشگران دارند، اما ضعف‌ها و مشکلاتی در زمان اجرا در تورهای داخلی و حتی تورهای خارج از کشور دیده می‌شود که در تحقیق حاضر بدان پرداخته شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی به ترتیب اهمیت شامل عوامل مدیریتی، فرهنگی، ایمنی و امنیت، بلیت‌فروشی، اقتصادی، اقامتی، زیرساخت‌ها و حمل‌ونقل هستند که به ترتیب در ادامه در مورد آن‌ها بحث خواهد شد.

بر اساس یافته‌های تحقیق مهم‌ترین مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در بخش مدیریتی است. عدم برنامه‌ریزی صحیح، هرج‌ومرج در اجرا، عدم آشنایی با زبان، عدم آشنایی با محل، عدم تخصص تورلیدرها، عدم آشنایی تورلیدرها با

مقایسه مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی

ورزش، اطلاع‌رسانی نامناسب، عدم تبلیغات به‌روز و در دسترس و عدم شبکه‌سازی از جمله مشکلاتی هستند که در بخش مدیریتی تورهای گردشگری ورزشی مطرح هستند. در این زمینه شیرمحمدی و همکاران (۱۳۹۹) به ضعف راهنمایان تورهای گردشگری اشاره و اظهار کردند که راهنمای تور باید اطلاعات جغرافیایی غنی در زمینه مکان‌های گردشگری داخلی، فرهنگ مقصد، محل اقامت، زبان تخصصی، نحوه استفاده از وسایل حمل‌ونقل عمومی داشته باشد. کیو و همکاران (۲۰۱۸) نیز ادعا کرده‌اند که راهنمای تور از نظر دانش و توانایی حل مشکل می‌تواند رضایت‌مندی قابل‌توجهی در میان گردشگران ایجاد کند. همچنین، رمزبازی و همکاران (۱۳۹۷) به عامل نظم و برنامه سفر شفاف و مناسب اشاره کرده‌اند که بر تمایل افراد به سفرهای روستایی تورمحور تأثیر دارد. عامل مدیریت در تحقیقات مختلف شامل تحقیقات کریمی و همکاران (۱۳۹۹)، صوباتی (۱۳۹۸)، امینی و همکاران (۱۳۹۸)، علوی و همکاران (۱۳۹۷)، امینی و همکاران (۱۳۹۶) و میرزاده و عبدالملکی (۱۳۹۵) به‌عنوان مانع توسعه گردشگری موردتوجه قرار گرفته است. عامل فرهنگی یکی دیگر از مشکلات تورهای گردشگری ورزشی است. متأسفانه در برخی از تورهای گردشگری مواردی شامل عدم کنترل رفتارهای ناهنجار، تداخل جنسیتی، عدم رعایت حریم خصوصی، عدم هماهنگی برای ادای واجبات دینی، روابط اجتماعی ناسالم، عدم توجه به سن و جنسیت افراد در گروه‌بندی‌ها دیده می‌شود که ممکن است با توجه به عقاید ملی و مذهبی مردم ایران، موردپسند واقع نشود. البته عدم آشناسازی گردشگر با فرهنگ شهر مقصد نیز یکی دیگر از مشکلات فرهنگی مرتبط با تورهای گردشگری ورزشی هستند. همسو با نتایج این تحقیق، یافته‌های تحقیق رمزبازی و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که تمایل افراد به سفرهای روستایی تورمحور، تحت تأثیر عوامل مختلفی است که فضای ایمن خانوادگی یکی از آنهاست. همچنین، در تحقیقات صوباتی (۱۳۹۸)، امینی و همکاران (۱۳۹۸) و میرزاده و عبدالملکی (۱۳۹۵) از موانع فرهنگی به‌عنوان یکی از موارد عدم توسعه گردشگری ورزشی ایران نام برده شده است.

بر اساس یافته‌های تحقیق، تورهای گردشگری ورزشی در بخش ایمنی و امنیت دارای مشکلاتی از جمله پوشش ایمنی غیراستاندارد ورزشگاه‌ها، کیفیت پایین مصالح اقامتگاه‌ها، بازرسی‌های پیاپی، عدم حفاظت از گردشگر، عدم جداسازی حامیان تیم‌های مختلف و وجود تعارض هستند. در این زمینه رمزبازی و همکاران (۱۳۹۷) عامل امنیت خاطر در طول سفر را در تمایل افراد به سفرهای روستایی تورمحور مهم دانسته‌اند. کریمی و همکاران (۱۳۹۹) نیز عامل امنیت را به‌عنوان یکی از عوامل عدم توسعه گردشگری ماجراجویانه معرفی کرده‌اند. ضعف در بلیت‌فروشی یکی دیگر از مشکلات تورهای گردشگری ورزشی است. عدم رزرو بلیت، رزرو بدترین محل جایگاه، عدم همکاری در رزرو بلیت‌های تخفیف‌دار، نداشتن برنامه برای خرید بلیت‌های الکترونیکی و عدم هماهنگی با برگزارکنندگان در دریافت بلیت از جمله مواردی است که از طرف آژانس‌های گردشگری در تورهای گردشگری ورزشی رخ می‌دهد که مشکلاتی را برای گردشگران تورهای داخلی و خارجی ایجاد می‌نماید. تورهای گردشگر ورزشی در بخش اقتصادی نیز دارای مشکلات مختلفی شامل هزینه بالای تورها، هزینه بالای اقامتگاه‌ها، وجود واسطه‌ها، نبود تسهیلات دولتی، مشکلات ارزی و متغیر بودن هزینه‌ها هستند که منجر می‌شود مردم کمتر سفر کنند یا اینکه از تورهای سطح پایین‌تر استفاده نمایند تا بتوانند از پس هزینه‌های آن برآیند. مشکلات و موانع اقتصادی در سایر تحقیقات نیز موردتوجه قرار گرفته است؛ به‌طوری‌که در تحقیقات کریمی و همکاران (۱۳۹۹)، صوباتی (۱۳۹۸) و علوی و همکاران (۱۳۹۷) نیز از موانع اقتصادی به‌عنوان یکی از موانع مهم در عدم توسعه گردشگری نام برده شده است. از طرفی مشکلات اقامتی هم‌گریبان‌گیر تورهای گردشگری ورزشی هستند. عدم دریافت ویزا، عدم آشناسازی گردشگر با قوانین و مقررات مقصد و مشکلات کنسولی از جمله مشکلات اقامتی هستند که آژانس‌های گردشگری باید تلاش خود را به‌کاربندند تا در حد امکان گردشگران با چنین مشکلاتی روبه‌رو نگردند.

دسته دیگری از مشکلات تورهای گردشگری داخلی و خارجی شامل بی‌کیفیتی اقامتگاه‌ها، عدم دسترسی هتل به ورزشگاه‌ها، عدم دسترسی هتل به مراکز خرید، مشکلات بهداشتی اقامتگاه‌ها و بی‌کیفیتی طراحی ورزشگاه‌هاست که در این تحقیق در قالب مشکلات زیرساختی قرار می‌گیرند. مطابق با یافته‌های تحقیق حاضر، در تحقیق مجدانی و عسکریان (۱۳۹۴) هم نشان داده شده که از نظر کل ورزشکاران، کیفیت اقامتگاه بر میزان رضایتمندی تأثیر معنی‌داری دارد. در تحقیقات دیگر از جمله پژوهش کریمی و همکاران (۱۳۹۹)، صویاتی (۱۳۹۸)، امینی و همکاران (۱۳۹۸)، امینی و همکاران (۱۳۹۶) و میرزازاده و عبدالملکی (۱۳۹۵) نیز از عوامل زیرساخت‌ها در عدم توسعه گردشگری ورزشی نام برده شده است. در نهایت آخرین عاملی که در تحقیق حاضر به‌عنوان مشکلات تورهای گردشگری ورزشی معرفی شده، عامل حمل‌ونقل است که شامل مواردی از جمله کیفیت پایین وسایل نقلیه، عدم دسترسی به وسایل نقلیه عمومی، نبود حمل‌ونقل هوایی، هزینه بالای حمل‌ونقل و استفاده از سرویس‌های حمل‌ونقل ناایمن است. در این زمینه دو پژوهش انجام شده است که عامل حمل‌ونقل را به‌عنوان یکی از مشکلات تورهای گردشگری معرفی کرده‌اند. در تحقیق اول، ورمزباری و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند که داشتن وسیله نقلیه مناسب و حضور به‌موقع در مقاصد گردشگری در تمایل افراد به سفرهای روستایی تورمحور تأثیرگذار است. مجدانی و عسکریان (۱۳۹۴) هم نشان دادند که از نظر کل ورزشکاران، کیفیت دسترسی بر میزان رضایتمندی دارای تأثیر معنی‌داری می‌باشد- که دسترسی به وسائل نقلیه را نیز شامل می‌شود.

با توجه به یافته‌های تحقیق، مؤلفه‌های عدم کنترل رفتارهای ناهنجار، روابط اجتماعی ناسالم، عدم توجه به سن و جنسیت افراد در گروه‌بندی‌ها، کیفیت پایین مصالح اقامتگاه‌ها، زردو بدترین محل جایگاه، عدم همکاری در زردو بلیت‌های تخفیف‌دار، نداشتن برنامه برای خرید بلیت‌های الکترونیکی، عدم هماهنگی با برگزارکنندگان در دریافت بلیت‌ها و هرج‌ومرج در اجرا در گروه مربوط به تورهای گردشگری رویدادهای داخلی نسبت به گروه تورهای گردشگری رویدادهای ورزشی خارجی مشکلات بیشتری را ایجاد کرده است. این دسته از مشکلات که در سایر حوزه‌ها نیز مشاهده می‌شود، بیشتر مربوط به کیفیت خدمات تورهای گردشگری هستند که در تورهای داخلی دارای سطح ضعیف‌تری هستند. البته به نظر می‌رسد که گردشگران تورهای داخلی از شرایط مالی سطح پایین‌تری برخوردار باشند و به همین جهت هزینه‌های کمتری را برای تورهای گردشگری پرداخت و در نتیجه خدمات ضعیف‌تری را دریافت می‌کنند. برعکس مؤلفه‌های تداخل جنسیتی، عدم هماهنگی برای ادای واجبات دینی، عدم آشنایی با زبان و عدم تخصص تولیدرها در گروه مرتبط با تورهای گردشگری رویدادهای ورزشی خارجی نسبت به گروه تورهای رویدادهای داخلی باعث ایجاد مشکلات بیشتری شده‌اند که بیشتر به عقاید ملی و مذهبی ایرانیان با مردم سایر کشورها برمی‌گردد و آژانس‌های گردشگری باید توجه ویژه‌ای در این زمینه داشته باشند و از راهنمایان تور آموزش‌دیده و متخصص استفاده نمایند تا گردشگران تورهای خارجی با مشکلات کمتری روبه‌رو گردند. همچنین عوامل بلیت‌فروشی، حمل‌ونقل، اقتصادی و ایمنی در گروه مربوط به تورهای گردشگری رویدادهای داخلی نسبت به گروه تورهای گردشگری رویدادهای ورزشی خارجی از اهمیت بالاتری به‌عنوان عامل مشکل‌آفرین برخوردار است و عوامل مدیریتی، اقامتی و فرهنگی در گروه مرتبط با تورهای گردشگری رویدادهای ورزشی خارجی نسبت به گروه تورهای رویدادهای داخلی از وضعیت اهمیت بالاتری به‌عنوان مشکل‌برخوردارند.

در نهایت به نظر می‌رسد که تورهای گردشگری به‌ویژه تورهای گردشگری داخلی دارای مشکلات متعددی از نظر گردشگران هستند که تمام آن‌ها با مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح قابل حل هستند. البته گردشگران نیز باید این مسئله را در نظر داشته باشند که آژانس‌های گردشگری به‌منظور کاهش هزینه‌های تور، مجبور به ارائه خدمات باکیفیت پایین‌تر هستند. پس گردشگران باید بدانند که چه مقدار هزینه در قبال دریافت چه خدماتی از طرف آژانس‌های گردشگری پرداخت کرده‌اند و

مقایسه مشکلات تورهای گردشگری ورزشی در رویدادهای داخلی و خارجی

به صورت منطقی تر در مورد مشکلات تورهای گردشگری نظر دهند. البته خوشبختانه آژانس‌های گردشگری دارای تورهایی باکیفیت‌های مختلف هستند که در بسته‌های گردشگری ارائه شده به آن اشاره کرده‌اند. با این حال در برخی از مشکلات از جمله عدم کنترل رفتارهای ناهنجار، روابط اجتماعی ناسالم، عدم توجه به سن و جنسیت افراد در گروه‌بندی‌ها، تداخل جنسیتی، عدم هماهنگی برای اداى واجبات دینی، عدم آشنایی با زبان و عدم تخصص تورلیدر به هیچ‌عنوان بحث هزینه مطرح نیست و چنین مشکلاتی با مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح قابل اصلاح هستند و می‌توانند به نقاط قوت تورهای گردشگری تبدیل گردند. در مجموع، توجه به مسائل فرهنگی و اجتماعی در تورهای داخلی، توسعه زیر ساخت‌ها به ویژه در ارائه خدمات و توجه به فناوری اطلاعات در اطلاع رسانی می‌تواند زمینه توسعه تورهای داخلی را فراهم نماید. در عین حال بهره‌گیری از تجربیات و نحوه ارائه خدمات در شرکت‌های خارجی و الگو برداری مناسب و شایسته با در نظر گرفتن شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور می‌تواند به توسعه تورهای گردشگری یاری رساند.

منابع

- اذانی، مه‌ری؛ یوسفی، فریبا و نورمحمدی، اطهر. (۱۳۹۰). «بررسی مهارت تورگردانی در توسعه پایدار گردشگری و توسعه پایدار». همدان: امینی، علیرضا؛ خوش‌سپهر، زهرا و یوسفی، زیبا. (۱۳۹۸). «شناسایی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در حوزه کارکردی دولت (مورد مطالعه: وزارت ورزش و جوانان)». مطالعات مدیریت دولتی ایران. شماره ۴، صص ۶۹-۹۰.
- امینی، مرجان؛ امینی، مژگان؛ مهدی پور، عبدالرحمن و قاسمی، حمید (۱۳۹۶). «تبیین شاخص‌های تأثیرگذاری موانع گردشگری ورزشی ایران با استفاده از روش AHP گروهی با تأکید بر نقش اطلاعاتی و ارتباطی». مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی. شماره ۱۵، صص ۲۶-۳۵.
- حسینی امیری، سیدمحمد؛ محمدی، مصطفی و غلامی فرد، نصرت‌الله. (۱۳۹۵). «بررسی کیفیت منابع اطلاعات چاپی گردشگری از دیدگاه گردشگران خارجی (مطالعه موردی: استان تهران)». نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. شماره ۱۹، صص ۵۸-۷۴.
- شیرمحمدی، یزدان؛ جلالیان، سید اسحاق؛ عابدی، فرزانه و نصیری هندخاله، اسماعیل. (۱۳۹۹). «اثر سواد جغرافیایی گردشگری راهنمایان تور بر رضایتمندی گردشگران». پژوهش‌های جغرافیایی انسانی. شماره ۱۱۴، صص ۱۲۱۷-۱۲۳۳.
- صوباتی، زلیخا. (۱۳۹۸). «بررسی عوامل و موانع اثرگذار بر توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی استان تهران». سومین کنگره ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت. رشت.
- علوی، سیدحسین؛ فریدونی، مسعود و لقمانی، محسن. (۱۳۹۷). «تحلیل موانع توسعه گردشگری ورزشی در سواحل آبی دریای مازندران». دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و کسب‌وکار. تبریز.
- کریمی، جواد؛ سلطانیان، لیلا و بجانی، ابوالفضل. (۱۳۹۹). «طراحی مدل توسعه گردشگری ماجراجویانه ورزشی بر اساس نظریه داده‌بنیاد». مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۶۰، صص ۶۱-۸۲.
- مجدانی، صفری و عسکریان، فریبا. (۱۳۹۴). «بررسی نقش ابعاد کیفیت خدمات (دسترسی، اقامتگاه، رقابت و محیط رقابت) در رضایت‌مندی و تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی داخلی و خارجی حاضر در بیست و هشتمین دوره تور بین‌المللی دوچرخه سواری ایران (آذربایجان)». نخستین سمینار علمی تخصصی جاذبه‌ها و دافعه‌های گردشگری آذربایجان شرقی. تبریز.
- مشتاقی، نوگس خاتون؛ وحدت‌نژاد، حامد و قاسمی گل، محمد. (۱۳۹۶). «ارائه سیستم راهنمای تور آگاه به زمینه برای گردشگران گروهی». نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. شماره ۲۳، صص ۵۹-۷۶.
- میرزآزاده، زهراسادات و عبدالملکی، حسین. (۱۳۹۵). «طراحی مدل موانع فراروی توسعه گردشگری ورزشی مشهد». مطالعات مدیریت گردشگری. شماره ۳۴، صص ۲۵-۳۹.
- ناطقی، زهرا؛ نقشبندی، سید صلاح‌الدین و پورسلطانی، حسین. (۱۳۹۶). «شناسایی و اولویت‌بندی فاکتورهای تأثیرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی در ایران». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۳۷، صص ۱۲۷-۱۵۶.
- ورزشیاری، حجت؛ بابایی، محسن و ایمانی، بابک. (۱۳۹۷). «تحلیل عوامل موثر بر تمایل گردشگران به سفرهای روستایی تور محور مورد مطالعه: گردشگران روستایی شهرستان مراغه». نشریه پژوهش‌های روستایی. دوره ۹، شماره ۲، صص ۲۳۶-۲۴۹.
- Jian, W. (2014). "On the development of sports tourism in China". Journal of Chemical and Pharmaceutical Research, 6(6): 129-133.
- Kuo, N.T., Cheng, Y.S., Chang, K.C., Chuang, L.Y. (2018). "The asymmetric effect of tour guide service quality on tourist satisfaction". Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 19(4): 521-542.

- Schlemmer, P., Barth, M., Schnitzer, M. (2020). **“Research note sport tourism versus event tourism: Considerations on a necessary distinction and integration”**. Journal of Convention and Event Tourism, 21, 91–99.
- Tams, S. A. (2017). **“The changing face of tours and activities”**. Retrieved from: <https://www.reuterevents.com/travel/distribution-strategies/changing-face-tours-and-activities>.
- Tseles, D.I., Theocharis, N.E. (2016). **“Holiday tour packages & tourist motivation a case study of Rhodes, Greece”**. 3rd International Conference “Higher Education in Function of Sustainable Development of Tourism in Serbia and Western BalAt”, Uzice, Serbia.
- Yang, J.J., Lo, H.W., Chao, C.S., Shen, C.C., Yang, C.C. (2020). **“Establishing a Sustainable Sports Tourism Evaluation Framework with a Hybrid Multi-Criteria Decision-Making Model to Explore Potential Sports Tourism Attractions in Taiwan”**. Sustainability, 12(4), 1-22.