

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی

دوره ۲، شماره ۶، پاییز ۱۳۹۳

ص ص: ۸۲-۶۷

سنجش روایی و پایایی نسخه فارسی پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران ورزشی پیست‌های اسکی استان تهران

احمد محمودی^{۱*} - جلیل یونسی^۲ - محمد حسن متقی شهری^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۲. استادیار گروه سنجش و اندازه‌گیری، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۰۴، تاریخ تصویب: ۱۳۹۴/۰۳/۲۶)

چکیده

هدف پژوهش حاضر، سنجش روایی و پایایی نسخه فارسی پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران ورزشی پیست‌های اسکی استان تهران بود. جامعه آماری پژوهش، کلیه گردشگران پیست‌های اسکی استان تهران بودند که با توجه به اینکه کل جامعه بیش از ده هزار نفر بود، از طریق جدول مورگان ۳۷۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند که از این تعداد، ۳۶۲ پرسشنامه معتبر تحلیل شد. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه وی (۲۰۰۸) بود که پس از ترجمه و بازترجمه و بومی‌سازی متناسب با فرهنگ کشور به ۱۷ سؤال کاهش یافت که در چهار عامل کلی (محدودیت درون فردی، محدودیت بین فردی، محدودیت دوستی و خویشاوندی و محدودیت ساختاری) دسته‌بندی شد. روایی صوری و محتوایی آن توسط یازده نفر از استادان مدیریت ورزشی در زمینه توریسم ورزشی و همچنین چندین تن از متخصصان روان‌سنجی تأیید شد و پایایی ابزار از طریق آلفای کرونباخ به دست آمد ($\alpha=0.95$). نتایج نشان داد که براساس میزان ارتباط و t-Value تمامی سؤالات رابطه معناداری با عامل‌های خود داشتند. نتایج تحلیل عاملی مرتبه دوم نیز حاکی از آن بود که ارتباط بین چهار عامل کلی با مفهوم محدودیت‌های گردشگران ورزشی معنادار بود و همه هفده گویه از چهار عامل ابزار اندازه‌گیری حمایت کرده و ساختار عاملی و روایی سازه ابزار را تأیید می‌کنند.

واژه‌های کلیدی

اسکی، پایایی، روایی، سازه، گردشگران ورزشی، محدودیت.

مقدمه

گردشگری ورزشی یکی از حیطه‌های رو به رشد صنعت گردشگری^۱ است که در آن، مسابقات و رویدادهای ورزشی، تعداد کثیری گردشگر داخلی و خارجی را جذب می‌کند (۹). پژوهش‌های مختلف نشان داده‌اند گردشگری ورزشی^۲ یکی از بخش‌هایی است که در تمام دنیا در صنعت گردشگری بیشترین رشد را دارد (۲۷). در بازار توریسم، رویداد گردشگری ورزشی نقش مهمی دارد، به‌گونه‌ای که همواره بر تعداد رقاباتی که در این حوزه (گردشگری ورزشی) فعالیت می‌کنند افزوده می‌شود (۲۴).

مرور پیشینه پژوهش‌های مختلف در زمینه گردشگری گویای آن است که جذابیت‌های گردشگری بر پایه ورزش، در مقایسه با دیگر جذابیت‌های فرهنگی، مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتری دارد. ایران با توجه به بررسی‌های صورت‌گرفته، یکی از ده کشور اول جهان از نظر جذابیت‌های گردشگری است و باید از قابلیت‌های خود در توسعه گردشگری بیشتر استفاده کند (۹). گردشگری بزرگ‌ترین صنعت جهان و ورزش یکی از صنایع بزرگ و بااهمیت در دنیای کنونی است که از تلفیق آنها یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت گردشگری ورزشی به‌وجود آمده است (۶، ۱).

گردشگری و ورزش دو جزء حیاتی اقتصاد جهانی‌اند که تأثیر شگرفی بر جامعه امروز دارند (۳۱). همچنین فراتر از یک صنعت، به پدیده‌ای اجتماعی - اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت سفید بیش از هر زمان دیگر جایگاه خود را به‌عنوان پدیده‌ای چندبعدی در جوامع بشری باز کرده و بسیاری از کشورها با سرمایه‌گذاری فراوان، فواید و تأثیر این صنعت را خوب درک کرده و آن را به منبعی مهم به‌منظور بهبود وضعیت

اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (۱۸) و افزایش شهرت و برندسازی مقصد خود تبدیل کرده‌اند (۴۳). در حقیقت واژه گردشگری ورزشی ابداع شد تا درک بهتری از ورزش به‌عنوان یک انگیزه گردشگری فراهم آید (۳۴). براساس آمار از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۵ گردشگری ورزشی موجب افزایش سالان ۱۳ درصدی تولید ناخالص ملی شده که ناشی از فعالیت‌های اقتصادی است. با توجه به برگزاری مسابقات ورزشی عظیم، بیکاری سالانه ۱۹ درصد کاهش یافته است (۲۶). همچنین گردشگری و ورزش ارتباط تنگاتنگی با فرهنگ دارند و در ترکیب با دیگر عوامل، گردشگری ورزشی می‌تواند نقشی اساسی در توسعه آتی فرهنگ و افزایش آگاهی‌های فرهنگی از طریق توسعه ارتباطات بین‌المللی داشته باشد (۳۱). نکته شایان توجه این است که در ایران به‌دلیل شناخت ناکافی، عدم مدیریت و نبود راهبردهای مدون و مشخص، تاکنون از مقوله گردشگری ورزشی غفلت شده و فرصت‌های منحصربه‌فرد در کشور از دست رفته است. فواید و آثار فراوان اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و زیست‌محیطی گردشگری ورزشی و درک اهمیت داشتن جامعه‌ای سالم و بانشاط توسط مدیران، برنامه‌ریزان و مسئولان و همچنین تمایل مردم به داشتن تعطیلات و تفریحات فعال و پویا، لزوم توجه به مقوله گردشگری ورزشی در کشور اجتناب‌ناپذیر می‌نماید (۸). همچنین عواملی چون رفع خستگی، تجدید قوای جسمی، توسعه و پیشرفت مهارت‌ها و بالا بردن سطوح آمادگی جسمانی نیز از پیامدهای توسعه گردشگری ورزشی است (۵). هنرور و همکاران (۱۳۸۶) نیز در تأکید بر آثار توسعه گردشگری ورزشی توجه به عامل فرهنگ را به‌عنوان عامل قوی در جذب گردشگران ورزشی و شناساندن ویژگی‌های فرهنگی و باستانی کشور به گردشگران ورزشی از طریق فعالیت‌های بازاریابی مورد توجه قرار داده‌اند (۹).

- 1 . Tourism industry
- 2 . Sport tourism

فلاحی و همکاران (۱۳۹۲)، در تحقیقی با عنوان «بررسی جاذبه‌های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان» نشان داد که به‌طور کلی استان کردستان دارای منابع طبیعی مستعد جذب گردشگران ورزشی است. بنابراین باید در جهت توسعه و فعال کردن توریسم زمستانی استان، از طریق ایجاد و احداث زیرساخت‌های مورد نیاز این رشته مانند پیست‌های اسکی و زیرساخت‌های حمل‌ونقل مرتبط با آن، تلاش‌هایی صورت گیرد (۳). نتایج پژوهش مهدیزاده و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد، کیفیت اسکان در هتل‌ها مهم‌ترین نقطه قوت، نبود افراد متخصص در پست‌های مختلف مهم‌ترین ضعف، وجود دادوستد و بازار وسیع در مشهد مهم‌ترین فرصت و نبود حامیان مالی ورزشی مهم‌ترین تهدید در زمینه گردشگری ورزشی شهر مشهد است (۷). بنابراین با توجه به این توانمندی، شناخت مشکلات و محدودیت‌های گردشگران و شناسایی موانع حضور آنان در پیست اسکی ضروری است.

کیم و ترایل^۱ (۲۰۱۰) محدودیت‌های گردشگران را عواملی دانستند که مانع از شرکت و حضور گردشگران در فعالیت‌های مربوط می‌شود (۲۸).

در تحقیقات مختلف، این محدودیت‌ها به دسته‌های گوناگونی تقسیم می‌شوند. وی^۲ (۲۰۰۸) محدودیت‌ها را به چهار دسته محدودیت‌های درون‌فردی، بین‌فردی، خویشاوندی و دوستی و محدودیت‌های ساختاری تقسیم کرد. محدودیت‌های درون‌فردی آن دسته از محدودیت‌هایی است که به شرایط جسمانی گردشگران، علایق، انگیزه‌ها و توانایی‌های آنان مربوط می‌شود. محدودیت‌های بین‌فردی به نداشتن همراهان مناسب و کافی برای فعالیت‌های گردشگری گفته می‌شود. محدودیت‌های خویشاوندی و دوستی عبارت است از عدم

همراهی خانواده و دوستان در فعالیت‌های گردشگری و محدودیت‌های ساختاری محدودیت در زمینه نداشتن زمان کافی، مناسب نبودن امکانات و تسهیلات اماکن گردشگری است. غلبه بر این موانع برای رشد گردشگری ورزشی ضروری است (۴۴،۲). گیلبرت و هادسون^۳ (۲۰۰۰) در مورد موانع گردشگران ورزش اسکی نشان دادند افرادی که اسکی‌باز حرفه‌ای نیستند، با موانع درون‌فردی مواجه‌اند؛ درحالی‌که اسکی‌بازان به موانعی همچون زمان، خانواده یا مسائل اقتصادی روبه‌رو هستند (۲۲). براساس تحقیقات دری و جاگو^۴ (۲۰۰۶) مشکل اصلی مدیریت گردشگری ورزشی در بیشتر کشورها جدا بودن و مدیریت مجزای دو حوزه گردشگری و ورزشی است. همچنین در مقوله موانع و محدودیت‌های گردشگری ورزشی عدم مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی و مناسب و عدم ادراک، نگرش و احساس سیاستگذاران شناسایی شده است (۱۵).

نتایج گیلبرت و هادسون (۲۰۰۰) نشان داد که مسائل اقتصادی، مهم‌ترین مانع برای هر دو گروه اسکی‌باز حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای بود (۲۲). ناوپین، مورایس و گریف^۵ گریف^۵ (۲۰۰۴) در تحقیق خود محدودیت‌های درون‌فردی، بین‌فردی و ساختاری را به‌عنوان مهم‌ترین محدودیت‌های گردشگران شناسایی کردند. آنها عنوان کردند که اهمیت این محدودیت‌ها برای گردشگران علاقه‌مند به اسب‌سواری، قایق‌رانی در آب‌های آرام و قایق‌رانی در آب‌های خروشان متفاوت است (۳۹). وی (۲۰۰۸) در تحقیق خود محدودیت بین‌فردی را مهم‌ترین محدودیت گردشگران ورزش‌های آبی (۴۴) و تیسنگ^۶ (۲۰۰۶) محدودیت‌های درون‌فردی را مهم‌ترین مشکل شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های ورزشی معرفی کردند (۴۲).

3 . Gilbert and Hudson

4 . Deery and Jago

5 . Nyaupane, Morais and Graefe

6 . Tseng

1 . Kim and Trail

2 . Wei

محدودیت‌های سفر عواملی هستند که فرد را برای انجام یک فعالیت سفر محدود یا ممنوع می‌کنند. فانک^۱ و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه موردی بازی‌های المپیک پکن ۲۰۰۸ یک مدل محدودیت اوقات فراغت ارائه دادند که شامل محدودیت ساختاری، محدودیت درون فردی و محدودیت‌های بین فردی بود و محدودیت درون فردی مؤثرترین عامل محدودیت در بین آنها بود (۱۹). کیم و ترایل (۲۰۱۰)، عدم آگاهی، نداشتن توجه کافی، عدم موفقیت، فقدان علاقه دیگران، تعهدات، هزینه، جایگزین اوقات فراغت، محل، پارکینگ، جایگزین ورزشی شرکت‌کنندگان و جایگزین سرگرمی ورزش را از جمله عوامل محدودیت داخلی و خارجی معرفی کردند که موجب منع ورزشی رفتار سفر مصرف‌کننده می‌شوند (۲۸). محدودیت‌های سفر را می‌توان با مذاکره یا غلبه عوامل دیگر مانند انگیزه حل کرد. محدودیت ساختاری اغلب در مطالعه اوقات فراغت اشاره می‌شود، اما زمانی که یک فرد تمایل قوی برای انجام کاری دارد، محدودیت‌های دیگر را می‌توان با مذاکره مرتفع کرد (۲۰).

هادسن^۲ و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهش در مورد محدودیت‌های گردشگری ورزشی و تحلیل آن در بین فرهنگ کشورهای چین، کانادا و انگلیس به این نتیجه رسیدند که چینی‌ها و کانادایی‌ها بیشتر دارای محدودیت‌های درون فردی هستند؛ درحالی که انگلیسی‌ها با محدودیت‌های ساختاری برای حضور در ورزش اسکی روی برف مواجه‌اند (۲۵). ناولالا^۳ و همکاران (۲۰۱۲)، پنج عامل نبود اوقات فراغت، لذت نبردن از ورزش، فقدان رضایت‌مندی، نوع تمرینات ورزشی و مسائل اقتصادی را از جمله عوامل ترک مراکز ورزشی عنوان کردند (۳۸).

نتایج پژوهش نزاکتی^۴ و همکاران (۲۰۱۳) نشان داد که سن، قومیت، محدودیت ساختاری و محدودیت‌های بین فردی از جمله عوامل مؤثر بر محدودیت‌های گردشگری ورزشی است. در بین مؤلفه‌های طرفداران ورزشی، علاقه؛ در بین مؤلفه‌های دموگرافیک، سن و در میان مؤلفه‌های محدودیت سفر، محدودیت ساختاری بیشترین اثر را در گردشگری ورزشی داشتند (۳۵). همچنین نیشیو^۵ (۲۰۱۴) مقیاس بین‌المللی محدودیت‌های طرفدار ورزش را (گزینه‌های جایگزین اوقات فراغت، امنیت، عدم جذابیت‌های گردشگری، فرهنگ‌های مختلف، اصحاب و فاصله) ارائه کرد (۳۶). با توجه به مطالب مذکور، از آنجا که صنعت گردشگری به یکی از اهرم‌های قوی اقتصادی در جهان تبدیل شده است و کشور ما (ایران) با وجود جذابیت‌های گردشگری فراوان تاکنون نتوانسته سهم زیادی از این درآمدها را به دست آورد، از این رو یکی از عواملی که می‌تواند در جذب هرچه بیشتر و رونق این صنعت تأثیرگذار باشد، رفع موانع و محدودیت‌های پیش روی گردشگران ورزشی است، چراکه رفع محدودیت‌ها و دغدغه‌های گردشگران می‌تواند انگیزه و علاقه به حضور را در آنان افزایش دهد. استان تهران با توجه به موقعیت جغرافیایی‌اش، به منظور توسعه صنعت گردشگری ورزشی از طریق ورزش‌های زمستانی، تاکنون با توجه به هیجان‌انگیز بودن ورزش‌های رایج در آن قادر نبوده است که جایگاه خود را در جذب گردشگر ورزشی کسب کند. بنابراین شناسایی و آگاهی از محدودیت‌های پیش روی گردشگران در رغبت و میزان رضایت از حضور در پیست‌های اسکی مهم است.

برای پیشگیری از سوء تعبیرهایی که هنگام استفاده از پرسشنامه رخ می‌دهد، باید روایی و پایایی آنها کاملاً روشن باشد، زیرا داشتن دانش کافی درباره مفاهیم آماری

1 . Funk

2 . Hudson

3 . Nuviala

4 . Nezakati

5 . Nishio

و درک مفهوم روایی و پایایی در تصمیم‌گیری درباره نتایج نهایی ضروری است (۱۶). بنابراین، از آنجا که اساس و مبنای انجام هر پژوهشی استفاده از ابزارهای اندازه‌گیری روا و پایاست و توضیح و تفسیر نتایج پژوهش به روایی ابزار به‌کارگرفته‌شده بستگی دارد، پژوهشگران باید از روایی پرسشنامه مطمئن باشند (۳۷، ۳۳، ۲۹، ۱۷، ۱۲).

مهم‌ترین بخش در تعیین روایی پرسشنامه‌های دارای زمینه فرهنگی متفاوت تعیین روایی سازه پرسشنامه است که تحلیل عاملی تأییدی بهترین ابزار در این مرحله است (۴۱، ۲۳، ۱۳). با وجود این، بررسی روایی سازه پرسشنامه‌ها معمولاً نادیده گرفته شده است و پژوهشگران و مربیان بدون در نظر گرفتن این مهم و تنها با تعیین پایایی و روایی محتوایی یک پرسشنامه اقدام به استفاده از آن می‌کنند (۱۴). با توجه به گستردگی تحقیقات در محیط‌های ورزشی به‌ویژه در زمینه مدیریت ورزشی لازم است که از ابزارهای اطلاعاتی معتبر برای جمع‌آوری داده‌های جامع استفاده شود که ارزیابی پژوهش‌های انجام‌گرفته در این زمینه محقق را بر آن داشت تا به تعیین روایی و پایایی پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران ورزشی به‌منظور تحقق اهداف مورد نظر بپردازد.

روش تحقیق

روش پژوهش حاضر از نوع همبستگی بود. گردآوری داده‌ها به‌صورت میدانی انجام پذیرفت و هدف آن بررسی روایی و پایایی پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران ورزشی پیست‌های اسکی استان تهران بود.

جامعه آماری پژوهش را کلیه گردشگران پیست‌های اسکی استان تهران (پیست دیزین، شمشک، توچال و آبعلی) تشکیل دادند که با توجه به شناور بودن جامعه، کل جامعه طی دوره یکساله بیش از ده هزار نفر در نظر

گرفته شد که براساس جدول نمونه‌گیری مورگان^۱ ۳۷۰ نفر به‌عنوان نمونه آماری پژوهش تعیین شد. از این‌رو به‌منظور گردآوری داده‌های پژوهش، ۴۰۰ پرسشنامه در این چهار پیست اسکی توزیع (هر پیست اسکی ۱۰۰ پرسشنامه) شد که پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، ۳۶۲ پرسشنامه به‌صورت کامل پاسخ داده شده بود و نتایج پژوهش بر همین اساس تدوین شد.

ابزار پژوهش در دو بخش تنظیم شده بود؛ در بخش اول شامل ویژگی‌های دموگرافیک^۲ بود که مواردی همچون جنسیت، سن، شغل، مدرک تحصیلی، درآمد ماهیانه خانواده، تعداد مراجعه به پیست‌های اسکی در سال و هدف حضور در پیست‌های اسکی را شامل می‌شد. در بخش دوم که شامل شناخت محدودیت‌های گردشگران پیست‌های اسکی بود، از پرسشنامه وی^۳ (۲۰۰۸) استفاده شد که با استفاده از روش استاندارد "ترجمه و بازترجمه"^۴، پرسشنامه توسط مترجمان متخصص از زبان انگلیسی به زبان فارسی ترجمه شد (۴۴). این ابزار ۱۸ سؤالی بعد از بومی‌سازی متناسب با فرهنگ کشور تعداد گویه‌های آن به ۱۷ سؤال کاهش یافت که در چهار عامل دسته‌بندی شدند که شامل محدودیت‌های درون‌فردی^۵ (۵ سؤال)، محدودیت‌های بین‌فردی^۶ (۵ سؤال)، محدودیت‌های خویشاوندی و دوستی^۷ (۴ سؤال) و محدودیت‌های ساختاری^۸ (۳ سؤال) بود که تمامی سؤالات بر مبنای مقیاس پنج‌نمره‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم، تا کاملاً موافقم بود که به‌ترتیب نمره‌های ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ را به خود اختصاص می‌داد. همچنین

1 . Morgan table

2 . Demographic

3 . Wei

4 . Translation-back translation

5 . Intrapersonal constraints

6 . Interpersonal constraints

7 . Relatives and friends constraints

8 . Structural constraints

روایی صوری و محتوایی^۱ این ابزار توسط یازده تن از استادان مدیریت ورزشی که در زمینه توریسم ورزشی متخصص بودند و همچنین سه تن از متخصصان روان‌سنجی تأیید و روایی سازه^۲ هم در این پژوهش بررسی شد. پایایی^۳ ابزار نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ^۴ به دست آمد ($\alpha=0/95$).

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی برای تحلیل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و همچنین محاسبه فراوانی‌ها، میانگین و انحراف استاندارد استفاده شد. همچنین به منظور تحلیل استنباطی داده‌ها، از ضریب آلفای کرونباخ برای تعیین ثبات درونی ابزار، از آزمون KMO^5 و کرویت بارتلت^۶ به منظور مناسب بودن حجم نمونه و درست بودن تفکیک عامل‌ها و از تحلیل عاملی تأییدی^۷ (CFA) برای تعیین روایی سازه ابزار استفاده شد. کلیه محاسبات آماری این پژوهش با استفاده از نرم‌افزارهای آماری SPSS^۸ و Lisrel^۹ انجام گرفت و سطح معناداری تمامی آزمون‌ها $P \leq 0/05$ و بدون جهت (دوسویه^{۱۰}) در نظر گرفته شد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

نتایج آمار توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش نشان داد که ۱۴۳ نفر (۳۹/۵ درصد) از آزمودنی‌ها دارای مدرک کارشناسی بودند که دارای بیشترین تعداد و ۴۰ نفر (۱۱ درصد) دارای مدرک کارشناسی‌ارشد و بالاتر بودند که کمترین مقدار را به خود

اختصاص داده بودند. همچنین سطح درآمد ۱۵۵ نفر (۴۲/۸ درصد) بیش از ۱ میلیون تومان بود و ۳ نفر (۰/۸ درصد) دارای درآمد کمتر از ۳۰۰ هزار تومان بودند که به ترتیب دارای بیشترین و کمترین فراوانی بودند. سایر نتایج توصیفی مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در جدول ۱ نشان داده شده است.

نتایج تحلیل پایایی نشان داد که پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران ورزشی دارای پایایی ($\alpha=0/95$) است و ضریب آلفای کرونباخ برای مؤلفه‌های محدودیت‌های درون‌فردی ($\alpha=0/92$)، محدودیت‌های بین‌فردی ($\alpha=0/89$)، محدودیت‌های خویشاوندی و دوستی ($\alpha=0/83$) و برای محدودیت‌های ساختاری ($\alpha=0/80$) بود که به طور کلی نشان‌دهنده پایایی مطلوب و قابل قبول ابزار اندازه‌گیری است.

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که مقدار شاخص کفایت نمونه‌گیری^{۱۱} (KMO) ۰/۹۲۷ به دست آمد که نشان می‌دهد حجم نمونه برای تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی^{۱۲} مناسب و قابل قبول است. همچنین مقدار آزمون کرویت بارتلت^{۱۳} برای این ابزار کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که بیانگر معناداری آن است و نشان می‌دهد که بین سؤالات همبستگی وجود دارد و تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی در این پژوهش مناسب است. براساس گزارش لیچ، برت و مورگان^{۱۴} (۲۰۰۵) برای رعایت پیش‌فرض‌های پژوهش مقدار آزمون KMO باید بیشتر از ۰/۷۰ و برای آزمون کرویت بارتلت نیز باید کمتر از ۰/۰۵ باشد (۳۲).

- 1 . Face and content validity
- 2 . Construct validity
- 3 . Reliability
- 4 . Cronbach's alpha coefficients
- 5 . Kaiser-Meyer-Olkin
- 6 . Bartlett's test of sphericity
- 7 . Confirmatory factor analysis
- 8 . Statistical Package for Social Sciences
- 9 . Linear Structural Relationships
- 10 . No directional

- 11 . Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)
- 12 . Confirmatory factor analysis (CFA)
- 13 . Bartlett's Test of Sphericity
- 14 . Leech, Barret and Morgan

جدول ۱. نتایج توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۲۲۲
	زن	۱۴۰
رده سنی	۱۵ تا ۱۸ سال	۳۳
	۱۸ تا ۲۵ سال	۱۷۸
	۲۶ تا ۳۰ سال	۹۲
	۳۱ تا ۴۰ سال	۴۷
	۴۱ تا ۵۰ سال	۸
	بالای ۵۰ سال	۴
شغل	محصل (دانش‌آموز - دانشجو)	۱۵۳
	کارمند	۵۲
	آزاد	۱۰۴
	بازنشسته	۱۰
	سایر	۴۳
تعداد مراجعه به پیست‌های اسکی در سال	یک بار	۸۹
	دو تا چهار بار	۱۲۱
	پنج تا هفت بار	۶۴
	هشت تا ده بار	۴۳
هدف اصلی از حضور در پیست اسکی	بالای ده بار	۴۵
	اسکی حرفه‌ای	۱۴۰
	اسکی برای تفریح	۲۲۲

جدول ۲. نتایج شاخص KMO و آزمون بارتلت

پیش فرض	مقادیر مشاهده شده	ملاک	نتیجه
آزمون KMO جهت متناسب بودن اندازه نمونه	۰/۹۲۷	بیش از ۰/۷۰	تأیید
آزمون کرویت بارتلت جهت درست بودن تفکیک عامل‌ها	۰/۰۰۱	کمتر از ۰/۰۵	تأیید

تحلیل عاملی مرتبه اول

جدول ۳. نتیجه شاخص‌های آزمون خوبی (نیکویی) برازش تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول ابزار محدودیت‌های گردشگران ورزشی

ردیف	شاخص‌های برازش	مقادیر مشاهده شده	ملاک	نتیجه
۱	مجذور کای دو	χ^2	۲۹۵/۹۱	-
۲	درجه آزادی	df	۶۴	-
۳	سطح معناداری	P-Value	۰/۰۰۱	تأیید
۴	نسبت کای دو به درجه آزادی	χ^2 به df	۴/۶۲	بین ۵ تا ۵
۵	شاخص برازش تاکر لوئیس یا غیرهنجاری بنتلر بونت	TLI/NNFI	۰/۹۷	بیش از ۰/۹
۶	شاخص برازش تطبیقی بنتلر	CFI	۰/۹۹	بیش از ۰/۹
۷	شاخص برازندگی فزاینده	IFI	۰/۹۶	بیش از ۰/۹
۸	شاخص ریشه میانگین مجذور برآورد تقریب	RMSEA	۰/۰۶۹	کمتر از ۰/۰۸
۹	شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته	AGFI	۰/۹۲	بیش از ۰/۹
۱۰	شاخص نیکویی برازش مقتصد	PGFI	۰/۹۱	بیش از ۰/۹
۱۱	شاخص‌های نیکویی برازش	GFI	۰/۹۱	بیش از ۰/۹
۱۲	شاخص برازش استاندارد	NFI	۰/۹۸	بیش از ۰/۹

$JFI = 0/96$ ، $GFI = 0/91$ و $NFI = 0/98$ برازش مدل را تأیید کردند. بنابراین این ابزار از لحاظ شاخص‌های برازش مناسب است و تمامی مؤلفه‌های (عامل‌ها) مطرح شده می‌توانند در این ابزار به کار روند.

نتایج آزمون نیکویی برازش، در تحلیل عاملی مرتبه اول نشان داد که با توجه به جدول ۳ نسبت χ^2 به df برابر با ۴/۶۲ بود و ریشه میانگین مجذور خطای تقریبی (RMSEA) برابر با ۰/۰۶۹ است.

بنابراین مدل مرتبه اول از برازش لازم برخوردار است.

همچنین شاخص‌های $CFI = 0/99$ ، $TLI/NNFI = 0/97$ ،

جدول ۴. شاخص‌های تحلیل عامل تأییدی مرتبه اول (CFA)

عامل	مؤلفه‌ها	سؤال	β	t	R^2	نتیجه
محدودیت‌های درون فردی	فقدان تجربه ورزشی در زمینه اسکی		۰/۸۸	۲۱/۲۵	۰/۷۸	تأیید
	عدم علاقه به ورزش اسکی		۰/۹۱	۲۲/۵۲	۰/۸۳	تأیید
	عدم مهارت‌های لازم برای اسکی کردن		۰/۹۲	۲۲/۷۷	۰/۸۴	تأیید
	احساس سختی از ورزش اسکی		۰/۹۱	۲۲/۲۰	۰/۸۲	تأیید
	عدم احساس موفقیت و شادکامی از اسکی کردن		۰/۷۷	۱۷/۲۳	۰/۵۹	تأیید
محدودیت‌های بین فردی	عدم همراهی افراد برای رفتن به پیست اسکی		۰/۸۱	۱۸/۳۴	۰/۶۶	تأیید
	دور بودن مسافت آشنایان علاقه‌مند به اسکی (بعد مسافت و دوری راه)		۰/۸۵	۱۹/۷۰	۰/۷۲	تأیید
	عدم فراغت کافی آشنایان برای حضور در پیست اسکی		۰/۶۷	۱۴/۰۲	۰/۴۵	تأیید
	عدم مهارت کافی آشنایان از ورزش اسکی		۰/۸۸	۲۱/۰۸	۰/۷۸	تأیید
	عدم امکان مسافرت و حضور آشنایان در پیست اسکی (بعد جسمانی)		۰/۸۰	۱۸/۲۷	۰/۶۵	تأیید
محدودیت‌های خویشاوندی و دوستی	عدم برنامه‌ریزی همزمان من و اقوامم برای حضور در پیست اسکی		۰/۷۲	۱۵/۶۲	۰/۵۲	تأیید
	عدم برنامه‌ریزی همزمان من و دوستانم برای حضور در پیست اسکی		۰/۷۰	۱۵/۰۶	۰/۴۹	تأیید
	عدم موافقت خانواده برای حضور در پیست اسکی به دلیل خطرناک بودن آن		۰/۷۶	۱۶/۵۶	۰/۵۷	تأیید
	عدم موافقت دوستان برای حضور در پیست اسکی به دلیل خطرناک بودن آن		۰/۷۲	۱۵/۳۲	۰/۵۱	تأیید
محدودیت‌های ساختاری	عدم بهداشت مناسب پیست‌های اسکی		۰/۹۴	۲۱/۶۶	۰/۸۹	تأیید
	فقدان نظارت و کنترل کافی برای تأمین امنیت و بهداشت پیست‌ها		۰/۷۹	۱۶/۹۸	۰/۶۳	تأیید
	ایجاد آلودگی و تخریب محیط زیست		۰/۶۱	۹/۶۱	۰/۳۷	تأیید

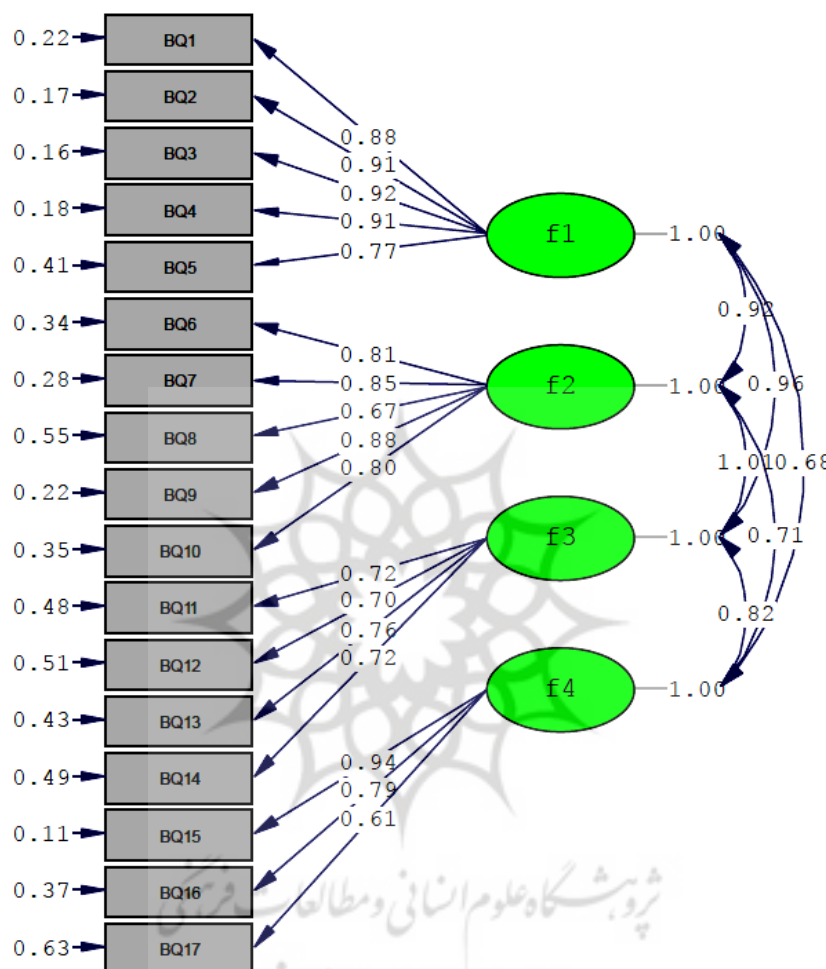
با خرده‌مقیاس‌های مربوط نشان می‌دهد که مقدار t در همه سؤالات بالاتر از ۱/۹۶ بوده است، که حاکی از وجود رابطه معنادار بین سؤالات و عامل‌های مربوط است که در جدول ۴ به تفصیل نشان داده شده است.

در شکل ۱ میزان خطا و میزان ارتباط (بار عاملی) هر سؤال با عامل مربوط به خود نشان داده شده است که

برای بررسی معناداری ارتباط بین متغیرهای مشاهده‌شده (سؤالات یا گویه‌ها) و متغیرهای مکنون (عامل‌ها یا مؤلفه‌ها) نمی‌توان براساس بزرگی یا کوچکی ضرایب قضاوت کرد، بلکه باید از شاخص تی (t) برای تعیین معناداری این ضرایب مسیر استفاده کرد (۱۰). مشاهده پارامترها و شاخص t در مورد رابطه بین سؤالات

۰/۷۶ و در عامل چهارم (محدودیت‌های ساختاری) با سؤال پانزدهم با بار عاملی ۰/۹۴ بیشترین ارتباط و مهم‌ترین سؤالات منعکس‌کننده عامل‌های زیربنایی مربوط به خود هستند. همچنین میزان خطای مربوط به هر سؤال نیز در کنار آن در شکل زیر ترسیم شده است.

براساس میزان ارتباط، در عامل اول (محدودیت‌های درون‌فردی) بیشترین ارتباط با سؤال سوم با بار عاملی ۰/۹۲، در عامل دوم (محدودیت‌های بین‌فردی) با سؤال نهم با بار عاملی ۰/۸۸، در عامل سوم (محدودیت‌های خویشاوندی و دوستی) با سؤال سیزدهم با بار عاملی



شکل ۱. ضرایب استاندارد در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول برای پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران ورزشی

یا عامل بزرگ‌ترند. به بیان دیگر، عامل بزرگ‌تری سازنده عامل‌های استخراج‌شده در تحلیل عاملی مرتبه اول است. همان‌طور که جدول ۵ نشان می‌دهد مقادیر شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری مرتبه دوم پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران ورزشی حاکی از آن بود که تمامی شاخص‌های برازش، در حد قابل قبولی هستند و همانند تحلیل عاملی مرتبه اول می‌توان گفت که ابزار از روایی سازه قابل قبول و بسیار خوبی در بین

تحلیل عاملی مرتبه دوم

به‌منظور دستیابی به ساختار عاملی دقیق‌تر، از روش تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم استفاده شد. هدف این شیوه رسیدن به ساختار عاملی دقیق‌تر و معنادارتر از رابطه سؤالات و عامل‌های مرتبه اول و دوم است. در این‌گونه مدل‌ها، فرض بر آن است که خود متغیرهای مکنون (عامل‌ها) نیز سازنده عامل زیربنایی‌تر

گردشگران ورزشی پیست‌های اسکی برخوردار است. مقادیر هر یک از شاخص‌های نیکویی برازش در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول ۵. شاخص‌های خوبی برازش تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران پیست‌های اسکی

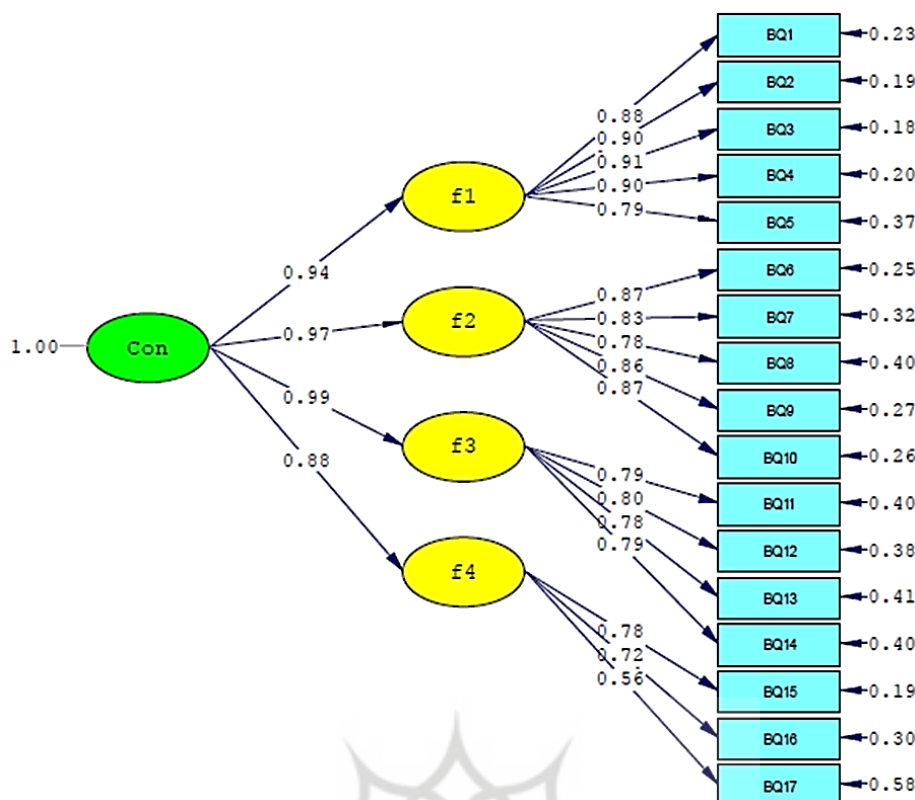
ردیف	شاخص‌های برازش	مقادیر مشاهده شده	ملاک	نتیجه
۱	مجذور کای دو	χ^2	۴۵۰/۳۱	-
۲	درجه آزادی	df	۱۱۵	-
۳	سطح معناداری	P-Value	۰/۰۰۱	تأیید
۴	نسبت کای دو به درجه آزادی	χ^2 به df	۳/۹۱۵	بین ۵ تا ۲۵ تأیید
۵	شاخص برازش تاکر لوئیس یا غیرهنجاری بنتلر بونت	TLI/NNFI	۰/۹۱	بیش از ۰/۹ تأیید
۶	شاخص برازش تطبیقی بنتلر	CFI	۰/۹۱	بیش از ۰/۹ تأیید
۷	شاخص برازندگی فزاینده	IFI	۰/۹۳	بیش از ۰/۹ تأیید
۸	شاخص ریشه میانگین مجذور برآورد تقریب	RMSEA	۰/۰۷۸	کمتر از ۰/۰۸ تأیید
۹	شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته	AGFI	۰/۹۱	بیش از ۰/۹ تأیید
۱۰	شاخص نیکویی برازش مقتصد	PGFI	۰/۹۱	بیش از ۰/۹ تأیید
۱۱	شاخص‌های نیکویی برازش	GFI	۰/۹۶	بیش از ۰/۹ تأیید
۱۲	شاخص برازش استاندارد	NFI	۰/۹۰	بیش از ۰/۹ تأیید

جدول ۶. ارتباط بین مؤلفه‌های کلی با مفهوم محدودیت‌های گردشگران در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم

متغیر	مؤلفه‌ها	β	R^2	t-value	نتیجه
محدودیت‌های گردشگران ورزشی	محدودیت‌های درون فردی	۰/۹۴	۰/۸۸	۱۹/۲۴	تأیید
	محدودیت‌های بین فردی	۰/۹۷	۰/۹۴	۱۹/۶۲	تأیید
	محدودیت‌های خویشاوندی و دوستی	۰/۹۹	۰/۹۸	۱۷/۳۴	تأیید
	محدودیت‌های ساختاری	۰/۸۸	۰/۵۸	۱۴/۷۵	تأیید

میزان رابطه (β) و t-value، مؤلفه‌های کلی چهارگانه با مفهوم محدودیت‌های گردشگران ورزشی پیست‌های اسکی در جدول ۶ نشان داده شده است که مقادیر شاخص تی (t) در مورد رابطه بین مؤلفه‌ها با عوامل بالاتر از خود همگی بالاتر از ۱/۹۶ است که حاکی از وجود ارتباط معنادار در بین آنهاست. به‌طوری‌که از بین چهار مؤلفه کلی، مؤلفه محدودیت‌های بین فردی با دارا بودن بیشترین مقدار $t\text{-value}=19/62$ ، ارتباط نزدیک و

معناداری با عامل بزرگ‌تر خود که محدودیت‌های گردشگران ورزشی است، دارد. در شکل ۲ نیز ارتباط بین گویه‌های مشاهده‌شده با مؤلفه‌های کلی و همچنین ارتباط و ساختار عاملی بین مؤلفه‌های کلی با متغیر محدودیت‌های گردشگران ترسیم شده است که حاکی از وجود ساختار عاملی مناسب و در نتیجه دارا بودن روایی سازه مناسب این ابزار است.



شکل ۲. ضرایب استاندارد در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم برای پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران ورزشی

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه گردشگری بزرگ‌ترین صنعت جهان (۲۱) و ورزش^۱ یکی از صنایع بزرگ و بااهمیت در دنیای کنونی‌اند که از تلفیق آنها یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت «گردشگری ورزشی»^۲ به‌وجود آمده است (۱۱). بنابراین شناسایی موانع و محدودیت‌های حضور گردشگران ورزشی در اماکن ورزشی گردشگری از جمله عللی است که ساخت یک پرسشنامه معتبر و پایا را به‌منظور تشخیص این عوامل ضروری جلوه می‌دهد. ازاین‌رو هدف پژوهش حاضر، سنجش روایی و پایایی پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران ورزشی پیست‌های اسکی بوده است.

نتایج نشان داد که این پرسشنامه پایایی قابل قبولی دارد؛ به‌طوری‌که که کمترین ضریب پایایی مربوط به

خرده‌مقیاس محدودیت‌های ساختاری (۰/۸۰) و بیشترین ضریب پایایی مربوط به خرده‌مقیاس محدودیت‌های درون‌فردی (۰/۹۲) بود که نشان‌دهنده همسانی درونی نسخه فارسی پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران در ورزش است. ضریب آلفای خرده‌مقیاس‌های این پرسشنامه در دامنه ۰/۸۰ تا ۰/۹۲ بود و همسانی درونی (پایایی) کل پرسشنامه ۰/۹۵ به‌دست آمد که با نتایج پژوهش وی (۲۰۰۸) همخوانی دارد. بنسپردی و همکاران (۱۳۹۳) (۲) پایایی کلی این ابزار را ۰/۸۴ گزارش کردند که حاکی از متجانس بودن عناصر ابزار است. به بیان دیگر، گویه‌ها به‌عنوان یک مجموعه با هم پیوند داشتند و به‌طور مستقیم مفهوم یکسانی را اندازه‌گیری می‌کردند؛ به‌گونه‌ای که پاسخ‌دهندگان معنی کلی یکسانی را برای هر یک از عناصر قائل شده بودند.

نتایج شاخص‌های آزمون خوبی برازش تحلیل عاملی مرتبه اول نشان داد که تمامی شاخص‌ها از برازش لازم

- 1 . Sport
- 2 . Sport Tourism

برخوردار بودند و مدل مرتبه اول را که به بررسی ارتباط بین سؤالات با مؤلفه‌های خود می‌پردازد تأیید می‌کند. براساس نظر کلاین (۲۰۰۵)، با توجه به آنکه بین متخصصان مدلیابی معادلات ساختاری، توافق عمومی و کلی درباره اینکه کدام یک از شاخص‌های برازندگی برآورد بهتری از مدل فراهم می‌کند، وجود ندارد، ترکیبی از سه تا چهار شاخص را برای گزارش پیشنهاد می‌کند (۳۰). همچنین در مورد روایی سازه پرسشنامه و قدرت پیشگویی سؤالات، نتایج مقادیر t -value و میزان رابطه‌ها (β) نشان داد که همگی سؤالات دارای t -value بالاتری از ۱/۹۶ هستند و تمامی سؤالات به خوبی توانستند سازه زیربنایی مربوط به خود را منعکس کنند (جدول ۴). یکی از مزیت‌های نتایج روایی سازه حاصل از تحلیل عاملی تأییدی می‌تواند این باشد در صورتی که در توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه در یک جامعه پژوهش با کمبود وقت و زمان مواجه باشیم، می‌توانیم از این طریق اقدام به ساخت فرم کوتاه پرسشنامه کنیم، به طوری که با توجه به بیشترین بتای (β) سؤالات، در عامل محدودیت‌های درون فردی، گویه عدم مهارت لازم برای اسکی کردن، در عامل محدودیت‌های بین فردی، گویه عدم مهارت آشنایان از ورزش اسکی، در عامل محدودیت‌های خویشاوندی و دوستی، گویه عدم موافقت خانواده برای حضور در پیست اسکی به دلیل خطرناک بودن این رشته و در عامل محدودیت‌های ساختاری گویه عدم بهداشت مناسب در پیست‌های اسکی را به عنوان فرم کوتاه پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران پیست‌های اسکی انتخاب کرد.

همچنین برای بررسی اینکه مدل چهارمؤلفه‌ای پرسشنامه به متغیر پنهان^۱ (مکنون) و بررسی مجدد شاخص‌های نیکویی برازش از تحلیل عاملی مرتبه دوم استفاده شد که محاسبات و تحلیل آن به مراتب

سختگیرانه‌تر از مدل مرتبه اول است. نتایج تحلیل مرتبه دوم نشان داد که مقادیر شاخص نسبت χ^2 به df در تحلیل مرتبه دوم (۳/۹۱) نسبت به مرتبه اول (۴/۴۲) دارای مقدار کمتری است و از برازش مناسب و مطلوب‌تری برخوردار است. مقادیر کای (χ^2) بیان می‌کند آن مدل در جامعه موجود نیست. برای مدل‌هایی با N بزرگ‌تر، مجذور کای همیشه از لحاظ آماری معنادار است. این مسئله با توجه به این مطلب که برای روش مدلیابی معادلات ساختاری گروه‌های نمونه با حجم زیاد توصیه می‌شود، تناقض دارد (۱۰). از این رو نسبت χ^2 به df یکی از شاخص‌های عمومی برای به حساب آوردن شاخص‌های آزاد در محاسبه شاخص برازش است که قاسمی (۱۳۹۲) مقادیر بین ۲ تا ۳ را شاخص قابل قبول می‌داند (۴)، در حالی که تری^۲ و همکاران (۲۰۰۳) نیز مقادیر بین ۲ تا ۵ را نشان‌دهنده معقولیت و مناسب بودن این شاخص می‌دانند (۴۰). مقدار شاخص RMSEA نیز از ۰/۰۶۹ مدل اول به ۰/۰۷۸ مدل دوم افزایش یافته بود که نیکویی برازش را ضعیف‌تر از مرحله قبل گزارش کرده بود و مقدار شاخص GFI نیز در تحلیل عاملی مرتبه دوم (۰/۹۶) نسبت به مرتبه اول (۰/۹۱) دارای افزایش بود که نشان‌دهنده قابل قبول و معقول بودن مدل بود. مقدار شاخص GFI به حجم نمونه بستگی دارد و نشان می‌دهد که مدل تا چه حد نسبت به نبود آن برازندگی بهتری دارد، زیرا GFI نسبت به سایر شاخص‌های برازندگی اغلب مقدار بزرگ‌تری دارد (بزرگ‌تر از ۰/۹) (۱۰).

در تحلیل عاملی مرتبه دوم، نتایج بررسی ارتباط بین چهار مؤلفه کلی پژوهش با مفهوم محدودیت‌های گردشگران ورزشی نشان داد که تمامی مؤلفه‌ها (محدودیت درون فردی، بین فردی، خویشاوندی و دوستی، ساختاری) با مفهوم محدودیت‌های گردشگران ورزشی

1 . Latent

2 . Terry

که این مؤلفه در این پژوهش در اولویت آخر محدودیت‌های گردشگران پیست‌های اسکی قرار داشت. به‌طور کلی نتایج پژوهش حاضر نشان داد که نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم، ضرایب آلفای کرونباخ و میزان ارتباط بین گویه‌ها با عامل‌ها از ساختار پرسشنامه محدودیت‌های گردشگران ورزشی حمایت می‌کند و روایی عاملی، همسانی درونی و پایایی پرسشنامه را تأیید می‌کند. در نتیجه می‌توان از نسخه فارسی این پرسشنامه به‌عنوان ابزاری روا و پایا در مطالعات مدیریت ورزشی حوزه توریسم ورزشی بهره برد. همچنین این پرسشنامه به‌همراه سایر ابزارها در حوزه گردشگری ورزشی (مانند انگیزه‌های گردشگران و رضایت‌مندی گردشگران) می‌تواند بستر مناسبی را در حوزه گردشگری ورزشی فراهم کند تا بدین طریق بتوان با شناسایی ضعف‌ها و شناخت سلايق، نیازها و خواسته‌های افراد، عملکرد در جذب و حفظ گردشگر ورزشی را بهبود بخشید.

ارتباط معنادار داشتند و هر چهار مؤلفه منعکس‌کننده خوبی برای متغیر مورد مطالعه پژوهش بودند و مؤلفه محدودیت‌های خویشاوندی و دوستی با بتای $0/99$ و $t\text{-value}=17/34$ محدودیت‌های بین‌فردی با بتای $0/97$ و $t\text{-value}=19/62$ محدودیت‌های درون‌فردی با بتای $0/94$ و $t\text{-value}=19/24$ و محدودیت‌های ساختاری با بتای $0/88$ و $t\text{-value}=14/75$ به‌ترتیب دارای بیشترین کمترین ارتباط با مفهوم محدودیت‌های گردشگران ورزشی بودند. نتایج پژوهش گیلبرت (۲۰۰۰)، دری و جاگو (۲۰۰۶)، وی (۲۰۰۸)، تسینگ (۲۰۰۶) و فانگ (۲۰۰۹) همگی محدودیت‌های درون‌فردی را مهم‌ترین مانع گردشگری ورزشی افراد عنوان کردند (۴۴، ۴۲، ۲۲، ۱۹، ۱۵) که در این پژوهش محدودیت‌های درون‌فردی در اولویت دوم اهمیت پژوهش قرار داشت. همچنین نتایج پژوهش هاسن (۲۰۱۰)، نزاکتی و همکاران (۲۰۱۳) و ناوپین، مورایس و گریف (۲۰۰۴) نیز محدودیت‌های ساختاری را از مهم‌ترین موانع ذکر کردند (۳۹، ۳۵، ۲۵).

منابع و مآخذ

۱. بلالی، مریم؛ معین‌فرد، محمدرضا؛ حامدی‌نیا، محمدرضا و امیراحمدی، ابوالقاسم. (۱۳۹۱). "بررسی دیدگاه مدیران و کارشناسان در مورد توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان خراسان رضوی". مدیریت ورزشی، تابستان ۹۱، ش ۱۳، ص ۲۰۲-۱۸۵.
۲. بنسبردی، علی؛ معین‌فرد، محمدرضا و محمودی، احمد. (۱۳۹۳). "رابطه محدودیت‌های گردشگران با رضایت‌مندی آنان در پیست‌های اسکی استان تهران". مطالعات مدیریت ورزشی، ش ۲۳، ص ۱۶۲-۱۴۷.
۳. فلاحي، احمد؛ حسنی، احسان و کروی، مهدی. (۱۳۹۲). "بررسی جاذبه‌های طبیعی مؤثر بر گردشگری ورزشی استان کردستان". مطالعات مدیریت ورزشی، ش ۱۷، ص ۱۷۴-۱۵۹.
۴. قاسمی، وحید. (۱۳۹۲). "مدل‌سازی معادله ساختاری در پژوهش‌های اجتماعی با کاربرد Amos Graphics". چ دوم، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان، ص ۳۷۶.
۵. محرم‌زاده، مهرداد و قیامی‌راد، امیر. (۱۳۸۷). "بررسی تطبیقی نقش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی ایران و استرالیا". حرکت، ش ۳۵، ص ۱۱۵-۹۹.

۶. معین‌فرد، محمدرضا. (۱۳۸۹). "گردشگری ورزشی". سبزواری: انتشارات دانشگاه تربیت معلم سبزواری، ص ۱۲.
۷. مهدی‌زاده، عباس؛ طالب‌پور، مهدی و فتحی، مهرداد. (۱۳۹۳). "بررسی وضعیت گردشگری ورزشی مشهد براساس تحلیل SWOT". پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، سال دوم، ش ۴، (۸ پیاپی)، بهار، ص ۲۳-۳۶.
۸. هنرور، افشار. (۱۳۸۳). "عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران، ص ۸-۲۵.
۹. هنرور، افشار؛ غفوری، فرزاد؛ فرزاد، فرزاد و شریفان، اسماعیل. (۱۳۸۶). "عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی ایران". فصلنامه المپیک، ش ۴ (پیاپی ۴۰)، ص ۳۱.
۱۰. هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۸). "مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل". چ سوم، تهران: سمت، ص ۸۷.
11. Biddiscombe, R. (2004). "The business of sport tourism report". Journal of Sport Business Group, 17(6), pp: 1-13.
12. Brennan, R. L. (2006). "Educational measurement". Netherland: Praeger Pub Text, p: 28.
13. Brown, T. A. (2012). "Confirmatory factor analysis for applied research". New York: Guilford Press, pp: 1-39.
14. Brown, T. A. (2014). "Confirmatory factor analysis for applied research". New York: Guilford Publications, pp: 1-39.
15. Deery, M., Jago, L. (2005). "The management of sport tourism". Sport in Society, 8(2), pp: 378-389.
16. Durand-Bush, N., Salmela, J. H., Green-Demers, I. (2001). "The Ottawa Mental Skills Assessment Tool (OMSAT-3*)". Human Kinetics Journals. The Sport Psychologist, 15(1), pp: 1-19.
17. Embereston, S. E., Reise, S. P. (2000). "Item response theory for psychologists". Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, pp: 2-89.
18. Emery, P. (2010). "Past, present, future major sport event management practice: The practitioner perspective". Sport Management Review, 13(2), pp: 158-170.
19. Funk, D. C., Alexandris, K., Ping, Y. (2009). "To go or stay home and watch: Exploring the balance between motives and perceived constraints for major events: A case study of the 2008 Beijing Olympic Games". International Journal of Tourism Research, 11(1), pp: 41-53.
20. Funk, D. C., Filo, K., Beaton, A. A., Pritchard, M. (2009). "Measuring the motives of sport event attendance: Bridging the academic-practitioner divide to understanding behavior". Sport Marketing Quarterly, 18, pp: 126-138.
21. Gibson, H. J. (1998). "Active sport tourism: who participates?". Leisure Studies, 17(2), pp: 155-170.

22. Gilbert, D., Hudson, S. (2000). "Tourism demand constraints: A skiing participation". *Annals of Tourism Research*, 27(4), pp: 906-925.
23. Harrington, D. (2008). "Confirmatory factor analysis". United States of America: Oxford University Press, pp: 50-53.
24. Higham, J. E., Hinch, T. D. (2003). "Sport, space and time: Effects of the Otago Highlanders franchise on tourism". *Journal of Sport Management*, 17, pp: 235-257.
25. Hudson, S., Hinch, T., Walker, G., Simpson, B. (2010). "Constraints to sport tourism: A cross-cultural analysis". *Journal of Sport & Tourism*, 15(1), pp: 71-88.
26. Kasimati, E., Dawson, P. (2009). "Assessing the impact of the 2004 Olympic Games on the Greek economy: A small macro econometric model". *Economic Modelling*, 26(1), pp: 139-146.
27. Kim, N., Chalip, L. (2004). "Why travel to the FIFA World Cup? Effects of motives, background, interest and constraints". *Tourism Management*, 25, pp: 695-707.
28. Kim, Y. K., Trail, G. (2010). "Constraints and motivators: A new model to explain sport consumer behavior". *Journal of Sport Management*, 24(2), pp: 190-210.
29. Kline, P. (2013). "Handbook of psychological testing". London & New York: Routledge, p: 87.
30. Kline, R. B. (2011). "Principles and practice of structural equation modeling". New York City: Guilford Press, p: 381.
31. Lee, Y. (2003). "Conference on sport and tourism". *Journal of Sport Tourism*, 8(2), pp: 75-93.
32. Leech, N., Barret, K., Morgan, G. (2005). "SPSS for intermediate statistics, Use and interpretation". 2nd Edition. New Jersey: Psychology Press, pp: 8-32.
33. Markus, K. A., Borsboom, D. (2013). "Frontiers of test validity theory: Measurement, causation, and meaning". New York and London: Routledge, pp: 1-36.
34. Mester, I., Badulescu, A., Bâc, O., Bac, D. (2008). "Qualitative and quantitative analysis of the sport tourism from the perspective of Romanian young adults". MPRA (Munich Personal RePEc Archive) Paper 7641, Munich University, pp: 1-16.
35. Nezakati, H., MokChuang, C., Akhoundi, M. (2013). "Factors influencing people to travel abroad for sport tourism (Malaysia evidence)". *Journal of Applied Sciences*, 13(24), pp: 5708-5715.
36. Nishio, T. (2014). "The constraint factors of potential international sports fan tourists". *Journal of Vacation Marketing*, 20(2), pp: 137-147.
37. Nunnally, J. C., Bernstein, I. H. (1994). "Psychometric theory". Montreal, Quebec, Canada: McGraw-Hill Book Co., p: 43.
38. Nuviala Nuviala, A., Teva Villén, M. R., Grao Cruces, A., Pérez Ordás, R., García Fernández, J., Nuviala Nuviala, R. (2012). "Validity, reliability and exploratory factor analysis of the dropout scale in sport centres". *Journal of Human Sport and Exercise*, 7(1), pp: 12- 76.

39. Nyaupane, G. P., Morais, D. B., Graefe, A. R. (2004). "Nature tourism constraints: a cross-activity comparison". *Annals of Tourism Research*, 31(3), pp: 540-555.
40. Terry, P. C., Lane, A. M., Fogarty, G. (2003). "Construct validity of the profile of mood states-A for use with adults". *Psychology of Sport and Exercise*, 4, pp: 125-39.
41. Thompson, B. (2004). "Exploratory and confirmatory factor analysis: Understanding concepts and applications". Washington DC, US: American Psychological Association, p: 67.
42. Tseng, C. J. (2006). "Research on consumers' motivation, satisfaction and constraints in dance in Taipei City". Master's Thesis. Taipei Municipal University of Education, Taipei City, p: 5.
43. Van der Zee, E. L. (2011). "Image improvement as a tangible legacy of hallmark events; the case of the 2010 World Cup in South Africa". Thesis. Utrecht University, Faculty of Geosciences, Department of Human Geography and Planning, Netherlands, p: 3.
44. Wei, K. Y. (2008). "The investigation of tourists' motivation, satisfaction and constraint factors on a snorkeling holiday of marine leisure and tourism at Kenting in Taiwan". Doctoral Dissertation. Faculty of the United States Sports Academy, Alabama, ProQuest, p: 148.

