

ارائه مدل نقش توسعه گردشگری ورزشی بر اشتغال‌زایی

رضا آیایار^۱، فاطمه نگهداری^{۲*}، آرزو محمدزاده^۳

۱-مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

۲-گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس، بندرعباس، ایران.

negahdarif6@gmail.com

۳-مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۴

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۲/۰۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۱

چکیده

هدف از تحقیق حاضر ارائه مدل نقش توسعه گردشگری ورزشی بر اشتغال‌زایی بود. روش تحقیق حاضر، به لحاظ ماهیت توصیفی از نوع همبستگی و جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمامی اساتید مدیریت ورزشی، اساتید گردشگری و متخصصان کسب و کار در ورزش بودند و نمونه آماری از بین اعضای جامعه با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند (۱۰۰ نفر). ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی صوری و محتوایی آن توسط ۱۰ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و اساتید گردشگری و پایایی مرکب نیز از طریق آزمون معادلات ساختاری مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های آماری درصد فراوانی، میانگین، روایی همگرا، واگرا، پایایی مرکب و بار عاملی با استفاده از نرم‌افزار PLS نسخه ۴ انجام گرفت. یافته‌های تحقیق نشان داد که گردشگری ورزشی اثر مثبتی بر اشتغال‌زایی مستقیم، اشتغال‌زایی غیرمستقیم و تمامی ابعاد آن‌ها دارد؛ این تأثیرات به‌ویژه در بخش‌هایی مانند خدمات حمل‌ونقل، هتل‌داری، رستوران‌ها، راهنمایان تور و فروشگاه‌های مرتبط با تجهیزات ورزشی مشهود است. علاوه بر این، گردشگری ورزشی می‌تواند باعث ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در مناطق کمتر توسعه‌یافته شده و به توسعه اقتصادی و اجتماعی آن‌ها کمک کند؛ این نتایج نشان می‌دهد که گسترش گردشگری ورزشی می‌تواند به‌عنوان یک عامل کلیدی در کاهش نرخ بیکاری و ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار کمک کند.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری ورزشی، اشتغال‌زایی مستقیم، اشتغال‌زایی غیرمستقیم.

مقدمه

رشد مداوم و توسعه پایدار اقتصاد در هر جامعه، سازمان یا گروهی نیازمند استفاده بهینه از منابع است؛ در این میان، مهم‌ترین و حساس‌ترین عامل، نیروی انسانی است؛ پیشرفت و توسعه سازمان‌ها لازمه رسیدن جوامع به توسعه اجتماعی و اقتصادی همه‌جانبه است، به تربیت و تأمین نیروی انسانی مورد نیاز در بخش‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی جامعه وابسته است (وانیونی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱)؛ بنابراین، تأمین نیروی انسانی و کاهش نرخ بیکاری از طریق افزایش سطح اشتغال، از جمله اهداف و سیاست‌های راهبردی هر کشوری در بلندمدت محسوب می‌شود (ژو^۲ و همکاران، ۲۰۲۳). یکی از عوامل مؤثر در افزایش اشتغال افراد جامعه، توجه به صنعت گردشگری است، گردشگری امروزه به یکی از بزرگ‌ترین و پرجاذبه‌ترین صنایع جهان تبدیل شده و بسیاری از بخش‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی را تحت تأثیر خود قرار داده است (علیدوست قهفرخی و همکاران، ۱۴۰۳). صنعت گردشگری به‌طور مستقیم فرصت‌های شغلی بسیاری را ایجاد می‌کند و به‌عنوان یک صنعت دانش‌بنیان، مسئله اشتغال‌زایی و بهره‌برداری از نیروی انسانی در آن بسیار حائز اهمیت است؛ بنابراین، توسعه گردشگری با استفاده از نیروی انسانی متخصص، بسترهای لازم را برای ایجاد اشتغال دائم، فصلی و پاره‌وقت فراهم می‌آورد (الکساندرا^۳ و همکاران، ۲۰۱۹).

در سال‌های اخیر، صنعت گردشگری با رشد چشمگیری مواجه شده و به یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین صنایع جهان تبدیل گشته است که درآمد قابل توجهی به همراه دارد، بر اساس پیش‌بینی‌ها، تعداد گردشگران بین‌المللی همچنان روندی افزایشی خواهد داشت و این امر نشان‌دهنده اهمیت فزاینده گردشگری در اقتصاد جهانی است (سازمان جهانی گردشگری ملل متحد؛ ۲۰۲۲). گردشگری یکی از اقتصادی‌ترین فعالیت‌ها از نظر ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه کارآفرینی و رونق اقتصادی کشورها محسوب می‌شود (شهبازی و همکاران، ۱۴۰۳). این صنعت، به‌عنوان یک صادرات نامرئی، در صورت برنامه‌ریزی و هدایت مؤثر، می‌تواند به کاهش نرخ بیکاری، توزیع عادلانه ثروت، برقراری توازن منطقه‌ای، کاهش فقر، ارتقای استانداردهای زندگی و ایجاد تعاملات مثبت فرهنگی کمک شایانی کند (آینم و همکاران، ۲۰۱۶). صنعت گردشگری نه تنها به ایجاد فرصت‌های شغلی مستقیم و غیرمستقیم کمک می‌کند، بلکه با جذب گردشگران داخلی و خارجی، زیرساخت‌های محلی همچون حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها، مراکز تفریحی و بهداشتی را تقویت و به‌روز می‌سازد (کناول^۴ و همکاران، ۲۰۱۹)؛ این صنعت باعث رشد کسب‌وکارهای کوچک و محلی نیز

^۱. Wanyonyi

^۲. Zhou

^۳. Aleksandra

^۴. United Nations World Tourism Organization= UNWTO

^۵. Aynalem

^۶. Kanwel

می‌شود که به نوبه خود به چرخه اقتصادی مناطق کمک کرده و موجب افزایش درآمد عمومی می‌گردد (ژیانگ و فسنمایر^۱، ۲۰۱۷). علاوه بر این، درآمد حاصل از حضور گردشگران از طریق مالیات و عوارض، یک منبع مالی پایدار برای دولت‌ها فراهم می‌آورد که به توسعه خدمات عمومی، ارتقای زیرساخت‌های شهری، و بهبود کیفیت زندگی ساکنان منجر می‌شود (شایان و همکاران، ۱۴۰۱). رونق گردشگری به تنوع بخشیدن به اقتصاد و کاهش وابستگی به صنایع دیگر کمک کند (شهبازی و همکاران، ۲۰۲۵). گردشگری می‌تواند با ایجاد محیطی پویا برای سرمایه‌گذاری، نوآوری و کارآفرینی، محرکی برای توسعه پایدار اقتصادی باشد (وانیونی و همکاران، ۲۰۲۱)؛ علاوه بر این، گردشگری به ترویج فرهنگ‌های محلی و حفاظت از میراث فرهنگی کمک می‌کند و به جوامع محلی این امکان را می‌دهد که با به اشتراک گذاری سنت‌ها و آداب و رسوم خود با بازدیدکنندگان، هویت فرهنگی خود را تقویت کنند (اوسو^۲، ۲۰۱۴).

یکی از بخش‌های ضروری و ویژه در صنعت گردشگری، ورزش است که از آن به عنوان گردشگری ورزشی نام برده می‌شود (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۸). رویدادهای ورزشی از فاکتورهای اصلی در گردشگری ورزشی می‌باشد (الیزابت^۳، ۲۰۱۹). گردشگری ورزشی با یک سفر تفریحی همراه است که در آن افراد به طور موقت محل سکونت خود را ترک می‌کنند تا در فعالیت‌های ورزشی فیزیکی شرکت کنند، بازدید کنند یا جاذبه‌ها را مشاهده کنند (گیسون^۴، ۲۰۱۷)؛ به عبارت دیگر، گردشگری ورزشی گونه جدیدی از گردشگری است، به طوری که گردشگری و ورزش به هم پیوند خورده است و فعالیت‌های ورزشی در قالب گردشگری ورزشی یکی از جایگاه‌های مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید اقتصادی به وجود آورده است (پانتیک و میلویچ^۵، ۲۰۱۹). رواج روزافزون سفرهای تفریحی مرتبط با ورزش و رواج سبک‌های زندگی فعال، مردم را حتی در سفر نیز به ورزش علاقه‌مند کرده است؛ از این رو گردشگران ورزشی به یکی از مهم‌ترین منابع درآمد و اشتغال جامعه میزبان تبدیل شده‌اند (اسوارت^۶ و همکاران، ۲۰۱۸). گردشگری ورزشی، به عنوان یکی از پویاترین و رو به رشدترین شاخه‌های صنعت گردشگری، نقشی کلیدی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و اشتغال‌زایی ایفا می‌کند (آمر^۷، ۲۰۱۸). گردشگری ورزشی نه تنها موجب جذب گردشگران داخلی و خارجی به مناطق میزبان می‌شود، بلکه بسترهای قابل توجهی را برای ایجاد فرصت‌های شغلی مستقیم و غیرمستقیم فراهم می‌آورد (غلامی و همکاران، ۱۴۰۲). از جنبه اشتغال‌زایی، گردشگری ورزشی در دو سطح عمده اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم تقسیم می‌شود (اوسو، ۲۰۱۴). اشتغال‌زایی مستقیم شامل مشاغلی است که به طور خاص در رابطه با رویدادهای ورزشی و خدمات مرتبط ایجاد می‌شود، مانند مدیران رویداد، مربیان،

¹. Xiang & Fesenmaier

². Owusu

³. Elizabeth

⁴. Gibson

⁵. Pantic & Milojevic

⁶Swart

⁷Ameera

راهنمایان ورزشی، نیروهای خدماتی در هتل‌ها و حمل‌ونقل؛ اشتغال‌زایی غیرمستقیم نیز به فرصت‌های شغلی اشاره دارد که در اثر افزایش تقاضا برای کالاها و خدمات مورد نیاز گردشگران ورزشی به وجود می‌آید، مانند صنایع دستی، فروشگاه‌های ورزشی، رستوران‌ها و فروشگاه‌های محلی (صافدل و کشاورز، ۱۳۹۵). یکی دیگر از جنبه‌های قابل توجه گردشگری ورزشی، ایجاد اشتغال در مناطق کمتر توسعه‌یافته است؛ بسیاری از رویدادهای ورزشی در طبیعت، مانند کوهنوردی، دوچرخه‌سواری کوهستان، صخره‌نوردی و اسکی، به مناطق دور از شهرها و دارای منابع طبیعی متکی هستند (لی^۱ و همکاران، ۲۰۲۲)؛ این امر فرصت‌هایی برای ایجاد و توسعه مشاغل جدید در مناطق محروم فراهم می‌کند و با افزایش حضور گردشگران در این مناطق، به تقویت زیرساخت‌های محلی، بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی و کاهش مهاجرت به شهرهای بزرگ کمک می‌کند (گراتون^۲ و همکاران، ۲۰۱۲). همچنین، گردشگری ورزشی تأثیر مثبتی بر تعاملات فرهنگی و اجتماعی دارد، حضور گردشگران از مناطق مختلف، به تبادل فرهنگی و افزایش درک متقابل منجر می‌شود و با معرفی فرهنگ محلی و ایجاد فضایی برای تبادل آداب و رسوم، به توسعه ارتباطات بین‌فرهنگی کمک می‌کند (ژو و همکاران، ۲۰۲۳).

مطالعات متعددی در زمینه گردشگری ورزشی انجام شده است که بیش‌تر آن‌ها بر مزایای دائمی و بلندمدت مانند توسعه امکانات و زیرساخت‌ها، بازآفرینی شهری، شهرت جهانی، آسایش عمومی، توسعه گردشگری و اشتغال‌زایی حاصل از میزبان رویدادهای ورزشی و جذب گردشگر دارند. در این زمینه می‌توان به نمونه‌ای از تحقیقات اشاره کرد:

ژو و همکاران (۲۰۲۳)، در تحقیقی با عنوان "ارائه چارچوب یادگیری مکانی-زمانی در پیش‌بینی تقاضای گردشگری" به این نتیجه دست یافتند که با ارائه چارچوب پیش‌بینی دقیق تقاضای گردشگری، می‌توان به بهینه‌سازی زیرساخت‌ها، تخصیص منابع و بهبود خدمات گردشگری در نقاط مختلف کمک کرد؛ این رویکرد همچنین امکان کاهش اثرات منفی ناشی از نوسانات غیرمنتظره در تعداد گردشگران و ارتقای تجربه گردشگری را فراهم می‌آورد. وانیونی و همکاران (۲۰۲۱)، در تحقیقی با عنوان "چالش‌ها و فرصت‌های میزبانی رویدادهای گردشگری ورزشی پایدار" به این نتیجه دست یافتند که گردشگری ورزشی به عنوان یک راه جایگزین برای مشارکت جامعه میزبان در فعالیت‌های گردشگری، با هدف توانمندسازی میزبانان برای کسب درآمد از گردشگری است. شهبازی و همکاران (۱۳۹۸)، در تحقیقی با عنوان "بررسی و رتبه‌بندی نقش رسانه‌های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی شهر تبریز" به این نتیجه دست یافتند که رسانه‌های جمعی نقشی بسیار مهم در توسعه گردشگری ورزشی دارند و می‌توانند به عنوان ابزار مؤثری برای ارتقای آگاهی و جذب گردشگران ورزشی عمل کنند. علیدوست قهفرخی و همکاران (۱۴۰۳)، در تحقیقی با عنوان "شناسایی عوامل مؤثر بر بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران" به این نتیجه دست یافتند که موفقیت

^۱. Li

^۲. Gratton

بازاریابی گردشگری ورزشی به عناصر مختلفی چون تبلیغات مؤثر، تعاملات بین‌المللی، سیاست‌گذاری مناسب و به‌کارگیری منابع انسانی کارآزموده بستگی دارد و بهینه‌سازی این عوامل می‌تواند به رشد و توسعه پایدار گردشگری ورزشی در کشور کمک کند.

گردشگری ورزشی به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت گردشگری در ایجاد فرصت‌های شغلی و بهبود شرایط اقتصادی شناخته شده است. گسترش این نوع گردشگری می‌تواند از طریق افزایش جذب گردشگران ورزشی و توسعه زیرساخت‌های مرتبط، به ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم در بخش‌های مختلفی مانند هتل‌داری، حمل‌ونقل، رستوران‌ها و مراکز خدمات ورزشی منجر شود؛ با این حال، توسعه اشتغال‌زایی از طریق گردشگری ورزشی مستلزم مدل‌سازی دقیق و شناسایی عوامل مؤثر بر آن است؛ به دلیل پتانسیل بالای این نوع گردشگری در جذب سرمایه و رفع بیکاری، ارائه یک مدل جامع برای نقش توسعه گردشگری ورزشی در ایجاد اشتغال ضروری است. این مدل باید شامل شناسایی عوامل کلیدی مانند بهبود زیرساخت‌های ورزشی و گردشگری باشد. همچنین، همکاری بین بخش‌های دولتی و خصوصی، ایجاد شبکه‌های ارتباطی قوی با سازمان‌های بین‌المللی و استفاده از فناوری‌های نوین در بازاریابی و مدیریت رویدادها می‌تواند به افزایش جذب گردشگران و تقویت جایگاه کشور در صنعت گردشگری ورزشی جهانی کمک کند، بر این اساس تحقیق حاضر به ارائه مدل نقش توسعه گردشگری ورزشی بر اشتغال‌زایی پرداخته شد.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق حاضر، به لحاظ ماهیت توصیفی از نوع همبستگی و جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمامی اساتید مدیریت ورزشی، اساتید گردشگری و متخصصان کسب و کار در ورزش بودند و نمونه آماری از بین اعضای جامعه با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند (۱۰۰ نفر). ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی صوری و محتوایی آن توسط ۱۰ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و اساتید گردشگری و پایایی مرکب نیز از طریق آزمون معادلات ساختاری مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های آماری درصد فراوانی، میانگین، روایی همگرا، واگرا، پایایی مرکب و بار عاملی با استفاده از نرم‌افزار PLS نسخه ۴ انجام گرفت.

یافته‌های تحقیق

جدول شماره (۱) ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌های آماری تحقیق حاضر را نشان می‌دهد:

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌ها

متغیر	ویژگی‌های جمعیت شناختی	فراوانی
جنسیت	مرد	۶۸
	زن	۳۲
سطح تحصیلات	کارشناسی ارشد	۲۹
	دکتری	۷۱
وضعیت تأهل	مجرد	۱۶
	متأهل	۸۴
سن آزمودنی‌ها	کم‌تر از ۴۰ سال	۱۷
	۴۱ الی ۴۵ سال	۲۲
	۴۵ الی ۵۰ سال	۳۳
	بالای ۵۰ سال	۳۷
رشته تحصیلی	مدیریت ورزشی	۳۹
	گردشگری	۲۸
	مدیریت کسب و کار	۲۱
	کارآفرینی	۱۲
سابقه فعالیت	کم‌تر از ۱۰ سال	۱۶
	۱۰ الی ۱۵ سال	۲۴
	۱۶ الی ۲۰ سال	۳۸
	بالای ۲۰ سال	۲۳

برای پاسخ‌گویی به سؤال تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار PLS که یک فن مدل‌سازی مسیر است و امکان بررسی نظریه و سنجه‌ها را به طور همزمان فراهم می‌سازد، استفاده شد. مدل بیرونی نرم‌افزار PLS شامل روایی همگرا و واگرا، پایایی ترکیبی و مطالعه بار عاملی موارد مربوط به ساختارهای تحقیق است. پایایی مرکب (ترکیبی) میزان همبستگی بین سؤالات یک بعدی را با برازش کافی مدل‌های اندازه‌گیری نشان می‌دهد (فورنر و لارکر، ۱۹۸۱). در بررسی روایی همگرا اگر ضریب همبستگی نمرات آزمون بالا باشد، نشان دهنده مورد قبول بودن روایی پرسشنامه تحقیق مورد اندازه‌گیری است. برای به دست آوردن معادله روایی همگرا باید روابط زیر برقرار باشد:

$$\text{پایایی مرکب} > CR > 0.7$$

$$\text{میانگین واریانس استخراج} > AVE > 0.5$$

از معیارهای لازم دیگر برای ارزیابی مدل بیرونی این می‌باشد که سازه مورد نظر در مقایسه با به اشتراک گذاشتن با ساختارهای دیگر باید بالاترین واریانس را داشته باشد. محققان پیشنهاد می‌کنند از میانگین واریانس استخراج شده، میانگین واریانس بین ساختارها و نشانگرهای مورد ارزیابی قرار گیرد. که این معیار نشان‌دهنده روایی ابزار اندازه‌گیری

¹. Fornell & Larcker

است، اساس فرض این می باشد که متغیر پنهان نسبت به هر متغیر پنهان واریانس مشترک با هر یک از نشانگرهای معین شده دارد. جدول (۳) نتایج این آزمون را نشان می دهد:

جدول ۳. نتایج روایی همگرا و پایایی مرکب

متغیرهای تحقیق	میانگین واریانس (AVE)	پایایی ترکیبی (CR)
توسعه گردشگری	۰/۵۶	۰/۸۲
اشتغالزایی دائمی	۰/۷۵	۰/۸۷
اشتغالزایی فصلی	۰/۶۴	۰/۷۶
اشتغالزایی پاره وقت	۰/۵۴	۰/۷۴
اشتغالزایی مستقیم	۰/۵۸	۰/۶۶
اشتغالزایی دائمی	۰/۷۲	۰/۸۴
اشتغالزایی فصلی	۰/۶۴	۰/۸۹
اشتغالزایی پاره وقت	۰/۷۳	۰/۷۷
اشتغالزایی غیرمستقیم	۰/۶۲	۰/۸۱

بر اساس نتایج جدول (۳) مقدار میانگین واریانس استخراج شده بزرگتر از ۰/۵ می باشد؛ بنابراین روایی همگرا تأیید و مقدار پایایی مرکب در تمامی موارد از ۰/۷ بالاتر است که نشان دهنده مناسب بودن پایایی مرکب است.

برای ارزیابی روایی واگرا، از ماتریسی که فورنل و لارکر (۱۹۸۱) پیشنهاد کردند استفاده می شود. در این ماتریس، جذر واریانس استخراج شده هر متغیر پنهان (یا سازه) در قطر اصلی ماتریس قرار می گیرد. مقدار این جذر نشان دهنده میزان اشتراک واریانس یک متغیر پنهان با شاخص هایش است و باید بیشتر از همبستگی های بین این متغیر و سایر متغیرها باشد. سلول های غیرقطری ماتریس بیانگر میزان همبستگی بین متغیرهای مختلف در مدل هستند. اگر مقدار جذر واریانس استخراج شده هر متغیر (که در قطر اصلی قرار دارد) از تمامی مقادیر همبستگی بین آن متغیر و سایر متغیرهای پنهان بزرگتر باشد، این امر نشان می دهد که روایی واگرا در مدل برقرار است. این به این معنی است که متغیرها یا سازه ها به طور مشخص از یکدیگر متمایز هستند و هر سازه بیشتر با شاخص های خود مرتبط است تا با سازه های دیگر. جدول (۴) نتایج روایی واگرا تحقیق حاضر را نشان می دهد:

جدول ۴. نتایج روایی واگرا

اشتغال	پاره	فصلی	دائمی	اشتغال	پاره	فصلی	دائمی	توسعه
غیرمستقیم	وقت			مستقیم	وقت			گردشگری
								۰/۶۹۲
								توسعه گردشگری

دائمی	۰/۶۱۴	۰/۸۱						
فصلی	۰/۵۷۴	۰/۷۳۴	۰/۷۶					
پاره وقت	۰/۵۶۸	۰/۵۶۶	۰/۴۹۵	۰/۷۳				
اشتغال مستقیم	۰/۴۱۲	۰/۵۲۵	۰/۶۲۷	۰/۵۷۲	۰/۷۱			
دائمی	۰/۵۲۱	۰/۷۱۵	۰/۴۳۹	۰/۵۳۲	۰/۵۴۴	۰/۸۶		
فصلی	۰/۴۹۳	۰/۵۲۶	۰/۶۳۴	۰/۴۸۴	۰/۴۱۲	۰/۶۳۲	۰/۸۴	
پاره وقت	۰/۶۹۲	۰/۵۷۶	۰/۷۱۴	۰/۶۳۴	۰/۶۷۴	۰/۷۵۶	۰/۶۱۶	۰/۸۶
اشتغال غیرمستقیم	۰/۶۵۸	۰/۵۶۲	۰/۷۱۶	۰/۵۷۲	۰/۶۳۴	۰/۷۲۲	۰/۵۸۳	۰/۷۷۸
								۰/۸۱

بر اساس نتایج جدول (۴) مقادیر قطر اصلی ماتریس از مقادیر همبستگی بین هر ساختار با ساختار دیگر بیش تر بوده است که نشان دهنده قابل قبول بودن روایی و اگرایی ساختارهاست.

برای تعیین پایایی شاخص ها در آزمون های معادلات ساختاری با نرم افزار پی ال اس، از بار عاملی آن ها استفاده می گردد که نشان دهنده همبستگی این شاخص ها در ساختار مربوطه است. جدول (۵) بار عاملی و مقدار آماره معناداری آزمون برای گویه های پرسشنامه تحقیق حاضر را نشان می دهد. بر طبق نظر هالند^۱ (۱۹۹۹) مقدار قابل قبول برای هر بار عاملی حداقل ۰/۴ است و مقادیری که بار عاملی آن ها از ۰/۴ کم تر باشد، باید از فرآیند آزمون کنار گذاشته شوند. جدول (۵) بار عاملی و اعداد معناداری گویه های مربوط به تحقیق حاضر را نشان می دهد:

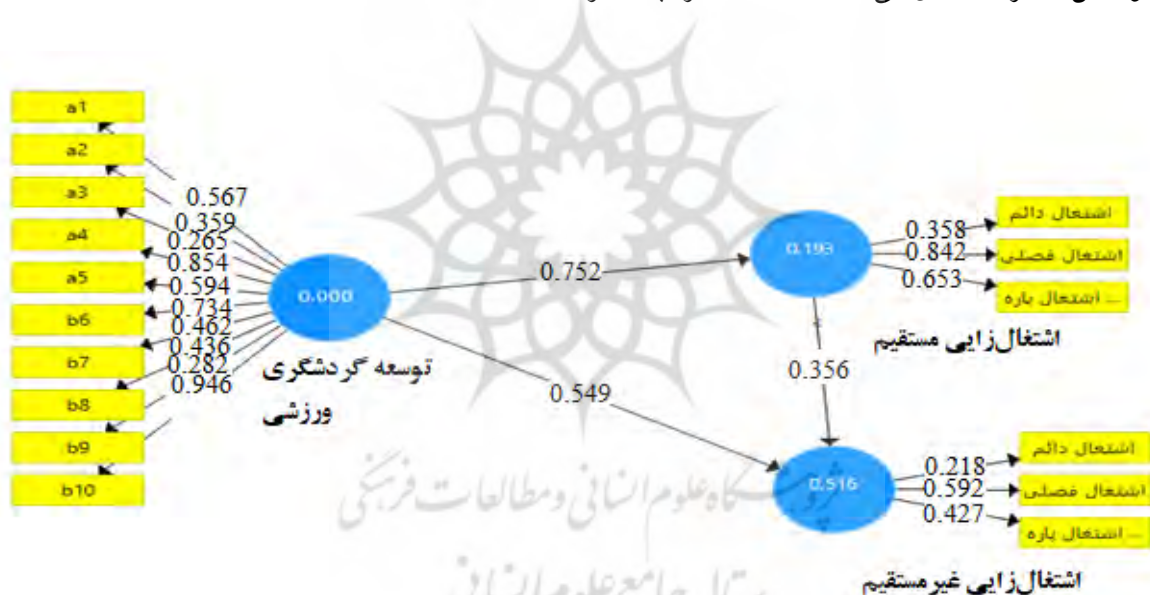
جدول ۵. بار عاملی و اعداد معناداری گویه های مربوط به سازه های تحقیق

سازه ها	گویه ها	بار عاملی	آماره آزمون
توسعه گردشگری	امنیت	۰/۵۶۷	۸/۴۶۲
	خدمات و تسهیلات	۰/۳۵۹	۶/۲۹۴
	اسکان	۰/۲۶۵	۵/۴۹۲
	اقتصاد	۰/۸۵۴	۹/۶۵۹
	نیروی انسانی	۰/۵۹۴	۸/۴۶۴
	تبلیغات و بازاریابی	۰/۷۳۴	۹/۵۶۷
	حمل و نقل	۰/۴۶۲	۷/۶۴۸
	رویدادهای ورزشی	۰/۴۳۶	۷/۴۳۶
	اماکن و تجهیزات	۰/۲۸۲	۵/۶۵۲
	جاذبه های توریستی	۰/۹۴۶	۱۱/۲۴۸
اشتغال زایی مستقیم	اشتغال دائم	۰/۳۵۸	۵/۲۳۶
	اشتغال فصلی	۰/۸۴۲	۸/۷۶۲
	اشتغال پاره وقت	۰/۶۵۲	۷/۲۸۲

^۱. Hulland

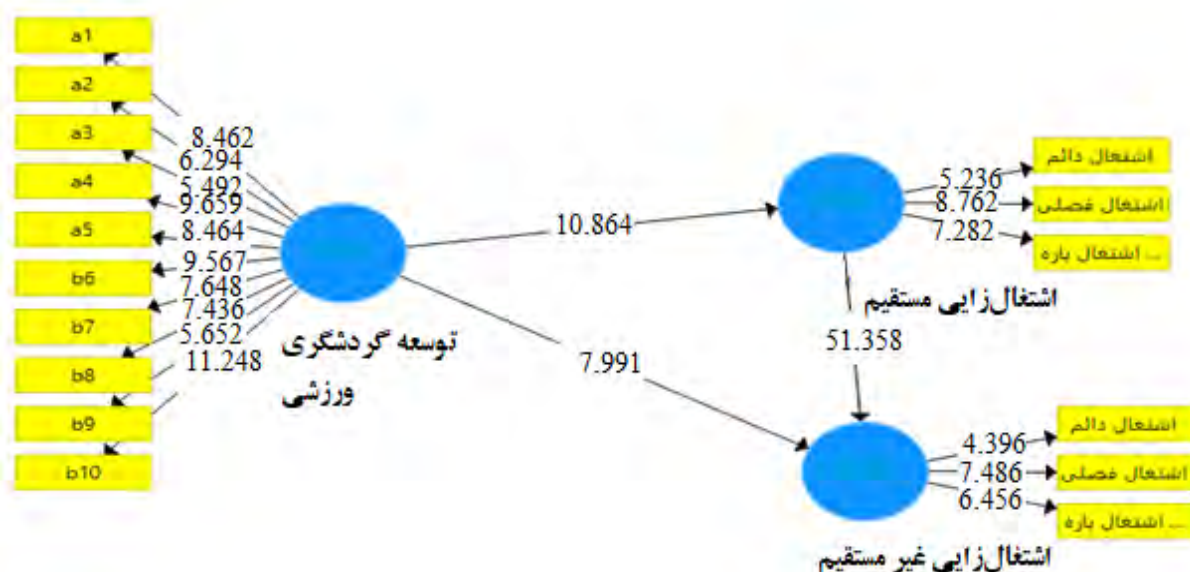
۴/۳۹۶	۰/۲۱۸	اشتغال دائم	اشتغال‌زایی غیرمستقیم
۷/۴۸۶	۰/۵۹۲	اشتغال فصلی	
۶/۴۵۶	۰/۴۲۷	اشتغال پاره وقت	

بر اساس نتایج جدول (۵)، مقدار بار عاملی برای گویه‌های مربوط به هریک از ساختارها بالاتر از ۰/۴ می‌باشد، بنابراین گویه‌های بکار برده شده برای ساختارهای تحقیق توانایی تبیین ساختار مورد نظر را دارند. پس از آزمون مدل بیرونی، مدل درونی تحقیق ارائه شود که ارتباط بین متغیرهای پنهان را نشان می‌دهد. سؤالات تحقیق را می‌توان با استفاده از مدل درونی مورد بررسی قرار داد که خروجی‌های به دست آمده از اجرای مدل حاوی ضرایب استاندارد شده و ضرایب معناداری در شکل‌های (۱ و ۲) آمده است. وقتی مقدار معناداری حاصل از یک مسیر در بازه بیش‌تر از عدد ۱/۹۶ باشد، نشان دهنده مهم بودن اثر ساختارهای خاص در آن مسیر نسبت به یکدیگر و تأیید فرضیه تحقیق است (وینزی^۱ و همکاران، ۲۰۱۰). همچنین مقادیر درج شده در خطوط در حالت استاندارد نشان دهنده ضرایب بتا معادله رگرسیون بین متغیرها تحقیق می‌باشد که همان ضریب مسیر است.



نمودار ۱. مدل آزمون شده تحقیق در حالت ضرایب استاندارد

^۱. Vinzi



نمودار ۲. مدل آزمون شده تحقیق در حالت معناداری

بحث و نتیجه گیری

گردشگری ورزشی به عنوان یک صنعت دانش بنیان، بر مبنای پیشرفت های جدید در فناوری اطلاعات و ارتباطات شکل گرفته که امکان انتقال، اشتراک گذاری، ذخیره سازی و تولید دانش را برای کاربران فراهم می کند. این صنعت، تحولات فناوری را با تأثیرگذاری بر دسترسی مصرف کنندگان به اطلاعات سفر و فرهنگ مصرف گردشگری ادغام کرده است. امروزه بسیاری از کشورها با سرمایه گذاری گسترده در این حوزه، گردشگری ورزشی را به عنوان ابزاری برای بهبود وضعیت اقتصادی، ارتقای اجتماعی، و حتی بهبود موقعیت سیاسی خود مورد استفاده قرار می دهند؛ این رویکرد موجب توسعه زیرساخت ها، جذب سرمایه، و برندسازی محصولات ملی شده است. یافته های حاصل از مدل سازی معادلات ساختاری نشان داد که توسعه گردشگری ورزشی بر اشتغال زایی مستقیم و تمامی ابعاد آن، شامل مشاغل دائمی، فصلی و پاره وقت، تأثیری مثبت و معنادار دارد. همچنین، اثرات مثبت و معناداری نیز بر اشتغال زایی غیرمستقیم و تمامی بخش های آن مشاهده شد. این نتایج با یافته های تحقیقات ژو و همکاران (۲۰۲۳)، الکساندرا و همکاران (۲۰۱۹) و اسوارت و همکاران (۲۰۱۸) همخوانی دارد. صنعت گردشگری ورزشی فرصتی ویژه برای ایجاد اشتغال و توسعه کسب و کارهای مرتبط فراهم کرده است. در شرایط کنونی و با توجه به رقابت پذیری و پیچیدگی های جدید در کسب و کار، این صنعت به عنوان بستری مناسب برای گسترش اشتغال و فرصت های شغلی شناخته می شود. صنعت گردشگری یکی از منابع اصلی و پایدار در تولید ثروت اقتصادی به شمار می رود. بسیاری از متخصصان، این صنعت را به دلیل نبود آلودگی های زیست محیطی، «صنعت سفید» می نامند، چرا که در مقایسه با صنایع تولیدی،

پایه‌گذار روابط دوستانه و تفاهم میان ملت‌هاست (وانیونی و همکاران، ۲۰۲۱). از نظر اقتصادی، گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت جهان شناخته می‌شود. بنابر آمار ارائه شده توسط سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۲، از هر پنج شاغل در جهان، یک نفر به این صنعت وابسته است. درآمد سالانه این صنعت به حدود ۴/۵ تریلیون دلار می‌رسد که تقریباً ۸ درصد از تولید ناخالص جهانی را تشکیل می‌دهد (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۲۲). با توجه به جایگاه ویژه ورزش در هر کشور، از جمله کشور ما، اهمیت اقتصادی گردشگری ورزشی آشکار می‌شود. برگزاری رویدادهای ورزشی می‌تواند به طور مستقیم و غیرمستقیم فرصت‌های شغلی جدید ایجاد کند (غلامی و همکاران، ۱۴۰۲). نتایج این پژوهش نیز بیانگر آن است که توسعه گردشگری ورزشی بر افزایش اشتغال‌زایی، چه به شکل مستقیم و چه به صورت غیرمستقیم، تاثیر مثبتی دارد. اشتغال مستقیم و غیرمستقیم در حوزه گردشگری ورزشی نشان می‌دهد که حضور گردشگران خارجی در کشور نه تنها می‌تواند فعالیت‌هایی مرتبط با ورزش، مانند باشگاه‌ها، اماکن ورزشی، فروشگاه‌های تجهیزات ورزشی و کمپ‌های ورزشی را تقویت کند، بلکه موجب رونق مشاغل غیرمستقیم نظیر هتل‌ها، رستوران‌ها، جاذبه‌های گردشگری ساخت بشر، سیستم حمل و نقل و سایر صنایعی که در این حوزه نقش دارند، نیز خواهد شد. اشتغال در این زمینه به سه شکل دائمی، فصلی و پاره‌وقت وجود دارد؛ برخی افراد به صورت دائمی و تا زمان بازنشستگی مشغول به کار می‌شوند، برخی به صورت فصلی و محدود به دوره‌های خاص فعالیت می‌کنند و در نهایت گروهی نیز به صورت پاره‌وقت در کنار سایر شغل‌های خود به این حوزه اشتغال دارند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که توسعه گردشگری ورزشی می‌تواند اشتغال مستقیم و غیرمستقیم و همچنین اشتغال‌های دائمی، فصلی و پاره‌وقت را افزایش دهد. این امر نه تنها به بهبود وضعیت اقتصادی منطقه کمک می‌کند، بلکه باعث رونق کسب‌وکارهای محلی، افزایش درآمدهای منطقه‌ای و توسعه زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری می‌شود. علاوه بر این، گردشگری ورزشی می‌تواند به تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی منطقه، جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و افزایش تعاملات بین‌المللی منجر شود. از این رو، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در این حوزه می‌تواند به عنوان یک راهبرد کلیدی برای توسعه پایدار و همه‌جانبه مناطق مختلف مورد توجه قرار گیرد. با در نظر گرفتن ظرفیت‌های بالای ورزش برای ایجاد اشتغال، برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثر می‌تواند به بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها برای رشد اقتصادی و توسعه پایدار منجر شود. در کشور ما، صنعت گردشگری ورزشی تاکنون به طور کامل توسعه نیافته و هنوز فرصت‌های زیادی در این زمینه وجود دارد که نیازمند توجه مدیران و برنامه‌ریزان ورزشی و سایر بخش‌ها برای کمک به توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی است. با توجه به تنوع جغرافیایی، فرهنگی و تاریخی ایران، پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران ورزشی از داخل و خارج کشور وجود دارد. از جمله این ظرفیت‌ها می‌توان به برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی، توسعه امکانات ورزشی، ایجاد تورهای ورزشی و تبلیغات هدفمند اشاره کرد. همچنین، همکاری بین بخش‌های دولتی و خصوصی، آموزش نیروی انسانی متخصص و ایجاد

زیرساخت‌های مناسب می‌تواند به رشد این صنعت کمک شایانی کند. توسعه گردشگری ورزشی نه تنها به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید منجر می‌شود، بلکه می‌تواند به بهبود تصویر بین‌المللی کشور، افزایش درآمدهای ارزی و تقویت اقتصاد محلی نیز کمک کند؛ بنابراین، توجه جدی به این حوزه و سرمایه‌گذاری در آن می‌تواند به عنوان یک راهبرد کلیدی برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار و بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی کشور مورد توجه قرار گیرد.

از آنجا که هر گردشگری که وارد کشور می‌شود، علاوه بر هدف اصلی خود، مانند شرکت در یک رویداد ورزشی، ناگزیر با سایر صنایع و بخش‌های مرتبط نیز تعامل دارد، می‌توان گفت حضور یک گردشگر می‌تواند به صورت غیرمستقیم باعث رونق بخش‌هایی شود که با حوزه ورزش پیوند دارند و این امر به اشتغال‌زایی بیشتر در آن‌ها منجر می‌شود (اوسو، ۲۰۱۴)؛ بنابراین، تقویت پیوند بین این بخش‌ها می‌تواند میزان اشتغال‌زایی را در کشور افزایش دهد. کشورهایی که میزبانی رویدادهای ورزشی مختلف را برعهده می‌گیرند، فرصت‌های مناسبی برای توسعه گردشگری ورزشی ایجاد می‌کنند. ایران نیز به دلیل داشتن منابع طبیعی و جاذبه‌های گردشگری غنی، شرایط مطلوبی در این حوزه دارد. اما برای آنکه بتواند این منابع را به جهانیان معرفی کرده و از طریق آن به اشتغال‌زایی و درآمدزایی دست یابد، لازم است شرایط و زیرساخت‌های لازم برای حضور گردشگران را فراهم کند. برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب برای برگزاری رویدادهای ورزشی می‌تواند یکی از راه‌های کلیدی برای جذب گردشگران به کشور باشد.

توسعه گردشگری ورزشی تأثیر بیشتری بر اشتغال فصلی و پاره‌وقت نسبت به اشتغال دائمی دارد. اشتغال دائمی نیازمند بسترهای لازم برای گسترش و ادامه‌دار بودن فعالیت‌ها است؛ اما در حوزه گردشگری ورزشی، به دلیل فقدان زیرساخت‌های کافی و حمایت محدود از سوی دولت، امکان ایجاد اشتغال دائمی به‌خوبی فراهم نیست؛ پیشنهاد می‌شود که مدیران اجرایی ورزشی در کشور در جهت توسعه گردشگری ورزشی و جذب توریست‌های ورزشی اقدامات لازم را انجام دهند. برگزاری مسابقات و تورنمنت‌های بین‌المللی، ایجاد امکانات ورزشی مدرن و استاندارد، توسعه هتل‌ها و مراکز اقامتی، بهبود سیستم حمل و نقل و تسهیل روادید برای گردشگران از جمله اقداماتی است که می‌تواند به رشد گردشگری ورزشی در ایران کمک کند. علاوه بر این، تبلیغات هدفمند در سطح بین‌المللی، مشارکت بخش خصوصی در توسعه زیرساخت‌ها و آموزش نیروی انسانی متخصص در حوزه گردشگری و ورزش نیز از عوامل مؤثر در این زمینه هستند. با بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و تاریخی ایران و ترکیب آن با جاذبه‌های ورزشی، می‌توان به ایجاد یک صنعت گردشگری ورزشی پویا و پایدار دست یافت. این امر نه تنها به رشد اقتصادی کشور کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به بهبود تصویر ایران در سطح جهانی و افزایش تعاملات فرهنگی و اجتماعی با دیگر کشورها نیز منجر شود. بنابراین، سرمایه‌گذاری و توجه جدی به این حوزه می‌تواند به عنوان یک راهبرد بلندمدت برای توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور مورد توجه قرار گیرد.

با وجود اینکه اشتغال دائمی در گردشگری ورزشی به دلیل کمبود زیرساخت‌ها و عدم حمایت‌های دولتی با محدودیت مواجه است، توسعه گردشگری ورزشی همچنان پتانسیل بالایی برای رونق اشتغال در کوتاه‌مدت و حتی میان‌مدت دارد. این حوزه می‌تواند با ایجاد فرصت‌های شغلی متنوع، از جمله اشتغال مستقیم در بخش‌هایی مانند هتل‌داری، حمل و نقل، راهنمایان تور و خدمات ورزشی، همچنین اشتغال غیرمستقیم در صنایع مرتبط مانند تولید تجهیزات ورزشی و صنایع دستی، به بهبود وضعیت اقتصادی کشور کمک کند؛ از سوی دیگر، این پژوهش نشان می‌دهد که با تمرکز بر ایجاد زیرساخت‌های لازم، برگزاری رویدادهای بین‌المللی و تقویت ارتباط با کشورهای موفق در این زمینه، می‌توان تأثیرات اقتصادی و اشتغال‌زایی این حوزه را به سطحی قابل توجه رساند. برای دستیابی به چنین اهدافی، تدوین یک سیاست‌گذاری منسجم در حوزه گردشگری ورزشی که ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در نظر بگیرد، ضروری است. این سیاست‌گذاری باید شامل برنامه‌ریزی برای توسعه امکانات ورزشی، بهبود کیفیت خدمات گردشگری، تسهیل روایید برای گردشگران و تبلیغات هدفمند در سطح بین‌المللی باشد. همچنین، هماهنگی میان نهادهای دولتی، بخش خصوصی و مدیران ورزشی می‌تواند به ایجاد بسترهای پایدار اشتغال و تحقق نتایج مثبت اقتصادی و اجتماعی کمک کند. مشارکت فعال بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری و مدیریت پروژه‌های گردشگری ورزشی، همراه با حمایت‌های دولتی، می‌تواند به سرعت بخشیدن به روند توسعه این صنعت منجر شود. به طور کلی، بهبود مدیریت منابع و زیرساخت‌های ورزشی، همراه با توجه به تجربیات موفق سایر کشورها، گام‌هایی مؤثر برای ارتقای جایگاه کشور در صنعت گردشگری ورزشی و بهره‌مندی از ظرفیت‌های آن در جهت رشد اقتصادی پایدار خواهد بود. علاوه بر این، آموزش نیروی انسانی متخصص در حوزه گردشگری و ورزش، ایجاد شبکه‌های ارتباطی قوی با سازمان‌های بین‌المللی و استفاده از فناوری‌های نوین در بازاریابی و مدیریت رویدادها می‌تواند به افزایش جذب گردشگران و تقویت جایگاه ایران در صنعت گردشگری ورزشی جهانی کمک کند. با اجرای این راهبردها، ایران می‌تواند از پتانسیل‌های بی‌نظیر خود در حوزه گردشگری ورزشی بهره‌مند شده و به یکی از قطب‌های مهم این صنعت در منطقه و جهان تبدیل شود.

منابع

- شایان، حمید؛ مودودی ارخودی، مهدی؛ فردوسی، سجاد. (۱۴۰۱). "رفتارشناسی عرضه و تقاضای گردشگری مبتنی بر تحولات نظام سرمایه‌داری". دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۰ (۱۹)، ۱-۲۸.
- شهبازی، رضا؛ جلالی‌فراهانی، مجید؛ خبیری، محمد. (۱۳۹۸). "بررسی و رتبه‌بندی نقش رسانه‌های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی شهر تبریز". مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۷ (۲۵)، ۷۷-۸۴.

- شهبازی، رضا؛ خدادادی، محمدرسول؛ بدری آذرین، یعقوب؛ حیدری چیا، رحیم. (۱۴۰۳). "شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت عملکرد خدمات گردشگری ورزشی". جغرافیا و روابط انسانی، ۷ (۳)، ۳۳۷-۳۵۴.
doi: 10.22034/gahr.2025.485029.2357
- صافدل، حسن؛ کشاورز، لقمان. (۱۳۹۸). "تدوین الگوی عوامل مؤثر بر گردشگری ورزشی". فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۸ (۲)، ۶۳-۷۶.
- علیدوست قهفرخی، ابراهیم؛ خدادادی، محمدرسول؛ شهبازی، رضا. (۱۴۰۳). "شناسایی عوامل مؤثر بر بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران". جغرافیا و روابط انسانی. **doi: 10.22034/gahr.2024.485690.2297**
- غلامی، ناصر؛ محمدکاظمی؛ رضا، محمدی میرزایی؛ روح‌الله؛ حسینی، سیدرسول. (۱۴۰۲). "بررسی مدل‌های کسب‌وکار با تمرکز بر گردشگری ورزشی". فصلنامه علمی کارافن، ۲۰ (۲)، ۴۴۷-۴۶۶.
- 0 Aleksandra, V., Tatiana N. Tretiakovab, Marko D. Petrovičb,c, Milan Radovanovićb, Tamara Gajića, Darko Vukovićd. (2019). "Women's empowerment through self-employment in tourism". *Annals of Tourism Research*, 76 (19), 328-330.
- Ameera, H H. (2018). "The Impact of Strategic Foresight on Strategic Entrepreneurship". *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention* 5(5), 4687-4692.
- 0 Aynalem S, Birhanu K, Tesefay S. (2016). "Employment Opportunities and Challenges in Tourism and Hospitality Sectors". *J Tourism Hospit* 5, 257.
- 0 Elizabeth, A. (2019). "Effect of Online Travel Bookings and Social Media on Tourism Destination Marketing in Nigeria". *Advanced Journal of Social Science*, 6 (1): 10-16.
- 0 Fornell, C., Larcker, D. (1981). "Structural equation models with unobservable variables and measurement error". *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Gibson, H. (2017). "Sport tourism and theory and other developments: Some reflections". *Journal of Sport Tour*, 21: 153-158.
- 0 Gratton, C., Dobson, N., Shibli, S. (2012). "Chapter 3-The role of major sports events in the economic regeneration of cities: Lessons from six World or European Championships". *Routledge Online Studies on the Olympic and Paralympic Games*, 1(45), 35-45.
- 0 Hulland, J. (1999). "Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies". *Strategic management journal*, 20 (2), 195-204.
- Kanwel, S., Lingqiang, Z., Asif, M., Hwang, J., Hussain, A., Jameel, A. (2019). "The influence of destination image on tourist loyalty and intention to visit: Testing a multiple mediation approach". *Sustainability*, 11 (22), 6401.
- Li-zhen Shi, Xiao-dong Li, Run-feng Cao, Meng-meng Lei, Xiao-li Zhang. (2022). "Research on Sports Tourism Promoting Sustainable Development of Coastal Rural Areas Based on Fuzzy Fault Tree". *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Volume 546, Environmental Safety and Environmental Protection, DOI 10.1088/1755-1315/546/3/032002.
- 0 Owusu Mintah, S. (2014). "Entrepreneurship education and job creation for tourism graduates in Ghana". *Education + Training*, 56 (9), 826-838.
- 0 Pantic, N, Milojevic, I. (2019). "Investments and employment in tourism in the Republic of Serbia". *Hotel and Tourism Management*, 1 (7), 95-104.
- Shahbazi, R., Pashaie, S., Khodadadi, M. R., & Badriazarin, Y. (2025). "Roadmap for Sports Startup Development in Iran: Identifying Key Indicators". *Research in Sport Management and Marketing*, 6(1), 45-61. doi: 10.22098/rsmm.2024.14885.1338.

- 0 Swart, K., Tembi M., Tichaawa. J.D., Odounga, O., Tracy, D. (2018). "Stakeholder Perspectives of Sport Tourism Development in Gabon - A Case Study of the Africa Cup of Nations". *EuroEconomica*, 1 (37), 177-189.
- United Nations World Tourism Organization. (2022). "Tourism Highlights World tourism organization".
- Vinzi, E., Chin, W., Henseler, J., Wang, H. (2010). "Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications". Springer Science & Media.
- 0 Wanyonyi, Lilian N.; Njoroge, Joseph M.; Otieno, Richard J. (2021). "Challenges and Opportunities to Sustainable Sport Tourism Events: Insights from an Urban Host City". *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 5 (2), 39 -55.
- Xiang, Z., Fesenmaier, D.R. (2017). "Analytics in Tourism Design Analytics in Smart Tourism Design". Springer, 1 (1), 1-10.
- Zhou, B., Dong, Y., Yang, G., Hou, F., Hu, Z., Xu, S., Ma, Sh. (2023). "A graph-attention based spatial-temporal learning framework for tourism demand forecasting. By considering different theoretical assumptions and data availability, tourism demand forecasting can be formulated as a time series forecasting". *Knowledge-Based Systems*, 263, Article 110275.

