



Original Research

Identification and Prioritization of Key Drivers of Green Sports Tourism in Hamadan Province

Hamidreza Anshaei¹, Mohammad Rahimi², Reza Shojaie³

١. MA in Sports Management, Payame Noor University, Karaj Branch, Karaj, Ira
٢. Assistant Professor, Department of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
٣. Assistant Professor, Department of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

Received: 2024/03/17
Reviewed: 2024/04/14
Revised: 2024/05/07
Accepted: 2024/05/20

Keyword:

Green sports tourism,
Fuzzy AHP,
Hamadan Province, Sustainable
development

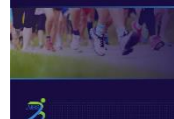
ABSTRACT

Introduction: Green sports tourism, as a sustainable and environmentally friendly approach, plays a key role in economic and social development. The objective of this study was to identify and prioritize the key drivers influencing the development of green sports tourism in Hamadan Province.

Methodology: This research was conducted in two phases: the first phase involved a systematic literature review and analysis of prior studies to identify key indicators, while the second phase utilized a questionnaire to weight the factors among 30 experts in tourism, sports, and travel (selected via convenience sampling). The study was mixed-method (exploratory-survey) in nature and applied in purpose. Systematic review was employed for factor identification, and fuzzy AHP was used for prioritization.

Results: The findings revealed that welfare facilities and services (sanitary amenities, medical services, transportation, security, and accommodations), promotion and awareness (social media, events and activities, local announcements), affordable accommodations (basic facilities, reasonable prices, wide accessibility, optimal location), government support (financial incentives, support services, legal facilitations, public-private partnerships, environmental protection, quality standards), and education and awareness (training programs, guidance and counseling, university collaborations, promotion of sustainable tourism culture, awareness campaigns) ranked from 1 to 23, respectively.

Conclusion: Developing green sports tourism in Hamadan requires strengthening welfare infrastructure, governmental support, and sustainable education, serving as a model for other provinces.



شناسایی و اولویت بندی پیشران های موثر بر گردشگری ورزشی سبز در استان همدان

حمیدرضا انشایی، محمد رحیمی، رضا شجیع^۳

۱. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، واحد کرج، ایران
۲. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

اطلاعات مقاله

مقدمه و هدف: گردشگری ورزشی سبز به عنوان رویکردی پایدار و سازگار با محیط زیست، نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و اجتماعی ایفا می کند. هدف این پژوهش، شناسایی و اولویت بندی پیشران های موثر بر توسعه گردشگری ورزشی سبز در استان همدان است.

دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۲۷
تاریخ داوری: ۱۴۰۴/۰۳/۲۶
بازنگری مقاله: ۱۴۰۴/۰۴/۱۸
پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۵/۳۱

روش شناسی: این تحقیق از نوع توصیفی و کاربردی بوده و به صورت پیمایشی انجام شد. جامعه آماری شامل کلیه مربیان فعال والیبال عراق (۹۱ نفر، زن و مرد) بود که به صورت تمام شمول انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه شایستگی (محمدی، ۱۳۹۵) و عملکرد شغلی (روحانی و همکاران، ۱۳۹۲) استفاده شد. اعتبار پرسشنامه ها توسط متخصصان مدیریت ورزشی تأیید و پایایی آن ها با ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. داده ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS و در سطح خطای ۰.۰۵ تحلیل شدند.

کلید واژگان

گردشگری ورزشی سبز،
تحلیل سلسله مراتبی،
استان همدان،
توسعه پایدار

نتایج: یافته ها نشان داد امکانات رفاهی و خدمات (تسهیلات بهداشتی، خدمات پزشکی، حمل و نقل، امنیت و اقامتگاه ها)، تبلیغات و اطلاع رسانی (شبکه های اجتماعی، رویدادها و اطلاع رسانی محلی)، اقامتگاه های اقتصادی (امکانات ساده، قیمت مناسب، پذیرش گسترده و مکان یابی مطلوب)، حمایت دولتی (تسهیلات مالی، خدمات پشتیبانی، قوانین تسهیل گر، همکاری بخش خصوصی، حفاظت محیطی و استانداردهای کیفی) و آموزش و آگاهی (دوره های آموزشی، مشاوره، همکاری دانشگاهی، ترویج پایداری و کمپین های آگاهی بخشی) به ترتیب رتبه های ۱ تا ۲۳ را کسب کردند.

نتیجه گیری: توسعه گردشگری ورزشی سبز در همدان نیازمند تقویت زیرساخت های رفاهی، حمایت های دولتی و آموزش پایدار است که می تواند الگویی برای سایر استان ها ارائه دهد.

مقدمه

مدیریت مقصد گردشگری، مدیریت هماهنگ تمامی عناصر تشکیل‌دهنده یک مقصد گردشگری را شامل می‌شود؛ که دربرگیرنده جاذبه‌ها و اماکن دیدنی و تاریخی، امکانات رفاهی و استراحت گاه‌ها، دسترسی‌ها به تمامی نیازمندی‌های گردشگران، بازاریابی و مسائل قیمت‌گذاری است (آمیراتو و همکاران؛ ۲۰۱۴). در زمینه مدیریت مقصد گردشگری و ارائه راهکارهایی که به جذب بیشتر گردشگران در مقاصد گردشگری می‌شود می‌توان به رشد روز افزون فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری و ارتباط این دو عامل اشاره کرد. تعامل فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری تحولات گسترده‌ای را ایجاد کرده و به تدریج یک پارادایم جدید را طرح ریزی کرده است. فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث شده است که طیف وسیعی از فرصت‌ها و منافع آن برای همه ذینفعان فراهم شود (وولپنتستا و آمیراتو، ۲۰۱۰؛ وولپنتستا و همکاران؛ ۲۰۱۲). امروزه یکی از مهمترین حیطه‌هایی که می‌توان به رشد و توسعه صنعت گردشگری ورزشی کمک کرد، شناسایی فرصت‌ها، قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری ورزشی منطقه و کشور برای جذب گردشگران داخلی و خارجی است. شناسایی توانمندی‌های توسعه توریسم ورزشی از جمله مسائل مهم برنامه ریزی در کشور است. برای شناسایی و استفاده بهینه از توانمندی‌ها و منابع هر منطقه و توجیه اطمینان از منطقی و مناسب بودن توانمندی‌ها، همچنین اطمینان از بازگشت سرمایه، حمایت‌های افراد و سازمان‌های مختلف، چگونگی بهره‌برداری و اجرای دقیق توسعه برنامه‌ها، نیاز به تبلیغات مستمر رسانه‌ها می‌باشد (بازوند، ۱۴۰۰). یکی از اهداف گردشگران برای سفر از منطقه‌ای به منطقه دیگر، ورزش و لذت بردن از ورزش‌های خاص آن منطقه گردشگری است. لذا می‌توان گفت که ورزش و ورزش‌های محلی خود به‌گزینه‌ای اصلی برای گردشگری تبدیل شده است و با گردشگری ورزشی شناخته می‌شود. امروزه، گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده‌های اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. از طرفی در هیچ برهه‌ای از تاریخ، ورزش به اندازه حال حاضر با اقتصاد و فرهنگ کشورها پیوند نخورده و به عنوان یک کالای حیاتی موردتوجه عمومی قرار نگرفته است (زیتونی و همکاران، ۱۳۹۲). به عبارتی یکی از بخش‌های مهم و پر اهمیت که قابلیت تبدیل به امر فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است که از آن به عنوان

توریسم ورزشی نام برده می‌شود (میرآبادی و همکاران، ۱۳۹۸). توریسم ورزشی یکی از حوزه‌های پر اهمیت صنعت گردشگری در دنیاست و با در نظر گرفتن تمدن دیرینه و کهن ایران و داشتن منابع تاریخی و جغرافیایی زمینه‌جلب گردشگر در کشور ما بسیار زیاد است. از نظر اقتصادی عایدات بیشماری به دنبال برگزاری رویدادهای ورزشی و ورود گردشگران نصیب مقاصد می‌گردد. از طرفی، به لحاظ نقش فناوری اطلاعات و زمینه‌سازی اینترنت در ایجاد بازار مناسب در جوامع و مقاصد گردشگری می‌توان با استفاده از بازاریابی دیجیتال به توسعه گردشگری ورزشی پرداخت (کریمی، ۱۳۹۸). توریسم ورزشی یک صنعت پویا و در حال رشد است و به یکی از استراتژی‌های مهم تجاری و اقتصادی بر بازاریابی اجتماعی و اقتصادی مناطق شهری و روستایی، به خصوص مناطق دورافتاده جهت ایجاد درآمد، اشتغال و توسعه زیرساخت‌ها برای اکثر کشورها تبدیل شده است (یاوری و همکاران، ۱۳۹۵). از این رو امروز بسیاری از شهرها از میزبانی رویدادهای ورزشی استفاده می‌کنند و گردشگران زیادی را تحریک می‌کنند. آنچه در این رابطه بسیار حائز اهمیت است شناساندن و پرداختن به ظرفیت‌های مختلف گردشگری (توریسم ورزشی) در مناطق مستعد می‌باشد (آزویویکه و همکاران، ۲۰۱۷). مدیریت ورزشی بیان سازماندهی، برنامه‌ریزی، هدایت و کنترل فعالیت‌های ورزشی می‌باشد و به عنوان پدیده اجتماعی در ابعاد مختلف تاثیر گذار است. در حال حاضر گردشگری به بزرگترین صنعت جهان تبدیل شده و دایما در حال گسترش می‌باشد. ورزش می‌تواند یکی از فعالیت‌های مهم گردشگری بوده و گردشگری و مسافرت نیز با انواع گوناگون ورزش همراه می‌باشد. گردشگری ورزشی می‌تواند به اهداف توسعه پایدار کمک کند و عبارت است از سفر از محلی به منطقه دیگر، به منظور مشارکت در یک فعالیت یا رویداد ورزشی. گردشگری و ورزش به هم وابسته و مکمل یکدیگر هستند و رویدادهای مهم ورزشی مانند بازیهای المپیک، مسابقات فوتبال و غیره به خودی خود به جاذبه‌های گردشگری قدرتمندی تبدیل شده‌اند که نقش بسیار مثبتی در تصویر گردشگری مقصد میزبان دارند. گردشگری ورزشی یکی از سریع‌ترین بخش‌های گردشگری است که در انواع و اندازه‌های مختلف گردشگران را به خود جذب می‌کند (بازوند، ۱۴۰۰). امروزه گردشگری یکی از مهمترین صنایع از لحاظ درآمد و تاثیر بر رشد اقتصادی کشورهای جهان است (جاوید و همکاران، ۱۳۹۴). گردشگری ورزشی یک صنعت پویا و در حال رشد بوده و به یکی از استراتژی‌های مهم تجاری و

گردشگر بیشتر و بهتر صورت می‌گیرد که دستیابی به این مهم با مدیریت مقاصد گردشگری فراهم می‌شود (آزوبویکه و همکاران، ۲۰۱۷). به طور کلی از جمله عوامل مهم که می‌تواند صنعت گردشگری ورزشی را توسعه دهد، شناخت قابلیت‌ها و توانمندی‌های گردشگری ورزشی است. تحلیل و ارزیابی توانمندی‌ها و منابع نشان‌دهنده اولین گام مهم در توسعه و مدیریت مقاصد گردشگری ورزشی است. مقاصد مختلف دارای ویژگی‌ها، جاذبه‌ها و توانمندی‌های مشخص ورزشی و توریستی جهت توسعه گردشگری ورزشی و جذب گردشگران هستند. موفقیت جهانگردی ورزشی کاملاً منوط به توانمندی‌های مقاصد گردشگری است که تا حدی در رقابت با مقاصد دیگر منحصر به فرد و متمایز باشند. در الگوی برنامه‌ریزی و طرح کاربردی توسعه گردشگری ورزشی انجمن گردشگری ورزشی کانادا شناسایی (۲۰۰۶)، برآورد و توسعه قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری ورزشی یکی از مراحل چهارگانه توسعه گردشگری ورزشی کانادا معرفی و ادعا شده است که این الگو جامع و جهانی است و در هر منطقه‌ای به شرط تأمین بودجه قابل استفاده می‌باشد (همتی نژاد و همکاران، ۱۳۹۴). ایران با توجه به جاذبه‌های جغرافیایی، فرهنگی باستانی متنوعی که در اختیار دارد یکی از ۱۰ کشور اول جهان از نظر جذابیت‌های گردشگری است. در این زمینه با توجه به این که کشورهای بسیاری وجود دارند که فاقد منابع آبی و دریایی قابل استفاده هستند و پژوهش‌ها نشان داده است که منابع دریایی و ساحلی، دومین جاذبه مهم در گردشگری پس از آب و هوا است، لذا به دلیل اینکه کشور ما از نظر آب و هوایی جزء مناطق گرم جهان است منابع آبی قرار گرفته در شمال و جنوب کشور یک نقطه قوت برای استفاده از آن جهت جلب گردشگران محسوب می‌گردد (موسوی بافتی، ۲۰۱۶). محدودیت‌های گردشگری ورزشی در کشور ما یکی از مباحث مهمی است که آنطور که باید به آن پرداخته نشده است؛ متأسفانه در سال‌های اخیر چندان اقدام رضایت‌بخشی به منظور رفع محدودیت‌ها برداشته نشده است و بی‌توجهی به آن موجب بروز مسائل زیادی شده است. محقق در پی پاسخ به این پرسش است که پیشران‌های موثر بر گردشگری ورزشی سبز در استان همدان کدامند و اولویت‌بندی آنها به چه صورت است؟

روش‌شناسی

هدف پژوهش حاضر، اولویت‌بندی شاخص‌های کلیدی تاثیرگذار گردشگری ورزشی سبز در استان همدان است. پژوهش حاضر از نظر هدف، جزو پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ روش گردآوری

اقتصادی بر بازسازی اجتماعی و اقتصادی مناطق شهری و روستایی، به خصوص مناطق دورافتاده جهت ایجاد درآمد، اشتغال و توسعه زیرساخت‌ها برای اکثر کشورها تبدیل گردیده است (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۲). گردشگری امروزه پای ثابت توسعه جهانی بوده و با توجه به انواع مختلفی که گردشگری هر کشوری می‌تواند با توجه به پتانسیل‌های درونی خود در بخشی یا بخش‌هایی از گردشگری اقدامات توسعه‌ای انجام داده و سبب ایجاد ثروت در آن کشور گردد. گردشگری ورزشی یکی از انواع توریسم بوده که بسیاری از کشورهای فعال در مسیر گردشگری از این راه درآمد سرشاری کسب می‌کنند. از دید بازاریابی گردشگری یکی از مهمترین درگاه‌های معرفی پتانسیل‌های گردشگری و جذب گردشگران گردشگری رویدادی از جمله ورزشی بوده که باید از طرفی زیرساخت‌های ورزشی فراهم گردد که این خود نیز نیازمند برنامه‌ریزی مناسب و مدیریت توانمند می‌باشد. گردشگری ورزشی در ایران مانند بسیاری از بخش‌های گردشگری مورد بی‌مهری واقع شده است این در حالی است که سرزمینمان به دلیل وسعت و همچنین دارا بودن آب و هوای مختلف در طول سال و در دوره‌ی زمانی ثابتی از سال ظرفیت برگزاری طیف گسترده‌ای از رشته‌های ورزشی را دارا می‌باشد. برای مثال در فصل زمستان می‌توان هم‌زمان هم تجربه اسکی در ارتفاعات غربی و شمال غربی ایران را تجربه کرد و هم می‌توان در مناطق کویری ورزش‌های مرتبط با صحرا را برگزار کرد و در همان بازه زمانی سواحل خلیج فارس در پذیرای گردشگران دریا و شن و آفتاب قرار دارد. وجود کویر، آب‌های خروشان، کوه‌های متنوع از لحاظ زمین‌شناسی، دریا، جنگل و کوهستان‌های برفی همگی سرمایه‌های ایران برای گردشگری ورزشی هستند. در کشور محدودیت‌هایی در برگزاری تورنمنت‌های جهانی به دلیل موازین شرعی و همچنین عدم وجود تسهیلات کافی و مدرن وجود دارد. توسعه و رونق گردشگری ورزشی ایران از سویی نیازمند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری جهت سرمایه‌گذاری، آموزش، ایجاد تسهیلات مدرن و مناسب، استفاده از پتانسیل‌های موجود و حمایت از فعالین این بخش از گردشگری بوده همچنین نیازمند مدیریت و بازاریابی و شناسایی توانیها مقاصد و بازارهای هدف نیز می‌باشد (بازوند، ۱۴۰۰). محققین به در پژوهش‌های پیشین به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگری ورزشی موفق در یک مقصد گردشگری، به عوامل موقعیتی مختلفی از جمله عوامل اجتماعی، فرهنگی، منابع، تجهیزات و امکانات و موقعیت جغرافیایی بستگی دارد. در مناطقی که چنین امکاناتی محیا باشد و در کنار آن جذابیت‌های گردشگری دیگر از قبیل هتل، رستوران، اماکن دیدنی و فرهنگی و ... نیز فراهم باشد، جذب

در جدول ۱ ویژگی‌های گروه نمونه بر اساس مدرک مربیگری، سن، میزان تحصیلات و سابقه مربیگری ارائه شده است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از به منظور شناسایی عوامل موثر بر گردشگری ورزشی سبز از روش مرور سیستماتیک متون مقاله‌ها استفاده می‌شود. و برای بخش اولویت بندی عوامل شناسایی شده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی فازی استفاده می‌شود. با کمک تجزیه و تحلیل سلسله‌مراتبی ابتدا ارتباط بین وزن شاخص‌ها را محاسبه و ارزش کلی هر گزینه بر اساس وزن به دست آمده محاسبه می‌شود (ساعتی، ۲۰۰۱). در مقایسه با سایر روش‌های پشتیبانی از تصمیم‌گیرندگان؛ روش تجزیه و تحلیل سلسله‌مراتبی به شکل گسترده تری برای تصمیم‌گیری چند معیاره به کار می‌رود و معمولاً نتایج بهتری را ارائه می‌کند. در این پژوهش از عبارت‌های کلامی به جای اعداد قطعی برای تعیین وزن شاخص‌ها و همچنین رتبه بندی گزینه‌ها استفاده می‌شود. جدول ۱ عبارت‌های کلامی را جهت توصیف اهمیت معیارها نسبت به یکدیگر ارائه می‌کند.

داده‌ها توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش خبرگان توریست ورزشی است و نمونه آماری ۳۰ نفر از خبرگان در زمینه توریست و گردشگری و ورزش می‌باشند که به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش حاضر از منابع اولیه (دست اول)، منابع ثانویه (دست دوم) استفاده شده است. منابع اولیه شامل افراد، گروه‌ها و پاسخ‌دهندگانی که پژوهشگر آنها را انتخاب کرده تا دیدگاه‌های آنها را جویا شود، که در اینجا جهت بدست آوردن اطلاعات اولیه با استفاده از سوابق و بایگانی‌های موسسات، نشریات دولتی، سایت‌های دیجیتال و اطلاعات کتابخانه‌ای بدست می‌آید. اطلاعات دسته دوم در این تحقیق نیز برای جمع‌آوری داده‌ها نیز از پرسشنامه (مقایسات زوجی) پژوهشگر ساخته استفاده شد. روایی ابزار به وسیله متخصصان و پایایی آن با محاسبه و پایایی پرسشنامه ۰/۸۷ برآورد شد. همچنین از نرم‌افزار اکسپرت چویس استفاده گردید.

یافته‌ها

جدول ۱. عبارت‌های کلامی جهت مقایسه‌های زوجی برای بیان درجه اهمیت

عدد فازی	متغیر زبانی	مقیاس عدد فازی
۱	برابر	(۱،۱،۱)
۲	برتری خیلی کم	(۱،۲،۳)
۳	کمی برتر	(۲،۳،۴)
۴	برتر	(۳،۴،۵)
۵	خوب	(۴،۵،۶)
۶	نسبتاً خوب	(۵،۶،۷)
۷	خیلی خوب	(۶،۷،۸)
۸	عالی	(۷،۸،۹)
۹	برتری مطلق	(۸،۹،۱۰)

۵۳/۳۴٪ دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۲۰٪ دارای مدرک دکتری هستند. در وضعیت سنی، ۲۶،۶۶٪ افراد در بازه سنی ۳۰ تا ۳۵ سال، ۴۶،۶۷٪ در بازه سنی ۳۵ تا ۴۰ سال و ۲۶،۶۶٪ در سن بالاتر از ۴۰ سال هستند که در جدول ۲ گزارش شده است.

نتایج توصیفی تحقیق نشان داد ۱۵ نفر از شرکت‌کنندگان (بر اساس داده‌های ارائه شده، متغیر جمعیت شناختی شامل جنسیت، تحصیلات و وضعیت سنی است. درباره جنسیت، ۳۳،۳۷٪ از جمعیت زن و ۶۶،۶۶٪ مرد هستند. در مورد تحصیلات، ۲۶،۶۶٪ افراد دارای مدرک کارشناسی،

جدول ۲. وضعیت متغیرهای جمعیت شناختی اعضاء نمونه تحقیق

متغیر جمعیت شناختی	نوع	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۵	۳۳،۳۷٪
	مرد	۱۰	۶۶،۶۶٪

کارشناسی	۴	۲۶,۶۶٪
کارشناسی ارشد	۸	۵۳,۳۴٪
دکتری	۳	۲۰٪
۳۰ تا ۳۵ سال	۴	۲۶,۶۶٪
۳۵ تا ۴۰ سال	۷	۴۶,۶۷٪
۴۰ به بالا	۴	۲۶,۶۶٪

گردشگری ورزشی سبز در استان همدان شامل امکانات رفاهی و خدماتی متنوع است. این امکانات شامل تسهیلات بهداشتی، خدمات پزشکی، خدمات حمل و نقل، تامین امنیت و اقامتگاه‌های گردشگری می‌شود. همچنین، برای ترویج گردشگری ورزشی سبز، تبلیغات و اطلاع‌رسانی مناسبی ارائه می‌شود. از جمله روش‌های اطلاع‌رسانی می‌توان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی، برگزاری رویدادها و فعالیت‌ها، و اطلاع‌رسانی محلی اشاره کرد. بدین ترتیب ساختار سلسله مراتبی به صورت زیر طراحی شد که در جدول ۳ نشان داده شده است. همچنین مدل سلسله مراتبی پژوهش در شکل ۱ آورده شده است.

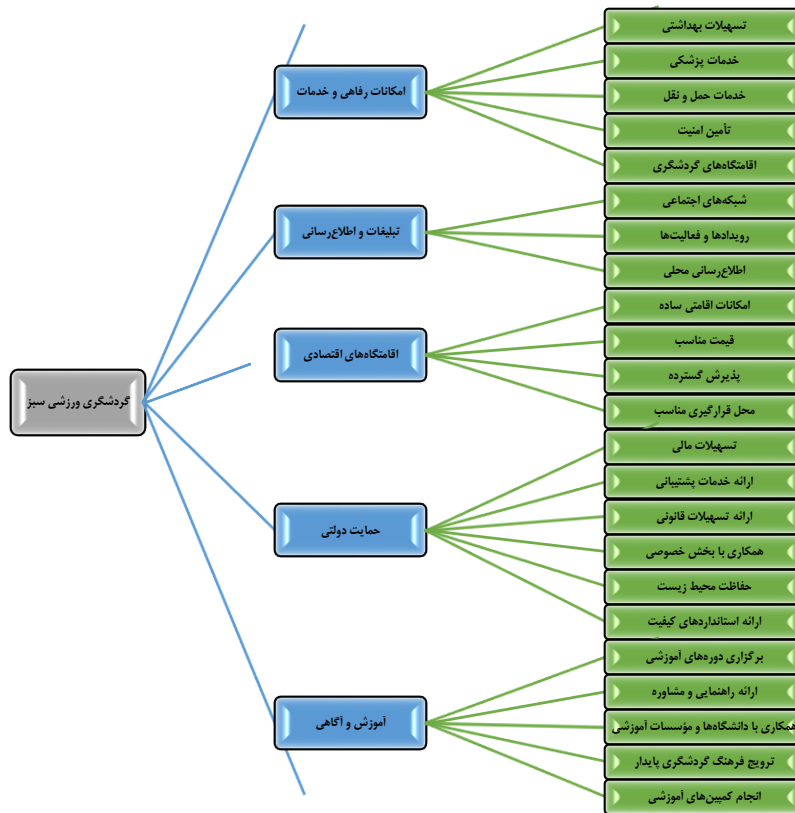
روش تحلیل سلسله‌مراتبی براساس تشکیل یک ساختار سلسله‌مراتبی بنا نهاده شده است. در این روش پس از برپایی یک ساختار سلسله‌مراتبی، ساختار موجود به N زیرمجموعه (S_1, S_2, \dots, S_N) تقسیم شده و سپس از طریق مقایسات زوجی، ماتریس قضاوت برای سیستم بازخور تشکیل می‌شود. بدین منظور ابتدا لازم است با مقایسه دو به دو معیارها و زیر معیارها، ماتریس مقایسات زوجی تشکیل گردد. سپس به منظور بررسی سازگاری و قابلیت اعتماد تصمیم‌ها، نسبت سازگاری هر ماتریس با توجه به رابطه ارایه شده توسط ستی (۱۹۷۰) محاسبه می‌گردد.

گام اول: توسعه یک مدل تصمیم

جدول ۳. مولفه‌های اصلی و فرعی نهایی تحقیق

نماد	مولفه اصلی	نماد	مولفه فرعی
A1	امکانات رفاهی و خدمات	A	تسهیلات بهداشتی
A2			خدمات پزشکی
A3			خدمات حمل و نقل
A4			تامین امنیت
A5			اقامتگاه‌های گردشگری
B1	تبلیغات و اطلاع‌رسانی	B	شبکه‌های اجتماعی
B2			رویدادها و فعالیت‌ها
B3			اطلاع‌رسانی محلی
C1	اقامتگاه‌های اقتصادی	C	امکانات اقامتی ساده
C2			قیمت مناسب
C3			پذیرش گسترده
C4			محل قرارگیری مناسب
D1	حمایت دولتی	D	تسهیلات مالی
D2			ارائه خدمات پشتیبانی
D3			ارائه تسهیلات قانونی
D4			همکاری با بخش خصوصی
D5			حفاظت محیط زیست
D6			ارائه استانداردهای کیفیت
E1	آموزش و آگاهی	E	برگزاری دوره‌های آموزشی
E2			ارائه راهنمایی و مشاوره
E3			همکاری با دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی

E4	ترویج فرهنگ گردشگری پایدار
E5	انجام کمپین‌های آموزشی



شکل ۱. مدل سلسله مراتبی پژوهش

نیز نسبت‌سازی هر ماتریس محاسبه و بر اساس مقدار آستانه ای ۱۰٪ کنترل گردید. محاسبه وزن هر گزینه در ماتریس مقایسه زوجی نیز با استفاده از روش بردار ویژه انجام گردید.

به منظور کاربرد روش تحلیل سلسله‌مراتبی ساختار تصمیم مساله را به ۲ زیر گروه شامل معیارها و زیر معیارها تقسیم بندی گردید و سپس ماتریس مقایسات زوجی و وزن هر عنصر برای هر زیر مجموعه محاسبه شد. ماتریس مقایسه زوجی در حقیقت نمایش کمی ارتباط بین عناصر تصمیم در هر سطح در ارتباط با هر یک از عناصر سطح دیگر می باشد. به منظور بررسی سازگاری تصمیم

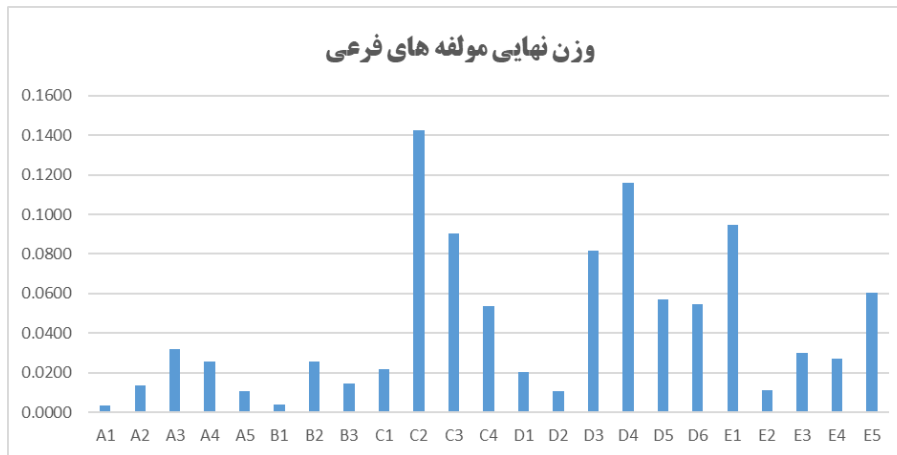
جدول ۴. وزن‌های نهایی معیارهای تحقیق

مؤلفه اصلی	مؤلفه فرعی	وزن		
		سطح اول	سطح دوم	نهایی
امکانات رفاهی و خدمات	تسهیلات بهداشتی	۰.۰۸۴۷	۰.۰۳۸۰	۰.۰۰۳۲
	خدمات پزشکی	۰.۰۸۴۷	۰.۱۵۸۲	۰.۰۱۳۴
	خدمات حمل و نقل	۰.۰۸۴۷	۰.۳۷۷۳	۰.۰۳۲۰
	تأمین امنیت	۰.۰۸۴۷	۰.۳۰۱۸	۰.۰۲۵۶
	اقامتگاه‌های گردشگری	۰.۰۸۴۷	۰.۱۲۴۸	۰.۰۱۰۶
تبلیغات و اطلاع‌رسانی	شبکه‌های اجتماعی	۰.۰۴۳۹	۰.۰۸۳۴	۰.۰۰۳۷
	رویدادها و فعالیت‌ها	۰.۰۴۳۹	۰.۵۸۳۷	۰.۰۲۵۶
	اطلاع‌رسانی محلی	۰.۰۴۳۹	۰.۳۳۲۹	۰.۰۱۴۶

۰.۰۲۱۷	۰.۰۷۰۴	۰.۳۰۸۴	امکانات اقامتی ساده	اقامتگاه‌های اقتصادی
۰.۱۴۲۷	۰.۴۶۲۵	۰.۳۰۸۴	قیمت مناسب	
۰.۰۹۰۴	۰.۲۹۳۱	۰.۳۰۸۴	پذیرش گسترده	
۰.۰۵۳۶	۰.۱۷۳۹	۰.۳۰۸۴	محل قرارگیری مناسب	حمایت دولتی
۰.۰۲۰۱	۰.۰۵۹۰	۰.۳۴۰۱	تسهیلات مالی	
۰.۰۱۰۸	۰.۰۳۱۹	۰.۳۴۰۱	ارائه خدمات پشتیبانی	
۰.۰۸۱۷	۰.۲۴۰۱	۰.۳۴۰۱	ارائه تسهیلات قانونی	
۰.۱۱۵۸	۰.۳۴۰۴	۰.۳۴۰۱	همکاری با بخش خصوصی	
۰.۰۵۷۰	۰.۱۶۷۷	۰.۳۴۰۱	حفاظت محیط زیست	
۰.۰۵۴۷	۰.۱۶۰۹	۰.۳۴۰۱	ارائه استانداردهای کیفیت	
۰.۰۹۴۷	۰.۴۲۴۹	۰.۲۲۲۹	برگزاری دوره‌های آموزشی	
۰.۰۱۱۲	۰.۰۵۰۱	۰.۲۲۲۹	ارائه راهنمایی و مشاوره	
۰.۰۲۹۹	۰.۱۳۴۰	۰.۲۲۲۹	همکاری با دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی	
۰.۰۲۶۹	۰.۱۲۰۸	۰.۲۲۲۹	ترویج فرهنگ گردشگری پایدار	
۰.۰۶۰۲	۰.۲۷۰۲	۰.۲۲۲۹	انجام کمپین‌های آموزشی	

ضریب ناسازگاری نیز در این تحقیق کمتر از ۰٫۱ برای تمامی مقایسات زوجی محاسبه شد. شکل (۲) مقایسه وزن‌های نهایی مولفه‌های فرعی تحقیق را نمایش می‌دهد.

مطابق با نتایج جدول (۴) مشاهده شد که برای هر یک معیارها نظرات خبرگان در سطح مربوطه تجمیع شده است و نتایج میانگین آن نمایش داده شده است. سپس با کمک مراحل ذکر شده نتایج وزن‌های نهایی به صورت بالا تعیین شد. ضمناً



شکل ۲. وزن‌های نهایی مولفه‌های فرعی تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد که مجموعه‌ای از عوامل کلیدی در شکل‌گیری و توسعه گردشگری ورزشی سبز استان همدان نقش‌آفرین هستند. این عوامل شامل امکانات رفاهی و خدمات، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، اقامتگاه‌های اقتصادی، حمایت دولتی و آموزش و آگاهی می‌باشند که در رتبه‌بندی نهایی جایگاه‌های ۱ تا ۲۳ را به خود اختصاص داده‌اند. در حوزه امکانات رفاهی و خدمات، زیرمعیارهایی همچون تسهیلات بهداشتی، خدمات پزشکی، حمل‌ونقل، تأمین امنیت و اقامتگاه‌های گردشگری اهمیت ویژه‌ای دارند. تسهیلات بهداشتی شامل سرویس‌های بهداشتی، حمام‌ها و سایر امکانات ضروری است که حضور آن‌ها رضایت گردشگران، سلامت فردی و بهداشت محیط زیست را تضمین می‌کند. خدمات پزشکی نیز با فراهم‌سازی دسترسی به بیمارستان‌ها، کلینیک‌ها و اورژانس‌ها، امنیت روانی و جسمی گردشگران را تقویت می‌نماید. حمل‌ونقل مناسب از طریق وسایل عمومی و خصوصی، خطوط اتوبوس‌رانی و تاکسی، امکان جابه‌جایی آسان گردشگران را فراهم می‌سازد. همچنین، تأمین امنیت با حضور نیروهای انتظامی، حفاظت از مناطق گردشگری و پاسخگویی به شرایط اضطراری، بستر مطمئنی برای فعالیت‌های ورزشی در طبیعت ایجاد می‌کند. اقامتگاه‌های گردشگری شامل هتل‌ها، مهمانسراها، کمپینگ‌ها و بوم‌گردی‌ها نیز تجربه سفر را برای گردشگران کامل می‌سازند. تبلیغات و اطلاع‌رسانی در این حوزه نقشی حیاتی دارد. استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار قدرتمند تبلیغاتی، امکان ارتباط مستقیم با گردشگران و انتشار اخبار، تصاویر و ویدئوهای مرتبط را فراهم می‌کند. همچنین، برگزاری رویدادها و فعالیت‌های متنوع نظیر مسابقات ورزشی، کارگاه‌های آموزشی، جشنواره‌ها و تورهای طبیعت‌گردی، علاوه بر جذب گردشگران، به ترویج فرهنگ ورزش در طبیعت کمک می‌کند. فعالیت‌های اطلاع‌رسانی محلی نیز با تولید محتوای بومی، انتشار اخبار منطقه‌ای و همکاری با انجمن‌ها و سازمان‌های محلی، نقش مهمی در معرفی ظرفیت‌های گردشگری سبز ایفا می‌نمایند. اقامتگاه‌های اقتصادی نیز با ارائه امکانات ساده، قیمت مناسب، پذیرش گسترده و موقعیت جغرافیایی مطلوب، به‌ویژه برای گردشگران با بودجه محدود، جذابیت زیادی دارند. این اقامتگاه‌ها با فراهم‌سازی اتاق‌های کوچک و تمیز، امکانات پایه‌ای مانند اینترنت و پارکینگ، و قرارگیری در نزدیکی جاذبه‌های طبیعی، تجربه‌ای مقرون‌به‌صرفه و در دسترس را برای گردشگران ایجاد می‌کنند. حمایت دولتی از صنعت گردشگری ورزشی سبز نیز از طریق ارائه تسهیلات مالی، خدمات پشتیبانی، قوانین حمایتی، همکاری با بخش خصوصی، حفاظت محیط زیست و تدوین استانداردهای کیفیت

امکان‌پذیر است. چنین حمایت‌هایی می‌تواند زیرساخت‌های لازم برای توسعه پایدار این صنعت را فراهم آورد. در نهایت، آموزش و آگاهی از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی، ارائه مشاوره، همکاری با دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی، ترویج فرهنگ گردشگری پایدار و اجرای کمپین‌های آموزشی، زمینه‌ساز ارتقای دانش و نگرش گردشگران و جامعه محلی نسبت به اهمیت گردشگری ورزشی سبز خواهد بود. پیشنهاد‌های کاربردی برای توسعه این حوزه شامل ایجاد مسیرهای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری در مناطق طبیعی، برگزاری رویدادهای ورزشی سبز، ارائه تورهای متنوع ورزشی، توسعه اقامتگاه‌های پایدار و همکاری با جوامع محلی جهت ارائه خدمات ورزشی و گردشگری می‌باشد. این اقدامات می‌توانند جذابیت استان همدان را برای گردشگران داخلی و خارجی افزایش دهند. پژوهش حاضر نشان داد که توسعه گردشگری ورزشی سبز در استان همدان نیازمند توجه هم‌زمان به زیرساخت‌های رفاهی، تبلیغات مؤثر، اقامتگاه‌های اقتصادی، حمایت‌های دولتی و آموزش و فرهنگ‌سازی است. اجرای این عوامل می‌تواند تجربه گردشگری را ارتقا داده و استان همدان را به یکی از مقاصد مهم گردشگری ورزشی پایدار در کشور تبدیل کند. پیشنهاد‌های آتی برای پژوهش‌های مرتبط شامل بررسی اثرات مثبت و منفی گردشگری ورزشی سبز بر محیط زیست و منابع طبیعی، ارزیابی نقش آن در توسعه اقتصادی و اجتماعی، تحلیل عوامل مؤثر بر جذب گردشگران، مطالعه تأثیرات فعالیت‌های ورزشی سبز بر سلامت جسمی و روانی گردشگران، و بررسی الگوهای مصرف منابع طبیعی در این حوزه است. انجام این پژوهش‌ها می‌تواند به ارائه راهکارهای علمی و عملی برای توسعه پایدار گردشگری ورزشی سبز در استان همدان کمک کند. با وجود نتایج ارزشمند، این مطالعه با محدودیت‌هایی نیز مواجه بود؛ از جمله فقدان پشتوانه علمی کافی و دانش بومی در زمینه تحلیل و اولویت‌بندی گردشگری ورزشی سبز، نبود موضوع از نظر مفهوم‌سازی، نبود تجربه عملیاتی و آمار دقیق در کشور، و دشواری دسترسی به مدیران و خبرگان. این محدودیت‌ها ضرورت انجام پژوهش‌های تکمیلی و توسعه دانش بومی در این حوزه را بیش از پیش آشکار می‌سازد. عدم همکاری برخی از اعضای جامعه آماری در تکمیل مصاحبه پژوهش، در زمان مقرر (زمان مورد نظر پژوهشگر) از دیگر محدودیت‌های پژوهش به شمار می‌رود. پراکندگی و گستردگی مطالعات انجام شده در حوزه تحلیل و اولویت‌بندی گردشگری ورزشی سبز استان همدان به لحاظ محتوایی محدود بودن تعداد مطالعات داخلی انجام شده با هدف تحلیل و اولویت‌بندی گردشگری ورزشی سبز استان همدان به‌طور کلی می‌توان اذعان داشت، وجود محدودیت در هزینه و زمان برای پژوهشگر جزئی از محدودیت‌های پژوهش حاضر به شمار می‌آید.

منابع

۱. Ammirato, S., Michele, F. A., & Della Gala, M. (2014). Tourism destination management: A collaborative approach. *Conference Paper*. https://doi.org/10.1007/978-3-662-44745-1_21
۲. Azubuiké, C. E. O., Onyinye, N. G., & Nnennaya, N. (2017). The role of the media in tourism development in Nigeria: The Rivers State experience. *Journal of New Media and Mass Communication*, 57, 23–28.
۳. Bazvand, B. (2020). Consumption of thickness of the essentials with mandate. *Messenger of Noor University, Payam Noor University*. [In Persian]
۴. Hemmati Nejad, M., Barak, H., Safatian, A., & Shahbazzpour, L. (2021). Designing a model of attraction and participation of people to sports tourism (factors, challenges and strategies). *Sports Marketing Studies*, 3(1), 113–180. <https://doi.org/10.34785/j021.2022.004000>
۵. Javid, F., Ghafouri, F., Javid, M., & Goodarzi, S. (2020). Sport tourism and sustainable development of host cities (Case study: Sarein Winter Sports Festival). *Strategic Studies of Sport and Youth*, 19(48), 197–218. [In Persian]
۶. Karimi, S. (2019). Sport tourism development opportunity with the help of digital marketing strategy. *National Conference on Management, Tourism and Sustainable Development*. [In Persian]
۷. Mirabadi, M., Golzadeh, M., & Karimi, A. (2019). *Journal of Regional Planning*, 9(34), 65–80. [In Persian]
۸. Mousavi Boutihi, A. (2016). The role of coastal sports in the development of Fars Caliph tourism. *Iranian Students' Scientific-Cultural Tourism Center*, 1–8. [In Persian]
۹. Volpentesta, A., & Ammirato, S. (2010). A collaborative network model for agrifood transactions on regional base. In *Proceedings of Knowledge Management, Information Systems, E-Learning, and Sustainability Research (CCIS 112)*, pp. 319–325. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
۱۰. Volpentesta, A., Ammirato, S., & Della Gala, M. (2012). Knowledge exchange and social learning opportunities in direct agri-food chains. In *Working Conference on Virtual Enterprises, PRO-VE 2012: Collaborative Networks in the Internet of Services* (pp. 340–348).
۱۱. Yavari, Y., Asgrian, F., & Khairi Shojaee, M. (2016). The challenges of Aras free sport tourism development, emphasizing the opinions of managers and experts. *Management and Development Journal of Sport*, 5(1), 233–244. [In Persian]
۱۲. Zyttoneli, A. H., Farahani, A., & Asadi, H. (2013). Sport tourism and long-term effects: Investigating the viewpoint of tourism and physical education experts and tourists on the effects of sport tourism development on employment and income in Golestan Province. *New Approaches to Sports Management*, 1(1), 1–4. [In Persian]