

Identifying Factors Affecting the Adoption of Sport Tourism in The Desert (Case Study: Yazd University Students)

E. Kahdouei^{1*}, F. Farzan², M. Abedi Samakosh³

1. Ph.D. Student in sport management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.
2. Associate Professor, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.
3. Assistant Professor, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

* Corresponding Author: e.kahdouei04@umz.ac.ir

Received date: 26/09/2023

Accepted date: 02/11/2023



[10.22034/JDMAL.2023.2012391.1439](https://doi.org/10.22034/JDMAL.2023.2012391.1439)

Extended Abstract

Introduction

Sport tourism is a type of recreational trip where tourists temporarily leave their home to participate in sports activities, watch sports events or go to places that are related to sports activities. In other words, sports tourism is a phenomenon that is socially, economically, and culturally significant because of the unique interaction between an activity, people, and place. Many residents of Europe, who are deprived of this natural blessing of the world, consider desertification to be an attractive field of tourism. Domestic and foreign tourists can be attracted to Yazd province by its traditional, historical, cultural, geographical, and climatic architecture, handicrafts, and desert attractions. One of the most important features of the Yazd desert is its suitable space for activities and entertainment for different age groups, from children and babies to adventurous young people and middle-aged people. They can engage in various activities such as walking on sand dunes, watching the surfaces of salt marshes, salty rivers, seeing the clear sky and stars at night and the sunrise. The literature and research background indicate that the majority of research has concentrated on the factors or obstacles that contribute to the development of tourism in the desert, or the motivations of tourists. There is no research on sports tourism in the desert. Considering the high reception of foreign tourists from the city of Yazd and the variety of tourists who travel to Yazd from different parts of the world, solutions have been provided for the prosperity of the tourism industry in the city of Yazd as well as the country's tourism. It is important to consider the possibility of resolving tourism problems and increasing the number of foreign tourists in the regions. Nevertheless, the standard of living is slowly rising, and physical and mental health, recreation, and free time have become necessary for everyday life. It is crucial to address this issue by meeting people's diverse sports needs and improving their healthy living standards. Sports tourism as a means of maintaining physical and mental health and spending leisure time has many advantages. Promoting and developing tourism and economic prosperity



can be achieved by developing sports tourism in the deserts of Yazd. Thus, the researcher decided to determine the factors that affect the acceptance of sports tourism in the desert by students at Yazd University.

Material and Methods

The current research was applied for specific purposes and used descriptive-correlational data collection methods. The statistical population of this research was the students of Yazd University, of whom 375 were selected as a sample according to Morgan's table using a simple random method. The research tool was the Alam Talab questionnaire (2014), whose validity was obtained by asking the opinions of experts in the field of sports tourism, and its reliability was obtained through Cronbach's alpha of 0.89. During descriptive analysis, SPSS version 26 software was employed, and Smart PLS version 4 software was utilized for structural equation modeling.

Results and Discussion

It was discovered that among the individual factor variables, the factor of obtaining pleasure and relaxation, which has a factor load of 1.199, is the most significant factor than physical fitness with a factor loads of 1.040. Among the variables of social factors, the mass media factor with a factor load of 0.929 is the most important item and the peer factor with a factor load of 0.724 is the least important item. The positive and significant effect of enjoyment and relaxation on the acceptance of sports tourism in the desert was confirmed, but the effect of fitness, mass media, family and peers on the acceptance of sports tourism in the desert was rejected. According to the coefficient of determination value of 0.124, the model does not fit well. According to the obtained results, it is suggested to have group tours with trained tour leaders during the competition season, preferably in autumn and winter, and with discounts or free sports insurance for emerging desert disciplines such as camel riding, sand riding, off-road, paragliding and Shooting with flying targets should be held in the deserts near and far of Yazd city. It is appropriate to provide extensive information about these events through mass media and national and local social networks. It is essential to prepare and make available to tourists complete and detailed maps of the routes, attractions, sports tourism facilities, and information in the desert camps of Yazd city. Finally, a specific trustee body in the tourism industry should be accountable for overseeing the activities of sports tourism tours.

Keywords: Desert; Fitness; Mass media; Off-road





شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش گردشگری ورزشی در بیابان (بررسی موردی: دانشجویان دانشگاه یزد)

الهه کهدوئی^{۱*}، فرزاد فرزاد^۲، محبوبه عابدی سماکوش^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۲. دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۳. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

* نویسنده مسئول: e.kahdouei04@umz.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۱۱

doi [10.22034/JDMAL.2023.2012391.1439](https://doi.org/10.22034/JDMAL.2023.2012391.1439)

چکیده

کوبر یکی از غنی‌ترین توانمندی‌های گردشگری ورزشی است و شاید در آینده کلید رونق اقتصادی در مناطق بیابانی، توجه به گردشگری مبتنی بر ورزش باشد. هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش گردشگری ورزشی در مناطق بیابانی در بین دانشجویان دانشگاه یزد بود. عوامل مؤثر به دو دسته عوامل فردی و اجتماعی تقسیم شدند. عوامل فردی شامل تناسب اندام و کسب لذت و آرامش و عوامل اجتماعی شامل رسانه جمعی، خانواده و همسالان بودند. جامعه آماری، دانشجویان دانشگاه یزد بودند که ۳۷۵ نفر به شیوه تصادفی ساده بعنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه استاندارد بود که روایی آن با نظرخواهی از متخصصان گردشگری ورزشی و اعتبار آن با ۰/۸۹ تأیید شد. تجزیه و تحلیل استنباطی و مدلسازی بر پایه معادلات ساختاری بهره‌گیری شد. یافته‌ها با توجه به ضرایب معناداری Z و ضرایب مسیر نشان داد که عامل فردی کسب لذت و آرامش در پذیرش گردشگری ورزشی در بیابان در بین دانشجویان دانشگاه یزد تأثیر دارد ولی تأثیر عامل فردی تناسب اندام و عامل‌های اجتماعی رسانه جمعی، خانواده و همسالان بر پذیرش گردشگری ورزشی در مناطق بیابان در بین دانشجویان دانشگاه یزد رد شد. همچنین مدل پژوهش با مقدار ضریب تبیین ۰/۱۲۴ مدلی ضعیف برآزش شد. باتوجه به نتایج پیشنهاد می‌شود نقشه جامع از مسیر کمپ‌های مناطق بیابانی شهرستان یزد و جاذبه‌های گردشگری ورزشی این مناطق آماده شود و همراه با برگزاری تورهای گروهی، با ایجاد نهادی متولی معین بر فعالیت‌های گردشگری آن‌ها نظارت داشته باشد.

واژگان کلیدی: آفرود؛ بیابان؛ تناسب اندام؛ رسانه جمعی



■ مقدمه

گردشگری یکی از اجزای اصلی توسعه اقتصادی و منبع درآمدزایی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته محسوب می‌شود (۱۳) و بدلیل تأثیرهای مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در حال تبدیل شدن به صنعت شماره یک در جهان می‌باشد (۱۷). شورای جهانی سفر و گردشگری گزارش کرد که گردشگری در سال ۲۰۱۹، ۹/۶ تریلیون دلار تولید و ۳۳۳ میلیون شغل در سراسر جهان ایجاد کرد که ۱۰/۳٪ از تولید ناخالص داخلی جهانی و مجموع مشاغل را در بر می‌گیرد (۳۱)؛ ولی سهم صنعت گردشگری ایران از تولید ناخالص داخلی کمتر از ۰/۶ است (۸)، در حالی که بسیاری از کشورهای جهان از صنعت گردشگری برای رشد و توسعه بهره گرفته‌اند. برای مثال کشور قطر بخش گردشگری را بعنوان کلیدی برای حیات بخشیدن به اقتصاد کشورش قرار داده است و نسبت گردشگران این کشور از ۲۲٪ در سال ۲۰۱۶ به ۳۸٪ در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است (۲۹). در سال‌های اخیر، گردشگری و فعالیتهای ورزشی مرتبط با آن توسعه یافته و به یکی از محرک‌های اصلی توسعه اقتصادی- اجتماعی در بسیاری از مناطق تبدیل شده است (۱۸).

ورزش نوع خاصی از جاذبه‌های گردشگری محسوب می‌شود (۴) گردشگری ورزشی به‌عنوان یک سفر تفریحی تعریف می‌شود که در آن گردشگران به‌طور موقت محل سکونت خود را برای شرکت در فعالیتهای ورزشی، مشاهده فعالیتهای ورزشی یا بازدید از جاذبه‌های مرتبط با فعالیتهای ورزشی ترک می‌کنند (۸). به بیانی دیگر گردشگری ورزشی پدیده‌ای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ناشی از تعامل منحصر به فرد بین یک فعالیت، مردم و مکان می‌باشد (۱۸). برخی از فعالیتهای گردشگری ورزشی با ورزش‌ها و مناطق خاص مرتبط هستند، که در آن ویژگی‌های جغرافیایی منحصر به فرد و ویژگی‌های منطقه ثابت مشهود است. توزیع منابع گردشگری ورزشی یکنواخت نیست و بر اساس منطقه متفاوت است و هر منطقه دارای رنگ‌ها و ویژگی‌های محلی خاص خود است و شامل ورزش‌های زمستانی در شمال، ورزش‌های دریایی در مناطق ساحلی،

کوهنوردی در مناطق کوهستانی و کاوش‌های صحرایی در مناطق بیابانی نیز می‌شود (۱۰).

مناطق بیابانی فرصتی برای افرادی فراهم می‌کند که به دنبال خودشکوفایی، بازسازی، معنویت و اتکا به خود هستند. گردشگری در کویر چنان رایج شده که برنامه محیط‌زیست سازمان ملل متحد، راهنمای توسعه پایدار گردشگری بیابانی و مدیریت گردشگری بیابان را برای دولت‌ها و شرکای آنها صادر کرده است. انتخاب مناطق بیابانی بعنوان مقصدی مطلوب برای گردشگری در حال رشد می‌باشد و گردشگران زیادی سالانه برای دیدن مکان‌های تاریخی، سازه‌های زمین شناسی و مناظر باشکوه به مناطق بیابانی در سراسر جهان مانند استرالیا، آفریقا و خاورمیانه سفر می‌کنند (۳).

کشور ایران از نظر جاذبه‌های طبیعی در رتبه پنجم جهان و به لحاظ جاذبه‌های باستانی در رتبه دهم جهان قرار دارد. در همین حال، بیش از دو سوم کشور زیر تأثیر آب و هوای گرم و خشک قرار دارد که مناظر بیابانی باشکوهی را ایجاد می‌کند. گردشگری ورزشی در این مناطق یک نوع گردشگری رو به رشد است و هر جا که منابع در دسترس باشد به سرعت گسترش می‌یابد (۲۲). در بین استان‌های ایران، استان یزد به دلیل معماری سنتی، تاریخی، فرهنگی، جغرافیایی و اقلیمی، صنایع دستی و جاذبه‌های کویری می‌تواند مورد توجه گردشگران داخلی و خارجی قرار گیرد (۱۲). یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های کویر یزد، داشتن فضایی مناسب برای فعالیت و سرگرمی گروه‌های سنی مختلف از کودکان و نوزادان تا جوانان ماجراجو و میانسالان می‌باشد که می‌توانند به فعالیتهای مختلف مانند راه رفتن روی تپه‌های شنی، دیدن سطوح شورزارها، رودخانه‌های شور، دیدن آسمان صاف و ستاره در شب و طلوع خورشید بپردازند (۲۳).

پژوهش‌های مختلفی پیرامون گردشگری در کویر انجام شده است. تحقیقی نشان می‌دهد که فرصت موج سواری در گردشگری دریایی، در دو اقلیم معتدل و مرطوب و گرم و مرطوب، فرصت اردوهای کوهنوردی و صخره‌نوردی در اقلیم سرد و کوهستانی و فرصت کویرنوردی در اقلیم گرم و خشک در اولویت برتر قرار دارند (۲). پژوهش‌های دیگر نشان می‌دهد مهم‌ترین مزایای گردشگری در نواحی کویری ایجاد آرامش روحی و روانی و استفاده از چشم‌اندازهای خاص

فضاهای کویری و بیابانی قابل اجرا هستند (مانند: اسکی روی ماسه و ماراتن صحرائوردی). از نگاه مدیریت منابع بسیار مهم است که این محصول‌های نوپدید مورد پسند و پذیرش مشتری و مصرف کننده قرار بگیرند بنابراین لازم است که مدیران با استفاده از پژوهش‌های بازارپایانه امکان عرضه و فروش محصولات جدید را بررسی نمایند.

ادبیات و پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌ها بر عوامل توسعه یا موانع گردشگری در کویر و یا انگیزه‌های گردشگران متمرکز شده‌اند و در مورد گردشگری ورزشی در کویر پژوهشی صورت نگرفته است. با توجه به استقبال زیاد گردشگران خارجی از شهر یزد و تنوع گردشگرانی که از نقاط مختلف جهان به یزد مسافرت می‌کنند، برای رونق صنعت گردشگری در شهر یزد و همچنین گردشگری کشور باید راهکارهایی اندیشید تا مشکلات گردشگری کمتر شود و روند حضور گردشگران داخلی و خارجی را در مناطق کویری افزایش داد. از طرفی استاندارد زندگی به آرامی در حال افزایش است و سلامت جسمی و روحی، سرگرمی و اوقات فراغت به پیش‌نیازهای زندگی روزمره تبدیل شده است. با توجه به این موضوع، تلاش برای برآوردن نیازهای ورزشی متنوع مردم و بهبود استانداردهای زندگی سالم مردم مهم می‌باشد. گردشگری ورزشی بعنوان وسیله‌ای برای سلامت جسمی و روانی و گذراندن اوقات فراغت، دارای مزایای بسیاری است (۳۰) و ترویج ورزش‌های کویری از قبیل آفرود، دوهای صحرایی، شترسواری و شن‌سواری که تا حدودی در رسانه‌ها معرفی شده‌اند می‌تواند در توسعه گردشگری ورزشی مؤثر باشد. لذا هدف محقق در پژوهش حاضر شناسایی عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر پذیرش گردشگری ورزشی در مناطق بیابانی در بین دانشجویان دانشگاه یزد بود.

■ مواد و روش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر شیوه‌ی گردآوری اطلاعات پیمایشی بود. جامعه‌ی آماری این پژوهش، دانشجویان دانشگاه یزد با ۱۳۵۸۰ نفر بودند که ۳۷۵ نفر (۱۹) به شیوه‌ی تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه استاندارد بود (۲۴)

کویری برای فعالیت‌هایی مانند عکاسی می‌باشد (۲۳)؛ بطوریکه داشتن جذابیت و سرگرمی برای گروه‌های مختلف سنی گردشگران و ایجاد حس آرامش و تمدد اعصاب و روان می‌باشد به عنوان بارزترین ویژگی کویرهای یزد معرفی شده است (۷). در پژوهش‌های خارجی، نتایج نشان می‌دهد که گردشگران باید در مورد فعالیت‌های تفریحی در بیابان مانند کمپینگ، پیاده‌روی، ورزش و پیامدهای آن در بیابان آموزش ببینند و مقامات محلی باید مراکز کمپینگ بیشتری ایجاد کنند، نظارت بیشتری انجام دهند و مقررات و جریمه‌هایی را برای حفاظت از اکوسیستم بیابان وضع کنند (۱). پژوهشی نشان می‌دهد که گردشگری ورزشی فعال ابزاری کارآمد برای رفع نگرانی در مورد سلامتی و تندرستی می‌باشد (۲۷). در پژوهشی دیگر بیان می‌شود که رسانه‌های جمعی حلقه قوی در توسعه گردشگری می‌باشند و فرصتی برای بازدید و زندگی در فضای مجازی را برای گردشگران فراهم می‌کنند (۵). در پژوهشی دیگر گزارش می‌شود که اولویت‌های اصلی گردشگران به ترتیب ماجراجویی، کسب آرامش، افزایش دانش و رهایی از زندگی روزمره می‌باشد (۲۱) و انگیزه‌های درونی ورزش از قبیل لذت و آرامش، تناسب‌اندام و اجتماعی بودن مهم‌تر از انگیزه‌های بیرونی مانند رقابت و مدال می‌باشند و رضایت زندگی بیشتری را به همراه دارند (۱۴). همچنین سایر افراد از قبیل مربی، والدین و همسالان بر مشارکت جوانان در ورزش تأثیر زیادی دارند (۹).

اغلب ورزش‌های کویری در ایران امروزه پدیده‌ای نو بشمار می‌آیند. گرچه باید دانست که بر اساس شواهد تاریخی فراوان، فعالیت‌هایی مانند انواع سوارکاری از دیرباز در اقلیم‌های مختلف ایران از جمله در کویرها و نواحی بیابانی به وفور انجام می‌شده و ایرانیان در این رشته‌ها پراوازه بودند. تا آنجا که در فرهنگ تربیتی خانواده‌های شهری و روستایی همه طبقات اجتماعی، توجه به آموختن این مهارت‌ها رایج بودند. بتدریج و با گذر زمان، همزمان با تغییر فناوری و سبک زندگی اجتماعی، رفته رفته این رشته‌ها کنار گذاشته شد. ورزش‌های کویری نوین را می‌توان در دو بخش دسته قرار داد: الف) ورزش‌هایی که در همه فضاها و مناطق جغرافیایی از جمله کویرها قابل اجرا هستند (مانند: سوارکاری و تیراندازی و کوهنوردی)؛ ب) رشته‌های ورزشی که فقط در

دانشگاه یزد تأثیر دارند. بمنظور تجزیه و تحلیل توصیفی از نرم افزار SPSS نسخه ۲۶ و برای واکاوی استنباطی و مدلسازی از نرم افزار Smart PLS نسخه ۴ استفاده شد.

■ نتایج

بیشتر دانشجویان از مقطع کارشناسی با ۳۷۰ نفر و دانشکده علوم انسانی با ۱۵۵ نفر و در رده سنی ۲۱ تا ۲۵ سال با ۳۱۳ نفر قرار داشتند. همچنین ۲۴۴ نفر از دانشجویان خانم و ۱۳۱ نفر آقا بودند (جدول ۱).

متغیرهای عوامل فردی و متغیرهای عوامل اجتماعی و متغیر وابسته دارای مقدار پایایی ترکیبی بیشتر از ۰/۷ و میانگین واریانس استخراجی بیشتر از ۰/۵ و آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷ بودند لذا می توان وضعیت پایایی و روایی همگرایی قابل قبول متغیرهای فوق را قبول نمود. در بین متغیرهای عوامل فردی، عامل کسب لذت و آرامش با بار عاملی ۱/۱۹۹ اهمیت بیش تری نسبت به تناسب اندام با بار عاملی ۱/۰۴۰ داشت. در بین متغیرهای عوامل اجتماعی نیز، عامل رسانه جمعی با بار عاملی ۰/۹۲۹ مهم ترین گویه و عامل همسالان با بار عاملی ۰/۷۲۴ کم اهمیت ترین گویه بود (جدول ۲).

که روایی آن با نظر خواهی از متخصصان حوزه گردشگری ورزشی و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۹ بدست آمد. سوال های پرسشنامه شامل دو بخش بود. بخش اول جمعیت شناختی در خصوص نام دانشکده، مقطع تحصیلی، سن و جنس بود. بخش دوم سوال های اصلی پژوهش بود؛ قسمت اول: عامل های فردی شامل تناسب اندام، کسب آرامش و لذت و قسمت عامل های اجتماعی شامل خانواده، همسالان و رسانه های جمعی بود. سوال های ۱ تا ۵ به پذیرش گردشگری ورزشی در بیابان، سوالات ۶ تا ۹ به تناسب اندام، سوال های ۱۰ تا ۱۶ به کسب لذت و آرامش، سوال های ۱۷ تا ۲۱ به رسانه جمعی، سوال های ۲۲ تا ۲۶ به خانواده و سوال های ۲۷ تا ۳۰ به همسالان اختصاص داشتند. همچنین پژوهش حاضر شامل پنج فرضیه به شرح ذیل بود: تناسب اندام در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تأثیر دارد، کسب لذت و آرامش در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تأثیر دارد، رسانه جمعی در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تأثیر دارد، خانواده در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تأثیر دارد، همسالان در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان

جدول ۱. نتایج توصیفی

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
مقطع تحصیلی	کارشناسی	۳۷۰	۹۸/۷
	کارشناسی ارشد	۳	۰/۸
	دکتر	۲	۰/۵
	تربیت بدنی	۴۲	۱۱/۲
دانشکده	علوم پایه	۴۶	۱۲/۳
	علوم انسانی	۱۵۵	۴۱/۳
	الهیات	۳	۰/۸
	هنر و معماری	۲۱	۵/۶
	شیمی	۵	۳/۱
	فنی و مهندسی	۷۵	۲۰
	سایر	۲۸	۷/۵
سن	کمتر از ۲۰ سال	۵۲	۱۳/۹
	۲۱ تا ۲۵ سال	۳۱۳	۸۳/۵
	۲۶ سال ۳۰ سال	۳	۰/۸
جنسیت	۳۱ تا ۳۵ سال	۷	۱/۹
	خانم	۲۴۴	۶۵
	آقا	۱۳۱	۳۵

جدول ۲. نتایج روایی همگرا و پایایی مربوط به سازه درون زای مدل پژوهش

متغیرها	آلفای کرونباخ	مقدار بارگزاری عامل	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
همسالان	۰/۸۰۳	۰/۷۲۴	۰/۸۵۱	۰/۵۹۱
کسب لذت و آرامش	۰/۹۰۳	۱/۱۹۹	۰/۸۷۳	۰/۵۰۵
خانواده	۰/۸۱۱	۰/۸۹۴	۰/۸۴۹	۰/۵۳۹
پذیرش گردشگری ورزشی در کویر	۰/۷۰۱	۰/۷۷۰	۰/۷۹۶	۰/۵۰۱
رسانه جمعی	۰/۸۸۴	۰/۹۲۹	۰/۹۱۳	۰/۶۷۹
تناسب اندام	۰/۸۸۸	۱/۰۴۰	۰/۹۱۵	۰/۷۳۱

جدول ۳. نتایج روایی واگرا مربوط به متغیرهای پژوهش

متغیرها	همسالان	کسب لذت و آرامش	خانواده	پذیرش گردشگری ورزشی در کویر	رسانه های جمعی	تناسب اندام
همسالان	۰/۷۴۱					
کسب لذت و آرامش	۰/۳۱۱	۰/۷۸۵				
خانواده	۰/۴۱۵	۰/۱۹۵	۰/۷۴۵			
پذیرش گردشگری ورزشی در کویر	۰/۱۷۵	۰/۲۳۵	۰/۲۴۵	۰/۷۲۱		
رسانه های جمعی	۰/۳۴۲	۰/۲۱۲	۰/۳۱۹	۰/۱۸۱	۰/۸۱۲	
تناسب اندام	۰/۱۴۵	۰/۴۳۶	۰/۳۱۱	۰/۲۳۷	۰/۱۳۱	۰/۸۰۱

جدول ۴. بررسی نتایج آزمون فرضیه‌ها

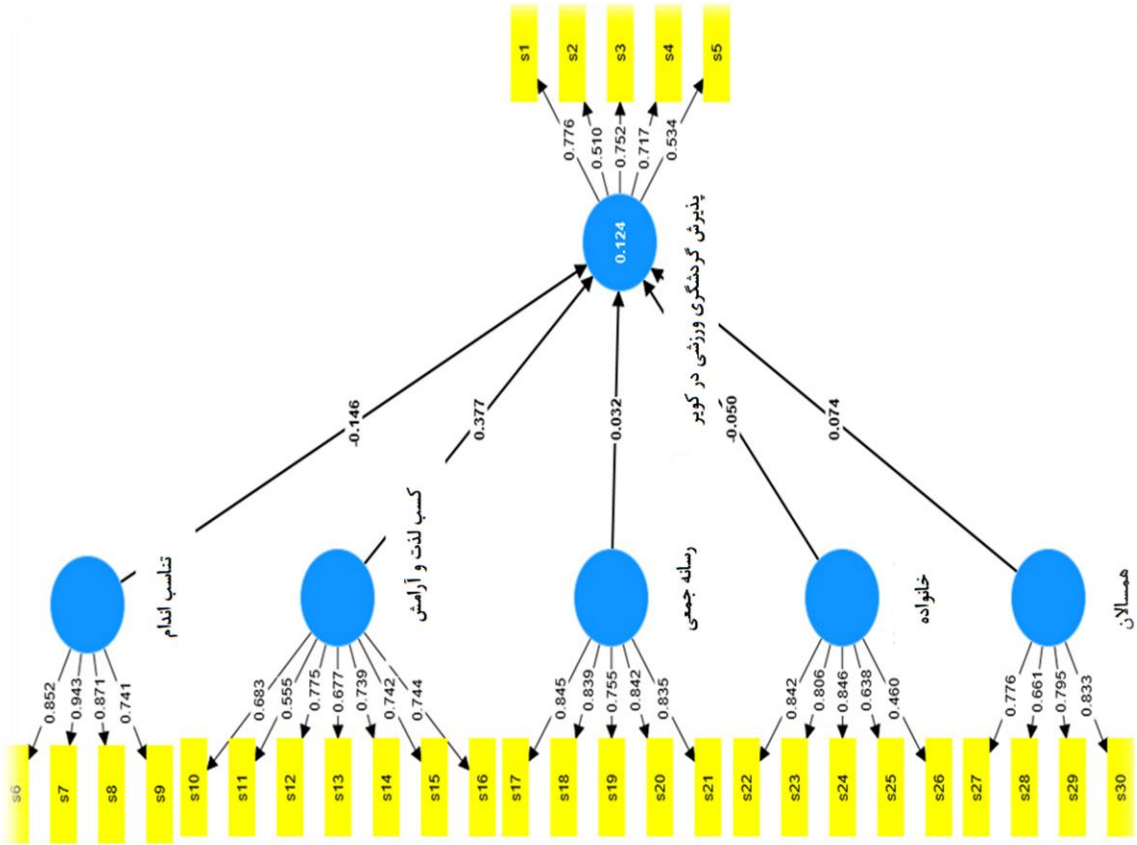
فرضیه‌ها	آماره t	ضریب مسیر	نتیجه
تناسب اندام در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تاثیر دارد.	۱/۳۷۶	-۰/۱۴۶	رد فرضیه
کسب لذت و آرامش در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تاثیر دارد.	۳/۲۶۶	۰/۳۷۷	تایید فرضیه
رسانه جمعی در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تاثیر دارد.	۰/۳۱۴	۰/۰۳۲	رد فرضیه
خانواده در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تاثیر دارد.	۰/۴۸۸	-۰/۰۵۰	رد فرضیه
همسالان در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تاثیر دارند.	۰/۷۳۸	۰/۰۷۴	رد فرضیه

در نتایج حاصل از تحلیل مسیر روابط بین متغیرها، تاثیر مثبت و معنی‌دار کسب لذت و آرامش در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر تایید شد ولی تاثیر تناسب اندام، رسانه جمعی، خانواده و همسالان در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر رد شد (جدول ۴).

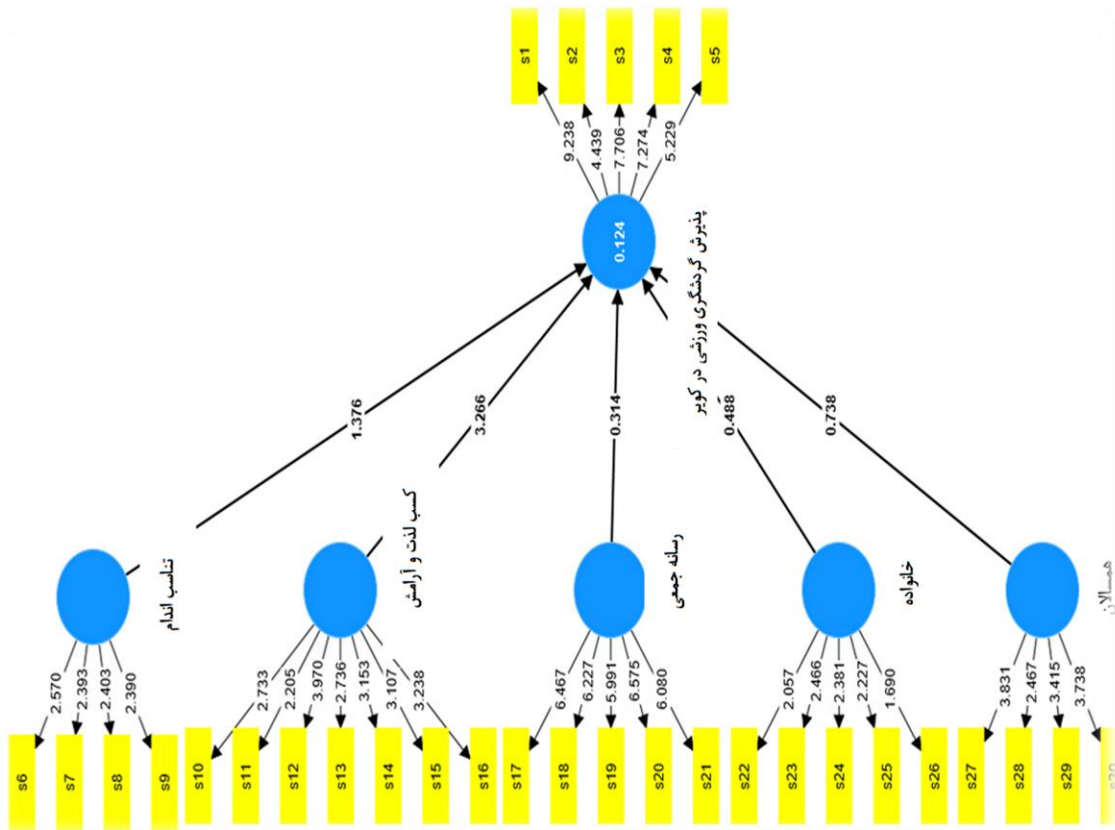
معیار ضریب تعیین برای متغیرهای وابسته در مدل محاسبه شد و در مورد متغیرهای مستقل مقدار این معیار صفر بود. در پژوهشی سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده است (۲۹) بنابراین مدل پژوهش با توجه به مقدار ضریب تعیین ۰/۱۲۴ برای متغیر پذیرش گردشگری ورزشی در کویر ضعیف بود.

با توجه به این‌که مقدار جذر میانگین واریانس استخراجی متغیرهای مدل که در قطر اصلی جدول مشاهده می‌شوند از مقدار همبستگی آن‌ها با یکدیگر بیشتر بودند، می‌توان روایی واگرایی مناسب و برازش خوب مدل اندازه‌گیری را تایید کرد (جدول ۳).

ضرایب بارهای عاملی، ضرایب مسیر بین متغیرها، شدت رابطه را می‌سنجند و اگر بیشتر از ۰/۴ باشد، شدت رابطه بیشتر است و اگر کمتر باشد شدت رابطه کمتر است. در شکل آماره تی، معنی‌دار بودن تاثیر متغیرها را بر هم نشان داده می‌شود و اگر قدر مطلق بیشتر از ۱/۹۶ باشد، وجود رابطه بین متغیرها تایید می‌شود و اگر کمتر از ۱/۹۶ باشد وجود رابطه بین متغیرها رد می‌شود (شکل ۱ و ۲).



شکل ۱. ضرایب بارهای عاملی



شکل ۲. آماره تی

■ بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد بود. نتایج فرضیه اول نشان داد که عامل فردی تناسب اندام در پذیرش گردشگری ورزشی در مناطق بیابانی در بین دانشجویان دانشگاه یزد تأثیری ندارد و با نتایج برخی پژوهش‌ها ناهمسو می‌باشد (۲۷) و (۱۴). از آنجا که مجموعه ورزش‌های مناسب برای مناطق بیابانی در کشور ما نسبتاً ناشناخته هستند و کمتر فعالیت‌هایی در قالب رویدادهای ورزشی، آموزشی و مسابقات در این مناطق برگزار شده است، دانشجویان از وجود چنین فعالیت‌هایی کمتر آگاهی داشتند و لذا از ارتباط بین تناسب اندام و گردشگری ورزشی بیابانی اطلاع کمی دارند یا به درستی آن را درک نکرده‌اند. بنابراین لازم است در زمینه تأثیر گردشگری ورزشی در کویر و انجام ورزش‌های کویری بر تناسب اندام افراد، آگاه‌سازی شود.

نتایج فرضیه دوم نشان داد که عامل فردی کسب لذت و آرامش در پذیرش گردشگری ورزشی در مناطق بیابان در بین دانشجویان دانشگاه یزد مؤثر می‌باشد و با نتیجه برخی پژوهش‌ها همسو است (۷، ۱۴، ۲۱). در پژوهش دیگری مشخص شد که کویر با سکوت، وضوح و سادگی خود می‌تواند تجربه‌های ارزشمندی را در اختیار انسان‌ها قرار دهد و با وسعت و پوچی عمیق، افراد را به آرامش و تفکر تشویق کند (۲۶). در بین بیشتر مردمان در فرهنگ ایرانی زندگی در شرایط سخت محیطی مناطق بیابانی می‌تواند یکی از نشانه‌ها و نمادهای کوشش و تلاش برای پیروزی و تحقق اهداف و نیل به آرامش باشد و این در نظر پاسخگویان این پژوهش تأثیر داشته است. بنابراین رویدادهای ورزش‌های کویری و گردشگری وابسته به آن می‌تواند سبب تقویت و تحکیم این نگرش باشند.

نتایج فرضیه سوم نشان داد که رسانه جمعی در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تأثیری ندارد و با نتایج برخی پژوهش‌ها ناهمسو می‌باشد (۵). با توجه به نتایج، روشن می‌شود که رسانه‌های جمعی در معرفی و تبلیغ انواع ورزش‌های کویری، رویدادهای تفریحی و حرفه‌ای ورزش کویری و گردشگری وابسته به

آن دستاوردهای مؤثری ندارند. در فهرست برنامه‌های بیشتر رسانه‌های جمعی نامی از برنامه‌های مربوط به فعالیت‌های کویری دیده نمی‌شود و بیشتر جنبه‌های بیابان‌زایی و بیابان‌زدایی آن‌ها بندرت مورد توجه قرار گرفته است. همچنین اقامتگاه‌های کویری و امکانات آنها و تورهای کویرنوردی در کشور از جمله شهر یزد چندان نقش پررنگی ندارند، درحالی‌که اتصال مداوم گردشگران به رسانه‌های اجتماعی، از طریق تلفن‌های هوشمند، فرصت‌های جدیدی را برای ارائه‌دهندگان گردشگری فراهم می‌کند تا بازارها را در زمان واقعی بر اساس موقعیت مکانی خود هدف قرار دهند (۱۵). هر چند حرکات و تلاش‌های جدیدی در کشور برای استفاده از اینترنت و سکوها نظیر تلگرام، واتساپ، اینستاگرام، ایتا، سروش و روبیکا انجام شده اما عاملی مانند محدودیت استفاده از سکوها بین‌المللی، تازگی و ناشناختگی سکوها داخلی موجب استقبال کمتری از آنها شده، فیلترینگ و همچنین نارسایی نسبی در زیرساخت اینترنت در برخی از مناطق کویری مانع گستردگی دستاوردهای آن می‌باشد. بنابراین برای رفع آن‌ها باید نسبت به توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات اهتمام ورزیده شود.

نتایج فرضیه چهارم نشان داد که عامل اجتماعی خانواده در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تأثیری ندارد و با نتایج برخی پژوهش‌ها ناهمسو می‌باشد (۹). شاید دلیل این ناهمسوئی، عدم آگاهی خانواده‌ها از تورهای ورزشی در کویر و موقعیت مکانی کمپ‌های کویری باشد. در حالی‌که والدین به طرق مختلف می‌توانند بر سبک زندگی ورزشی فرزندان خود تأثیر بگذارند و همراه با فراهم کردن وسایل حمل و نقل و تجهیزات، آن‌ها را تشویق کنند تا در ورزش شرکت کنند و در نهایت با ایجاد علاقه به ورزش، در فعالیت‌های مشترک مانند تورهای پیاده‌روی شرکت نمایند (۲۵).

نتایج فرضیه پنجم نشان داد که عامل اجتماعی همسالان در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در بین دانشجویان دانشگاه یزد تأثیری ندارد و با نتایج برخی پژوهش‌ها ناهمسو می‌باشد (۹). به نظر می‌رسد علت عدم تأثیر همسالان در پذیرش گردشگری ورزشی در کویر در

کم از شرایط ریسک سلامت بیشتری نسبت به رشته‌های کویری نوظهور مانند: شترسواری، ماسه‌سواری، آفرود، پاراگلایدر و تیراندازی با اهداف پروازی و مانند آن‌ها دارند، باید بیمه ورزشی در این رشته‌ها و این گروه‌های سنی مورد حمایت قرار گیرد. بسیاری از رشته‌های ورزشی یاد شده می‌توانند در کویرهای نزدیک و دور شهرستان یزد برگزار شوند. لذا شایسته است اطلاع‌رسانی گسترده در مورد انواع این رویدادها اعم از رویدادهای قهرمانی و تفریحی و همگانی در رسانه‌های جمعی ملی و محلی انجام شود. با توجه به گسترش نفوذ اینترنت در جامعه و به‌ویژه در بین جوانان دوستدار، فعالیت‌های اطلاع‌رسانی و آموزشی در رسانه‌های اجتماعی باید افزایش یابد. همچنین علاوه بر اطلاع‌رسانی درباره‌ی رویدادهای ورزشی کویری و نتایج آن‌ها، لازم است که نقشه‌های جامع و تفصیلی از مسیرها، جاذبه‌ها، امکانات و اطلاعات گردشگری ورزشی در کمپ‌های کویری شهرستان یزد آماده و در اختیار گردشگران ورزشی گذاشته شود. در پایان ضمن تلاش برای تشکیل فدراسیون مستقلی برای ورزش‌های کویری، لازم است که یک نهاد متولی مشخص در امر گردشگری بر فعالیت تورهای گردشگری ورزشی نظارت داشته باشد.

■ سپاسگزاری

بدین‌وسیله از دانشجویان دانشگاه یزد که در این پژوهش همکاری داشتند، تقدیر و تشکر می‌گردد.

بین دانشجویان، عدم برداشت مشابه دانشجویان از گردشگری ورزشی در کویر و عدم معرفی ورزش‌های کویری به نسل‌های جدید جامعه باشد. در این راستا معرفی و آموزش ورزش‌های متنوع کویری و استفاده از قیمت‌گذاری نفوذی به معنای ارائه قیمت پایین‌تر برای محصولات نوظهور، می‌تواند مؤثر باشد.

با توجه به نتایج به‌دست آمده پیشنهاد می‌شود وزارت ورزش نسبت به توسعه ورزش‌های کویری و بیابانی از جمله اسکی روی شن و ماراتن توجه بیشتری داشته باشد خصوصاً که چنین ورزش‌هایی معمولاً در زمره ورزش‌های ماجراجویانه بیشتر مورد استقبال جوانان هستند. برگزاری دوره‌های آموزشی، افزایش تعداد مربیان و داوران آموزش دیده، تامین زیرساخت‌های لازم و برگزاری مسابقات و رویدادهای گوناگون از سطوح محلی تا ملی می‌تواند راهکارهای مناسبی باشند. همچنین اجرای برنامه‌های گردشگری و تورهای گروهی همراه با راهنماهای مجرب در فصل چنین مسابقاتی و ترجیحاً پاییز و زمستان از راهکارهای تکمیلی می‌باشند. با توجه به تأثیر عامل فردی کسب لذت و آرامش، توصیه می‌شود فضاهای این گونه رویدادها چه در محل اجرا و چه در محل اسکان گردشگران ورزشی توأم با نظم و آرامش و امکانات رفاهی کافی باشد. از سوی دیگر استفاده از شیوه‌های متنوع قیمت‌گذاری مانند قیمت‌گذاری نفوذی و فصلی و نیز تخفیف دادن یا رایگان کردن این رویدادها می‌تواند ابزار مؤثری برای جذب مشتریان باشد. از آنجا که برخی از مشتریان با سن زیاد یا

■ References

1. Alrawaf, T. I., Abubakar, I. R., Alshabibi, N. M., Al-Matar, K. M., Dano, U. L., Elhadi, E. M. A., Farooqi, M. A., Alshihri, F. S., Alzenifeer, B. M., & Al-Odah, M. A. (2023). The distribution of ecotourism activities and potential consequences for the Saudi desert ecosystem. *Journal of Arid Environments*, 213(10), 1-16. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jaridenv.2023.104950>.
2. Ashuri, T; Dosti, M; Razavi, M., & H; Hosseini, A. (2023). Entrepreneurial opportunities of sports tourism based on the geographical climate of Iran, *Applied Research of Geographical Sciences*, 23(70), 269-298. DOI: <http://dx.doi.org/10.52547/jgs.23.70.3749> [In Persian]
3. Chogan, P. (2022). Exploring motivations and satisfaction of ecolodge patrons in desert areas of Iran. *International Hospitality Review*, 36(2), 358-372. DOI: <https://doi.org/10.1108/IHR-12-2020-0071>
4. Corvo, P., & Verde, F. (2022). Sport and quality of life: practices, habits and lifestyles, Springer. Retrieved from <https://link.springer.com/bookseries/6548>

5. Coscuner, M., & Cetin, A. (2023). A Discussion on whether virtual reality technology is an opportunity or a threat for the tourism industry. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 66-81.
6. Dastgerdi, M., Salimi, M., Ranjbar, N., & Khosromanesh, R. (2022). Iranian Sport Tourism Development Model. *Sports Business Journal*, 2(2), 13-32. DOI: <https://doi.org/10.22051/SBJ.2022.41749.1053> [In Persian].
7. Falsolyman, M., Mikaniki, J., & Nikshoar, M. (2022). Desert ecotourism and sustainable rural development in South Khorasan Province. *Green Management and Development*, 1(1), 117-132. DOI: <http://dx.doi.org/2010.22077/jgmd.2022.2284> [In Persian]
8. González-García, R. J., Martínez-Rico, G., Bañuls-Lapuerta, F., & Calabuig, F. (2022). Residents' perception of the impact of sports tourism on sustainable social development. *Sustainability*, 14(3), 12-32. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14031232>
9. Gould, D. (2019). The current youth sport landscape: identifying critical research issues. *Kinesiology Review*, 8(3), 150-161. DOI: <https://doi.org/10.1123/kr.2019-0034>
10. He, X., & Li, Y. (2020). Research on the sustainable development path of sports tourism. *Frontiers in Sport Research*, 2(6), 90-97. DOI: 10.25236/FSR.2020.020612
11. Hinz, O., Schulze, C., & Takac, C. (2014). New product adoption in social networks: why direction matters. *Business Research*, 67(1), 2836-2844. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.07.005>
12. Jalali, S., Mohebi, F., & Jafari, S. (2022). Investigating the factors of local indigenous sports in the development of sports tourism (case study: Yazd province). *Advertising and Sales Management*, 2(4), 149-161. DOI: <https://doi.org/10.52547/JABM.2.4.149> [In Persian]
13. Jangra, R., Kaushik, S. P., & Saini, S. S. (2021). An analysis of tourist's perceptions toward tourism development: Study of cold desert destination, India. *Geography and Sustainability*, 2(1), 48-58. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.geosus.2021.02.004>
14. Jetzke, M., & Mutz, M. (2020). Sport for pleasure, fitness, medals or slenderness? differential effects of sports activities on well-being. *Applied Research in Quality of Life*, 15(1), 1519-1534. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11482-019-09753-w>
15. Katsikari, C., Hatzithomas, L., Fotiadis, T., & Folinas, D. (2020). Push and pull travel motivation: segmentation of the greek market for social media marketing in tourism. *Sustainability*, 12(11), 47-70. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12114770>
16. Manuel Andrade, J., Ramirez, S., & Ramirez, E. (2022). Tourist motivations: Case Tatacoa desert-Colombia. *TEM Journal*, 11(4), 1915- 1923. DOI: 10.18421/TEM114-60
17. Mazloomi Soveini, F., & Gaspar, P. (2022). The effect of destination image on satisfaction and revisiting intention of desert sport tourists. *New Studies in Sport Management*, 3(2), 486-493. DOI: 10.22103/jnssm.2022.18555.1043
18. Mirari, S., & Mhend, A. A. S. (2023). From sport tourism to Geosport. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 39(2), 689-696. Retrieved from <http://www.ijias.issr-journals.org/>
19. Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610. DOI: <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
20. Niknejad, M. (2019). *Desert tourism in Iran: challenges and prospects* (Master's thesis, Eastern Mediterranean University (EMU)-Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ)). Submitted to the Institute of Graduate Studies and Research in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Science in Tourism Management. Approval of the Institute of Graduate Studies and Research.

21. Rehman, A., & Alnuzhah, A. S. (2022). Identifying travel motivations of Saudi domestic tourists: Case of Hail province in Saudi Arabia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 43(3), 1118-1128. DOI: <https://doi.org/10.30892/gtg.43333-927>
22. Schreier, M., Oberhauser, S., & Prügl, R. (2007). Lead users and the adoption and diffusion of new products: Insights from two extreme sports communities. *Marketing Letters*, 18(1), 15-30. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11002-006-9009-3>
23. Sharifi Paichoon, M., & Ghaderi, M. (2022). Evaluation of geotourism capabilities of playa geomorphosites based on the modified Kamensko method (Case study of Yazd province). *Quantitative Geomorphological Research*, 11(3), 180-199. DOI: 10.22034/GMPJ.2022.346892.1358 [In Persian]
24. Shirkhodaie, M., farzan, F., & Alamtalab Poshtiri, S. S. (2017). Marketing of paintball. *Journal of Sport Management and Motor Behavior*, 13(26), 15-26. DOI: 10.22080/jsmb.2017.1830 [In Persian]
25. Strandbu, Å., Bakken, A., & Stefansen, K. (2020). The continued importance of family sport culture for sport participation during the teenage years. *Sport, Education and Society*, 25(8), 931-945. DOI: <https://doi.org/10.1080/13573322.2019.1676221>
26. Teff-Seker, Y., & Orenstein, D. E. (2019). The 'desert experience': evaluating the cultural ecosystem services of drylands through walking and focusing. *People and Nature*, 1(2), 234-24. DOI: <https://doi.org/10.1002/pan3.28>
27. Araújo Vila, N., Fraiz Brea, J. A., & de Araújo, A. F. (2019). Health and sport. economic and social impact of active tourism. *European journal of investigation in health, psychology and education*, 10(1), 70-81. DOI: <https://doi.org/10.3390/ejihpe10010007>
28. Wetzel, M., Odekerken-Schroder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177- 195. DOI: <https://doi.org/10.2307/20650284>
29. Yap, G., Saha, S., Ndubisi, N. O., Alsowaidi, S. S., & Saleh, A. S. (2023). Can tourism market diversification mitigate the adverse effects of a blockade on tourism? evidence from Qatar. *Tourism Economics*, 29(4), 880-905. DOI: <https://doi.org/10.1177/13548166211070742>
30. Zhang, P., Wang, J., & Li, R. (2023). Tourism-type ontology framework for tourism-type classification, naming, and knowledge organization. *Heliyon*, 9(4), 1-17. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15192>
31. Zhao, Y., Mei, X., & Guo, J. (2023). Influence of sustainable environment Based on a SWOT-PEST Model on sports tourism service integration development. *Sustainability*, 15(2), 1-14. DOI: <https://doi.org/10.3390/su15021632>