

Research Paper

Developing a Measurement Model for Pull and Push Factors in Equestrian Tourism (The Case of Gonbad Kavous City)

Mohammad Ghafari¹ , Maysam Shafiee² , Mojtaba Cheshmi³ , Niloofar Falahi⁴ 

¹ Associate Professor, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Iran (ghaffari.mohammad@ut.ac.ir)

² Associate Professor, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Iran (maysam.shafiee@ut.ac.ir)

³ Master Student of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Iran (mojtaba.cheshmi@ut.ac.ir)

⁴ Master Student of E-Commerce, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Iran (niloofarfalahi@gmail.com)



© The Author(s)

publisher: University of Mazandaran



10.22080/JTPD.2023.24009.3725

Received:

June 3, 2023

Accepted:

August 26, 2023

Available online:

November 6, 2023

Abstract

Context and Purpose: The main purpose of this study is to develop a model for measuring pull and push factors in equestrian tourism in Gonbad Kavous city. The research is applied in terms of purpose and descriptive survey in terms of data collection methods.

Design/methodology/approach: The statistical population of this study included the sports tourists who traveled to Gonbad Kavous city in the spring and autumn of 1400. According to Cochran's formula, the sample size was 168 people. In this study, two methods of library and field, including a researcher-made questionnaire were used. The reliability and validity of the questionnaire were confirmed using Cronbach's alpha value and confirmatory factor analysis technique.

Findings: The results of structural equations showed that the path coefficient and statistics obtained for the push and pull variables had a positive and significant effect on equestrian tourism. Moreover, the research hypotheses consisted of pull factors, including safety, weather, services, festivals, hospitality, infrastructure, legal protection, attractions, facilities, competitions, medical services for the horse, educational tours, equipment, financial services, and the architecture of the horse-riding-club complex, and push factors, including escaping from pollution, calmness, meeting new people, enjoying attractions, exploring, sharing experiences, excitement, exercise, participating in the race, horse breeding, religious position, and familiarity with the sport, were confirmed.

Conclusion: Based on the research findings, it is recommended that stakeholders and tourism authorities in Golestan Province improve public reception of equestrian tourism in the province by increasing and improving health and accommodation facilities, designing attractive events, increasing awareness-raising advertising, and creating better transportation infrastructure.

Originality/value: This research focuses on examining the pull and push factors that attract tourists to participate in equestrian events, a topic that has rarely been studied in Iran and, although it has been studied in the field of tourism, equestrian tourism has been overlooked. The most important achievement of this research is to provide an accurate picture of the factors influencing the attraction of equestrian tourists to Golestan Province, which can be used in designing strategies to improve this sector, both at the private and government levels.

Keywords:

Sports tourism,
horseback riding,
pull factors

*Corresponding Author: Mohammad Ghaffari

Address: Associate Professor, Faculty of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Iran

Email: ghaffari.mohammad@ut.ac.ir

Tel: 09124517160



Extended Abstract

1. Introduction

Sport and tourism are two distinct, but deeply connected fields. Sport means all types of institutionalized and non-institutionalized competitive and non-competitive bodily actions for enhancing fitness and health, obtaining mental relaxation, and developing social links. Tourism is people's away-from-home environment for a variety of reasons including vacations, sports, businesses, medical, culture, or other motives. Sport and tourism together result in sports tourism. Several have suggested collaboration for sports tourism development because sports tourism is highly fragmented and involves a diverse set of stakeholders. In particular, sustainable collaboration needs to be considered for the development of sports tourism, because it is not a one-shot activity. Collaboration is the exertion of mutual efforts by stakeholders to achieve a common goal (Mollah et al., 2021). The horse is used in the tourism industry in a variety of ways, including, but not restricted to, equestrian tourism. Equestrian tourism comprises all equestrian activities undertaken by tourists outside their normal place of residence. Trail rides, together with horse treks, present their most archetypal form and encompass rides through the countryside. This type of tourism has experienced considerable growth in recent years. However, it has been only recently that an increasing number of researchers have started to look at this topic (Tolls & Carr, 2020). Push factors are motivational factors, resulting from imbalance or pressure in the motivation system. Analyzing tourism motivation is exciting and essential to researchers in the world, including different areas of research such as sociological research,

anthropology, and psychology (Dann, 1977; Crompton, 1979; Gnoth, 1997). Researchers have shown that motivation is the deciding factor that affects travel behavior and is considered a personal orientation that entices an individual to travel conduct. The behavior may include visiting for reasons such as escaping from the daily routine, spending time with family, or adventure needs (Dann, 1977; Chon, 1989; Nguyen & Mai, 2021). The concept of pull factor is defined as related to features, attractions, or properties of destinations, such as "floating market", "water resource", "beautiful landscape" or "historical and cultural resources" (Fakeye and Crompton, 1991; Hu and Ritchie, 1993; Kim et al., 2003). Destination choices come from tourists' reviews of destination properties (Kim et al., 2003). Pull factors are tangible resources, perceptions, and expectations of tourists about the features, attractions, or parks of a particular destination. Therefore, pull factors play an essential role in tourist destination choice (Crompton, 1979; Kim et al., 2003). By knowing the impact of pushing and pulling factors on tourists' intention to choose a place as their destination, it would be possible to plan organizational activities in the tourism industry to prevent waste of capital and prepare an ideal situation in high-potential destinations to attract tourists from all over the world. The potential of Gonbad Kavus in attracting tourists, besides its global reputation and historical background, makes the necessity of such research very clear. Based on the suggestions and findings of previous studies and according to what has been mentioned, the present research aimed at the development of pull and push factors in equestrian tourism to answer these questions:

- What is the model for pull and push factors in equestrian tourism in Iran?

- What are the pushing factors in equestrian tourism in Iran?
- What are the pulling factors in equestrian tourism in Iran?
-

2. Research Methodology

This research is pragmatic in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of collection methods. The statistical society included sports tourists who had traveled to Gonbad Kavous city and were available to the researcher in the spring and autumn of 1400. In this study, since the size of the population was unlimited, Cochran's formula was used to calculate the sample size for the unlimited community, which was estimated at 168 cases. The required information was collected using documentary (library) and field methods and included a researcher-made questionnaire with 89 questions for the pulling and pushing variables of equestrian sports tourism. To evaluate the reliability and validity of the measurement model, some criteria such as Cronbach alpha (0.95), Confirmatory factor analysis technique, research measurement model and analysis of the internal structure of the questionnaire, and Structural Equation Modeling were used. According to the results, the model possessed divergent validity and acceptable relations among variables.

3. Research Findings

According to the results of the research, among the pull factors in horse riding tourism, the safety and security of the destinations, agreeable weather, high desirability services provided, horse-related festivals and events, hospitality, suitable infrastructure for riding facilities, legal protection of horse riding, horse tourism attractions, facilities available in the horse-

riding-tourism destination, high-level horse racing competitions, special medical services for the horse, organizing related educational tours, equestrian sports equipment, financial services, and the architecture of the horse riding club complex have a positive and significant effect on horse riding tourism. In all these cases, the research hypothesis is also confirmed.

Among the pushing factors in horse riding tourism, according to the results of the research, escaping from pollution and traffic, getting rid of living and psychological pressures and gaining peace of mind, getting to know new people, enjoying various attractions and getting more information, exploring, sharing experiences, gaining passion, vitality and excitement, exercise training, favoring or participating in the race, horse breeding, religious position, increasing the awareness of instructions, and familiarity with the sport all have a positive and significant effect on horse riding tourism, and in all these cases the hypothesis of the research is also confirmed.

4. Conclusion

In this research, 39 factors were identified as pulling and pushing factors that impact Equestrian Tourism in Iran. Among these pushing factors, the exploring element has significant importance for tourists, by which it can be concluded that improving the region's potential for satisfying the exploring desire of tourism has a notable effect on their intention to choose Gonbad Kavous as their destination or re-travel to this region. According to pulling factors in Equestrian Tourism in Iran, findings indicate that the potential and facilities available in the horse-riding-tourism destination is the prime element for attracting sports tourists. Thus, when the tourist has



enough pushing reasons to decide to go on a trip with equestrian, to choose a destination for their travel, they prefer the place with more facilities over other choices. This proves the importance of providing enough facilities in equestrian-tourism destinations.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

The authors appreciate all the scientific consultants in this paper.



علمی پژوهشی

توسعه مدل سنجش عوامل کشش و رانش در گردشگری اسبسواری (مورد مطالعه: شهرستان گنبد کاووس)

محمد غفاری*^۱، میثم شفیعی رودپشتی^۲، مجتبی چشمی^۳، نیلوفر فلاحي^۴

^۱ دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران (ghaffari.mohammad@ut.ac.ir)

^۲ دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران (maysam.shafiee@ut.ac.ir)

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران (mojtaba.cheshmi@ut.ac.ir)

^۴ دانشجوی کارشناسی ارشد تجارت الکترونیک، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران (niloofarfallahi@gmail.com)



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه مازندران



10.22080/JTPD.2023.24009.3725

چکیده

تاریخ دریافت:

۱۳ خرداد ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش:

۴ شهریور ۱۴۰۲

تاریخ انتشار:

۱۵ آبان ۱۴۰۲

زمینه و هدف: هدف این پژوهش توسعه مدل سنجش عوامل کشش و رانش در گردشگری اسبسواری شهرستان گنبدکاووس است.

روش‌شناسی: تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه‌های جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری شامل آن دسته از گردشگران ورزشی سفرکرده به شهرستان گنبد است که در بهار و پاییز ۱۴۰۰ در دسترس پژوهشگر قرار دارند و بر اساس فرمول کوکران در سطح خطای ۵ درصد، حجم نمونه برابر با ۱۶۸ نفر است. برای جمع‌آوری داده‌ها از دو ابزار کتاب‌خانه‌ای و میدانی شامل پرسش‌نامه محقق‌ساخته دارای ۸۹ سؤال برای متغیرهای عوامل کشش (۴۶ سؤال) و عوامل رانش (۴۳ سؤال) استفاده گردیده است. پایایی پرسش‌نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و روایی با استفاده از روایی محتوایی، تحلیل عاملی، روایی همگرایی و افتراقی تأیید شد. جهت یافتن روابط بین متغیرهای پژوهش، از مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار PLS و SPSS 24 استفاده شد.

یافته‌ها: طبق نتایج معادلات ساختاری، عوامل رانشی شامل فرار از آلودگی و ترافیک، رهایی و گریز از فشارهای زندگی و روانی و کسب آرامش و کاهش استرس، آشنایی با افراد جدید، لذت بردن از جاذبه‌های گوناگون و کسب اطلاعات، تجربه زندگی جدید، اشتراک گذاشتن تجربیات، به دست آوردن شور، نشاط و هیجان، تمرین ورزش، طرفداری یا شرکت در مسابقه، جفت‌یابی اسب، جایگاه مذهبی، افزایش آگاهی از دستورالعمل‌ها و آشنایی با ورزش و همچنین عوامل کششی شامل امنیت مقاصد، پتانسیل‌ها و امکانات موجود در مقصد، آب‌وهوای مناسب، مطلوبیت زیاد خدمات ارائه‌شده، خدمات بهداشتی، مهمان‌نوازی، رویدادهای اسب، زیرساخت‌ها و امکانات سوارکاری، حمایت قانونی از اسبسواری، جاذبه‌های گردشگری با اسب، مسابقات سطح بالا اسب‌دوانی، خدمات درمانی ویژه اسب، برگزاری تورهای آموزش حوزه اسب، تجهیزات و خدمات مالی ورزش سوارکاری و معماری مجموعه سوارکاری تأثیر مثبت و معناداری بر گردشگری اسبسواری دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها: با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود ذی‌نفعان و مسؤلان گردشگری استان گلستان با افزایش و بهبود زیرساخت‌های بهداشتی و اقامتی، طراحی رویدادهای جذاب و افزایش تبلیغات آگاهی‌بخش و ایجاد زیرساخت‌های حمل‌ونقل مناسب‌تر استقبال عمومی نسبت به بخش گردشگری اسبسواری در استان گلستان را بهبود بخشند.

نوآوری و اصالت: پژوهش حاضر، به بررسی عوامل کششی و رانشی که گردشگران را به شرکت در رویدادهای اسبسواری جذب می‌کند، می‌پردازد؛ موضوعی که به‌ویژه در ایران به‌ندرت مورد توجه قرار گرفته است و اگرچه در حوزه گردشگری مورد مطالعه قرار گرفته اما به صورت تخصصی حوزه گردشگری اسبسواری مغفول مانده است. مهم‌ترین دستاورد این پژوهش ارائه تصویری دقیق از عوامل مؤثر بر جذب گردشگر اسبسواری به استان گلستان است که می‌تواند در طراحی راهبردهایی برای بهبود این بخش در سطح نهادهای خصوصی و دولتی مورد استفاده قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها:

[Keywords]

* نویسنده مسئول: محمد غفاری

آدرس: دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی

دانشگاه تهران، قم، ایران

ایمیل: ghaffari.mohammad@ut.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۲۴۵۱۷۱۶۰

۱ مقدمه

گردشگری ورزشی، یکی از بزرگ‌ترین انواع گردشگری است که با سرعت قابل توجهی در حال رشد است و توانسته توجه زیادی را به رشد اقتصادی، اجتماعی و محیطی و مزایای آن جلب کند. به طور گسترده این‌طور تصور می‌شود که رویدادهای اصلی ورزشی به رشد اقتصادی آموشد گردشگران به یک منطقه کمک بسزایی می‌کنند و بخش مهمی از آمیخته بازاریابی در مقاصد گردشگری هستند (Al-Makhadmah et al., 2021, P. 905). در بین انواع سفر، گردشگری ورزشی توانسته است بیشترین توجه را از سوی محققان این حوزه جلب کند. از سوی دیگر گردشگری ورزشی به گردشگری با هدف شرکت در یک رویداد ورزشی تعریف شده است به این معنا که گردشگر با قصد اولیه شرکت در یک فعالیت فیزیکی به مقصدی سفر می‌کند (Won-Jae et al., 2019, P. 49). در زمینه ارتباط میان گردشگری و ورزش می‌توان گفت که ورزش و گردشگری اگرچه دو حوزه متفاوت ولی عمیقاً به هم متصل و وابسته هستند. ورزش به همه انواع نهادینه شده و غیر نهادینه شده فعالیت‌های جسمانی رقابتی و غیررقابتی برای افزایش سلامتی، تناسب‌اندام، آرامش ذهن و ارتباطات فردی اطلاق می‌شود. گردشگری هم به معنای دور شدن افراد از محل زندگی‌شان با هدف تعطیلات، ورزش، کسب‌وکار، فعالیت درمانی، فعالیت فرهنگی و انگیزه‌های دیگر است. ورزش و گردشگری در کنار هم گردشگری ورزشی را می‌سازند؛ توسعه گردشگری ورزشی نیاز به پژوهش‌ها و همکاری‌های بین بخشی زیادی دارد، چراکه از یک طرف گردشگری ورزشی مفهومی بسیار گسترده و فراگیر است و از طرف دیگر به رویدادهای تکرارشونده‌ای مربوط می‌شود که ذی‌نفعان متنوعی دارد (Mollah et al., 2021, P. 4).

یکی از انواع گردشگری، گردشگری اسب‌سواری است که در حوزه گردشگری ورزشی قرار می‌گیرد. واژگان زیادی برای توصیف گردشگری مرتبط با اسب به کار گرفته می‌شوند که شامل گردشگری اسب،

گردشگری بر مبنای اسب، گردشگری اسب‌سواری، گردشگری سوارکاری و بسیاری واژگان دیگر می‌شود. برخی این واژگان را به جای یکدیگر به کار می‌برند و برخی دیگر بین این واژگان تفاوت قائل می‌شوند. تجربه طبیعت، برجسته‌ترین تجربه‌ای است که افراد از گردشگری اسب‌سواری یا سوارکاری انتظار دارند. بسیاری از گردشگران اسب‌سواری انتظار دارند، طبیعت را به گونه دیگری تجربه کنند، انگار که تجربه طبیعت در حین اسب‌سواری باید متفاوت از قدم‌زدن یا دوچرخه‌سواری باشد. آن‌ها انتظار دارند که این طبیعت، زیبا، تروتازه و متفاوت باشد و صنعت فیلم‌سازی هم در ساختن این انتظار بدون نقش نبوده است (Tolls & Carr, 2020, P. 10).

با توجه به رشد و اهمیت روزافزون گردشگری چه در زمینه ورزشی و اسب‌سواری و چه در سایر زمینه‌ها، می‌توان گفت که امروزه صنعت گردشگری را باید صنعتی تقاضامحور دانست، صنعتی که با سلیق و علایق گردشگران ارتباطی تنگاتنگ دارد و نیازها و انگیزه‌های گردشگران است که جهت توسعه این صنعت را مشخص می‌کند و آن چه که رفتار یک فرد را در قالب تقاضا شکل می‌دهد، انگیزه‌های اوست. انگیزه گردشگر است که مقصد سفر، رفتار او در سفر و حتی نوع خرج کردن او را مشخص می‌کند. شناخت انگیزه سفر گردشگران به مدیران و برنامه‌ریزان صنعت گردشگری کمک شایان توجهی خواهد کرد؛ همان گونه که عدم شناخت و یا شناخت نادرست انگیزه گردشگران هزینه‌های اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی اجتماعی فراوانی را به جامعه تحمیل خواهد کرد (رستگار و صرافان، ۱۳۹۶). مدیریت مقاصد گردشگری ارتباط تنگاتنگی با انگیزه‌ها و ترجیحات گردشگران دارد و امروزه برای دستیابی به جایگاه برتر در بین مقاصد گردشگری، به مدیریت هوشمندانه هر مقصد با توجه به پتانسیل‌های خاص آن نیاز است (Gato et al., 2022). در صنعت گردشگری، انگیزش را اصلی‌ترین مفهوم در شناخت رفتار مصرف‌کننده و فرآیند انتخاب مقصد می‌دانند. انگیزه‌ها مشخص

اطلاع‌رسانی و تبلیغات، ظرفیت‌های مقصد، رویدادها و جشنواره‌ها، از مهم‌ترین عوامل کششی در صنعت گردشگری ورزشی هستند (نیکنام و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۱۰).

در پژوهش‌های بسیاری، پژوهشگران تلاش کردند که به انگیزه‌های گردشگران پی ببرند، این انگیزه‌ها بیش از هر چیز می‌توانند رفتار گردشگر را توضیح دهند. بسیاری از تئوری‌های بازاریابی به کار گرفته شدند که انگیزه گردشگران را شرح دهند و تئوری رانش - کشش هم معمولاً برای درک رفتار گردشگران به کار گرفته می‌شود. هر قدر یک گردشگر با عوامل انگیزشی رانشی ترغیب شود، عواملی مانند نیاز به استراحت، تفریح و فرار از زندگی روتین، بیشتر کیفیت بالای سفر و جاذبه‌های آن را درک می‌کنند. در نتیجه افرادی که کمتر تحت تأثیر انگیزه‌های رانشی هستند، رضایت کمتر و رغبت کمتری به تکرار سفر دارند. همچنین، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که عوامل انگیزشی کششی، بیشتر بر تصمیمات و قصد رفتاری^۱ تأثیرگذار هستند تا بر تجربه کیفیت، ارزش درک‌شده یا رضایت (Dean & Suhartanto, 2019, P. 9).

در حقیقت با شناخت تقاضا که برگرفته از عوامل انگیزشی سفر و یا همان عوامل رانشی و کششی است، می‌توان نظام فضایی گردشگری را منطبق بر تقاضای موجود برنامه‌ریزی نمود، تا از اتلاف سرمایه و برون‌رفت آن از مقصد مورد نظر، جلوگیری به عمل آید. بنابراین با شناخت این عوامل انگیزشی و کششی می‌توان به نقشه ذهنی گردشگران پی برد و مبانی نظری مناسبی را در برنامه‌ریزی مقصد که در حقیقت برنامه‌ریزی سطح عرضه در نظام فضایی گردشگری است، در راستای نیاز و سلیقه گردشگران به دست آورد. از آن رو که مطالعات این چنینی در سطح کشور کم شمار و محدود است و از سوی دیگر، پایه برنامه‌ریزی سطح عرضه، امروزه بررسی نوع تقاضای گردشگری است،

می‌کنند که چرا گردشگران به سفر می‌روند و یا یک فعالیت خاص را انجام می‌دهند. ارزیابی انگیزه‌های گردشگران به ما اجازه می‌دهد که نیازها و ترجیحات گردشگران را بدانیم و درک کنیم. مطالعات و پژوهش‌های تجربی صورت‌گرفته بیان می‌دارند که دو نیروی غالب به نام کشش و رانش بر انگیزه‌ها تأثیرگذارند. عوامل رانشی، نیازهای اجتماعی - روان- شناختی‌ای هستند که افراد را به سفر تشویق می‌کنند؛ درحالی‌که عوامل کششی عواملی‌اند که در مقصد قرار دارند و فرد را تحریک می‌کنند و برمی‌انگیزانند تا به آن مقصد خاص برود (محمودزاده و همکاران، ۱۳۹۳).

از سوی دیگر با نگاه دقیق‌تر به موضوع این پژوهش در حوزه گردشگری ورزشی، در ادبیات ورزش و گردشگری، رفتار آتی گردشگران ورزشی به بازدید برای بار اول و یا قصد حضور مجدد در بازگشت به مقصد تعیین‌شده، اشاره دارد. به‌زعم محققان مختلف، دو سازه مهم اندازه‌گیری رفتار گردشگر، قصد حضور مجدد و توصیه خدمات گردشگری یا به تعبیری تبلیغات دهان‌به‌دهان است. قصد حضور مجدد و تبلیغات دهان‌به‌دهان مثبت می‌تواند ابزاری قدرتمند در حفظ و جذب گردشگران به واسطه ارزیابی کلی مثبت از مقصد باشد که در حقیقت این امر نشان‌دهنده سطح بالایی از وفاداری نگرشی در بین گردشگران است (Papadimitriou et al., 2015). برای کسانی که جذب گردشگری ورزشی می‌شوند می‌توان گفت که عوامل متعددی قصد آن‌ها را برای حضور در رویدادهای ورزشی تحت تأثیر قرار می‌دهد. برای مثال عوامل محرک شامل عوامل کششی و رانشی اهمیت دارند. عوامل محرک در گردشگری ورزشی شامل مواردی می‌شوند که به دلایل گردشگران برای مسافرت، تفریح و انتخاب مقصد و همچنین به متغیرهایی مانند انگیزه‌ها، نیازها، علایق، فرهنگ، مزیت‌های مقصد و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مسافرت‌کنندگان مربوط می‌شوند. از این رهگذار، عواملی مانند

¹ Behavioral Intention

۲،۱ گردشگری اسب‌سواری

اسب‌دوانی یک فعالیت بسیار محبوب گردشگری بر اساس اسب است و می‌تواند یک فرصت کسب‌وکاری برای کارآفرینان روستایی باشد (Talley, 2017). اسب در صنعت گردشگری به شیوه‌های گوناگونی به کار گرفته می‌شود که سوارکاری یکی از آنها است. گردشگری سوارکاری یا اسب‌سواری به هر نوع فعالیت اسب‌سواری که توسط فرد خارج از محیط معمول اقامتش انجام شود و برای بیش از ۲۴ ساعت و کمتر از یک ماه ادامه یابد، اشاره می‌کند. این سبک از گردشگری اگرچه در سال‌های اخیر رشد خوبی پیدا کرده است، اما تحقیقات در این زمینه به‌تازگی در حال شکل‌گیری است و بیش از آنکه به اهداف و رضایت گردشگر از سفر تمرکز کند، بر اثرات زیست‌محیطی گردشگری اسب‌سواری توجه کرده است (Carr, 2020).

جهت تعریف دقیق‌تر این نوع از گردشگری، بهتر است ابتدا نگاهی به تعریف گردشگری ورزشی داشته باشیم که به سفرکردن به مقصدی متفاوت از محل زندگی فرد اشاره دارد؛ به گونه‌ای که شرکت کردن در یک فعالیت ورزشی یا تماشای یک رویداد ورزشی هدف اصلی و اولیه فرد است (Apollo et al., 2023). به این ترتیب در گردشگری سوارکاری، به عنوان نوعی از گردشگری ورزشی، اسب‌سواری بخش اصلی هدف اولیه از سفر است و نه فقط بخشی از یک سفر کلی یا سفری با هدفی متفاوت. در این نوع گردشگری خاص، آن چه برای گردشگر اهمیت پیدا می‌کند، وضعیت حیوانات یعنی غیرانسان‌های دخیل در این تجربه است. افرادی که گردشگری اسب‌دوانی را انتخاب می‌کنند، به شرایط اسب و حیوانات دخیل در این تجربه به عنوان بخش مهم و اساسی آن اهمیت می‌دهند، اگرچه که لازم است این مسأله با دقت بیشتری مورد توجه صنعت گردشگری قرار گیرد (Notzke, 2017, P. 15). به طور کلی پژوهش‌هایی که پیرامون سفر با هدف سوارکاری باشند، چندان زیاد نیستند، اما فعالیت در

در این پژوهش سعی بر بررسی توسعه مدل سنجش عوامل کشش و رانش در گردشگری اسب‌سواری، انجام پذیرفته است.

با توجه به مباحث مطرح‌شده و پتانسیل بالای ایران در حوزه گردشگری اسب‌سواری به‌ویژه در منطقه گنبدکاوس که دارای شهرت جهانی و زمینه تاریخی در این حوزه است، ضرورت پژوهش‌هایی که توسعه مدل سنجش عوامل کشش و رانش در گردشگری اسب‌سواری را در ایران مورد بررسی قرار دهد، به‌خوبی احساس می‌شود. در نتیجه پژوهشگر با توجه به پیشنهادهای پژوهشگران قبلی مبنی بر مطالعات بیشتر در این زمینه و همچنین مقالات ارائه‌شده برون‌کشوری و مطالعات کتاب‌خانه‌ای، این موضوع را برای پژوهش خود برگزیده است. در همین راستا مسأله اصلی این پژوهش این است که:

- مدل سنجش عوامل کشش و رانش گردشگری اسب‌سواری در ایران چگونه است؟
- عوامل کشش در گردشگری اسب سواری ایران چیست؟
- عوامل رانش در گردشگری اسب سواری ایران چیست؟

۲ ادبیات پژوهش

با مرور ادبیات پژوهش می‌توان مشاهده کرد که برای قرن‌ها، اسب‌ها در گردشگری انسانی دخیل بوده‌اند؛ چه به منظور حمل‌ونقل انسان یا بار و چه به منظور یک جاذبه مستقل؛ اما همچنان به شکل شگفت‌انگیزی پژوهش‌های اندکی روی آن‌ها صورت گرفته است. تعدادی از نویسندگان به اهمیت فرهنگی اسب‌ها در مقصد گردشگری در کشورهای مختلف دنیا اشاره کرده‌اند و اینکه چطور از این میراث استفاده شده، تبدیل به یک کالا گشته و برای اهداف گردشگری تغییر پیدا کرده است.

سبب شده است تا این شهر و منطقه ترکمن صحرا به عنوان پایتخت سوارکاری خاورمیانه لقب بگیرد (نقوی و خادم، ۱۴۰۰). اهمیت موضوع تا جایی است که رویدادهای ورزشی گنبدکاووس تأثیر مستقیمی بر ارزش ویژه برند این شهر گذاشته است. از دید گردشگران ورزشی شهر گنبدکاووس، امنیت شهر، چشم‌انداز زیبا، آب‌وهوای مطلوب، جاذبه‌های طبیعی جذابیت این شهر را به عنوان مقصد گردشگری ورزشی افزایش داده است (زیتونلی و برزگر، ۱۳۹۸).

۲،۲ عوامل رانشی

عوامل رانشی عوامل انگیزشی هستند که از تعادل یا فشار در سیستم انگیزش حاصل می‌شوند. بررسی عوامل انگیزشی برای محققان در سراسر دنیا جذاب و واجب بوده است و این شامل پژوهش‌های متنوعی در تحقیقات جامعه‌شناختی، انسان‌شناسی و روان‌شناسی می‌شود (Dann, 1977; Crompton, 1997; Gnoth, 1997). پژوهشگران نشان داده‌اند که انگیزش، المان تصمیم‌گیری است که بر رفتار سفر تأثیر می‌گذارد. انگیزش به عنوان جهت‌گیری شخصی که فرد را به عمل سفر ترغیب می‌کند، در نظر گرفته می‌شود. این رفتار ممکن است شامل بازدید از جایی برای دلایل مختلف، فرار از زندگی روزمره و گذران زمان با خانواده یا نیازهای ماجراجویانه شود (Dann, 1977; Chon, 1989; Nguyen & Mai, 2021).

۲،۳ عوامل کششی

مفهوم عامل کششی در ارتباط با ویژگی‌ها، جاذبه‌ها و امکانات مقصد تعریف می‌شود (Fakeye & Crompton, 1991; Hu & Ritchie, 1993; Kim et al., 2003). عوامل کششی منابع قابل دسترسی، ادراکات و انتظارات گردشگر درباره ویژگی‌ها، جاذبه‌های یک مقصد مشخص هستند؛ بنابراین این عوامل کششی نقشی مهم در انتخاب مقصد از سوی گردشگر ایفا می‌کنند (Crompton, 1979; Kim et al., 2003).

این سبک از سفرها شامل فعالیت‌های تفریحی، مثل شرکت در مسابقات یا کلاس‌های آموزشی و فعالیت‌های غیرفعالانه‌ای مثل تماشای مسابقات سوارکاری می‌شود. البته گردشگری سوارکاری با چالش‌هایی هم مواجه است که از جمله آن می‌توان به چالش زمین مناسب برای سوارکاری و نگهداری و مراقبت از این زمین و امنیت محیط سوارکاری برای گردشگرانی که می‌خواهند فعالانه سوارکاری را تجربه کنند، اشاره کرد (Buchmann, 2014). تعریف گردشگری اسب‌سواری از مفاهیم محدودی مانند شرکت در مسابقات و فعالیت‌های اسب‌دوانی تا تعریف گسترده هرگونه سفری را که اسب در محوریت اهداف آن قرار گیرد (Buchmann, 2014) در بردارد. در این پژوهش تعریف گردشگری اسب‌سواری به مفهوم گسترده آن در نظر گرفته شده است.

پژوهش‌ها در حوزه پتانسیل‌های ایران برای پیشرفت گردشگری اسب‌سواری نشان داده است که شهر تاریخی گنبدکاووس، در استان گلستان، به‌ویژه در سال‌های اخیر هم به دلیل داشتن جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان هم به این دلیل که محل برگزاری رویدادهای ورزشی متنوع از جمله والیبال، والیبال ساحلی، ورزش‌های سنتی مثل کشتی با شال و همچنین رویدادهای ورزشی اسب‌دوانی است، مورد استقبال گردشگران قرار گرفته است. مسابقات اسب‌دوانی گنبدکاووس در پنجشنبه‌ها و جمعه‌ها در دو کورس بهاره و پاییز به مدت ۸ ماه برگزار می‌شود و با توجه به اینکه در هر مسابقه تقریباً ۶ هزار تماشاچی از استان گلستان و سایر استان‌ها شرکت می‌کنند و با کسر هزینه‌ها، هر باشگاه سالانه درآمدی در حدود ۲۰۰ تا ۲۵۰ میلیون تومان دارد، این مسابقات از جایگاه ویژه‌ای در این استان برخوردار هستند (یانپی و همکاران، ۱۳۹۸). در ترکمن صحرا سه پیست بزرگ اسب‌دوانی برای برگزاری مسابقات سوارکاری وجود دارد که از میان آن‌ها، پیست اسب‌دوانی گنبد شهرت جهانی دارد و

تاریخی، رفاهی، تفریحی به علاوه درک و توقع مسافر مانند تازگی، توقع سود و تصویر بازاریابی از مقصد می‌شود. پژوهشگران گردشگری بر اهمیت دلیل سفر گردشگران که چه مقصدی انتخاب می‌کنند و عواملی که در انتخاب مقصد نقش اساسی دارند، تأکید می‌کنند. آن‌ها بسیار علاقه‌مندند که به مفهوم ادبیات عوامل کششی و رانشی پی ببرند.

با توجه به حوزه تخصصی گردشگری ورزشی اسب‌سواری می‌توان عوامل کششی و رانشی مؤثر در جذب گردشگر را با دیدگاه‌های متفاوتی تحلیل کرد. پاپویچ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به شکل گسترده به عوامل عمومی مؤثر در انگیزش و وفاداری گردشگران اسب‌سواری پرداخته‌اند که شامل کیفیت کلی خدمات، کیفیت غذا و نوشیدنی و کیفیت خدمات اقامتی مقصد می‌شود. این عوامل به طور عمومی می‌تواند در هر یک از انواع دیگر گردشگری نیز مؤثر باشد. این در حالی است که محققانی همچون داشپیر (۲۰۲۰) بر نقش عموماً نادیده گرفته شده حیوان در گردشگری مرتبط با ورزش اسب‌سواری تأکید می‌کنند. در این پژوهش تلاش شده است که همچنان که عوامل عمومی کشش و رانش در گردشگری اسب‌سواری مورد بررسی قرار می‌گیرد، تأثیر عوامل تخصصی مرتبط با این ورزش نیز سنجیده شود.

کرامپتون (۱۹۷۹) هفت انگیزه رانشی روان‌شناسی شامل؛ الف) فرار از محیط، ب) کشف و ارزیابی خود، پ) تمدد اعصاب، ت) پرستیژ (قدر و منزلت)، ث) بازیابی، ج) افزایش روابط خویشاوندی، چ) راحت‌سازی روابط اجتماعی و چندفرهنگی؛ و دو انگیزه کششی شامل؛ ح) تازگی و خ) تحصیلات را برای عمل سفر رفتن تشخیص داد. این مفهوم به طور گسترده در ادبیات گردشگری پذیرفته شده است. این مطلب در واقع اظهار می‌کند که مفهوم انگیزه کششی - رانشی یک دیدگاه کاربردی برای سنجش انگیزه‌های موجود در رفتار گردشگر و بازدیدکننده است. ایده مدل کششی - رانشی، تجزیه انتخاب مقصد گردشگر به دو عامل کششی و رانشی است (Bansal & Eiselt, 2004).

یون و یوسال (۲۰۱۵) عنوان کردند که انگیزه‌های رانشی بیشتر مربوط به جنبه‌های احساسی درونی می‌شود؛ درحالی‌که انگیزه‌های کششی مربوط به جنبه‌های بیرونی، موقعیتی یا تشخیصی است. به عبارت دیگر، عوامل رانشی آرزوهای ذاتی، اصلی یا غیرمحسوس مسافران مانند آرزوی فرار، استراحت و تمدد اعصاب، سلامتی و تناسب اندام، ماجراجویی، پرستیژ و تبادلات اجتماعی هستند، درحالی‌که عوامل کششی در نتیجه کشش به مقصدی که توسط شخص مسافر درک می‌شود، ظهور پیدا می‌کند که شامل منابع قابل لمس مانند سواحل، منابع

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

جدول ۱. عوامل کشتش و رانش شناسایی شده در مطالعات گردشگری ورزشی

منبع	متغیر	نوع عامل	ردیف
عوامل کشتش و رانش عمومی شناسایی شده			
صغدی و همکاران (۱۳۹۶)	فرار از آلودگی و ترافیک	عوامل رانشی	۱
عربشاهی و همکاران (۱۳۹۶) مرزی، وحید (۱۳۹۶)	رهایی و گریز از فشارهای زندگی و روانی و کسب آرامش		۲
علیزاده ثانی و همکاران (۱۳۹۳)	آشنایی با افراد جدید		۳
صفاری و مرادی (۱۳۹۷)	لذت بردن از جاذبه‌های گوناگون و کسب اطلاعات بیشتر		۴
صفاری و مرادی (۱۳۹۷)	تجربه زندگی جدید و متفاوت		۵
محمودزاده و همکاران (۱۳۹۳)	جست‌وجو		۶
ضرغام و همکاران (۱۳۹۲)	اشتراک گذاشتن تجربیات		۷
صفاری و مرادی (۱۳۹۷)	به‌دست آوردن شور، نشاط و هیجان		۸
رضوانی و میرتقیان رودسری (۱۳۹۷)	پتانسیل‌ها و امکانات موجود در مقصد و دسترسی راحت به آن‌ها	عوامل کشتشی	۹
صفاری و مرادی (۱۳۹۷) رضوانی و میرتقیان رودسری (۱۳۹۷) Zou and Yu (2022)	ایمنی و امنیت مقاصد		۱۰
محمدی و میرتقیان رودسری (۱۳۹۶)	آب و هوای مناسب		۱۱
رضوانی و میرتقیان رودسری (۱۳۹۷)	مهمان‌نوازی		۱۲
ضرغام و همکاران (۱۳۹۲)	مطلوبیت زیاد خدمات ارائه شده		۱۳
عوامل کشتش و رانش مرتبط با گردشگری ورزشی شناسایی شده			
انصافیان (۱۳۸۵)	تمرین ورزش	عوامل رانشی	۱۴
جعفری و همکاران (۱۳۹۵)	طرفداری یا شرکت در مسابقه		۱۵
Lemon et al. (2020)	افزایش آگاهی از دستورالعمل‌ها		۱۶
فتوحی بافقی و مهدوی پور (۱۳۹۷)	آشنایی با ورزش		۱۷
عوامل کشتش و رانش مرتبط با گردشگری ورزشی اسب‌سواری شناسایی شده			
Dubois et al. (2008)	جفت‌یابی اسب	عوامل رانشی	۱۸
جاودانی و همکاران (۱۳۹۷)	جایگاه مذهبی اسب		۱۹
خدمات بهداشتی مرتبط با اسب	رضوانی و میرتقیان رودسری (۱۳۹۷)	عوامل کشتش	۲۰
Kurtzman & Zauhar (2003)	جشنواره‌ها و رویدادهای اسب		۲۱
Kline et al. (2015)	زیرساخت‌های مناسب سوارکاری امکانات سوارکاری		۲۲
Kline et al. (2015)	حمایت قانونی از اسب‌سواری		۲۳



احمدی و قلیچ خانی (۱۳۹۵)	جاذبه‌های گردشگری با اسب	۲۴
جعفری و همکاران (۱۳۹۵)	مسابقات سطح بالا اسب‌دوانی	۲۵
معیر (۱۳۹۷)	خدمات درمانی ویژه اسب	۲۶
Trump & Parkin (2020)	برگزاری تورهای آموزش حوزه اسب	۲۷
یانپی و دوستی (۱۳۹۷)	تجهیزات و خدمات مالی ورزش سوارکاری	۲۸
خاکپور و توکلی (۱۳۹۷)	معماری مجموعه سوارکاری	۲۹

$$n = \frac{z^2 S^2}{d^2}$$

۳ روش‌شناسی پژوهش

آماره $z=t$ است و اگر به جای z از t استفاده شود نیز ایرادی ندارد. در این فرمول n حداقل اندازه تخمینی نمونه است، z مقدار توزیع t مربوط به سطح آلفای انتخاب شده است و d نیز حاشیه خطای پذیرفته شده است (Barlett, et al., 2001). در سطح خطای ۵٪ مقدار z برابر ۱/۹۶ است. مقدار s انحراف معیار نمونه است که در پژوهش حاضر مقدار آن برابر است با ۰/۳۳ که با استفاده از تابع VAR به دست آمده است. مقدار d نیز تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه با میزان تخمین پژوهشگر برای وجود آن صفت در جامعه است. دقت نمونه‌گیری به این عامل بستگی دارد. در این تحقیق از حداکثر مقدار d برابر ۰/۰۵ استفاده شده است؛ لذا بر اساس فرمول کوکران و با حجم جامعه نامعلوم در سطح خطای ۵ درصد، حجم نمونه برابر با ۱۶۸ نفر است.

در این پژوهش از دو روش و ابزار کتاب‌خانه‌ای و میدانی شامل پرسش‌نامه محقق‌ساخته که دارای ۸۹ سؤال برای متغیرهای کشش (۴۶ سؤال) و رانش (۴۳ سؤال) گردشگری ورزش سوارکاری طراحی گردیده برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. مقدار آلفای کرونباخ طبق خروجی SPSS که مقدار ۰/۹۵ به دست آمد، برای پرسش‌نامه نشان‌دهنده پایایی خوب پرسش‌نامه پژوهش است (۳,۸۴۱۶).

همان‌طور که در بخش‌های پیش بیان شد، هدف از این پژوهش شناسایی عوامل اثرگذار بر تصمیم گردشگران ورزشی برای سوارکاری در شهرستان گنبد بر اساس عوامل رانشی و کششی و ارائه پیشنهادها و راهکارهای عملی در این زمینه است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه‌های جمع‌آوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش، شامل آن دسته از گردشگران ورزشی سفرکرده به شهرستان گنبد که در بهار و پاییز ۱۴۰۰ در دسترس پژوهشگر قرار داشتند. جهت اطمینان از گردشگر بودن این افراد، پیش از پرسش‌نامه از آن‌ها در مورد استان مبدأ سفر و طول اقامتشان (حداقل یک شب) در شهرستان گنبد کاووس پرسش به عمل آمد تا گردشگر بودن آن‌ها اثبات شود. این افراد با هدف اولیه تماشای مسابقات اسب‌سواری به این شهرستان سفر کرده بودند. به منظور تعیین حجم نمونه از فرمول Cochran (1931) استفاده شد. فرمول کوکران یکی از روش‌های آماری است که معمولاً در ارتباط با مطالعه متغیرهای کیفی برای تعیین حجم نمونه مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این پژوهش، حجم نمونه با روش نمونه‌گیری در دسترس و با استفاده از فرمول کوکران مطابق با جامعه نامحدود به صورت زیر محاسبه شده است:

جدول ۲. آلفای کرونباخ هر کدام از مؤلفه‌ها

آلفای کرونباخ	متغیر	آلفای کرونباخ	متغیر
۰/۸۲	آب و هوای مناسب	۰/۷۵	فرار از آلودگی و ترافیک
۰/۷۹	مطلوبیت زیاد خدمات ارائه‌شده	۰/۷۸	رهایی و گریز از فشارهای زندگی و روانی و کسب آرامش و کاهش استرس
۰/۷۶	خدمات بهداشتی	۰/۸۹	آشنایی با افراد جدید
۰/۸۶	مهمان‌نوازی	۰/۷۵	جست‌وجو
۰/۸۸	امکانات و زیرساخت‌های مناسب سوارکاری	۰/۹	لذت‌بردن از جاذبه‌های گوناگون و کسب اطلاعات بیشتر
۰/۸۳	جشنواره‌ها و رویدادهای اسب	۰/۷۹	تجربه زندگی جدید و متفاوت
۰/۹۲	حمایت قانونی از اسب‌سواری	۰/۷۶	اشتراک گذاشتن تجربیات
۰/۸	جاذبه‌های گردشگری با اسب	۰/۸۸	به دست آوردن شور، نشاط و هیجان
۰/۸۴	مسابقات سطح بالا اسب‌دوانی	۰/۹۱	تمرین ورزش
۰/۷۶	خدمات درمانی ویژه اسب	۰/۷۳	جایگاه مذهبی
۰/۷۷	برگزاری تورهای آموزش حوزه اسب	۰/۸۳	طرفداری یا شرکت در مسابقه
۰/۸۹	تجهیزات و خدمات مالی ورزش سوارکاری	۰/۷۲	جفت‌یابی اسب
۰/۸۷	معماری مجموعه سوارکاری	۰/۸۶	افزایش آگاهی از دستورالعمل‌ها
۰/۹۲	ایمنی و امنیت مقاصد	۰/۷۹	آشنایی با ورزش
		۰/۸۲	پتانسیل‌ها و امکانات موجود در مقصد و جذابیت مقصد و دسترسی راحت به آن‌ها

۴ یافته‌ها و بحث

در این تجزیه و تحلیل محقق داده‌های جمعیت‌شناختی جمع‌آوری‌شده از نمونه را با استفاده از ابزارهای تجزیه و تحلیل توصیفی مناسب بررسی کرده است.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل به صورت زیر است:

همچنین برای تحلیل داده‌ها در ابتدا از آمار توصیفی به منظور بررسی ویژگی‌های جامعه آماری و تحلیل‌های توصیفی اطلاعات گردآوری‌شده استفاده، سپس به منظور اندازه‌گیری اعتبار پرسش‌نامه از روش محاسبه آلفای کرونباخ و از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی، جهت تست روایی سازه مدل اندازه‌گیری پژوهش و تحلیل ساختار درونی پرسش‌نامه استفاده شده است و در نهایت نیز از مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار PLS جهت یافتن روابط بین متغیرهای پژوهش و ارائه مدل نهایی به کار گرفته شده است.

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی اعضای نمونه آماری

متغیر	گروه	فراوانی مطلق	درصد فراوانی	متغیر	گروه	فراوانی مطلق	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۱۳۶	۸۱	تحصیلات	کاردانی	۵۳	۳۱/۵
	زن	۳۲	۱۹		کارشناسی	۱۰۶	۶۳/۱
سن	کمتر از ۲۵ سال	۴۰	۲۳/۸		دکتری	۹	۵/۴
	۲۵ تا ۳۴ سال	۶۵	۳۸/۷	با خانواده	۷۴	۴۴	
	۳۵ تا ۴۵ سال	۲۸	۱۶/۶۶	با دوستان	۴۹	۲۹/۲	
	بیش از ۴۵	۳۵	۲۰/۸۳	تنهایی	۴۵	۲۶/۸	
تعداد سفرها	بیش از سه بار	۲۴	۱۴/۳				
	دو بار	۳۸	۲۲/۶۲				
	سه بار	۱۳	۷/۷۴				
	نداشتم	۵۳	۳۱/۵۴				
	یک بار	۴۰	۲۳/۸				

حساسیت بالای آن به مقادیر بحرانی و دامنه مقادیر است.

به‌منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به متغیرهای این پژوهش باید اذعان داشت که یکی از محدودیت‌های آزمون کولموگروف - اسمیرنوف،

جدول ۴. خروجی آزمون کالموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیرها

نتیجه	سطح معنی‌داری	آماره کالموگروف اسمیرنوف	متغیر
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۹	فرار از آلودگی و ترافیک
غیرنرمال	.000c	۰/۱۷۸	رهایی و گریز از فشارهای زندگی و روانی و کسب آرامش
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۹	آشنایی با افراد جدید
غیرنرمال	.000c	۰/۱۷۹	لذت‌بردن از جاذبه‌های گوناگون و کسب اطلاعات بیشتر
غیرنرمال	.000c	۰/۱۹۷	تجربه زندگی جدید و متفاوت
غیرنرمال	.000c	۰/۱۷۷	جست‌وجو
غیرنرمال	.000c	۰/۲۱۸	اشتراک‌گذاشتن تجربیات
غیرنرمال	.000c	۰/۱۸۷	به دست آوردن شور، نشاط و هیجان
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۱	تمرین ورزش
غیرنرمال	.000c	۰/۲۵۰	طرفداری یا شرکت در مسابقه
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۸	جفت‌یابی اسب
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۰	جایگاه مذهبی
غیرنرمال	.000c	۰/۱۹۱	افزایش آگاهی از دستورات عمل‌ها
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۰	آشنایی با ورزش
غیرنرمال	.000c	۰/۱۹۱	پتانسیل‌ها و امکانات موجود در مقصد و دسترسی راحت به آنها

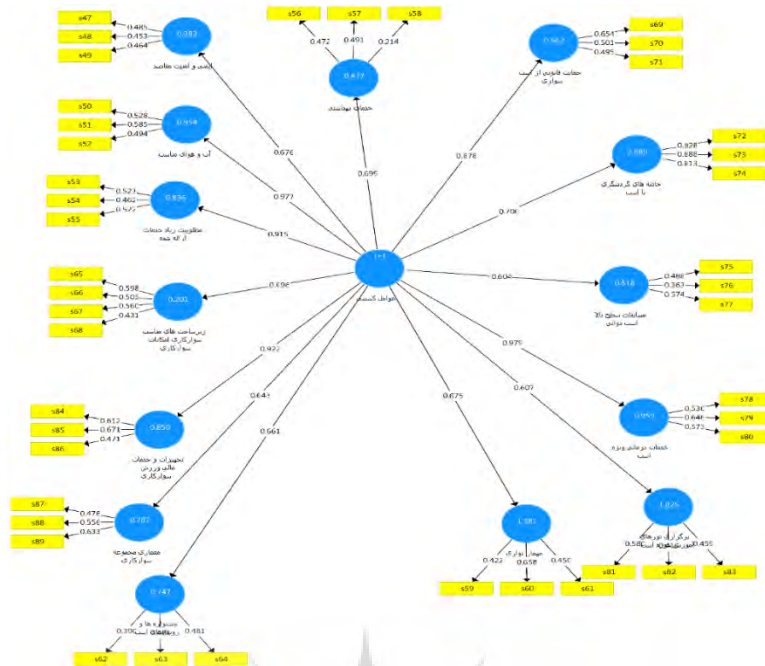
غیرنرمال	.000c	۰/۱۸۵	ایمنی و امنیت مقاصد
غیرنرمال	.000c	۰/۲۲۷	آب و هوای مناسب
غیرنرمال	.000c	۰/۱۹۴	مطلوبیت زیاد خدمات ارائه‌شده
غیرنرمال	.000c	۰/۲۱۷	خدمات بهداشتی
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۷	مهمان‌نوازی
غیرنرمال	.000c	۰/۱۹۶	جشنواره‌ها و رویدادهای اسب
غیرنرمال	.000c	۰/۱۸۹	زیرساخت‌های مناسب سوارکاری امکانات سوارکاری
غیرنرمال	.000c	۰/۱۹۵	حمایت قانونی از اسب‌سواری
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۰	جاذبه‌های گردشگری با اسب
غیرنرمال	.000c	۰/۱۸۷	مسابقات سطح بالا اسب‌دوانی
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۱	خدمات درمانی ویژه اسب
غیرنرمال	.000c	۰/۱۹۹	برگزاری تورهای آموزش حوزه اسب
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۵	تجهیزات و خدمات مالی ورزش سوارکاری
غیرنرمال	.000c	۰/۲۰۹	معماری مجموعه سوارکاری

مدل معادلات ساختاری روش‌هایی متنوعی وجود دارند که یکی از جدیدترین رویکردها در مدل معادلات ساختاری روش حداقل مربعات جزئی است. در تحقیق حاضر نیز از رویکرد دو مرحله‌ای در مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. در مرحله اول مدل اندازه‌گیری پیاده شد تا مشخص شود نشانگرهای هر سازه با چه دقتی آن سازه را اندازه‌گیری می‌کنند. در مرحله دوم اثر سازه‌ها بر روی یکدیگر مورد تحلیل قرار گرفت تا اثرات علی سازه‌ها بر روی یکدیگر مورد مطالعه قرار گیرد.

نتایج بررسی مقادیر آزمون کالموگروف اسمیرنوف ارائه‌شده در جدول ۴ نشان می‌دهد که توزیع متغیرهای پژوهش، غیرنرمال است. به عبارت دیگر می‌توان نتیجه گرفت که توزیع داده‌ها در این متغیرها نرمال است. بر این اساس می‌توانیم از آزمون‌های پارامتری، به عنوان آزمون‌های مناسب برای بررسی فرضیات این پژوهش استفاده کنیم.

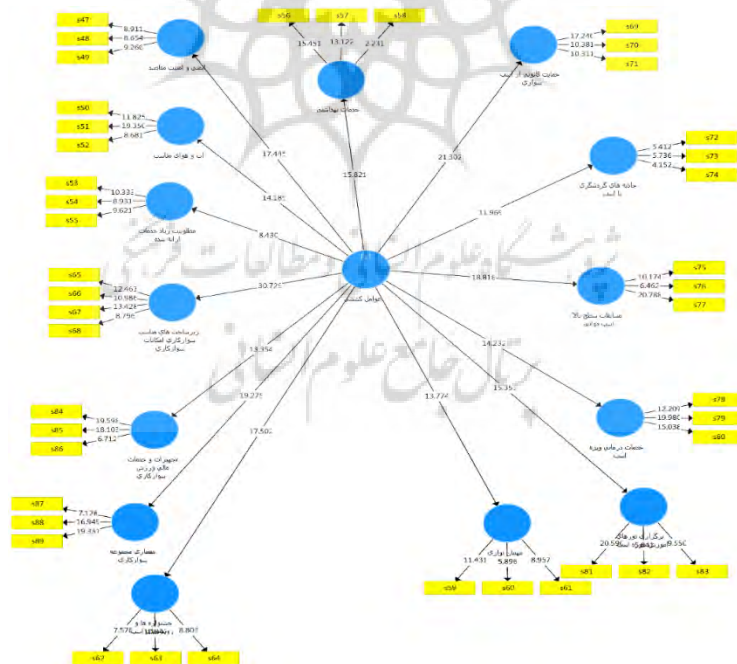
در این بخش از تحقیق برای تجزیه و تحلیل و بررسی و آزمون فرضیات تحقیق از روش‌شناسی مدل معادلات ساختاری استفاده شد. برای اجرای

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی



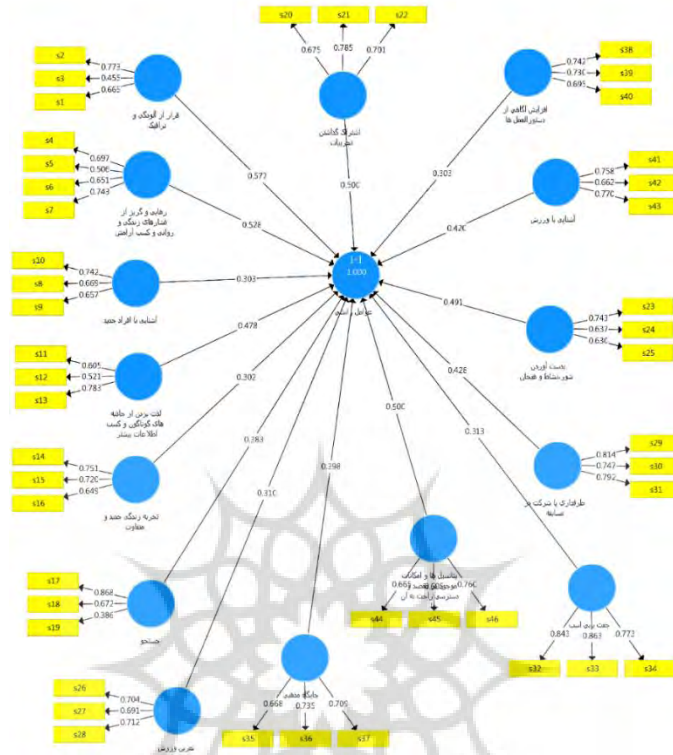
شکل ۱. تحلیل عاملی تأییدی عوامل کششی بر اساس ضرایب استانداردشده

شکل ۱ بارهای عاملی را نشان می‌دهد و کلیه بارهای عاملی بیشتر از ۰/۳۶ است. بنابراین اعتبار مدل به لحاظ بارهای عاملی تأیید می‌گردد.

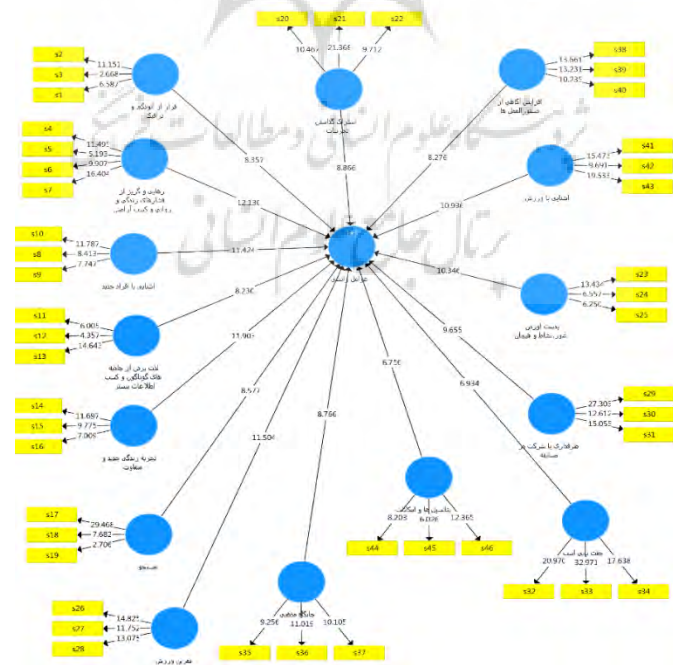


شکل ۲. تحلیل عاملی تأییدی عوامل کششی بر اساس ضرایب معناداری

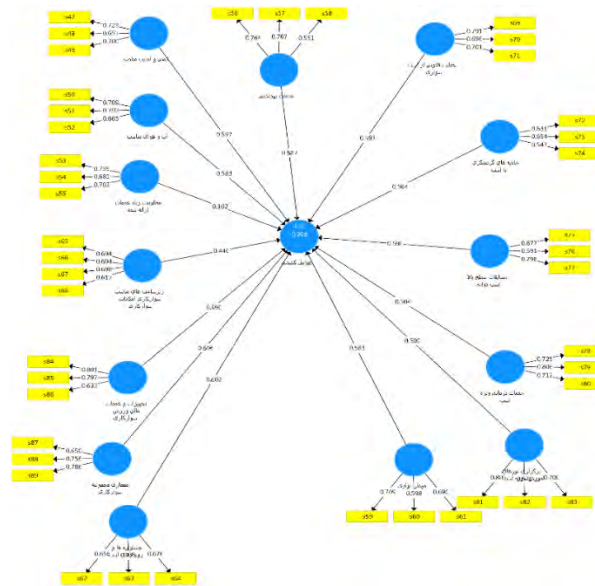
شکل ۲ کلیه مقادیر t value مقادیر بارهای عاملی بیشتر از ۱/۹۶ هستند بنابراین کلیه سؤالات ارائه شده در مدل معنی دار هستند.



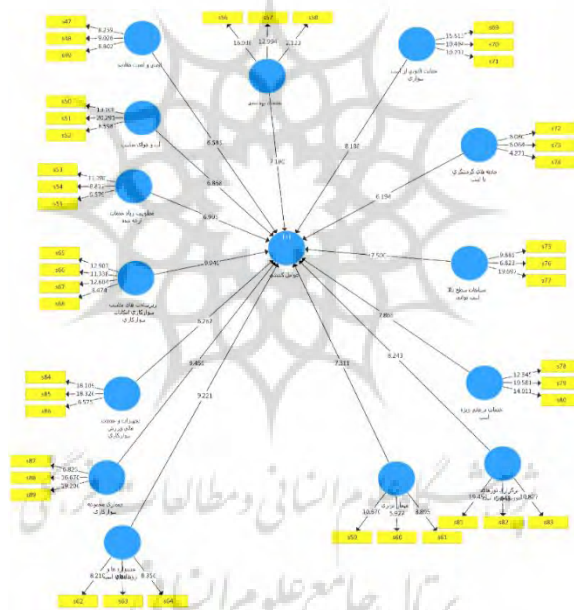
شکل ۳. نتایج معادلات ساختاری عوامل رانشی بر اساس ضرایب استاندارد شده



شکل ۴. نتایج معادلات ساختاری عوامل رانشی بر اساس ضرایب معناداری



شکل ۵. عوامل رانشی بر اساس ضرایب استانداردشده



شکل ۶. عوامل کششی بر اساس ضرایب استانداردشده

سوارکاری با ضریب مسیر ۰/۴۴ و آماره ۹/۴۴، حمایت قانونی از اسب سواری با ضریب مسیر ۰/۵۹۷ و آماره ۸/۱۸، جاذبه های گردشگری با اسب با ضریب مسیر ۰/۵۶۴ و آماره ۶/۱۹، پتانسیل ها و امکانات موجود در مقصد با گردشگری اسب سواری با ضریب مسیر ۰/۳۹۵ و آماره ۶/۷۵، مسابقات سطح بالا اسب دوانی با ضریب مسیر ۰/۵۹۰ و آماره ۷/۵۰، خدمات درمانی ویژه اسب با ضریب مسیر ۰/۵۰۴ و آماره ۷/۸۶، برگزاری تورهای آموزش حوزه

در بین عوامل کشش در گردشگری اسب سواری، با توجه به نتایج پژوهش می توان گفت که ایمنی و امنیت مقاصد با ضریب مسیر ۰/۵۹۷ و آماره ۶/۵۸، آب و هوای مناسب با ضریب مسیر ۰/۵۸۳ و آماره ۶/۸۶، مطلوبیت زیاد خدمات ارائه شده با ضریب مسیر ۰/۱۰۲ و آماره ۶/۹۹، جشنواره ها و رویدادهای اسب با ضریب مسیر ۰/۶۰۲ و آماره ۹/۲۲، مهمان نوازی با ضریب مسیر ۰/۵۸۳ و آماره ۷/۳۱، زیرساخت های مناسب سوارکاری و امکانات

موجود در مقصد با گردشگری اسب‌سواری، مسابقات سطح بالا اسب‌دوانی، خدمات درمانی ویژه اسب، برگزاری تورهای آموزش حوزه اسب، تجهیزات و خدمات مالی ورزش سوارکاری و معماری مجموعه سوارکاری، از مهم‌ترین عوامل کششی در ایجاد انگیزش در گردشگران اسب‌سواری در ایران هستند. همچنین طبق یافته‌های این پژوهش می‌توان دریافت که فرار از آلودگی و ترافیک با گردشگری اسب‌سواری، رهایی و گریز از فشارهای زندگی و روانی و کسب آرامش، آشنایی با افراد جدید، لذت‌بردن از جاذبه‌های گوناگون و کسب اطلاعات بیشتر، تجربه زندگی جدید و متفاوت و جست‌وجو، به اشتراک‌گذاشتن تجربیات، به دست آوردن شور، نشاط و هیجان، تمرین ورزش که طرفداری یا شرکت در مسابقه، جفت‌یابی اسب، جایگاه مذهبی، افزایش آگاهی از دستورالعمل‌ها و آشنایی با ورزش، از مهم‌ترین عوامل رانشی در ایجاد انگیزش در گردشگران اسب‌سواری در ایران هستند. در این میان با توجه به اهمیت عامل پتانسیل‌ها و امکانات موجود در مقصد و دسترسی راحت به آن‌ها از بین عوامل کششی، متولیان حوزه جذب گردشگر در زمینه سوارکاری باید بیش از همه تمرکز خود را بر بهبود امکانات و پتانسیل‌های موجود در مقصد بگذارند تا رضایت گردشگران و تمایل به بازگشت آن‌ها به این مقصد گردشگری افزایش یابد. همچنین فراهم آوردن امکانات بهتر دسترسی به محل برگزاری مسابقات یا تماشای اسب‌سواری برای گردشگران این حوزه دارای اهمیت است و نشان می‌دهد در این زمینه هم گردشگری داخلی در ایران جای کار دارد.

به علاوه، با در نظر داشتن اهمیت فراوان عامل جست‌وجو از بین عوامل رانشی، شایان توجه است که بهبود زمینه‌های گردشگری اسب‌سواری در این منطقه در راستای ارضای نیاز جست‌وجوگری در گردشگران، می‌تواند موجب افزایش تمایل گردشگران اسب‌سواری، اعم از داخلی و خارجی، به انتخاب این منطقه به عنوان مقصد اول شود. یافته‌ها در زمینه عوامل کششی در گردشگری

اسب با ضریب مسیر ۵۰۰٪ و آماره ۸/۲۴، تجهیزات و خدمات مالی ورزش سوارکاری با ضریب مسیر ۶۹۰٪ و آماره ۶/۲۴ و معماری مجموعه سوارکاری با ضریب مسیر ۶۰۶٪ و آماره ۹/۴۵ تأثیر مثبت و معناداری بر گردشگری اسب‌سواری دارند و در همه این موارد فرضیه تحقیق نیز تأیید می‌گردد.

در بین عوامل رانش در گردشگری اسب‌سواری، با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت که فرار از آلودگی و ترافیک با گردشگری اسب‌سواری با ضریب مسیر ۵۵۷٪ و آماره ۸/۳۵، رهایی و گریز از فشارهای زندگی و روانی و کسب آرامش با ضریب مسیر ۵۲۸٪ و آماره ۱۲/۱۳، آشنایی با افراد جدید با ضریب مسیر ۳۰۳٪ و آماره ۱۱/۳۲، لذت‌بردن از جاذبه‌های گوناگون و کسب اطلاعات بیشتر با ضریب مسیر ۵۵۸٪ و آماره ۸/۳۵، جست‌وجو با ضریب مسیر ۵۵۸٪ و آماره ۸/۳۵، اشتراک‌گذاشتن تجربیات با ضریب مسیر ۵۰۰٪ و آماره ۸/۸۶، به دست آوردن شور، نشاط و هیجان با ضریب مسیر ۴۹۱٪ و آماره ۱۰/۳۴، تمرین ورزش با ضریب مسیر ۳۱۰٪ و آماره ۱۱/۵۰، طرفداری یا شرکت در مسابقه با ضریب مسیر ۴۲۸٪ و آماره ۸/۳۵، جفت‌یابی اسب با ضریب مسیر ۳۱۳٪ و آماره ۶/۹۳، جایگاه مذهبی با ضریب مسیر ۳۹۸٪ و آماره ۸/۳۵، افزایش آگاهی از دستورالعمل‌ها با ضریب مسیر ۳۰۳٪ و آماره ۸/۲۷ و آشنایی با ورزش با ضریب مسیر ۴۲۰٪ و آماره ۱۰/۹۳ همگی تأثیر مثبت و معناداری بر گردشگری اسب‌سواری دارند و در همه این موارد فرضیه پژوهش نیز تأیید می‌گردد.

۵ نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های این پژوهش ایمنی و امنیت مقاصد، آب و هوای مناسب، مطلوبیت زیاد خدمات ارائه‌شده، جشنواره‌ها و رویدادهای اسب، مهمان‌نوازی، زیرساخت‌های مناسب سوارکاری و امکانات سوارکاری، حمایت قانونی از اسب‌سواری، جاذبه‌های گردشگری با اسب، پتانسیل‌ها و امکانات

نتایج این پژوهش با یافته‌های غریبی (۱۳۹۱) مطابقت دارد، وی نیز در پژوهش خود نشان داد که بین عوامل انگیزشی رانشی بالاترین رتبه‌ها به ترتیب مربوط به سلامتی روحی و تندرستی، استراحت فیزیکی و کسب آرامش روحی و روانی و با هم بودن خانواده و دوستان است. در بین عوامل انگیزشی کشتی نیز جاذبه‌های برجسته تاریخی و فرهنگی، تنوع جاذبه‌ها و مهمان‌نوازی مردم شیراز به ترتیب از بالاترین اولویت‌ها برخوردار هستند. رضایی (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود به بررسی انگیزه‌های گردشگران از انتخاب مقاصد سفر پرداخت نهایتاً به این جمع‌بندی می‌رسد که انگیزه‌های گردشگران از سفر و انتخاب مقصد به نیازها، خواسته‌ها و رؤیاهای گردشگران و نیز داشته‌های مقصد بستگی دارد که با یافته‌های این پژوهش مطابقت دارد. همچنین نتایج پژوهش با یافته‌های مولادوست و همکاران (۱۳۹۴) مطابقت داشت. به نظر می‌رسد دولت نتوانسته از صنعتی که استقلال داخلی برای برآورده کردن انتظارات جمعیت در حال رشد خود دارد، خوب حمایت کند. وسعت بازار سوارکاری و جشنواره‌های تفریحی، رقابت در این رشته را برانگیخته است و برای راضی نگه داشتن پرورش‌دهندگان و چابک‌سواران از توریست منطقه‌ای گرفته تا رقبای همیشگی، تنوع فعالیت‌های پرورش و تربیت اسب را برای آمادگی در مسابقات سوارکاری بالا برده است. با توجه به نتایج محقق و نظر خبرگان افراد محدودی در ایران هستند که دارای باشگاه‌های حرفه‌ای و بدون حمایت نهادهای دولتی و مشکلات مالی اداره می‌شوند. پیشرفت در فعالیت‌های سوارکاری فواید زیادی برای صنعت دارد که سازمان‌های متولی در صنعت اسب و رشته سوارکاری را وادار به حرفه‌ای‌تر شدن می‌کند. با توجه به اینکه مسابقات اسبدوانی در بیرون از شهر برگزار می‌شود بنابراین با ایجاد فرصت‌های شغلی برای افراد بومی بر اشتغال افراد بومی کمک زیاد می‌کند. احداث مکان‌های تفریحی، ساخت هتل و متل، مکان‌های غذایی می‌تواند بر توسعه و ورود

اسب‌سواری در ایران حاکی از آن است که پتانسیل و امکانات مقصد مهم‌ترین عامل بیرونی برای ایجاد جذابیت در یک مقصد است. پس زمانی که گردشگر دلایل درونی کافی برای انجام یک سفر با هدف گردشگری ورزشی دارد و برانگیختگی درونی به صورت کافی به وجود آمده است، در بین مقاصد گردشگری موجود در پیش رو ابتدا به پتانسیل و امکانات در مقصد و دسترسی راحت به آن‌ها جهت تجربه یک رویداد ورزشی اهمیت می‌دهد. این یافته تأیید می‌کند که برای گردشگر اسب‌سواری در ایران، مانند گردشگران حوزه‌های دیگر زیرساخت‌های گردشگری از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

در بسیاری از پژوهش‌ها وجود منابع قابل دسترسی با عناوین متعدد به عنوان اولین عامل تأثیرگذار در جذب گردشگر به یک مقصد خاص بیان شده است که در واقع این امر همان عامل کشتی است که در انتخاب مقصد، میزان مطلوبیت آن و حس وفاداری به آن تأثیرگذار است. از سوی دیگر برای اینکه گردشگر، قصد و میل اولیه به انجام سفر را پیدا کند لازم است پیش از هر چیز عوامل رانشی کافی وجود داشته باشد که به عنوان انگیزاننده عمل کنند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در میان عوامل رانشی متعددی که این انرژی درونی را برای شروع یک تجربه گردشگری اسب‌سواری در ایران ایجاد می‌کنند، عامل جست‌وجو پرننگ‌ترین نقش را دارد؛ بنابراین یک گردشگر اسب‌سواری پیش از هر چیز، به دلیل میل به جست‌وجوگری تصمیم به انجام این فعالیت می‌گیرد. می‌توان در مقایسه با پژوهش‌های پیشین در زمینه عوامل رانشی در گردشگری و گردشگری ورزشی به این نتیجه رسید که این یک ویژگی خاص در گردشگری اسب‌سواری است که عامل جست‌وجو برای یک گردشگر از این اهمیت و جایگاه ویژه برخوردار است، اگرچه که در سایر انواع گردشگری و گردشگری ورزشی عامل جست‌وجو از عوامل مؤثر رانشی به شمار می‌رود.

گردشگران برای دیدن مسابقات اسب‌دوانی کمک کند.

در نهایت باید بیان شود که این پژوهش نیز همچون پژوهش‌های دیگر در زمینه گردشگری به-ویژه حوزه خاص گردشگری ورزشی و اسب‌سواری با محدودیت‌هایی مواجه بود که به دلیل نبود بستر لازم و مشخص نبودن جایگاه پژوهش‌ها در این حوزه، پژوهشگر را با مشکلاتی مواجه ساخت. از مهم‌ترین محدودیت‌های انجام پژوهش حاضر می‌توان به مواردی چون محدودبودن زمان جهت جلب اعتماد افراد شرکت‌کننده برای جمع‌آوری مطالب و اجرای آزمون‌ها با پاسخ‌های صادقانه‌تر، محدودیت قلمرو پژوهش حاضر به یک شهر، محدودشدن ابزار گردآوری اطلاعات به پرسش‌نامه و عدم استفاده از روش‌های دیگر، محدودبودن پیشینه پژوهش در حوزه گردشگری اسب‌سواری و

وجود فضای محافظه‌کاران در گردشگران ورزشی و حاکم نبودن روحیه پژوهش و تحقیق در بین پاسخ-گویان اشاره کرد. در همین راستا پیشنهاد می‌شود که سایر پژوهشگران در پژوهش‌های آتی بیشتر بر متغیرهای جمعیت‌شناختی مؤثر بر گردشگری اسب‌سواری در شهرستان گنبد کاووس و سایر شهرستان‌های ایران با پتانسیل این نوع از گردشگری ورزشی و در سایر فصول سال بپردازند. همچنین، موضوعاتی مانند تأثیر عوامل فرهنگی و مذهبی در گردشگری اسب‌سواری و عوامل مؤثر در افزایش تمایل گردشگران به تماشا یا شرکت در مسابقات و رویدادهای اسب‌سواری در مقصد گردشگری نیز موضوعات مناسبی برای پژوهش‌های کاربردی آتی در این حوزه خواهد بود. همچنین با توجه به اینکه حوزه این پژوهش، گردشگران داخلی بوده است، پیشنهاد می‌شود این پژوهش در مورد گردشگران خارجی این منطقه نیز انجام شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



منابع

- Ahmadi, A., & Qelichkhani, B. (2016). Prioritizing and Ranking tourist Roadside Camping Services. *Journal of Tourism management studies*, 33, 105-126. [In Persian]
- Alizadeh Sani, M., Farahani, B., Ahmadi Khatir, T. (2015). Wellness tourism motivational factors in hot springs of Mazandaran province: The case of Ramsar and Lavij hot springs. *Journal of Tourism Planning and Development*, 3(11), 33-52. [In Persian]
- Al-Makhadmah, I.M., Ababneh, S.F., & Alrababah, K.M. (2021). Challenges facing the of tourism sport activities in Jordan. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 905-908.
- Apollo, M., Mostowska, J., Legut, A., Maciuk, K., & Timothy, D. J. (2023). Gender differences in competitive adventure sports tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 42, 100604.
<https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100604>
- Arabshahi, M., Behbudi, O., & Kashfi, M.A. (2017). Analysis of the Role and push and pull Factors in the Development of Religious Tourism in the Holy City of Qom. *Journal of tourism and development*, 6(3), 58-79. [In Persian]
- Barlett, J. E., Kotrlik, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information technology, learning, and performance journal*, 19(1), 43.
- Buchmann, A. (2014). Insights into domestic horse tourism: the case study of Lake Macquarie, NSW, Australia. *Current Issues In Tourism*, 20(3), 261-277.
- Chon, K.S. (1989). The role of destination image in tourism: A review and discussion. *The Tourist Review*, 45(2), 2-9.
- Crompton, J.L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G.M. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of tourism research*, 4(4), 184-194.
- Dashper, K. (2020). Holidays with my horse: Human-horse relationships and multi-species tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100678.
- Dean, D., & Suhartanto, D. (2019). The formation of visitor behavioral intention to creative tourism: the role of push-Pull motivation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(5), 393-403.
- Dubois, C., Manfredi, E., & Ricard, A. (2008). Optimization of breeding schemes for sport horses. *Livestock Science*, 118(1-2), 99-112.
- Ensafian, P. (2006). sustainable architecture; Sustainable development of sports in cold climates. *The first national city and sports conference*, Tehran. [In Persian]
- Fakeye, P.C., & Crompton, J.L. (1991). Image Differences between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16.
- Fotuhi Bafghi, F., & Mahdavi pour Shahrabak, H. (2018). Equestrian complex design (a case study of purebred Iranian horse breeding and equestrian complex in Bafaq). *The third international conference on civil engineering, architecture and urban design*, Tabriz. [In Persian]
- Gato, M., Dias, L., Pereira, L., Da Costa, R. L., & Gonçalves, R. (2022). Marketing Communication and Creative Tourism: An Analysis of the Local Destination Management Organization. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 40.

- <https://doi.org/10.3390/joitmc8010040>
- Gharibi, A. T. (2012). Prioritization of push and pull motivational factors affecting the choice of Shiraz city as a tourist destination from the perspective of domestic tourists (thesis). [In Persian]
- Gnoth, J. (1997). Tourism Motivation and Expectation Formation. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 283-304.
- Hu, Y., & Ritchie, J.B. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of travel research*, 32(2), 25- 34.
- Jafari, A., Mansouri, H., & Firuziyazdi, M. (2016). Investigating the riding situation of North Khorasan province based on SWOT evaluation model. *The first national conference on developments in sports science in the field of health, prevention and heroism, Qazvin*. [In Persian]
- Javdani, M., Karamzadeh, M., & Barzegar bafrouyi, A. (2018). *National Conference of Islamic Sciences and Religious Studies, Karaj*. [In Persian]
- Khakpour, F., & Tavakkoli, M. (2018). Analyzing the problems and solutions of the design of the equestrian complex in Iran with the benefit of the opinions of the elites and experts in this field. *The third international conference on civil engineering, architecture and urban design, Tabriz*. [In Persian]
- Kim, S.S., Lee, K.C., & Klenosky, B.D. (2003). The influence of push and pull factors at Korean National Parks. *Tourism Management*, 24(2), 169-180.
- Kline, C. S., Cardenas, D., Viren, P. P., & Swanson, J. R. (2015b). Using a community tourism development model to explore equestrian trail tourism potential in Virginia. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(2), 79-87.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A Wave in Time - The Sports Tourism Phenomena. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 35-47.
- Lemon, C., Lewis, V., Dumbell, L., & Brown, H. (2020). An investigation into equestrian spur use in the United Kingdom. *Journal of Veterinary Behavior*, 36, 40-47.
- Mahmoudzadeh, M., Mirhashemi, A., Mir, M., & Anbarforush, F. (2014). Identifying and Prioritizing the Push and Pull Factors as Motivational Factors That Affect the Development of War Tourism. *Journal of Tourism Planning and Development*, 3(9), 110-129. [In Persian]
- Marzi, V. (2017). Prioritizing Motivations Of Iraqi Tourists Visiting The Holy City Of Mashhad. *JOURNAL OF SOCIAL STUDIED IN TOURISM*, 5(9), 125-149. [In Persian]
- Moayer, F. (2018). Fundamentals of control and inspection of horses by veterinarians in equestrian events. *International Congress of Horse Health and Industry, Mehdi Shahr*. [In Persian]
- Mohammadi, M., & Mirtaghiyan Roudsari, S.M. (2017). Identifying and prioritizing factors influencing the formation of rural second home tourism (case study: Javaherdeh Ramsar village complex). *Journal of Research and rural planning*, 6(2), 125-140. [In Persian]
- Muladost, K. (2015). polo; promotion, the necessity of development [Paper presentation]. International Conference on New Research Findings in Sports Sciences, Tehran. [In Persian]
- Mollah, M.R.A., Cuskelly, G., & Hill, B. (2021). Sport tourism collaboration: a systematic quantitative literature review. *Journal of Sport & Tourism*, 25(1), 3-25.



- Naghavi, M., Khadem A R. (2022) Investigating the role of tourism of sporting events on the economic development of Turkmen Sahara region in Golestan province. *New trends in sport management*; 9 (35):83-102. [In Persian]
- Nguyen, Q.N. & Mai, V.N. (2021). Impacts of pushing and pull factors on tourist satisfaction and return intention towards river tourism in Can Tho city, Vietnam. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 38(4), 1011-1016.
- Niknam, K., Ahmadi, A., Honari, H., & Moharrazadeh, M. (2020). Designing and Explaining the Management Model of Sport Tourism Development in East Azarbaijan province. *Journal of tourism and development*, 21(4), 99-125. [In Persian]
- Notzke, C. (2017). Equestrian tourism: animal agency observed. *Current Issues in Tourism*, 22(8), 948-966.
- Papadimitriou, D., Kaplanidou, K. (Kiki), & Apostolopoulou, A. (2018). Destination Image Components and Word-of-Mouth Intentions in Urban Tourism: A Multigroup Approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(4), 503-527.
<https://doi.org/10.1177/1096348015584443>
- Pavić, L., Blešić, I., Petrović, M., Radovanović, M., & Prišenk, J. (2019). Can the Quality of Hospitality Services Play a Role in Sustainable Equestrian Tourism in Slovenia? Mediations, Effects, and Implications. *Sustainability*, 11(21), 6155.
- Rezaei, E. (2015). Investigating the motives of tourists in choosing travel destinations. *National Conference on Management and Information and Communication Technology, Tehran*. [In Persian]
- Rezvani, M., & Mirtaghiyan roudsari, M. (2019). Investigating the tourism motives of forest park visitors. *Journal of new attitudes in human geography*, 11(1), 264-282. [In Persian]
- Safdari, E., Ramezanzadeh lasbouyi, M., & Zaal, M.H. (2017). Analyzing the relationship between driving motivations of Tehran city tourism and the choice of tourism destinations, a case study: the rural areas of Rudbar Qasran, Tehran. *National Congress of Modern Urban Planning and Management, Tehran*. [In Persian]
- Saffari, M., & Moradi, E. (2018). Determining The Causal Relationship Pull And Push Motivations On Sports Tourists Behavior: Mediating Role Of Satisfaction. *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR MANAGEMENT IN SPORT STUDIES*, 5(1), 11-22. [In Persian]
- Sigurðardóttir, I., Helgadóttir, G. (2015), "Riding High: Quality and Customer Satisfaction in Equestrian Tourism in Iceland", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15, 1-2.
- Talley, G. (2017). The Gunpowder Games: Traditional Equestrianism as Moroccan Invented Heritage Tourism.
- Tolls, C., & Carr, N. (2020). The role of nature on horse trail rides: tourist experience expectations. *Current Issues in Tourism*, 24(9), 1257-1269.
- Tolls, C., & Carr, N. (2020). Horses on trail rides: tourist expectations. *Tourism Recreation Research*, 46(1), 132-136.
- Trump, D., & Parkin, J. (2020). Equestrian road collisions: An analysis of the collision record, riding behaviours and experiences. *Safety Science*, 123, 104523.
- Won-Jae Seo, Seung-Jin Han, Bora Moon, Boyoung Moon, Min-Soo Kim, Lyle A. Lewin, & Seong-Hee Park. (2019). Measuring Sport Tourist Motivation: Implications for Sport Tourism Distribution. *Journal of Distribution Science*, 17(3), 49-55.
- World Tourism Organization. (2020, January 20). International tourism growth continues to outpace the global economy. UNWTO.

<https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy>

World Tourism Organization. (2021, November 26). The First World Sports Tourism Congress: the Role of Sport for Tourism Recovery and its Contribution to the 2030 Agenda. Unwto.

<https://www.unwto.org/news/the-first-world-sports-tourism-congress>

World Tourism Organization (2011), Tourism Towards 2030 / Global Overview - Advance edition presented at UNWTO 19th General Assembly - 10 October 2011, UNWTO, Madrid.

Yanpi, T., & Dosti, M. (2018). An analysis of equestrian sports from the financial perspective of equipment and services in Golestan province. *The 4th National Conference of Sports Sciences and Physical Education of Iran, Tehran*. [In Persian]

Yanpi, T., Fattahi, S., & Heidari, Y. (2020). Effects of Horse Racing on Tourism

Development (Case Study: Golestan Province). *Scientific Research Journal of Animal Environment*, 12(3), 457-468. [In Persian]

Zargham, H., Shafiee, H., & Bazrafshan, M. (2013). Pull and Push Factors in Sport Tourism Destination Choice: Case Study of Kish Island, Iran. *The 9th Persian Gulf National Conference*. [In Persian]

Zitonly, A., & Barzegar, S. (2019). Modeling the factors affecting the special value of the tourism destination brand of Gonbadkavos city with an emphasis on sports events. *Journal of Urban Tourism*, 6(3), 89-105. [In Persian]

Zou, Y., & Yu, Q. (2022). Sense of safety toward tourism destinations: A social constructivist perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 24, 100708.

<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100708>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی