



شناسایی و اولویت بندی شاخص های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان

مریم خواجوی

دانشجوی دکتری گروه تربیت بدنی، واحدشوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران

سیده ناهید شتاب بوشهری

دانشیار گروه رفتار حرکتی و روانشناسی ورزشی، دانشکده علوم ورزشی دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول)

nahid.shetab@yahoo.com

محمد سجادیان

استادیار گروه تربیت بدنی، واحدشوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران

حمیدرضا قزلسفلو

استادیار گروه تربیت بدنی، دانشگاه گنبد کاووس، گلستان، ایران

دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۱۶ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۱۰

چکیده

استان خوزستان با داشتن شرایطی همچون ویژگی های طبیعی، زیستی و مناظر طبیعی کم نظیر و داشتن نژاد اسب های اصیل از مناطق مستعد برای توسعه گردشگری ورزشی به ویژه گردشگری اسب به شمار می رود اما علی رغم دارا بودن پتانسیل هایی برای توسعه و حضور در عرصه گردشگری اسب و همچنین برندسازی و خلق برندی منحصر به فرد برای بهره مندی از مزیت های این نوع گردشگری، هنوز جایگاه مناسب خود را در این زمینه نیافته است. در این راستا پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت بندی شاخص های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان از دیدگاه خبرگان و صاحب نظران انجام گرفته است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش شناسی به شیوه کیفی- کمی انجام شده است. در بخش کیفی اطلاعات از طریق مصاحبه با ۳۰ نفر خبره که به شکل هدفمند انتخاب شده بودند به اشباع نظری رسید و روش تحلیل تحلیل مضمون پنج معیار مدیریتی، زیرساختی، زیست محیطی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی شناسایی شد. طی نمونه گیری هدفمند، ۳۰ نفر از متخصصین این موضوع و خبرگان و صاحب نظران انتخاب شده است. از آنجایی که طرح اولیه پرسش نامه با استفاده از ترکیب نتایج مطالعات نظری و دستاوردهای پژوهش های تجربی مشابه تهیه و سپس طرح نهایی با اجماع نظر پانل متخصصان و کارشناسان و مشخصا در چارچوب روش دلفی استخراج شد، بنابراین هم از بعد سوابق تحقیقاتی و هم از بعد تایید متخصصان، متضمن اعتبار و روایی لازم بوده است. همچنین پایایی آن در مرحله پیش آزمون و به وسیله آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت و نسبت به اصلاح و بهبود پرسش ها و متغیرهای مبهم و مسئله دار اقدام شد و در نهایت با توجه به نتایج نهایی آزمون آلفای کرونباخ که برای هر یک از ابعاد پرسشنامه اغلب بالای ۰/۷ بوده است؛ لذا می توان گفت که از پایایی مورد قبولی برخوردار است. سپس در بخش کمی با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای در نرم افزار SPSS و وزن معیارها با روش تحلیل سلسله مراتبی محاسبه شده است. اولویت بندی شاخص های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان با آزمون تی تک نمونه ای و روش جدید تصمیم گیری چندمعیاره MARCOS نشان داد که شاخص مدیریتی (۰/۶۹۷) بیشترین تأثیر و شاخص زیرساختی (۰/۶۴۱) کمترین تأثیر را در گردشگری اسب در استان خوزستان داشته اند در نهایت نتایج حاکی از آن است که مدل مارکوس در برابر تغییرات احتمالی در اهمیت معیارهای تصمیم گیری حساس بوده و پایداری روش در انتخاب مهم ترین شاخص های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان نشان داده شده است. و در نهایت پیشنهاد می شود جهت توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان به ۵ معیار (مدیریتی، زیرساختی، اقتصادی، زیست محیطی، فرهنگی- اجتماعی) به دست آمده در این تحقیق بالاخص شاخص های مدیریتی نگاه ویژه ای داشت.

واژگان کلیدی: گردشگری، اسب دوانی، سوارکاری، مدل MARCOS، استان خوزستان.

مقدمه

امروزه توسعه گردشگری به عنوان صنعتی پویا اما نوپا اهمیت روزافزونی پیدا کرده است و کشورهای مختلف توسعه یافته و در حال توسعه برای حفاظت از محیط زیست، کاهش نرخ بیکاری، بهبود توزیع درآمد و تعامل سازنده و مؤثر با جهان و استفاده از منابع سرشار اقتصادی - اجتماعی و سیاسی آن به دنبال بسط و گسترش گردشگری و طبیعت گردی بوده و به عنوان ابزاری جهت رشد و توسعه پایدار به تسهیل آن می‌پردازند (Lima Santos et al, 2020). در واقع گردشگری تحت تأثیر رشد و توسعه نوآوری - های تکنولوژی و رشد همه جانبه سرمایه‌داری، گسترشی جهانی یافته است؛ به گونه‌ای که به عنوان یکی از ارکان اصلی در معادلات اقتصاد بین‌المللی و یک فعالیت گسترده اقتصادی - اجتماعی شناخته شده است (فراهانی و منوچهری، ۱۳۹۴). صنعت گردشگری به عنوان یکی از صنایع مهم اقتصاد جهان شناخته شده است، زیرا این بخش حدود ۱۲ درصد از فعالیت‌های اقتصادی را تولید می‌کند (Apollo et al, 2023). بی‌تردید اعتقاد بر این است که گردشگری به عنوان یک صنعت، منبع درآمدی مطمئن برای کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است (Matthew et al, 2019). گردشگری یک روش مؤثر برای کاهش فقر در برخی از جوامع سنتی محسوب می‌شود، زیرا گردشگری مشاغل مختلفی را نسبت به معیشت سنتی و نیز فرصت‌های فروش محصولات محلی به وجود می‌آورد (Lee & Jan, 2019). در این زمینه بسیاری از دولت‌ها در سرتاسر جهان به اهمیت گردشگری به عنوان منبعی برای ایجاد اشتغال و درآمد پی برده‌اند (Sahani, 2020). به طوری که در حال حاضر گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشند و بر مشکلات اقتصادی خویش، از قبیل پایین بودن سطح درآمد سرانه، فراوانی بیکاری و کمبود درآمدهای ارزی فایق آیند. بر این اساس درآمدهای حاصل از گردشگری یکی از جنبه‌های مهم صادرات جهان را تشکیل می‌دهد. در واقع توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و روبنایی، نمی‌توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را داشت و در این زمینه گردشگری به منزله گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا، جایگاه ویژه‌ای در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی به خود اختصاص داده است و به عنوان دومین بخش بزرگ اقتصادی در جهان شناخته شده است (Oyola et al, 2012: 659). از طرفی کیفیت و کمیت و هماهنگی عناصر مختلف سیستم گردشگری در عرضه محصول، نقش مهمی در موفقیت و توسعه صنعت گردشگری دارد (Fortuny et al, 2008: 862).

ساماندهی و توسعه گردشگری طبیعت و سرمایه‌گذاری در این بخش می‌تواند گره‌گشای بسیاری از مسائل موجود در این زمینه باشد به بیان دیگر برای حفظ پهنه‌های طبیعی و همچنین ارزش‌های سنتی جوامع محلی در مکان‌های توریستی رشد و توسعه توریسم پایدار به جای توریسم انبوه مورد توجه قرار گرفته است. این نوع توریسم با در نظر گرفتن جوانب مختلف اثر گردشگر بر محیط را کنترل می‌نماید. این نوع گردشگری پایدار را به عنوان اکوتوریسم می‌شناسند. (Gigović et al, 2016: 349) می‌توان گفت گردشگری مبتنی بر طبیعت به خصوص برای کشورهای در حال توسعه به عنوان پاسخ به تخریب محیط زیست و فرهنگ جوامع محلی است (Osmana et al, ۲۰۱۸). به عبارت دیگر اکوتوریسم سفری به منابع طبیعی است که از محیط زیست حمایت و محافظت کرده و سبب بهبود سطح زندگی مردم محلی می‌شود (Janusz & Bajdor, 2013). ترویج اکوتوریسم در مناطق

حفاظت شده به عنوان ساز و کاری برای خودگردانی مالی، پشتوانه‌ای برای حفاظت و ابزاری برای تسهیل مدیریت این مناطق محسوب می‌شود (عبدالهی بهنمیری و همکاران، ۱۴۰۱). از این رو شناسایی مناطق مناسب جهت گسترش اکوتوریسم در مناطق حفاظت شده به منظور حفظ چشم‌انداز اکولوژیکی که سبب رسیدن به توسعه پایدار منابع طبیعی می‌شود از اهمیت بسزایی برخوردار است (Brandt & Buckley, 2018). در این میان ورزش و فعالیت‌های مرتبط با آن به عنوان یکی از صنایع مهم در جهان و از متداول‌ترین عوامل ایجاد انگیزه در گردشگری است. ورزش این توانایی را دارد که گردشگران زیادی را به خود جلب کند، بنابراین رویدادهایی که دربردارنده ورزش‌اند، نوعی جذابیت به شمار می‌آیند و عامل جلب کننده گردشگری در شهر یا کشور مقصدند (یانپی و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۵۸).

در میان رشته‌های ورزشی مختلف ورزش اسب سواری یکی از ورزش‌های جذاب برای جذب گردشگران شناخته می‌شود. در واقع اسب نماد فرهنگ و هویت است و یکی از نقش‌های حیوان اسب به عنوان ارائه دهنده خدمات فرهنگی و تفریحی برای انسان است. از طرفی ورزش اسب‌دوانی یکی از ورزش‌هایی است که مسابقات آن در محیط باز برگزار می‌شود و باعث نوعی طبیعت‌گردی و تفریح شده است (Hammer et al, 2017). به طوری که امروزه گردشگری اسب در بسیاری از کشورهای جهان از جایگاه و اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و این کشورها با ارائه برنامه‌ها و مراسم هیجان انگیز متعدد و ارائه بسته‌های توریستی برای گردشگران دوستدار این ورزش، در این زمینه تلاش‌های موفقی داشته‌اند (مولادوست و یانپی، ۱۳۹۹). به عنوان مثال مسابقات سنتی اسب دوانی از بزرگ‌ترین رویدادهای ورزشی دنیا و از پرتعدادترین ورزش‌ها در کشورهای آمریکا، انگلستان، استرالیا و دبی می‌باشد. اسب‌دوانی از پرونق‌ترین ورزش‌ها در این کشورها به شمار می‌رود و سالانه مسابقات زیادی در تمام فصول در این کشورها برگزار می‌شود و توانسته گردشگران زیادی را به خود جلب کند (کارکن و همکاران، ۱۳۹۲؛ Roult et al, 2017). کشور ایران نیز در زمینه گردشگری توانمندی‌های بسیار زیادی دارد. تنوع جاذبه‌ها در ایران به حدی زیاد است که تقریباً برای هر سلیقه‌ای انگیزه کافی برای سفر به این کشور وجود دارد. از این رو، برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه گردشگری یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال محسوب می‌شود که تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی فوق‌العاده‌ای بر اماکن گردشگری دارد. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته و اثبات شده، کشور ایران یکی از ده کشور اول جهان از نظر جذابیت‌های گردشگری است و از لحاظ تنوع زیستی و تنوع جاذبه‌های طبیعی رتبه پنجم را در جهان دارا می‌باشد. در این میان، استان‌هایی مانند استان خوزستان که دارای جاذبه‌های گردشگری ورزشی خاص هستند، می‌توانند مورد توجه ورزشکاران و گردشگران واقع شده و به عنوان مقصدی برای گذران اوقات فراغت با انگیزه تفریح و استراحت انتخاب شوند و در دوره زمانی خاص، تعداد کثیری از گردشگران را به خود جلب کنند (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۴).

استان خوزستان به لحاظ موقعیت ممتاز طبیعی و جاذبه‌های گردشگری از شرایط ویژه‌ای برای گردشگران داخلی و خارجی برخوردار است لذا با استفاده از ظرفیت‌های بالقوه در صورت برنامه‌ریزی مناسب می‌توان این استان را به یک مکان بی نظیر در گردشگری تبدیل کرد. از میان اشکال متنوع گردشگری، ورزش سوارکاری و گردشگری اسب در استان خوزستان می‌تواند به عنوان یک مقصد جدید و مهم برای گردشگرانی باشد که شور و هیجان مسابقات ورزشی را دنبال می‌کنند. استان خوزستان دارای ظرفیت‌های مناسبی در حوزه اسب سواری از جمله قابلیت‌های این استان برای میزبانی مسابقات ملی سوارکاری، وجود اسب



اصیل عرب خوزستان به عنوان یکی از جاذبه‌های استان برای گردشگران (خوزستان قطب پرورش اسب اصیل عرب، کهن‌ترین و تنها نژاد تقریباً خالص این گونه است)، شرایط مساعد آب و هوایی در این استان در بیشتر ایام سال جهت جذب گردشگران به ویژه در شهرستان‌های شمال استان خوزستان، وجود منابع آبی رودخانه‌ها و سواحل آن‌ها برای فضاهای سوارکاری، تنوع قومیتی و فرهنگی در استان خوزستان و وجود بازی‌های محلی و بومی سوارکاری در میان این گروه‌های قومی مختلف، وجود باشگاه‌های حرفه‌ای پرورش اسب و مربیان تخصصی در زمینه آموزش سوارکاری و علاقه‌مندی مردم بومی این استان به اسب می‌باشد. اما استان خوزستان علی‌رغم دارا بودن پتانسیل‌هایی برای توسعه و حضور در عرصه گردشگری اسب و همچنین برندسازی و خلق برندی منحصر به فرد برای بهره‌مندی از مزیت‌های این نوع گردشگری، هنوز جایگاه مناسب خود را در این زمینه نیافته است. در این راستا پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به این سؤال است که شاخص‌های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان کدامند؟ و اولویت‌بندی این شاخص‌ها به چه صورت است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مفهوم گردشگری ورزشی

مطالعاتی که در زمینه برگزاری رویدادهای ورزشی و گردشگری برخواسته از آن انجام گرفته، اکثر نویسندگان اغلب آن را به عنوان عاملی برای بالا بردن کیفیت زندگی ساکنان، بهبود اقتصاد و افزایش غرور و روحیه در جامعه نام می‌برند و برگزاری رویدادهای ورزشی را عاملی برای جذب شرکت کنندگان فعال، تماشاگران، گردشگران و افزایش شرکت و توجه رسانه‌ها و بازتاب مثبتی برای ساکنان آن منطقه می‌دانند (جاوید و همکاران، ۱۳۹۴). تحقیقات نشان داده است که گردشگری ورزشی، به دلیل علاقه و گرایش شدید و روز افزون مردم، به عنوان یکی از مهم‌ترین راه‌های معرفی و شناساندن مقاصد گردشگری به بازار هدف و افزایش برند ملی مقصد، بهترین راه توسعه همه جانبه مقصد گردشگری، بهبود آگاهی، رضایت، کیفیت ادراک شده، تصویر ذهنی و وفاداری گردشگران به مقصد گردشگری و مهم‌ترین راه برای ایجاد مزیت رقابتی، آگاهی و تصویر ذهنی مطلوب، افزایش اعتبار و شهرت بین المللی مقاصد گردشگری در سطح جهان معرفی شده است (زیتونلی، ۱۴۰۲).

بنابراین با توجه به اهمیت و توسعه صنعت گردشگری در جهان امروز، می‌توان گفت که گردشگری ورزشی نیز صنعتی نسبتاً نو و یکی از سریع‌ترین بخش‌های رشد در صنعت توریسم است که بر روی برنامه‌ریزی مقصد به ویژه در کشورهای در حال توسعه تمرکز دارد و به عنوان یک عامل در بازسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع شهری و روستایی شناسایی شده است (Martins et al, 2017). در واقع امروزه گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده‌ای اجتماعی - اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت سفید بیش از هر زمان دیگر جایگاه خود را به عنوان پدیده‌ای چند بعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها، با سرمایه‌گذاری فراوان، فواید و اثرات این صنعت را خوب درک کرده و به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی (افزایش اشتغال، درآمد)، اجتماعی و توسعه زیرساخت‌ها، افزایش شهرت و برندسازی مقصد خود درآورده‌اند (Emery, 2018). گردشگری ورزشی می‌تواند به عنوان محملی برای بهبود کیفیت زندگی ساکنین با جذب گردشگران و مشارکت در بهبود اقتصاد جوامع محلی باشد. به طور گسترده اینطور تصور می‌شود که رویدادهای



اصلی ورزشی به رشد اقتصادی آمدوشد گردشگران به یک منطقه کمک بسزایی می‌کنند و بخش مهمی از توسعه بازاریابی در مقاصد گردشگری هستند (Al-Makhadmah et al, 2021).

گردشگری اسب

گردشگری اسب به عنوان بخشی از گردشگری با علاقه خاص، در حدود دو دهه اخیر رشد چشمگیری را به ثبت رسانده است. این رشد تا حدی به دلیل افزایش محبوبیت ورزش سوارکاری در جهان توسعه یافته و تا حدودی به دلیل نیاز به تنوع پایه درآمد صنعت اسب است (Tomljenović et al, 2018). به این ترتیب در گردشگری اسب به عنوان نوعی از گردشگری ورزشی اسب سواری 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 اسب دوانی 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). فعالیت در این نوع گردشگری و 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 چالش‌ها و مسائلی 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. تعریف گردشگری اسب سواری از مفاهیم محدودی مانند شرکت در مسابقات و فعالیت‌های اسب دوانی تا تعریف گسترده هرگونه سفری را که اسب در محوریت اهداف آن قرار گیرد، در بردارد (Nguyen & Mai, 2021).

علیرغم سابقه نسبتاً طولانی گردشگری اسب و افزایش محبوبیت آن در سی سال گذشته، تلاش جدی در تحقیقات در مورد گردشگری سوارکاری وجود ندارد. بر اساس استدلال‌های مطرح شده، در خصوص گردشگری مبتنی بر اسب به خوبی تحقیق نشده است. این امر هنوز هم صادق است؛ چراکه یکی از موانع تحقیق جدی و قابل مقایسه، فقدان تعریف روشن و اصطلاحات متنوع در استفاده از گردشگری اسب است. همانطور که در جدول (۱) ارائه شده است، تعاریف گردشگری اسب با توجه به دیدگاه‌های متفاوت ذینفعان متفاوت است.

جدول ۱: گزیده‌ای از تعاریف مختلف گردشگری اسب

تعریف گردشگری اسب	محقق
گردشگری اسب سواری که نیازمند سطح مشخصی از آمادگی جسمانی و آموزش حرفه‌ای از سوی گردشگران است. گردشگری اسب شامل مسیرهای اسب هدایت‌شده، تورها و مسیرهای پیاده‌روی، مزرعه‌نشینی در مکان ثابت، مزرعه‌داری مهمان و کاری، کلینیک‌ها و کمپ‌های سوارکاری و کالسکه اسب‌کشی می‌شود.	(Ollenburg, 2005)
شکلی از گردشگری فعال در مناطق روستایی متشکل از مراکز تفریحی اسب سواری یا در یک میدان، از جمله سواره، در کالسکه یا پشت اسب.	(Kozak, 2013)
فعالیت‌های گردشگری مرتبط با اسب شامل گردشگری سواره و اسب به عنوان یک جاذبه.	(Picket Chevalier, 2015)
گردشگری اسب سواری که نیازمند سطح مشخصی از آمادگی جسمانی و آموزش حرفه‌ای از سوی گردشگران است.	Buczek et al, (2017)
فعالیت سوارکاری که در خارج از خانه و هنگام اقامت در محل اقامت تعطیلات انجام می‌شود. نوع گردشگری که انگیزه اصلی آن است اسب است.	(Pelis, 2016)
استفاده از اسب‌ها برای درس‌های اسب سواری، فرصت‌های تریل سواری، تسهیلات شبانه روزی و خدمات تولید مثل و ممکن است کسب و کارهای با ارزش افزوده سودآور را فراهم کند.	(Shani, 2012)
گردشگری سوارکاری شامل اسب‌پیمایی‌های با راهنما، گردشگری و پیاده‌روی، اقامت در مزرعه‌های ثابت، مزرعه‌های جستجو و کار، کلینیک‌ها و کمپ‌های سوارکاری، مسابقات، کنفرانس‌های مرتبط با اسب و نشست‌ها و کالسکه‌های اسب‌کشی می‌شود.	(Kline, 2017)

منبع: تلخیص نگارندگان

با توجه به تنوع فعالیت‌های مرتبط با اسب و پیچیدگی صنعت اسب که پایه و اساس گردشگری اسب را تشکیل می‌دهد، برای توسعه گردشگری اسب باید یک رویکرد مفهومی کل نگر که مستلزم تصدیق حداقل سه دیدگاه مختلف شامل دیدگاه گردشگرانی که با اسب سواری و سایر فعالیت‌های مرتبط با اسب سروکار دارند، شرکت‌ها و سازمان‌های مرتبط با توسعه گردشگری اسب که تجربیات، محصولات و خدمات را به گردشگران ارائه می‌دهند و مقاصدی که به دنبال توسعه و ترویج محصولات مرتبط با اسب

هستند، ایجاد شود. در واقع توسعه گردشگری اسب مستلزم شکل‌گیری ارتباط و تعامل سازنده بین سه گروه مطابق با شکل (۱) می‌باشد.



شکل ۱: تعامل و ارتباط بین سه گروه مختلف برای توسعه گردشگری اسب

منبع: (Tomljenović et al, 2018)

به طور خلاصه جهت راه‌اندازی گردشگری و سنت پرورش اسب، عواملی نوع و کیفیت اسب‌ها (آرامش) و وجود کادر حرفه‌ای ماهر در اسب سواری و آشنا به اسب‌ها و سوارکاران یا مربیان معروف نیز حائز اهمیت است. همچنین کیفیت ارائه خدمات و ایمنی و امنیت در فضاهای گردشگری اسب بسیار ارزشمند است (Sigurðardóttir & Helgadóttir, 2015). همچنین عواملی مانند قابلیت اطمینان مسیرهای پیاده‌روی برای اسب‌ها، کیفیت محل اقامت اسب‌ها در طول مسیر، موقعیت و قیمت آن، مکان‌هایی برای غذا خوردن، استاندارد بودن مسیرها که باید دارای محل مناسبی برای سواران و اسب‌ها در هر ۲۵ تا ۴۰ کیلومتر باشند، و داشتن با نقشه‌ها و راهنماهای ارائه شده و محل اقامت مناسب از زمینه‌های مورد نیاز برای توسعه این نوع گردشگری است (Pickel-Chevalier, 2015).

از جمله تحقیقات و مطالعاتی که در زمینه گردشگری ورزشی و گردشگری اسب انجام شده است به شرح زیر است: پاوچیچ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به شکل گسترده به عوامل عمومی مؤثر در انگیزش و وفاداری گردشگران اسب سواری پرداختند. نتایج نشان داد که 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. ونجای^۱ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود به اندازه‌گیری انگیزه گردشگران ورزشی و پیامدهای آن برای توزیع گردشگری ورزشی پرداختند. نتایج این پژوهش از معیارهای پیشنهادی انگیزه‌های مرتبط با مشارکت گردشگری ورزشی در رابطه با روایی سازه، همگرا و تمایز حمایت کرد. مجموعه‌ای از دانش در مورد انگیزه‌ها بینش‌هایی را برای سیاست‌گذارانی فراهم می‌کند که به دنبال حمایت از صنایع توزیعی برای گردشگری ورزشی و در نهایت ارتقای اقتصاد در هر دو سطح منطقه‌ای و ملی هستند. توملینوویچ^۲ و همکاران (۲۰۱۸) طی مقاله‌ای به بررسی گردشگری اسب سواری پرداخته‌اند. این مقاله مروری گامی به سوی ترکیب تحقیقات موجود در زمینه عرضه و تقاضای گردشگری اسب سواری

^۱ . Won-Jae

^۲ . Tomljenović

است که بر اساس آن دستورالعمل هایی برای تعریف مدل کل نگر برای توسعه گردشگری سوارکاری ارائه می کند. استدلال می شود که چنین مدلی باید دیدگاه های دینفعان کلیدی و متمایز کردن محصولات را بر اساس گونه شناسی اولیه تجربیات ارائه شده توسط گردشگری سوارکاری در نظر بگیرد. هامر^۳ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان نقش اسب داری در تغییر مناظر پیرامون شهری: مطالعه موردی از کلانشهر استکهلم نشان دادند که گردشگری اسبدوانی یک فرصت مهمی برای صلاحیت و تمایز گردشگری ملی و هم چنین تحریک اقتصاد کشورها است.

غفاری و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیق خود به توسعه مدل سنجش عوامل کشش و رانش در گردشگری اسب سواری (مورد مطالعه: شهرستان گنبد کاووس) پرداختند. نتایج نشان داد که ذی نفعان و مسئولان گردشگری استان گلستان با افزایش و بهبود زیرساخت های بهداشتی و اقامتی، طراحی رویدادهای جذاب و افزایش تبلیغات آگاهی بخش و ایجاد زیرساخت های حمل و نقل مناسب تر استقبال عمومی نسبت به بخش گردشگری اسب سواری در استان گلستان را بهبود بخشند. چوری و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیق خود به بررسی و طراحی مدلی مناسب در ورزش سوارکاری ایران پرداختند. نتایج نشان داد که پیشران های مدیریتی و پیشران های اقتصادی مهمترین مولفه های اصلی تبیین کننده الگوی مسیر در ورزش سوارکاری بودند. قلعه نوعی و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله خود به امکان سنجی توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان (مورد مطالعه کورس اسب دوانی) پرداختند. نتایج نشان داد که بین توانمندی استان گلستان بدلیل تلفیقی از جاذبه های گردشگری و برگزاری رویداد اسب دوانی در جذب توریست و توسعه گردشگری ارتباط معنی داری وجود دارد.

یانپی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود به بررسی اثرات مسابقات اسب سواری بر توسعه گردشگری مطالعه موردی: استان گلستان پرداختند. نتایج نشان داد که میانگین رتبه ای برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری ورزش اسب دوانی، امکانات تفریحی و ورزشی برای حفظ گردشگران، فرصت های شغلی مختلف، زنده نگه داشتن سنت های دیرینه و ملی، همکاری بین دینفعان داخلی و خارجی گردشگری و محافظت از منابع طبیعی، در جذب گردشگران و توسعه اسب دوانی تاثیر به سزایی دارد. به صورت خلاصه آنچه از بررسی پیشنهادی پژوهش در این زمینه قابل درک است، آن است که علی رغم مطالعاتی که در زمینه گردشگری و گردشگری ورزشی و سوارکاری انجام شده است، مطالعه ای در خصوص شناسایی و اولویت بندی شاخص های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان به شکلی که در این پژوهش آمده است، صورت نگرفته است. لذا مطالعه پیش رو به منظور پر کردن این خلأ پژوهشی انجام گرفته است. در واقع پژوهش حاضر، به شناسایی و اولویت بندی شاخص های توسعه گردشگری اسب که گردشگران را به شرکت در رویدادهای اسب سواری جذب می کند، می پردازد؛ موضوعی که به ویژه در ایران به ندرت مورد توجه قرار گرفته است و اگرچه در حوزه گردشگری مورد مطالعه قرار گرفته اما به صورت تخصصی حوزه گردشگری اسب سواری مغفول مانده است. مهمترین دستاورد این پژوهش ارائه تصویری دقیق از عوامل و شاخص های مؤثر در توسعه گردشگری اسب و جذب گردشگر اسب سواری به استان خوزستان است که می تواند در طراحی راهبردهایی برای بهبود این بخش در سطح نهادهای خصوصی و دولتی مورد استفاده قرار گیرد.

³ . Hammer



مواد و روش

در این تحقیق انتخاب شاخص های توسعه گردشگری اسب به روش کیفی - کمی انجام شده است. در بخش کیفی تحقیق، با استفاده از روش تحلیل مضمون و طی مصاحبه با خبرگان معیارهای اصلی مؤثر بر ارزیابی و انتخاب های شاخص های توسعه گردشگری اسب شناسایی شده است. تحلیل مضمون روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای موجود درون داده ها است. این روش در حداقل خود داده ها را سازماندهی و در قالب جزئیات بیان می کند. در این روش از طریق مصاحبه با خبرگان، داده های اولیه جمع آوری شده و سپس کدگذاری می گردند. با بررسی مجدد کدها تلاش میشود تا کدها به اندازه کافی مجزا، غیرتکراری و کلان باشند تا مجموعه ایده های مطرح شده در بخش های مختلف متون را در برگیرند و مضمون های تفسیری ایجاد گردند. سپس برا ترکیب مضمون های تفسیری، مضمون های فراگیر شکل می گیرند (فرهادی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۶) برای بررسی روایی روش از اعتباریابی توسط اعضا حین مصاحبه و بازبینی توسط همکاران استفاده شده است. بررسی پایایی نیز با روش درصد توافق بین دو کدگذار انجام گردید. پس از تنظیم و سازماندهی داده ها، تحلیل و بیرون کشیدن معنا از داده به روش کدگذاری انجام شده است. برای کدگذاری مصاحبه ها، ابتدا فایل های صوتی بررسی شده سپس با روش تحلیل مضمون به شناسایی کدها به صورت باز و بدون محدودیت پرداخته شده است. بعد از شناسایی معیارهای مؤثر و مهم بر انتخاب شاخص های توسعه گردشگری اسب، در بخش کمی تحقیق وزن معیارها محاسبه شده است و سپس به رتبه بندی شاخص های توسعه گردشگری اسب پرداخته شده است. بدین منظور برای اولویت بندی و تعیین وزن معیارها از روش تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است. پس از تعیین وزن معیارها به منظور رتبه بندی شاخص های توسعه گردشگری اسب از روش مارکوس استفاده شده است. روش مارکوس بر مبنای تعریف رابطه ی بین گزینه ها و مقادیر مرجع (گزینه ایده آل و غیرایده آل) است. این روش توسط استویچ و همکاران در سال ۲۰۱۹ معرفی شده است و براساس روابط تعریف شده تابع بهره مربوط به هر گزینه محاسبه شده و رتبه بندی سازشی بر اساس رابطه هر گزینه با گزینه ایده آل و غیرایده آل انجام می شود. اولویت های تصمیم گیری براساس تابع بهره تعریف می شوند. تابع بهره، نشان دهنده موقعیت هر گزینه در مقایسه با گزینه ایده آل و غیرایده آل است (تاجمیری رستمی و فرهادی، ۱۴۰۰: ۱۷۷). در شکل ۲، الگوریتم روش مارکوس نشان داده شده است.



شکل ۲. الگوریتم روش مارکوس

شاخص های پژوهش

در این تحقیق بر اساس مبانی نظری پژوهش تعداد ۵ بعد و ۵۴ شاخص شناسایی شدند که به صورت پرسشنامه دلفی تهیه شده و بر مبنای مقیاس ۷ گزینه ای لیکرت در اختیار متخصصان (اعضای پانل) قرار داده شد. (جدول ۱). با توجه به نبود چارچوب نظری و شناخت ناکافی از تعداد و ویژگی های جامعه آماری و با در نظر گرفتن ماهیت و هدف پژوهش و روش نمونه گیری که به طور عمده بر رویکرد کیفی اکتشافی و کارشناس محور مبتنی است برای شناسایی شاخص ها و متغیرهای اثرگذار در توسعه گردشگری اسب در مرحله اکتشافی از روش نمونه گیری در دسترس اعضای شناخته شده و در دسترس فرایند مصاحبه و نظر سنجی شروع شد و سپس با استفاده از روش گلوله برفی معرفی اعضا توسط یکدیگر تا جایی ادامه یافت که ظاهراً اشباع نظری حاصل شد و به غیر از نظرهای تکراری یافته اکتشافی جدید دیگری افزوده نمیشد تا این مرحله تعداد کارشناسان به ۳۰ نفر رسید.



جدول ۳. شاخص های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان

شاخص	زیر شاخص
مدیریتی	استفاده از برنامه ریزی استراتژیک برای توسعه گردشگری در ورزش اسب دوانی، وجود نیروی انسانی متخصص در بخش توسعه گردشگری ورزش اسب دوانی، همکاری و هماهنگی بین ارگان های مختلف در گردشگری ورزشی و هیئت های اسب دوانی، توجه مدیران بر جاذبه های استانی برای جذب گردشگران اسب، یکپارچی و سازگاری کاربری ها در مکان به منظور جذب گردشگران ورزشی به خصوص گردشگران اسب، سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی در زمینه گردشگری اسب، حمایت مالی دولت از طریق جذب حامیان مالی و توجه به داد و ستد به منظور بهتر شدن وضعیت گردشگری ورزشی به خصوص در زمینه اسب، وجود کارشناسان آگاه و مطلع در جاذبه های گردشگری جهت ارائه اطلاعات صحیح به گردشگران، همکاری بین ذینفعان داخلی و خارجی گردشگری اسب در استان خوزستان، افزایش تعاملات سیاسی در گردشگری از طریق جوامع مختلف، اتخاذ سیاست های لازم جهت جذب و حفظ کارآفرینان در صنعت گردشگری اسب، تدوین برنامه های درازمدت در زمینه توسعه ورزش اسب سواری، ایجاد هیئت های ورزشی و فعال سازی انجمن های تخصصی ورزش اسب سواری، توسعه تصویر و برند گردشگری اسب در استان خوزستان، کنترل و نظارت دولت بر فعالیت های گردشگری اسب
زیرساختی	وجود امکانات تفریحی و ورزشی لازم برای حفظ گردشگران در استان خوزستان، وجود تأسیسات اقامتی برای اقامت گردشگران در کنار مجموعه اسب دوانی، ارائه تأسیسات و خدمات رفاهی به گردشگران در مجموعه اسب دوانی در استان خوزستان، بهبود در سیستم حمل و نقل (هوایی، ریلی و زمینی) در استان خوزستان، دانش و فناوری لازم از لحاظ علمی در حوزه گردشگری اسب در استان خوزستان، وجود زیر ساخت های لازم به منظور گرایش جوانان به حرفه چابک سواری، جذب گردشگر از طریق برگزاری مسابقات سوارکاری، به روز بودن تکنولوژی در برگزاری مسابقات اسب دوانی در استان خوزستان، راه اندازی باشگاه های ورزشی تخصصی در رشته اسب سواری، فاصله جاذبه ها به شبکه های ارتباطی سریع جهت جذب گردشگران اسب
اقتصادی	ایجاد فرصت های شغلی، ایجاد درآمدزایی بیشتر از طریق احداث هتل، رستوران و مکان های تفریحی، جذب سرمایه های خارجی در استان خوزستان، افزایش رفاه اقتصادی از طریق تبلیغات مناسب، اتخاذ سیاست ها و انجام فعالیت های بازاریابی مناسب در زمینه گردشگری اسب، ارزان بودن امکانات و تجهیزات و تدارک تورهای ارزان قیمت ورزش اسب سواری، ارائه تسهیلات و اتخاذ سیاست های تشویقی دولت در جذب سرمایه گذاران و کارآفرینان در زمینه گردشگری اسب
زیست محیطی	محافظت از منابع طبیعی (جنگل، کوه، دریا)، بهسازی و بازسازی محیط زیست، بهبود در مدیریت محیط زیست، کاهش زباله در محیط طبیعی ارتقا سطح بهداشت، توجه به زیبا سازی محیطی مناطق گردشگری اسب، کاربرد منابع انرژی طبیعی و تجدید پذیر در سایت های گردشگری اسب، آسایش اقلیمی برای مسابقات اسب دوانی و تماشای اسب
فرهنگی اجتماعی	حفظ و زنده نگهداشتن سنت های دیرینه و ملی، حفظ و درک فرهنگ های بومی، انتقال ارزش های فرهنگی، غنی سازی تجارب های فرهنگی در بین افراد جامعه، ارتقا و بهبود سطح تسهیلات فراغتی، وجود مراکز خدمات درمانی و بهداشتی در اماکن گردشگری و ارائه خدمات بیمه و امداد پزشکی به گردشگران، ایجاد اعتماد به نفس در بین میزبان و گردشگر، افزایش رفاه زندگی مردم، وجود مکان های تاریخی، ورزشی، فرهنگی و اجتماعی برای تقویت گردشگری و ورزش اسب دوانی، وجود ایمنی و امنیت، برگزاری مسابقات و جشنواره های ورزشی داخلی و خارجی ورزش اسب دوانی، اتخاذ برنامه های تبلیغاتی و ترویجی در زمینه فعالیت های ورزشی اسب دوانی، شناخت انگیزه و نیازهای انگیزشی شرکت کنندگان و مشتریان گردشگری اسب، بهره جستن از توان افراد محلی در ارائه خدمات مختلف در حوزه گردشگری اسب، ارتقای ظرفیت فرهنگی پذیرش گردشگر در حوزه ورزش اسب

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۲

محدوده و قلمرو پژوهش

استان خوزستان با مساحت ۶۳۶۳۳،۶ کیلومتر مربع بین ۲۹ درجه و ۵۷ دقیقه تا ۳۳ درجه و ۵۷ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۷ درجه و ۴۰ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۳۳ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ در جنوب غربی ایران قرار دارد و از شمال با استان لرستان از شمال شرقی و مشرق با استانهای چهار محال و بختیاری و کهگیلویه و بویراحمد از جنوب شرقی با

استان بوشهر از جنوب با خلیج فارس و از مغرب با کشور عراق هم مرز است. براساس سرشماری سال ۱۳۹۵ مشتمل بر ۲۹ شهرستان و ۸۸ شهر با جمعیت ۴,۷۱۰,۵۰۹ نفر می باشد (سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۵) شکل (۳) موقعیت استان را در کشور نشان می دهد.



شکل ۳. موقعیت جغرافیایی استان خوزستان

بحث

جهت سنجش میانگین عامل ها و مقایسه آن با مقداری استاندارد یا مفروض از آزمون t تک نمونه ای (جدول ۲) استفاده شد. دامنه نمرات پرسشنامه از نوع طیف لیکرت ۵ گزینه ای و از ۱ تا ۵ بود و در نتیجه میانگین نمونه با مقدار ۳ که مقداری متوسط است مقایسه شد. متغیرهایی که میانگین آن ها به طور معنی داری بالاتر از متوسط (۳) باشد عامل مؤثری هستند. لازم به ذکر است که نرمال بودن شکل توزیع داده ها که پیش فرض آزمون پارامتریک تی تک نمونه ای است با آماره های کجی و کشیدگی بررسی شد و چون مقادیر کجی و کشیدگی تمامی متغیرها در دامنه -۱ تا +۱ بدست آمد، پیش فرض نرمال بودن تایید شد.

جدول ۲. میانگین شاخص های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان (معیار = ۳)

شاخص	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد
شاخص مدیریتی	۳۰	۷۰.۱۷	۳.۴۳	۰.۶۳
شاخص زیرساختی	۳۰	۲۰.۲۷	۴.۲۳	۰.۷۷
شاخص اقتصادی	۳۰	۲۸.۶۷	۲.۰۴	۰.۳۷
شاخص زیست محیطی	۳۰	۲۸.۰۳	۲.۶۱	۰.۴۸
شاخص اجتماعی-فرهنگی	۳۰	۲۲.۳۷	۳.۵۰	۰.۶۴

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۲



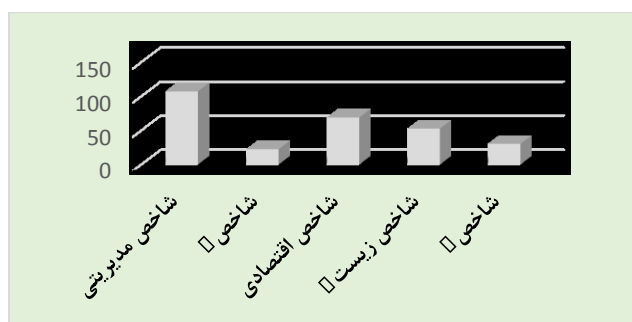
براساس میانگین‌های بدست آمده می‌توان نتیجه گرفت که رتبه‌بندی شاخص‌ها از نظر میزان تأثیر بر توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان بدین صورت بود که شاخص مدیریتی رتبه اول، شاخص اقتصادی رتبه دوم، شاخص شاخص زیست محیطی رتبه سوم، شاخص اجتماعی - فرهنگی رتبه چهارم و در نهایت شاخص زیرساختی رتبه آخر را داشتند (جدول ۳).

جدول ۳. آزمون تی‌تک نمونه‌ای به منظور بررسی شاخص‌های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان (معیار = ۳)

میزان تأثیر	سطح معنی داری	اطمینان با سطح ۹۵٪		df	اختلاف از میانگین	مقدار t	شاخص‌ها
		بیشترین	کمترین				
زیاد	۰/۰۰۰	۶۸/۴۴۹	۶۵/۸۸۴	۲۹	۶۷/۱۶۷	۱۰۷/۱۰۱	شاخص مدیریتی
کم	۰/۰۰۰	۱۸۸/۴۵	۱۵/۶۸۸	۲۹	۱۷/۲۶۷	۲۲/۳۸	شاخص زیرساختی
متوسط	۰/۰۰۰	۲۶/۴۲۸	۲۴/۹۰۵	۲۹	۲۵/۶۶۷	۶۸/۹۱۸	شاخص اقتصادی
متوسط	۰/۰۰۰	۲۶/۰۰۷	۲۴/۰۶۰	۲۹	۲۵/۰۳۳	۵۲/۶۱۲	شاخص زیست محیطی
متوسط	۰/۰۰۰	۲۰/۶۷۳	۱۸/۰۶۰	۲۹	۱۹/۳۶۷	۳۰/۳۱۹	شاخص اجتماعی - فرهنگی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای نشان داد که تمامی شاخص‌ها دارای سطح معناداری می‌باشد همچنین با توجه به مقدار t از بین شاخص‌های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان، شاخص مدیریتی (با امتیاز ۱۰۷/۱۰۱) بیشترین تأثیر و شاخص زیرساختی (با امتیاز ۲۲/۳۸) کمترین تأثیر بر شاخص‌های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان داشته‌اند. (شکل ۴)



شکل ۴. وضعیت شاخص‌های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان

اولین گام در این روش تشکیل ماتریس تصمیم است در ماتریس تصمیم این روش ۵ بعد پژوهش در ستون و ۵ گزینه در سطر قرار می‌گیرد و هر سلول ارزیابی هر گزینه نسبت به هر معیار است این ماتریس تصمیم توسط ۳۰ خبره بر اساس طیف ۱ تا ۵ تکمیل می‌شود سپس پاسخ‌ها با روش میانگین حسابی ادغام می‌شوند که در جدول (۴) آورده شده است.

جدول ۴. ماتریس تصمیم‌گیری

	A	B	C	D	F
شاخص مدیریتی	۵.۰۰	۱.۰۰	۴.۵۰	۲.۵۰	۲.۰۰
شاخص زیرساختی	۵.۰۰	۱.۵۰	۵.۰۰	۳.۰۰	۲.۰۰
شاخص اقتصادی	۵.۰۰	۱.۰۰	۴.۰۰	۳.۰۰	۲.۵۰
شاخص زیست محیطی	۴.۵۰	۱.۰۰	۴.۰۰	۴.۰۰	۲.۵۰
شاخص اجتماعی- فرهنگی	۵.۰۰	۱.۵۰	۴.۰۰	۳.۰۰	۲.۵۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

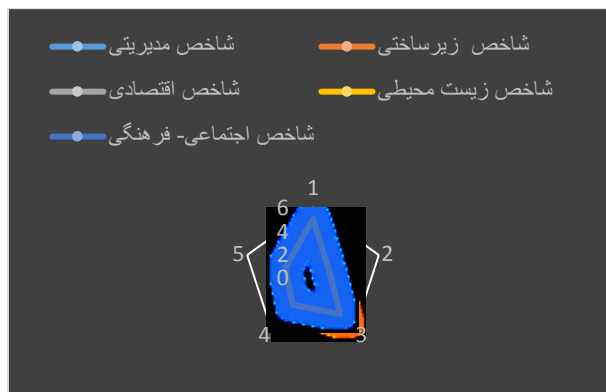
تعیین ایده‌آل و ضد ایده‌آل

در این گام با استفاده از روابط ۷-۳ و ۸-۳ مقادیر ایده‌آل (AI) و ضد ایده‌آل (AAI) تعیین می‌شود مقدار ایده‌آل برابر با بیشترین مقدار هر ستون معیار و ضد ایده‌آل برابر با کمترین مقدار هر ستون معیار در ماتریس تصمیم است که در جدول (۵) آورده شده است.

جدول ۵. مقادیر ایده‌آل (AI) و ضد ایده‌آل (AAI)

	A	B	C	D	F
AAI	۴.۵۰	۱.۰۰	۴.۰۰	۲.۵۰	۲.۰۰
شاخص مدیریتی	۵.۰۰	۱.۰۰	۴.۵۰	۲.۵۰	۲.۰۰
شاخص زیرساختی	۵.۰۰	۱.۵۰	۵.۰۰	۳.۰۰	۲.۰۰
شاخص اقتصادی	۵.۰۰	۱.۰۰	۴.۰۰	۳.۰۰	۲.۵۰
شاخص زیست محیطی	۴.۵۰	۱.۰۰	۴.۰۰	۴.۰۰	۲.۵۰
شاخص اجتماعی- فرهنگی	۵.۰۰	۱.۵۰	۴.۰۰	۳.۰۰	۲.۵۰
AI	۵.۰۰	۱.۵۰	۵.۰۰	۴.۰۰	۲.۵۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲



شکل ۵. وضعیت مقادیر ایده آل و ضد ایده آل شاخص های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان

با توجه به شکل (۵) از نظر کارشناسان وضعیت ایده آل امتیاز بالاتری نسبت به وضعیت ضد ایده آل دارد که نشان دهنده اهمیت این شاخص ها در توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان می باشد.

نرمال سازی ماتریس تصمیم

در این بخش ماتریس تصمیم (جدول ۶) با استفاده از روابط ۱۱-۳ و ۱۲-۳ نرمال می کنیم به بیان دیگر برای نرمال سازی هر درایه ماتریس تصمیم را بر بیشترین مقدار هر ستونش (مقدار AI) تقسیم می کنیم به عنوان مثال برای سلول a_{11} (تقاطع گزینه SC1 و معیار A1) به صورت زیر محاسبه می شود:

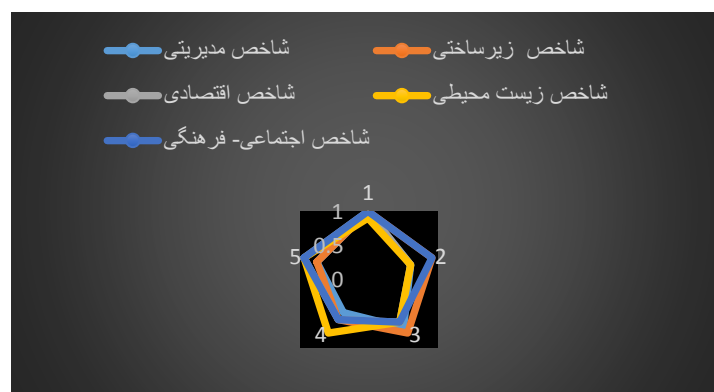
$$a_1^{normal} = \frac{0.9}{1.000} = 0.9$$

به طریق مشابه برای دیگر سلول ها انجام می شود که نتایج در جدول (۶) آورده شده است.

جدول ۶. ماتریس نرمال

نرمال کردن	A	B	C	D	F
AAI	۰.۹۰۰	۰.۶۶۷	۰.۸۰۰	۰.۶۲۵	۰.۸۰۰
شاخص مدیریتی	۱.۰۰۰	۰.۶۶۷	۰.۹۰۰	۰.۶۲۵	۰.۸۰۰
شاخص زیرساختی	۱.۰۰۰	۱.۰۰۰	۱.۰۰۰	۰.۷۵۰	۰.۸۰۰
شاخص اقتصادی	۱.۰۰۰	۰.۶۶۷	۰.۸۰۰	۰.۷۵۰	۱.۰۰۰
شاخص زیست محیطی	۰.۹۰۰	۰.۶۶۷	۰.۸۰۰	۱.۰۰۰	۱.۰۰۰
شاخص اجتماعی- فرهنگی	۱.۰۰۰	۱.۰۰۰	۰.۸۰۰	۰.۷۵۰	۱.۰۰۰
AI	۱	۱	۱	۱	۱

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۲



شکل ۶. نمودار وضعیت نرمال شاخص های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان

با توجه به جدول (۷) و شکل (۶) می توان گفت تمامی شاخص ها از لحاظ نرمال بودن در وضعیت نرمالی قرار دارند.

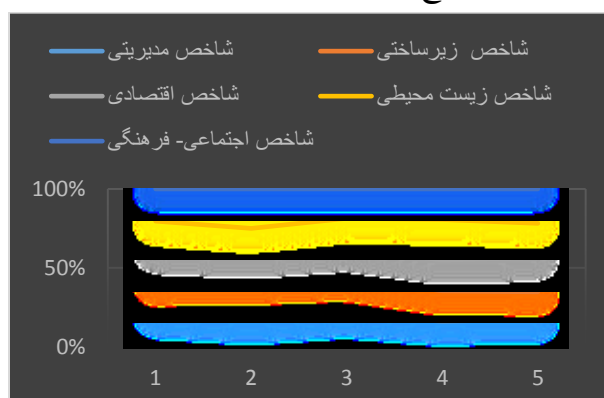
وزن دار کردن ماتریس نرمال

در این بخش وزن هر شاخص که از روش سوارا محاسبه شده است را در ماتریس نرمال ضرب می کنیم نتایج در جدول (۷) آورده شده است.

جدول ۷. ماتریس وزن دار

وزن دار کردن	A	B	C	D	F
AAI	۰.۵۸۵	۰.۰۱۶۷	۰.۱۴۸	۰.۰۵۹۴	۰.۰۳۶
شاخص مدیریتی	۰.۶۵	۰.۰۱۶۷	۰.۱۶۶۵	۰.۰۵۹۴	۰.۰۳۶
شاخص زیرساختی	۰.۶۵۰	۰.۰۲۵۰	۰.۱۸۵	۰.۰۷۱۳	۰.۰۳۶
شاخص اقتصادی	۰.۶۵	۰.۰۱۶۷	۰.۱۴۸	۰.۰۷۱۳	۰.۰۴۵
شاخص زیست محیطی	۰.۵۸۵	۰.۰۱۶۷	۰.۱۴۸	۰.۰۹۵۰	۰.۰۴۵
شاخص اجتماعی- فرهنگی	۰.۶۵	۰.۰۲۵۰	۰.۱۴۸	۰.۰۷۱۳	۰.۰۴۵
AI	۰.۶۵	۰.۰۲۵۰	۰.۱۸۵	۰.۰۹۵۰	۰.۰۴۵

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۲



شکل ۷. نمودار وضعیت وزن شاخص های شاخص های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان



محاسبه درجه مطلوبیت گزینه‌ها

در این بخش بر اساس روابط ۱۲-۳ و ۱۳-۳ درجه مطلوبیت مثبت (K^+) و منفی (K^-) گزینه‌ها محاسبه می‌شود بر این اساس ابتدا جمع اعداد سطر AAI و AI در ماتریس وزن دار محاسبه می‌کنیم و به ترتیب S_{aa} و S_a نامیده می‌شود سپس درجه مطلوبیت مثبت هر گزینه (S_i) برابر با جمع هر سطر آن گزینه تقسیم بر مقدار S_a و درجه مطلوبیت منفی هر گزینه برابر با جمع هر سطر آن گزینه تقسیم بر مقدار S_{aa} . نتایج به صورت خلاصه در جدول (۸) نیز آورده شده است.

جدول ۸. درجه مطلوبیت گزینه‌ها

	Si	-K	+K
AAI	۰.۸۴۵		
شاخص مدیریتی	۰.۹۶۷	۱.۱۴۵	۰.۹۶۷
شاخص زیرساختی	۰.۸۹۰	۱.۰۵۳	۰.۸۹۰
شاخص اقتصادی	۰.۹۳۹	۱.۱۱۱	۰.۹۳۹
شاخص زیست محیطی	۰.۹۳۱	۱.۱۰۲	۰.۹۳۱
شاخص اجتماعی- فرهنگی	۰.۹۲۹	۱.۰۹۹	۰.۹۲۹
AI	۱		

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

تعیین عملکرد مطلوب گزینه‌ها

در این بخش با استفاده از رابطه ۱۱-۳ عملکرد مطلوب هر گزینه محاسبه می‌شود اما قبل از آن باید با استفاده از روابط ۱۳-۳ و ۱۴-۳ عملکرد مطلوب مثبت و منفی هر گزینه بدست آید که در ادامه نتایج حاصل به صورت خلاصه در جدول (۹) آورده شده است.

جدول ۹. درجه عملکرد مطلوب گزینه‌ها

رتبه	F(k)	F(k+)	F(k-)	معیارها
۱	۰.۶۹۷	۰.۵۴۲	۰.۴۵۸	شاخص مدیریتی
۵	۰.۶۴۱	۰.۵۴۲	۰.۴۵۸	شاخص زیرساختی
۲	۰.۶۷۷	۰.۵۴۲	۰.۴۵۸	شاخص اقتصادی
۳	۰.۶۷۱	۰.۵۴۲	۰.۴۵۸	شاخص زیست محیطی
۴	۰.۶۶۹	۰.۵۴۲	۰.۴۵۸	شاخص اجتماعی- فرهنگی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

با توجه به جدول (۹) می‌توان گفت از بین شاخص‌های تأثیرگذار بر شاخص‌های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان، شاخص مدیریتی، اقتصادی و زیست محیطی رتبه اول تا سوم را به خود اختصاص دادند که بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری

اسب در استان خوزستان داشته‌اند و شاخص زیرساختی در پایین‌ترین سطح قرار گرفته است که این شاخص از نظر کارشناسان اهمیت بسیار کمی را به خود اختصاص داده‌است و نیازمند توجه زیادی می‌باشد.

یافته‌های این پژوهش همسو با یافته‌های چوری و همکاران (۱۴۰۱) است که بر اساس آن پیشران‌های مدیریتی و پیشران‌های اقتصادی مهم‌ترین مولفه‌های اصلی تبیین‌کننده الگوی مسیر در ورزش سوارکاری بودند. همچنین یافته‌های این پژوهش منطبق با یافته‌های مولادوست و یانپی (۱۳۹۹) است که نشان داد عامل مدیریتی در خصوص وضعیت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی پولوتوریسم، میزان آگاهی و توجه فدراسیون چوگان و هیات‌های ورزشی آن با حوزه گردشگری چوگان به عنوان یکی از عوامل مهم در بین سایر عوامل قرار دارد. علاوه بر این یافته‌های مولادوست و همکاران (۱۳۹۶) و غفاری و همکاران (۱۴۰۲) همسو با یافته‌های این پژوهش است که بیان می‌کنند عواملی مانند افزایش و بهبود زیرساخت‌های بهداشتی و اقامتی، طراحی رویدادهای جذاب و افزایش تبلیغات آگاهی‌بخش و ایجاد زیرساخت‌های حمل و نقل مناسب‌تر استقبال عمومی نسبت به بخش گردشگری اسب‌سواری را بهبود می‌بخشند.

نتایج

گردشگری اسب به عنوان نوعی از گردشگری در حدود دو دهه اخیر رشد چشمگیری را به ثبت رسانده است. این رشد تا حدی به دلیل افزایش محبوبیت ورزش سوارکاری در جهان توسعه یافته و تا حدودی به دلیل نیاز به تنوع پایه درآمد صنعت اسب است. هدف توسعه گردشگری ورزش اسب‌دوانی شناخت هرچه بیشتر بازدیدکنندگان از این رشته و رشد مشتاقان به این رشته است. به طوری که رشته ورزشی اسب سواری و توسعه گردشگری اسب جایگاه و اهمیت ویژه‌ای در کشورهای توسعه یافته دارد و این کشورها با ارائه برنامه‌ها و مراسم هیجان‌انگیز متعدد و ارائه بسته‌های توریستی برای گردشگران دوستدار این ورزش در این زمینه تلاش‌های زیادی دارند. مهم‌ترین اهداف برای جذب گردشگران ورزشی، مدیریت قوی، سطح مسابقات، خدمات رفاهی، رضایت بازدیدکنندگان در حوزه گردشگری است. برنامه‌ریزی گردشگری می‌تواند موجب تنوع اقتصادی و رونق فعالیت‌های اقتصادی به صورت سازمان‌یافته در حوزه گردشگری شده و زمینه توسعه گردشگران برای ورزش اسب‌دوانی را فراهم آورد. کاهش و رفع محدودیت‌ها بر میزان انگیزه و رضایت‌مندی گردشگران از ورزش اسب دوانی حاصل می‌شود. در این پژوهش به شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان پرداخته شد. که با استفاده از روش چندمعیاره مارکوس امتیاز نهایی شاخص‌های تأثیرگذار بر توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان محاسبه شده است و این مقدار برای شاخص مدیریتی (۰/۶۹۷)، شاخص اقتصادی (۰/۶۷۷)، شاخص زیست محیطی (۰/۶۷۱)، شاخص اجتماعی- فرهنگی (۰/۶۶۹) و شاخص زیرساختی (۰/۶۴۱) به دست آمده است. نتایج امتیاز نهایی روش مارکوس نشان می‌دهد که بیشترین امتیاز به شاخص مدیریتی و کمترین امتیاز به شاخص زیرساختی تعلق داشته است. در نظرسنجی و مصاحبه با تمامی خبرگان در زمینه اسب و سوارکاری به این مسئله اذعان داشتند که عامل مدیریتی و برنامه‌ریزی‌های مدیران، نقش بسیار مهمی در توسعه گردشگری و جذب گردشگر در زمینه اسب سواری دارد. لذا برنامه‌ریزی راهبردی سیاست‌گذاران کلان کشور و همچنین سازمان‌های استان خوزستان از جمله سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و تعامل برخی سازمان‌ها مثل سازمان ورزش، جهاد کشاورزی، سازمان محیط زیست، شهرداری‌ها و دیگر سازمان‌های دخیل در این زمینه می‌تواند به احیاء صنعت اسب سواری بپردازند که این امر

می‌تواند گامی مؤثر در جهت کسب درآمد و رشد تولید ناخالص داخلی و منفعت اقتصادی نیز باشد. علاوه بر این سازمان‌های مسئول می‌توانند با کاهش یا از بین بردن موازی کاری سازمان‌های متولی در صنعت اسب و رشته‌های سوارکاری و کاهش کم کاری و اهمیت ندادن نسبت به وظایف اصلی خود، از محدودیت‌های توسعه گردشگری بکاهند. هم‌چنین حمایت مدیران، نهادهای دولتی و سازمان‌های ذی‌نفوذ در امر پرورش اسب، از صاحبان و مسئولان باشگاه‌های حرفه‌ای و کمک به حل مشکلات مالی آنان می‌تواند در توسعه گردشگری اسب مؤثر باشد. بر این اساس می‌توان گفت که یکی از عوامل مهم که می‌تواند پیشران توسعه گردشگری اسب به خصوص در استان خوزستان باشد، نقش مدیران و سازمان‌های زیربُست در این زمینه است که بایستی نگرش خود را به سمت و سوی توسعه گردشگری اسب هدایت و تغییر دهند. هم‌چنین نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان، بدون تمهیدات و زیرساخت‌های لازم، پیامدهای منفی عدیده‌ای را در بخش‌های مختلف گردشگری در استان خوزستان، به همراه داشته است که در این میان استفاده از برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه گردشگری در ورزش اسب دوانی، توجه مدیران بر جاذبه‌های استانی برای جذب گردشگران اسب، یکپارچی و سازگاری کاربری‌ها در مکان، سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال از رهیافت‌های سازنده توسعه گردشگری اسب در استان خوزستان به شمار می‌آید که با هدف بهبود کیفیت فضاهای گردشگری و برآوردن نیازهای مختلف گردشگران صورت می‌پذیرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که استان خوزستان به دلیل پیشینه تاریخی از قدرت جذب بالای گردشگر به خصوص در زمینه گردشگری اسب برخوردار است. پیشنهادهای این پژوهش به شرح زیر می‌باشد:

- نهادهای دولتی با حمایت از باشگاه خصوصی به منظور جذب افراد مستعد در رشته سوارکاری (مربی، چابک‌سوار، دامپزشک، نعلبند، متخصص تغذیه ...)، می‌توانند به جذب بیشتر گردشگران و رضایت تماشاگران در ارائه خدمات اسب سواری از جمله بالابردن کیفیت محیط فیزیکی، کوششی دوچندان داشته باشند.
- مدیران و هیئت اسب‌دوانی استان خوزستان باید تمام تلاش خود را در زمینه جذب گردشگران داخلی و خارجی داشته باشند و زمینه مناسب برای هرچه بهتر برگزار شدن مسابقات اسب‌دوانی و گردشگری توسعه اسب را مهیا سازند.
- همکاری زیاد مسئولین هیئت اسب‌سواری با ارگان‌های مختلف از جمله آژانس‌های گردشگری، اداره ورزش و جوانان، اداره کشاورزی، نیروی انتظامی و ... باعث جذب و اثرگذاری در گردشگران شده تا تشویق شوند که دوباره برای تماشای مسابقات به این استان بیایند.
- 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 گردشگران برای دیدن مسابقات اسب‌دوانی کمک می‌کند.
- استفاده از تبلیغات از طریق رسانه‌های استانی به جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی کمک می‌کند.
- با توجه به اینکه این ورزش به‌عنوان یک ورزش سنتی در استان خوزستان به شمار می‌رود بنابراین حفظ فرهنگ‌های مختلف بومی که در استان خوزستان وجود دارد بر جذب هرچه بیشتر گردشگران می‌افزایند.



- حفظ و زنده نگهداشتن این ورزش بومی باعث ارتقای این ورزش دیرینه شده و به دلیل اینکه اسب دوانی تماشاگران فراوانی را به خود جذب میکند بنابراین راحت تر افراد استان با فرهنگ‌های مختلف آشنا شده و زمینه لازم برای توسعه و جذب گردشگران کمک میکند.
 - همکاری میراث فرهنگی استان خوزستان با هیئت اسب‌دوانی می‌تواند سرآغاز تحولی نو در توسعه گردشگری شود. مسئولیت پذیری در زمینه گردشگری و نهادینه شدن مسئولیت در زمینه حفاظ و مسائل از محیط زیست در سفر بی تفاوت نیست و تأثیر رفتار خود در محیط و رعایت هنجارها را در مکان‌های گردشگری احساس می‌شود.
 - لزوم بقای محیط زیست و ارتقای سطح زندگی انسان ایجاد می‌کند که به محیط زیست آگاه بوده و ارزش‌ها و دیدگاه‌های لازم را برای حفاظت و بهبود آن بپردازند.
- بنابراین تلاش در زمینه بازسازی و بهسازی محیط مجموعه‌های گردشگری اسب و حفظ محیط اطراف مسابقات اسب‌دوانی امری ضروری است. درمجموع با توجه به عوامل شناسایی شده در این مطالعه، به مسئولین گردشگری استان و هیئت برگزارکننده اسب‌دوانی پیشنهاد می‌شود که با مطالعه تحقیق حاضر و با تکیه بر نتایج تحقیق سایر محققین با توجه به اولویت‌های ارائه شده عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در حوزه اسب‌دوانی استان خوزستان اقدام به رفع این مشکلات آن نمایند تا در نهایت شاهد شکوفایی و پیشرفت هرچه بیشتر این رشته در استان خوزستان باشیم.



منابع

- تاجمیری رستمی، فرزاد، و فرهادی، فرهاد. (۱۴۰۰). انتخاب تأمین کننده تاب آور با استفاده از روش جدید تصمیم گیری چند معیاره: اندازه گیری و رتبه بندی مطابق با راه حل سازشی (مارکوس). اندیشه آمد، ۲۰(۷۹)، ۱۹۳-۱۶۹.
- جاوید، مجید، نقی پور، بهنام، الماسی، حسن. (۱۳۹۴). گردشگری ورزشی و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان. مطالعات مدیریت ورزشی، ۷(۳۲)، ۱۳-۳۲.
- زیتونلی، عبدالحمید. (۱۴۰۲). تحلیل رقابت پذیری گردشگری ورزشی مقاصد گردشگری استان گلستان. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۲۲(۵۹)، ۵۸۳-۵۶۳.
- عبدالحی بهنمیری، سیده فاطمه، میرابی، وحیدرضا، نوروزی، علی. (۱۴۰۱). نقش ارتباطات ورزشی در توسعه صنعت گردشگری ورزشی با نقش میانجی رسانه های اجتماعی در ایران. فصلنامه علمی رسانه، ۳۳(۴)، ۱۳۳-۱۱۳.
- فراهانی، حسین، منوچهری، سوران (۱۳۹۴)، شناسایی موانع و مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی هدف گردشگری غرب شهرستان مریوان، نشریه: پژوهش و برنامه ریزی روستایی، دوره ۴، شماره ۱، صص ۱۷۲-۱۶۱.
- فرهادی، فرهاد، محمدی، علیرضا، محمودآبادی، مصطفی، محمودی ماندنی، محمد، (۱۳۹۹). شناسایی و رتبه بندی مؤلفه های انتخاب تأمین کننده تاب آور در صنعت فولاد چهارمحال و بختیاری با روش تحلیل تم و رویکرد ترکیبی، AHP-QUALIFLEX، مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، ۵۳.
- قلعه نویی، ناهید، سقایی، مهدی، فراهانی، بنفشه (۱۴۰۰)، امکان سنجی توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان (مورد مطالعه کورس اسب دوانی)، دومین همایش ملی دستاوردهای نوین در مطالعات سبز؛ چالش ها و کاربردها، تهران.
- کارکن، لیلا، زیتونلی، عبدالحمید، اسدی حسن (۱۳۹۲). تأثیر رویداد ورزشی اسب دوانی بر توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان، رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۱(۲)، ۱۷-۹.
- مولادوست، کیومرث، یانپی، طیه. (۱۳۹۹). تبیین برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری چوگان در ایران. فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، ۹(۳۴)، ۱۱۵-۱۳۴.
- مولادوست، کیومرث، شاه امیری، ربابه، و بهادر، حسین. (۱۳۹۶). ایجاد و توسعه گردشگری چوگان بر مبنای گردشگری رویداد (مطالعه ی موردی: تنگه چوگان کازرون). میراث و گردشگری، ۲(۸)، ۳۷-۵۲.
- یانپی، طیه و فتاحی، صمد و حیدری، یاسر (۱۳۹۹)، بررسی اثرات مسابقات اسب سواری بر توسعه گردشگری (مطالعه موردی: استان گلستان)، فصلنامه محیط زیست جانوری، دوره: ۱۲، شماره: ۳، صص ۴۶۸-۴۵۷.
- 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.
- Brandt, J.S. Buckley, R.C. (2018), A global systematic review of empirical evidence of ecotourism impacts on forests in biodiversity hotspots, *Current Opinion in Environmental Sustainability*, Volume 32, Pp.112-118.
- Buczek, M., Klamár, R., Kozoň, J. (2017), "Equestrian tourism as an offer of rural tourism - study on the selected examples from Podkarpackie Province (Poland) and Prešov Province (Slovakia)", *European Journal of Service Management*, 23(3), 5-12.



- Emery, P.(2010). past, present, future major sport event management practice: the practitioner perspective. Sport management review 13,158-170. Journal homepage: www.elsevier.com/locate/smrgames", vol.12.pp.5-23.
- Fortuny, M., Soler, R., Cánovas, C., & Sánchez, A. (2008). Technical approach for a sustainable tourism development. Case study in the Balearic Islands. Journal of Cleaner Production, 16(7), 860 -869.
- Gigović, L., Pamučar, D., Lukić, D., & Marković, S., (2016), GIS-Fuzzy DEMATEL MCDA model for the evaluation of the sites for ecotourism development: A case study of “Dunavski ključ” region, Serbia, Land Use Policy, 58, 348-365.
- Hammer, M.; Bonow, M. and Petersson, M., (2017). The role of horse keeping in transforming peri-urban landscapes: A case study from metropolitan Stockholm, Sweden. Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography. Vol. 71, No. 3, pp: 146-158.
- Hammer, M.; Bonow, M. and Petersson, M., (2017). The role of horse keeping in transforming peri-urban landscapes: A case study from metropolitan Stockholm, Sweden. Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography. Vol. 71, No. 3, pp: 146-158.
- Janusz, G. K. & Bajdor, P., (2013), Towards to Sustainable Tourism Framework, Activities and Dimensions. Procedia Economics and Finance, 6, 523- 529.
- Kozak, M.W. (2013), “Equestrian tourism in Poland: Status, opportunities and barriers affecting local development”, Folia Turistica, 28(2), 205-226.
- Lee, T. H., Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents’ perceptions of the sustainability. Tourism Management Journal, 70, 368-380. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003>.
- Lima Santos, L.; Cardoso, L.; Araújo-Vila, N.; Fraiz-Brea, J.A. (2020) Sustainability Perceptions in Tourism and Hospitality: A Mixed-Method Bibliometric Approach. Sustainability, 12, pp.52-88.
- Martins, L.F.; Gan, Y. and Ferreira-Lopes, A., (2017). An empirical analysis of the influence of macroeconomic determinants on World tourism demand. Tourism Management. Vol. 61, pp: 248-260.
- Matthew, O. A., Ede, Ch., Osabohien, O., Ejemeyowwi, J., Ayanda, T., and Okunbor, j. (2019). Interaction Effect of Tourism and Foreign Exchange Earnings on Economic Growth in Nigeria. Sagepub Journal, PP.1-16. DOI: 10.1177/0972150918812985.
- 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.
- Notzke, C. (2017). Equestrian tourism: animal agency observed. Current Issues in Tourism, 22(8), 948–966.
- Ollenburg, C. (2005), “Worldwide Structure of the Equestrian Tourism Sector”, Journal of Ecotourism, 4(1), 47-55.
- Osmana, T., Shawb, D., Kenawya, E.,(2018), Examining the extent to which stakeholder collaboration during ecotourism planning processes could be applied within an Egyptian context, Land Use Policy, 78, Pp. 126–137.
- Pelis, A. (2016), National Heritage Centre for horse-racing and sporting art ready for the off. Course-Specialist. At <https://course-specialist.co.uk/> on 23 March 2018.
- Pickel-Chevalier, S. (2015), “Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France?”, Loisir et Société / Society and Leisure, 38(1), 110-134.
- Roult, R.; Lavigne, M.A. and Auger, D., (2017). The horse racing industry in Canada: current status and prospects. Managing Sport and Leisure. Vol. 22, No. 1, pp: 19-32.
- Sahani, N.(2020). Application of analytical hierarchy process and GIS for ecotourism potentiality mapping in Kullu District, Himachal Pradesh, India. Environ. Dev. Sustain, 22, 6187–6211.
- Shani, A. (2012), “A quantitative investigation of tourists’ ethical attitudes towards animal-based attraction”, Tourism, 60(2), 139-158.
- Sigurðardóttir, I., Helgadóttir, G. (2015), “Riding High: Quality and Customer Satisfaction in Equestrian Tourism in Iceland”, Scandinavian, Journal of Hospitality and Tourism, 15, 1-12.



- Tomljenović, R, Boranić-Živoder, S, Čorak, S. (2018), HORSE RIDING TOURISM DEFINITIONAL, 4th International Rural Tourism Congress, Congress Proceedings, 2018, pp. 278-287.
- 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.