


The Role of Perceived Motivations and Risks in Attachment to Adventure Sports Tourism Destinations

Maryam Shahmoradi  Master of Sports Management, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran.

Hadi Bagheri*  Assistant Professor, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran.

Abstract

The present study investigated the role of tourists' motivations and perceived risks in attachment to adventure sports tourism destinations. This research is applied in terms of purpose and descriptive correlation in terms of nature. The statistical population included paraglider pilots who traveled to the flight sites of Golestan province in the year 1400 (2021), of which 103 were selected as a sample using available sampling. Data were collected using three questionnaires and analyzed by structural equation modeling. The research findings showed that the four motivations of pleasure, excitement, socialization, and escape positively and significantly affect attachment to adventurous sports destinations. Also, perceived risk negatively and significantly affects tourists' attachment to adventure sports destinations. Based on the findings, operational suggestions for sports adventure tourism destinations have been presented.

Introduction

Adventure tourism has become an attractive area for sports tourists with features such as risk-taking, challenge-seeking, and thrill-seeking, offering new and pristine experiences and mixing with nature. As an adventure tourism destination that offers aerial activities such as

* Corresponding Author: hadi.bagheri@shahroodut.ac.ir

How to Cite: Shahmoradi, M., & Bagheri, H. (2023). The Role of Perceived Motivations and Risks in Attachment to Adventure Sports Tourism Destination. *Tourism Management Studies*, 17(60), 117- 143. doi: 10.22054/tms.2023.70574.2764

paragliding, flight sites seek to create positive evaluations of tourists, their mental and attitudinal attachment, and favorable behavioral outcomes. Tourists may have different motives for traveling. They also have preconceptions about a destination that significantly affect their travel intentions. The current study investigated the role of motivations and perceived risks in tourists' attachment to adventure sports tourism destinations.

Materials and methods

This study was correlational and applied research. The research population included paragliding pilots who had used the flying sites of Golestan province in 1400. One hundred three pilots participated in the study and completed the mental attachment questionnaire of Duman et al. (2018) and two researcher-made questionnaires on travel motives and perceived risks. The data were analyzed using SPSS 23 and Smart PLS software.

Results and Discussion

The findings showed that the four motivations of pleasure, excitement, companionship, and escape positively and significantly affect the attachment to the adventure sports tourism destination. Despite the existence of high risk in adventure sports, the research results show that the experience of positive and negative emotions and pleasure from these activities can improve the perceptions of sports tourists about the service provided. Tourists socializing with other people on flying sites is another aspect that affects their mental attachment. This attachment can come from a positive mental image created after the interaction between tourists and hosts, an understanding of the local culture, and a feeling of affection for them. Finally, flying sites allow people to get away from everyday worries, be in a natural environment away from cities, and find peace; such conditions can leave a positive mental image and cause a person to be attached.

On the other hand, the effect of perceived risks on tourists' attachment was negative and significant. It seems that the fear of upcoming dangers and the possibility of life, financial and equipment accidents, or even the possibility of the host's promises not being fulfilled can have a negative effect on the tourist's mental attachment to the flying sites. Therefore, reducing the negative risks of activities as much as possible is important while responding to tourists' motivations.


Conclusion


In general, the results show that flying sites that offer adventure activities can invest in the activities by improving interactions with tourists, perpetuating recreational conditions, more exciting events, reducing negative risks, and enhancing safety indicators, which will make more and more tourists resonate.

Keywords: Adventure Tourism, Destination Resonance, Negative Risk, Active Sports Tourism.



نقش انگیزه‌ها و ریسک‌های ادراک‌شده در دل‌بستگی به مقاصد گردشگری ورزشی ماجراجویانه

مریم شهمرادی  کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران

هادی باقری  * استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران

چکیده

پژوهش حاضر باهدف بررسی نقش انگیزه‌ها و ریسک‌های ادراک‌شده گردشگران در دل‌بستگی به مقاصد گردشگری ورزشی ماجراجویانه انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل پاراگلایدر سوارانی است که در سال ۱۴۰۰ به سایت‌های پروازی استان گلستان سفر کرده بودند که ۱۰۳ تن از آنان با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که چهار انگیزه لذت، هیجان، معاشرت و رهایی تأثیر مثبت و معناداری بر دل‌بستگی به مقاصد ماجراجویانه ورزشی دارند. همچنین، میزان ریسک ادراک‌شده تأثیر منفی و معناداری بر دل‌بستگی گردشگران به مقاصد ماجراجویانه ورزشی دارد. بر اساس یافته‌ها، پیشنهاد‌های عملیاتی برای مقاصد گردشگری ماجراجویانه ورزشی ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها: گردشگری ماجراجویانه، هم‌نوایی با مقصد، ریسک منفی، گردشگری ورزشی فعال.

مقدمه

در دهه‌های اخیر، انجام فعالیت‌های مهیج و مخاطره‌آمیز که با عنوان گردشگری ماجراجویانه شناخته می‌شود، جایگاه خوبی در بین فعالیت‌های گردشگری ورزشی پیدا کرده است (Mei-Dan & Carmont, 2013). گردشگری ماجراجویانه با ویژگی‌هایی همچون مخاطره پذیری زیاد، چالش طلبی و هیجان خواهی همراه است (Ghezselflo & Ashuri, 2020) و به واسطه ارائه تجربیات جدید و بکر، هم‌آمیزی با طبیعت و حساسیت نسبت به محیط‌زیست، جذابیت آن مدام در حال افزایش است (Ramos-Rojo, 2021). این نوع از گردشگری ورزشی معمولاً شامل فعالیت‌هایی نظیر کوهنوردی، دوچرخه‌سواری، پاراگلایدر و امثال آن است که در مکان‌های طبیعی و دورافتاده همچون کوهستان، دریا، جنگل یا آسمان اجرا می‌شود و تعامل گردشگر و طبیعت را ممکن می‌سازد (Ramos-Rojo, 2021; Pavić et al., 2013). فعالیت‌های گردشگری ماجراجویانه را می‌توان به دودسته ماجراجویی سخت و نرم طبقه‌بندی کرد. ماجراجویی‌های نرم فعالیت‌هایی با سطح ریسک کم و نیاز مهارتی ابتدایی هستند، درحالی‌که ماجراجویی‌های سخت، دارای ریسک بالا و نیازمند تخصص‌اند (Swarbrooke et al., 2012). شمار افراد مشارکت‌کننده در ماجراجویی‌های سخت به نسبت نوع دیگر کمتر است (Calinao, 2020).

فعالیت‌های ماجراجویانه از جمله دلایلی است که گردشگران به یک منطقه سفر می‌کنند و اکنون به‌عنوان بخشی پررونق در گردشگری مطرح است (Calinao, 2020). گردشگری ماجراجویانه پتانسیل زیادی برای جذب گردشگر و رشد اقتصاد محلی دارد (Vujadinovic et al., 2013). این نوع گردشگری در جهان، رشدی بین ۱۵ تا ۲۰ درصد در سال را تجربه می‌کند (Williams et al., 2017). بر همین اساس بسیاری از کشورها دریافته‌اند که باید بادیاد بهتری به ماجراجویی نگاه کنند تا بتوانند از ظرفیت آن در ایجاد اشتغال و درآمدزایی بهره ببرند. باین‌حال، شاخص‌های جهانی حاکی از وضعیت ضعیف گردشگری ماجراجویانه در ایران است (Abdoli, 2022). گرچه آمار رسمی و دقیقی درباره افراد فعال در گردشگری ماجراجویانه ایران وجود ندارد، طبق اعلام انجمن ورزش‌های هوایی، حدود ۳ هزار گواهینامه^۱ توسط سازمان هواپیمایی و ۱۰ هزار گواهینامه

۱ سازمان هواپیمایی کشور گواهینامه‌های دائمی و انجمن ورزش‌های هوایی گواهینامه‌های موقت صادر می‌کنند.

توسط انجمن ورزش‌های هوایی برای ورزشکاران فعالیت‌های هوایی (شامل پرواز، سقوط آزاد، پاراموتور و ...) صادر شده است که تقریباً نیمی از آن‌ها فعال و یک‌پنجم آن‌ها زن هستند.

پاراگلایدر یکی از فعالیت‌های هوایی است که در زمره ماجراجویی‌های سخت قرار می‌گیرد و می‌تواند نیازهای هیجانی گردشگران را برآورده سازد (Ayazlar, 2015). این فعالیت تفریحی شامل پرواز آزاد در هوا به وسیله حمل و نقل ویژه یعنی پاراگلایدر است که با استفاده از باد حرکت می‌کند (Pavić et al., 2013). این ورزش ماجراجویانه نیازمند ارتفاع حداقلی ۲۰۰ متر (تپه‌های وسیع، رشته کوه‌ها یا حوضه‌های آبخیز) و سرعت و جهت وزش معین باد است (Pavić et al., 2013).

کشورهای هم‌جوار ایران همچون ترکیه، ارمنستان، آذربایجان، امارات و حتی کشورهایی مانند لبنان و ازبکستان از سایت‌های پروازی متعددی برای پرواز با پاراگلایدر برخوردار هستند و ورزشکاران زیادی را از سرتاسر دنیا برای انجام این ورزش هیجان‌انگیز جذب می‌کنند.

در ایران نیز مناطق مختلفی از پتانسیل توسعه فعالیت‌های پاراگلایدر برخوردارند؛ بر اساس گزارش انجمن ورزش‌های هوایی، حدود ۴۰ سایت پروازی رسمی در ایران وجود دارد که هر یک دارای ویژگی‌های خاص خود است؛ اما فعالیت تعداد زیادی از آن‌ها (مثل سایت‌های استان خراسان رضوی، مازندران، بوشهر، کرمانشاه، البرز و ...) در برخی از فصول سال به دلیل شرایط آب و هوایی (بارندگی، سرما یا رطوبت و گرمای زیاد) متوقف می‌شود. در این میان، استان گلستان با دارا بودن بیش از ده سایت پروازی رسمی، مقصد ایده‌آلی برای پاراگلایدر سواران است. فعالیت در تمام طول سال، ارتفاع زیاد^۱ و طبیعت خاص، سایت‌های پروازی استان گلستان (مثل هزار پیچ و فلای‌لند) را به مقاصد گردشگری منحصر به فرد در این حوزه تبدیل کرده است. رونق این سایت‌ها می‌تواند به واسطه درآمدهای ناشی از اسکان گردشگران، فروش یا کرایه لوازم پاراگلایدر، مربیگری و آموزش، تأمین مواد غذایی و امور خدماتی به رشد اقتصاد روستاها و شهرهای هم‌جوار کمک کند. این موضوع با وجود مشکلات و محدودیت‌های اقتصادی کنونی، اهمیت بیشتری می‌یابد؛ اما پاراگلایدر سواری در عین حالی که یک تفریح و ماجراجویی کامل،

^۱ بسته به مهارت و تعداد پروازها، ورزشکاران می‌توانند در ارتفاعات متفاوتی (۲۰۰ تا حدود ۳۰۰۰ متر) پرواز کنند.

سرگرم کننده و هیجان انگیز است، فعالیتی خطرناک نیز محسوب می شود و یکی از مسائل و دغدغه های آن، ایمنی و امنیت است؛ بنابراین، مقاصد ارائه دهنده این ورزش ماجراجویانه لازم است ویژگی های متنوع و گاه متضادی را دارا باشند. ادبیات دانشگاهی در این زمینه بسیار نادر است. پژوهش حاضر بر این موضوع متمرکز است که انگیزه های متنوع و ادراک ریسک گردشگران این ورزش ماجراجویانه، چه نقشی در برداشت های ذهنی آن ها از مقصد دارد و چگونه باعث برقراری ارتباط عاطفی و دل بستگی به مقصد می شود؟

مبانی نظری

دل بستگی به مقصد

دل بستگی به مقصد پیوندی ادراکی، احساسی و عملکردی بین افراد و مکانی است که در فرایند تعامل با آن، معنای خاص و ارزشمندی به آن بخشیده اند و این پیوند به صورت رفتارها و کنش هایی چون تمایل به مکان، حزن و اندوه ناشی از جدایی و دوری از مکان و حمایت اجتماعی از آن دیده می شود (Haghparast et al., 2019). دل بستگی به مقصد از ارزیابی های مثبت در خصوص نگرش ها یا طرز تلقی های فضایی پدیدار می شود و پیامدهای رفتاری (وفاداری رفتاری) دارد (Yasouri et al., 2015). ایجاد ارزش هایی که احساس دل بستگی عاطفی را ایجاد کند، می تواند در افزایش لذت گردشگران و تصمیم آن ها برای بازگشت مجدد به مقصد تأثیر بگذارد (Battour et al., 2019; Trimurti & Utama, 2021). دل بستگی یکی از جنبه های همناوی با مقصد است که در هرم ارزش ویژه کلر، بالاترین سطح و شدیدترین رابطه روانی و رفتاری بین گردشگر و مقصد را نشان می دهد. این متغیر پیش بینی کننده تمایل گردشگر به تعامل با مقصد است و علیرغم اهمیت آن، در ادبیات گردشگری مورد توجه قرار نگرفته است (Tarigan et al., 2019).

ریسک های گردشگری ماجراجویانه

ریسک در زبان عرف عبارت است از خطری که به علت عدم اطمینان در مورد وقوع حادثه ای در آینده پیش می آید و هرچه میزان این عدم اطمینان بیشتر باشد، ریسک زیادتر خواهد بود. راهنمای ایزو ۲۰۰۹ ریسک را مفهومی دووجهی معرفی می کند. این راهنما ریسک های مثبت با تأثیرات مطلوب را با عنوان فرصت و ریسک های منفی با تأثیرات نامطلوب را با عنوان تهدید تعریف می کند (Hillson, 2013).

ریسک‌های ادراک‌شده می‌تواند بسیاری از ابعاد رفتار مصرف‌کننده را تحت تأثیر قرار دهد (Tsiros & Heilman, 2005). ریسک ادراک‌شده عاملی است که می‌تواند تمایل به یک مقصد را تشریح کند و به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده‌ای قوی در اجتناب گردشگر از سفر مورد استفاده قرار گیرد (Lepp et al., 2011). از آنجایی که ماهیت ورزش‌های ماجراجویانه به‌گونه‌ای است که خطر بخشی از آن محسوب می‌شود (Ghezelsefloo & Ashuri, 2020)، بدیهی است که گردشگران این حوزه به دنبال مخاطره‌پذیری بالاتری باشند؛ اما واقعیت این است که باوجود چالش‌پذیری و هیجان‌طلبی این گروه از گردشگران، آن‌ها نیز تمایل ندارند که در معرض ریسک‌های ناخوشایند قرار گیرند (Wang, et al., 2020). ریسک‌های منفی شناسایی‌شده در مطالعات گردشگری شامل تروریسم، عملکرد مقصد، عوامل روان‌شناختی، تجهیزات، زمان، عوامل اجتماعی، جرائم، عدم ثبات سیاسی، بهداشت و سلامتی، نقض حقوق بشر و تبعیض نژادی هستند (Mostafavi et al., 2016). به‌زعم Perić et al. (2021) این گستره وسیع ریسک‌های احتمالی، بزرگ‌ترین چالش در گردشگری است، زیرا شرایط مختلفی می‌تواند منجر به ادراک ریسک شود که ممکن است گردشگران را از سفر منصرف کند.

انگیزه‌های گردشگری ماجراجویانه

انگیزه، وضعیت درونی فرد است که او را به سمت برآورده کردن یک نیاز سوق می‌دهد. انگیزه سفر عبارت است از اینکه چرا گردشگران مقصد خاصی را برای سفر انتخاب می‌کنند (Ranjbarian, 2019). کسانی که در فعالیت‌های ماجراجویانه مشارکت می‌کنند، می‌توانند انگیزه‌های مختلفی داشته باشند؛ سفر گروهی، فرهنگ محلی، زبان و سیستم مالی بخشی از این انگیزه‌هاست (Dickson, 2004). (Reinikainen (2018) تجربه مکان‌های جدید یا منحصر به فرد، حضور در محیط طبیعی، ارتقای سلامت جسمی، هیجان یا سرگرمی و یادگیری فرهنگی را دلایل گردشگری ماجراجویانه می‌داند. (Sato et al. (2018) نشان دادند که دلایل اجتماعی (ملاقات افراد جدید، معاشرت با دوستان و تعامل) و سپس فرار از زندگی پرمشغله روزمره مهم‌ترین انگیزه‌های گردشگران ماجراجویانه است. (Janowski (2021) معتقدند که هسته اصلی گردشگری ماجراجویانه را ریسک و خطر، محیط طبیعی، هیجان و مخاطره‌پذیری، چالش و فعالیت بدنی تشکیل می‌دهند. Prabhu (2022) شش مؤلفه اصلی گردشگری ماجراجویی را شامل فعالیت، تجربه لذت‌بخش،

محیط، هیجان، ریسک و عملکرد معرفی می‌کند که می‌توانند انگیزه‌های اصلی گردشگران باشند.

پیشینه پژوهش

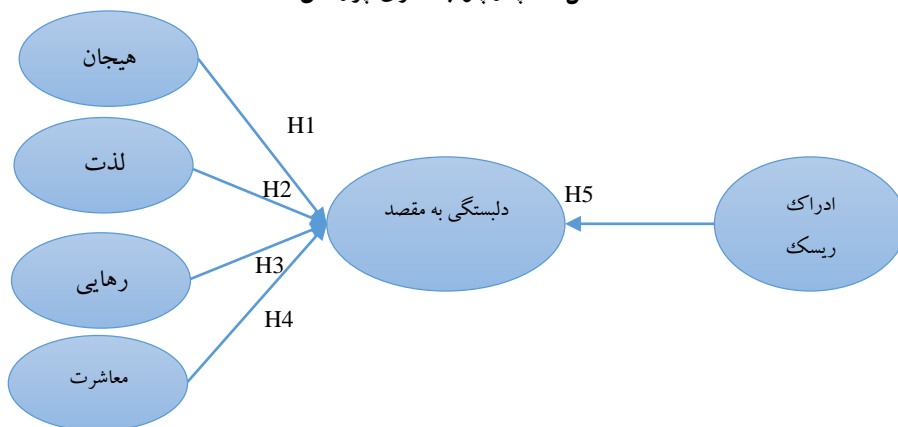
از زمانی که گردشگری به‌عنوان یک کسب‌وکار ارزش‌آفرین شناخته‌شده، همواره این موضوع اهمیت داشته که چرا گردشگران مقصدی خاص را برای سفر انتخاب یا از مقصدی خاص اجتناب می‌کنند. انگیزه‌ها و ریسک‌های ادراک‌شده از سفر بخشی از این فرآیند تصمیم‌گیری را تشکیل می‌دهد. پژوهشگران مطالعاتی را در این زمینه انجام داده و تا حدودی تأثیر این انگیزه‌ها و ریسک‌ها را بر ابعاد رفتار گردشگران نشان داده‌اند. به‌عنوان نمونه، (Ghezelsefloo & Ashuri (2020) ویژگی‌های رفتاری و هیجانانگیز ذاتی گردشگران ورزش‌های هوایی را مطالعه کردند و به این نتیجه دست یافتند که تغییر لذت اثرگذاری مثبت و تغییر ترس اثرگذاری منفی بر خشنودی آن‌ها دارد. Soltani et al. (2019) تأثیر انتظارات و نوسان‌های گردشگران ماجراجویانه رشته پاراگلایدر بر وفاداری به مقصد را مطالعه کردند و نشان دادند که انتظارات ورزشکاران ماجراجویانه بر وفاداری آن‌ها تأثیر دارد.

(Safari et al. (2019) نشان دادند که وجود انگیزه، نگرش و تصویر مناسب از مقصد توسط گردشگران ورزشی، رضایت و رفتار آتی آن‌ها را به دنبال دارد. Emami & Ranjbarian (2019) در پژوهشی نتیجه گرفتند که گردشگران بالقوه هشت نوع عامل خطر از جمله نقض حقوق بشر، رضایت، لباس نامناسب، عدم دسترسی به پول نقد، جرم، ارتباطات، تأمین ویزا و خطر اجتماعی را درباره ایران احساس می‌کنند. Zare et al. (2017) در تحقیق خود نشان دادند که تصویر شناختی و عاطفی در رابطه میان ریسک فیزیکی و مالی و تمایل گردشگران به بازدید مجدد نقش میانجی ایفا می‌کند؛ اما در رابطه میان ریسک اجتماعی روانی و تمایل به بازدید مجدد نقش میانجی ندارد. پژوهش Mostafavi et al. (2016) نشان داد که فاصله اجتماعی ادراک‌شده از طریق رضایت‌مندی و ریسک ادراک‌شده بر نیت رفتاری (تمایل به بازگشت مجدد و توصیه مقصد گردشگری به دیگران) مؤثر است. Vosoghi et al. (2011) نشان داد که در کنار عوامل مختلفی که در رضایت گردشگران از پیست‌های اسکی وجود دارد، نقش محیط و جاذبه‌های طبیعی بسیار پررنگ است.

در مطالعات خارج از ایران، (Carvache-Franco et al. (2022) پنج بعد انگیزشی در گردشگری ماجراجویی شامل یادگیری، روابط اجتماعی، امنیت زیستی، آرامش و کسب شایستگی را بررسی کردند. در این بین، آرامش مهم‌ترین و تأثیرگذارترین پیش‌بین برای بازگشت، توصیه و تبلیغ مثبت در مورد گردشگری ماجراجویانه بود. Wang et al. (2020) نشان دادند که نقش ارزش ادراک‌شده و ریسک ادراک‌شده در محبوبیت خدمات گردشگری بسیار مهم است. همچنین، انگیزه استفاده از خدمات برخلاف انتظارات، ریسک درک شده را تعدیل می‌کند.

(Khan et al. (2019) نشان دادند که انگیزه سفر تأثیر مثبتی بر قصد بازدید دارد. بر اساس این پژوهش، ریسک عملکردی و ریسک زمانی تأثیرات منفی بر قصد بازدید از مقصد دارد. نتایج (Chen et al. (2017) نشان داد که ریسک ادراک‌شده از مقصد گردشگری رضایت گردشگران را کاهش می‌دهد که بر وفاداری گردشگران نیز تأثیری غیرمستقیم می‌گذارد. در پژوهشی دیگر، (Chew & Jahari (2014) دریافتند که ریسک اجتماعی، روان‌شناختی و مالی ادراک‌شده بر تصاویر شناختی و عاطفی از مقصد تأثیر می‌گذارد. ریسک جسمی درک شده تأثیر قابل توجهی بر تصویر مقصد ندارد. Law (2007) در مطالعه‌ای تجربی روی نقش ریسک ادراک‌شده به‌عنوان مبنای تصمیم‌گیری گردشگری، دریافت که ریسک و امنیت درک شده با نیت مسافران کاملاً مرتبط است. مرور ادبیات نظری و تجربی موجود حاکی از ریسک‌ها و انگیزه‌های متفاوتی است که بر نگرش‌ها و رفتارهای آتی گردشگران اثر می‌گذارد. با این حال، مطالعات محدودی در ارتباط با گردشگری ماجراجویانه و به‌ویژه پاراگلایدر انجام شده است. در پژوهش حاضر، مؤلفه‌هایی از مطالعات گذشته که با ماجراجویی‌های هوایی همخوانی داشته و وسعت بیشتری از انگیزه‌ها و ریسک‌ها را پوشش می‌دادند، در قالب چارچوبی نظری مورد استفاده قرار گرفتند تا تأثیر آن‌ها بر دلبستگی به مقصد مورد مطالعه قرار گیرد (شکل ۱).

شکل ۱. چارچوب نظری پژوهش



روش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر استراتژی، از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه پاراگلایدر سوارانی است که در سال ۱۴۰۰، از خارج از استان گلستان به سایت‌های پروازی این استان (شامل ترسه مینودشت، الهادی رامیان، فلای لند رامیان، هزار پیچ و ۳۶۰ درجه مینودشت) سفر کرده و به انجام این ورزش پرداخته‌اند. به دلیل نبود آمار مشخص درباره تعداد این افراد و محدودیت‌های ناشی از همه‌گیری کرونا، نمونه به صورت در دسترس از گروه‌های مجازی مربوط به سایت‌های پروازی استان گلستان انتخاب شد. برای گردآوری داده‌ها از سه پرسشنامه استفاده شد: (۱) پرسشنامه دلبستگی ذهنی به مقصد گردشگری (Duman et al. (2018 که دارای سه گویه است؛ (۲) پرسشنامه محقق ساخته انگیزه‌های سفر گردشگران که دارای ۱۶ گویه و بر اساس مبانی نظری موجود در چهار بعد لذت (چهار گویه)، هیجان فعالیت (پنج گویه)، معاشرت (چهار گویه) و رهایی (سه گویه) طراحی شد؛ و (۳) پرسشنامه نُه گویه‌ای ریسک ادراک شده که بر اساس پیشینه موجود در سه بعد ریسک اقتصادی (سه گویه)، امنیتی (سه گویه) و عملکردی (سه گویه) توسط محققان طراحی شد. مقیاس پرسشنامه‌ها از نوع پنج ارزشی لیکرت بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها با نظر ۱۰ نفر از افراد متخصص (اساتید مدیریت ورزشی و گردشگری و مربیان پاراگلایدر) بررسی و بعد از اعمال تغییرات جزئی و همچنین تعدیل تعداد سؤالات تأیید شد. پرسشنامه‌ها به همراه سؤالاتی درباره مشخصات جمعیت شناختی گردشگران به صورت الکترونیکی از طریق افزونه‌های گوگل طراحی و لینک آن در اختیار افراد شناسایی شده از

گروه‌های مجازی ذکر شده قرار گرفت. در نهایت، ۱۰۳ پرسشنامه قابل تحلیل جمع آوری شد. تحلیل توصیفی داده‌ها با استفاده از شاخص‌های فراوانی و فراوانی درصدی و با به کارگیری SPSS23 انجام شد. آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی در نرم‌افزار Smart PLS انجام شد.

یافته‌ها

بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌ها نشان داد که بیشترین فراوانی (حدود ۵۰ درصد) به رده سنی ۱۶ تا ۲۵ سال مربوط می‌شود. همچنین، ۶۲ نفر را مردان و ۴۱ نفر را زنان تشکیل دادند. اکثر گردشگران تحصیلات کارشناسی (۴۸/۵ درصد) داشتند. آن‌ها شش سایت پروازی استان گلستان را به‌عنوان مقصد خود بیان کردند که در این میان سایت الهادی رامیان بیشترین نمونه آماری (حدود ۲۸ درصد) را به خود اختصاص داده بود (جدول ۱).

جدول ۱۱: ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌های پژوهش

متغیرها	طبقات	فراوانی	فراوانی درصدی
جنسیت	مرد	۶۲	۶۰/۲
	زن	۴۱	۳۹/۸
سن	۱۶-۲۵	۵۱	۴۹/۵
	۲۶-۳۵	۳۴	۳۳/۰
	۳۶-۴۵	۱۲	۱۱/۷
	بیشتر از ۴۵ سال	۶	۵/۸
تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم	۲۰	۱۹/۴
	فوق دیپلم	۱۱	۱۰/۷
	کارشناسی	۵۰	۴۸/۵
	کارشناسی ارشد و دکتری	۲۲	۲۱/۴
سایت پروازی مقصد	مینودشت	۱۷	۱۶/۵
	ترسه مینودشت	۲۳	۲۲/۳
	الهادی رامیان	۲۹	۲۸/۲
	فلای لند رامیان	۱۰	۹/۷
	هزار پیچ	۱۳	۱۲/۶
	۳۶۰ درجه مینودشت	۱۱	۱۰/۷

در ادامه، ابزار، فرضیه‌ها و مدل پژوهش با استفاده از روش‌های آمار استنباطی در دو بخش برازش مدل اندازه‌گیری و برازش مدل ساختاری ارائه می‌شود.

برازش مدل اندازه‌گیری

برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، پایایی، روایی همگرا و روایی واگرایی آن بررسی شد. پایایی مدل اندازه‌گیری با سه شاخص ضریب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ارزیابی شد؛ روایی همگرا نیز با شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده^۱ بررسی شد. بعد از اجرای مدل، ضریب بارهای عاملی اولین شاخصی است که باید بررسی شود تا مدل بهینه به منظور بررسی فرضیات مورد استفاده قرار گیرد. طبق جدول ۲، تمامی ضرایب بارهای عاملی گویه‌های پژوهش بیش از ۰/۶ و در سطح قابل قبول هستند.

جدول ۳ نتایج پایایی و روایی همگرا را نشان می‌دهد. روایی همگرا زمانی وجود دارد که میانگین واریانس استخراج‌شده بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد. مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرها نیز باید بیشتر از ۰/۷ باشد تا مدل ارزیابی تأیید شود. نتایج مندرج در جدول ۳ حاکی از وجود شرایط مذکور و برخورداری مدل از روایی همگرا و پایایی است.

روایی واگرایی مدل ارزیابی نیز با شاخص فورنل و لارکر^۲ بررسی شد. این شاخص میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها را نشان می‌دهد. جذر مقادیر AVE در قطر جدول قرار می‌گیرد و باید بیشتر از سایر اعداد سطر و ستون خود باشد تا مدل روایی واگرا داشته باشد. طبق جدول ۴، اعداد قطر اصلی از مقادیر زیرین و کناری خود بیشتر است و روایی واگرایی مدل اندازه‌گیری پژوهش تأیید می‌شود.

1 Average Variance Extracted (AVE)

2 Fornell-Larcker Criterion

جدول ۱۲: ضرایب بارهای عاملی

متغیر	گویه‌ها	بارهای عاملی
دلبستگی ذهنی	اگر وقت و منابع مالی داشتم بارها و بارها به اینجا می‌آمدم.	۰/۸۷۰
	من دلبستگی شدیدی به اینجا دارم.	۰/۸۰۷
	من احساس خیلی خوبی نسبت به اینجا دارم.	۰/۸۸۰
لذت	پرواز برای من بسیار جالب و دل‌چسب است.	۰/۷۸۸
	پرواز باعث شادی من می‌شود.	۰/۹۱۳
	برای من، پرواز بسیار سرگرم‌کننده است.	۰/۹۲۸
	از پرواز با پاراگلایدر لذت بسیاری می‌برم.	۰/۹۰۷
هیجان فعالیت	از حضور در اینجا به دنبال تجربه‌ای هیجان‌انگیز هستم.	۰/۸۱۷
	مواجهه با چالش‌ها برای رسیدن به اهداف دشوار را دوست دارم.	۰/۶۹۰
	دوست دارم روی بدن و ذهنم کنترل داشته باشم.	۰/۷۳۴
	غلبه بر ترس ناشی از پرواز برای من هیجان‌انگیز است.	۰/۷۶۶
معاشرت	از انجام کارهای مخاطره‌آمیز لذت می‌برم.	۰/۶۱۹
	از گذراندن وقت با دیگران لذت می‌برم.	۰/۹۰۹
	انجام فعالیت در کنار دیگران را دوست دارم.	۰/۸۶۳
	دوست دارم در کنار دوستان یا اعضای خانواده‌ام تفریح فعال داشته باشم.	۰/۸۴۴
رهایی	می‌خواهم در زمان صحبت با دوستانم، چیزی برای گفتن داشته باشم.	۰/۶۰۸
	می‌خواهم از محیط شهر فرار کنم.	۰/۹۳۷
	می‌خواهم از شلوغی و جمعیت دور باشم.	۰/۷۸۰
	به دنبال فرصتی برای آرامش و استراحت هستم.	۰/۸۱۶
ریسک اقتصادی	حضور در این سایت پرواز ممکن است باعث هدر دادن پول من شود.	۰/۸۳۷
	امکان دارد در اینجا تجهیزات و پول من گم یا دزدیده شود.	۰/۷۸۰
	به نسبت بقیه مکان‌ها، حضور در اینجا در قبال هزینه پرداختی نامعقول است.	۰/۷۹۶
ریسک امنیتی	این سایت پرواز ناایمن است.	۰/۸۲۸
	در اینجا، امکان بروز مشکلات مکانیکی یا تجهیزاتی حین پرواز وجود دارد.	۰/۷۴۲
	حضور در اینجا مرا در معرض خطر بالقوه بیماری و آسیب‌های جسمی می‌گذارد.	۰/۷۹۵
ریسک عملکردی	عملکرد سایت پروازی ممکن است از سطحی که تبلیغ می‌شود، پایین‌تر باشد.	۰/۷۹۴
	حضور در این سایت پروازی ممکن است انتظارات من را برآورده نکند.	۰/۸۵۴
	ممکن است فعالیت‌های ارائه‌شده متناسب با شخصیت و وجهه من نباشد.	۰/۸۶۸
	امکان دارد حضور در این سایت مقدار زیادی از وقت من را بگیرد یا تلف کند.	۰/۸۶۸

جدول ۱۳: نتایج ضرایب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و شاخص AVE

متغیرها و ابعاد	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
دلبستگی ذهنی	۰/۸۱	۰/۸۹	۰/۷۲
رهایی	۰/۸۱	۰/۸۸	۰/۷۱
معاشرت	۰/۸۲	۰/۸۹	۰/۶۶
لذت	۰/۹۰	۰/۹۳	۰/۷۸
هیجان فعالیت	۰/۷۸	۰/۸۴	۰/۵۳
ریسک اقتصادی	۰/۷۲	۰/۸۴	۰/۶۴
ریسک عملکردی	۰/۸۶	۰/۹۱	۰/۷۱
ریسک امنیتی	۰/۷۰	۰/۸۳	۰/۶۲
ریسک کلی	۰/۸۹	۰/۹۱	۰/۷۸

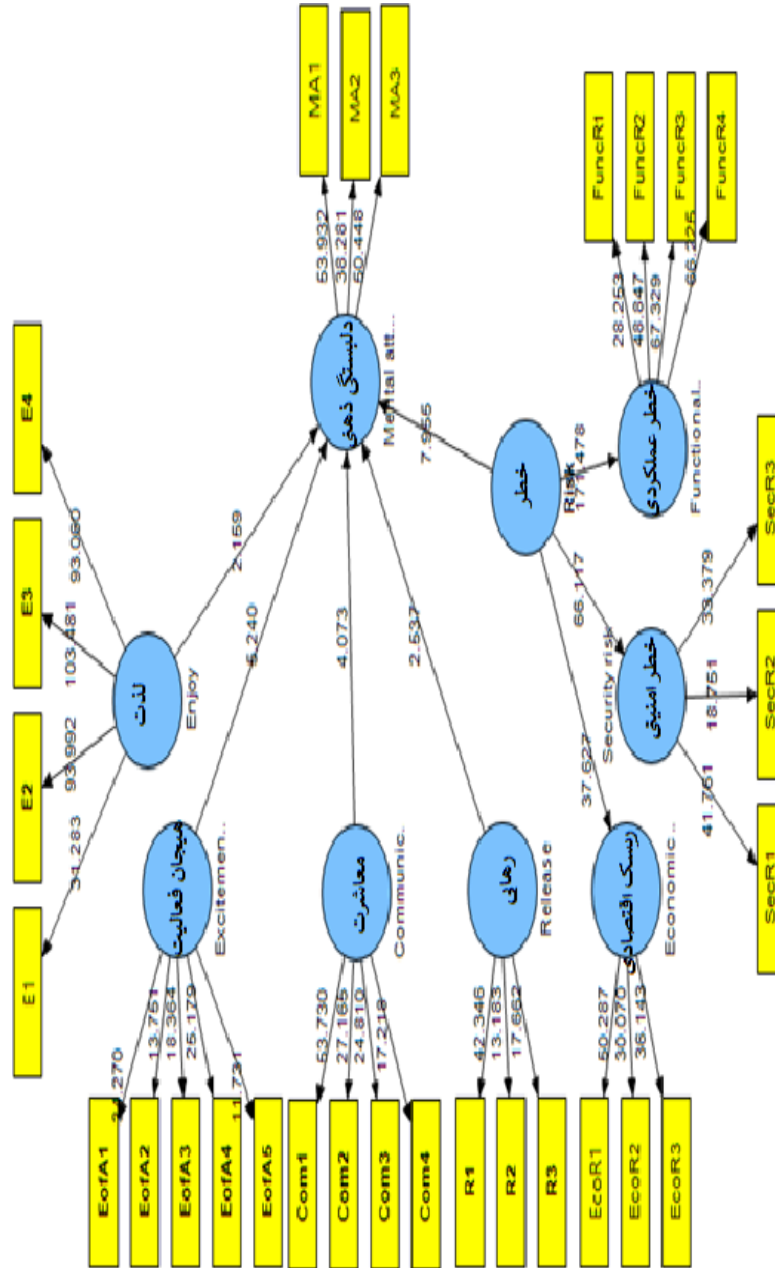
جدول ۱۴: ماتریس سنجش روایی واگرا

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱- دلبستگی ذهنی	۰/۸۵							
۲- رهایی	۰/۲۵	۰/۸۴						
۳- معاشرت	۰/۵۰	۰/۳۲	۰/۸۱					
۴- لذت	۰/۵۳	۰/۳۰	۰/۵۶	۰/۸۸				
۵- هیجان فعالیت	۰/۵۶	۰/۱۶	۰/۵۳	۰/۶۶	۰/۷۲			
۶- ریسک عملکردی	۰/۴۷	۰/۶۵	۰/۲۷	۰/۳۲	۰/۳۴	۰/۸۴		
۷- ریسک اقتصادی	۰/۳۳	۰/۰۴	۰/۰۹	۰/۲۰	۰/۲۷	۰/۶۵	۰/۸۰	
۸- ریسک امنیتی	۰/۳۵	۰/۰۱	۰/۳۱	۰/۲۳	۰/۲۷	۰/۷۷	۰/۵۹	۰/۷۹

برازش مدل ساختاری پژوهش

در پژوهش حاضر، برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از شاخص‌های ضرایب مسیر، R^2 ، Q^2 و اندازه تأثیر استفاده شد. شکل ۲ ضرایب مسیر مدل اجرا شده را نشان می‌دهد. ضرایب Z باید از ۱/۹۶ بیشتر باشد تا معناداری روابط میان متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید شود. بر این اساس و با توجه به شکل ۲، تمامی روابط معنادار هستند.

شکل ۲: ضریب مسیر و برازش مدل ساختاری با استفاده از مقادیر استاندارد



شاخص بعدی که برای بررسی برازش مدل ساختاری بررسی می‌شود، معیار R^2 است که مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی آن در نظر گرفته می‌شود. با توجه به نتایج، مقدار ۰/۴۶ مربوط به متغیر درون‌زای اصلی (دلستگی ذهنی) سطح قوی پیش‌بینی را نشان می‌دهد. شاخص Q^2 نیز به‌عنوان یکی دیگر از شاخص‌های برازش مدل ساختاری، سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به‌عنوان معیار قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی دارد. این مقدار برای دلستگی ذهنی به‌عنوان متغیر درون‌زای اصلی برابر با ۰/۳۰ به دست آمد که سطح پیش‌بینی متوسط را نشان می‌دهد. برازش کلی مدل نیز با استفاده از شاخص GOF بررسی شد. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF هستند. در پژوهش حاضر این شاخص مقدار ۰/۶۸ را به دست آورد که حاکی از برازش قوی مدل کلی پژوهش است. پس از ارزیابی مدل ساختاری، فرضیه‌های مبتنی بر مدل پژوهش آزمون شدند (جدول ۵).

جدول ۱۵: آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌ها	ضرایب معناداری	ضرایب مسیر
H1: تأثیر هیجان فعالیت ماجراجویانه بر دلستگی ذهنی گردشگران	۵/۲۴	۰/۲۶
H2: تأثیر لذت فعالیت ماجراجویانه بر دلستگی ذهنی گردشگران	۲/۱۵	۰/۱۴
H3: تأثیر رهایی فعالیت ماجراجویانه بر دلستگی ذهنی گردشگران	۲/۵۳	۰/۰۹
H4: تأثیر معاشرت فعالیت ماجراجویانه بر دلستگی ذهنی گردشگران	۴/۰۷	۰/۱۸
H5: تأثیر ریسک ادراک‌شده فعالیت ماجراجویانه بر دلستگی ذهنی	۷/۹۵	-۰/۲۶

طبق جدول ۵ به دلیل ضرایب معناداری بالای ۱/۹۶، تمامی فرضیه‌ها تأیید می‌شود. به عبارتی، انگیزه‌های چهارگانه بر دلستگی ذهنی گردشگران ماجراجویانه تأثیر مثبت و معناداری دارند؛ همچنین، ریسک ادراک‌شده گردشگران نیز بر دلستگی ذهنی آن‌ها به مقصد گردشگری تأثیر منفی و معناداری دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

استان گلستان به دلیل برخورداری از ویژگی‌های اقلیمی و طبیعی مستعد و سایت‌های پروازی مختلف، امکان برگزاری بسیاری از ورزش‌های ماجراجویانه و مخاطره‌آمیز همچون پاراگلایدر را دارد. مطالعه حاضر باهدف بررسی تأثیر انگیزه‌ها و ریسک‌های

ادراک شده توسط گردشگران ورزش ماجراجویانه پاراگلایدر بر دل‌بستگی ذهنی آن‌ها در منطقه گلستان انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد که انگیزه لذت بر دل‌بستگی ذهنی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته با نتایج تحقیقات (Haghparast et al., 2019)، (Mohammadgholian & Medi (2020) و Wang et al. (2020) همسو است. Huete Alcocer & Lopez Ruiz (2020) نیز در مطالعه‌ای نشان دادند که احساس لذت گردشگران با میزان رضایت و دل‌بستگی ذهنی آن‌ها به مقصد گردشگری رابطه مستقیم دارد. لذت به حدی اشاره می‌کند که در آن شخص احساس خوب، شادی و خرسندی را در یک موقعیت تجربه می‌کند. وقتی میزان سرگرمی، تفریح و خشنودی گردشگر از فعالیت ماجراجویانه و مواجهه با فضای سایت پروازی بیشتر می‌شود، می‌تواند تداعیاتی را برای او به وجود آورد که نوعی اشتیاق و دل‌بستگی ذهنی به مقصد را برای او به وجود آورد.

نتیجه دیگر پژوهش نشان می‌دهد که هیجان ورزش‌های ماجراجویانه بر دل‌بستگی ذهنی گردشگران به مقصد تأثیر مستقیم و معناداری دارد. این نتیجه با نتایج تحقیقات (Duman Ghezelsefloo & Ashuri و Trimurti & Utama (2021) ،& Mattila (2005) (2020) همسو است. علیرغم وجود مخاطره‌پذیری زیاد در ورزش‌های ماجراجویانه، این نتیجه می‌تواند تمایل گردشگران به تجربه هیجان‌ات مثبت و منفی همراه با این گونه فعالیت‌ها را نشان دهد. بر اساس مطالعات انجام شده واکنش‌های هیجانی در افراد، ادراکات آن‌ها را از خدمت ارائه شده ارتقا می‌دهد. نقش هیجان به‌عنوان یک عنصر مرکزی در درک برخوردها، تجربیات و ایجاد خاطرات خوب در مطالعات زیادی مورد تأکید قرار گرفته است (Liew et al., 2020).

بر اساس تحقیقات انجام شده در حوزه بازاریابی خدمات، هیجان‌ات تجربه شده در محیط می‌تواند پیامدهای خدمت از جمله تمایلات رفتاری (Liew et al., 2020) و دل‌بستگی‌های ذهنی (De Freitas et al., 2018) را تحت تأثیر قرار دهد. بر این اساس، مدیران و ارائه‌کنندگان خدمات گردشگری ورزشی می‌توانند با تغییر در اجزای محیط گردشگری و ایجاد فعالیت‌های هیجانی بیشتر زمینه تحریک هیجان‌ات مثبت را در گردشگران به وجود آورند. انجام فعالیت‌های هیجانی توسط گردشگران، باعث می‌شود

که احساس دلبستگی ذهنی آن‌ها به محیط گردشگری بالا برود و در نتیجه گردشگران از انتخاب خود رضایت و خرسندی بیشتری را نشان دهند (Preko, 2021).

بر اساس نتایج پژوهش، معاشرت گردشگران با افراد دیگر در سایت‌های پروازی بر دلبستگی ذهنی آن‌ها به این مقاصد تأثیر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه با نتایج حاصل از بررسی Woosnam et al. (2020) و Stylidis (2022) همسو است. Woosnam et al. (2020) نشان دادند که معاشرت و تعامل گردشگران با ساکنان سبب ایجاد نوعی دلبستگی ذهنی و وفاداری به مقصد می‌شود. بر اساس تحقیق آن‌ها تعامل دوطرفه و معاشرت میان گردشگران، میزبانان و ساکنان محلی تأثیر مثبتی بر تصویر ذهنی گردشگر از مقصد دارد. همچنین به اعتقاد Wu et al. (2015) و Kirillova (2015) گردشگری می‌بایست دارای سطحی از تعامل و معاشرت با اعضای میزبان باشد تا بتواند در ذهن گردشگران ماندگار شود. علاوه بر این، رفتار و آداب و معاشرت ساکنان مقاصد گردشگری به نوعی بازگوکننده فرهنگ و آداب مردم منطقه است که به‌طور معمول آشنایی با آن برای گردشگران اهمیت دارد (Stylidis et al., 2020).

برخی از مطالعات نشان داده‌اند که ایجاد احساس محبت طی معاشرت و تبادلات اجتماعی میان گردشگران و میزبان منجر به ایجاد دلبستگی ذهنی در گردشگران شده است (Wang et al. 2020)؛ بنابراین، یافته اخیر را می‌توان این گونه تبیین کرد که فعالیت‌های ارتباطی و معاشرت‌ها در طول دوره گردش افراد بر ایجاد تجربه مثبت در ذهن آن‌ها مؤثر است و تبادلات احساسی ایجاد شده در نهایت ساخت یک تصویر ذهنی خوب را به دنبال خواهد داشت. بر همین اساس مدیران مقاصد گردشگری ماجراجویانه می‌توانند با فراهم‌سازی زمینه این تبادلات تصویر ذهنی ادراک شده را مدیریت و گردشگران را با مقصد هم‌نوا سازند.

نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که انگیزه‌رهایی بر دلبستگی ذهنی گردشگران ورزشی به سایت‌های پروازی استان گلستان تأثیر مثبتی دارد. این نتیجه با نتایج Kerr et al. (2022) هم‌راستا است. Carvache-Franco et al. (2022) نیز رسیدن به آرامش را در رفتارهای آتی گردشگران ماجراجویانه مؤثر یافتند. در تبیین این یافته باید گفت که رهایی از جمله انگیزه‌های سفر و ترغیب افراد به فعالیت‌های اجرا شده در طبیعت است. سایت‌های پروازی که محیطی طبیعی و خارج از شهر دارند، این فرصت را در اختیار افراد

قرار می‌دهد تا از دغدغه‌های روزمره دور شده و آرامش پیدا کنند. شرکت در فعالیتی هیجان‌انگیز و ماجراجویانه به‌دوراز جمعیت و شلوغی شهرها باعث ایجاد چنین آرامشی می‌شود و بدیهی است محیطی که این شرایط را فراهم می‌کند، می‌تواند تصویر ذهنی مثبتی را برجای بگذارد و باعث دل‌بستگی فرد شود.

دیگر نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ریسک‌آدراک‌شده بر دل‌بستگی ذهنی گردشگران ورزشی به سایت‌های پروازی استان گلستان تأثیری منفی و معنادار دارد. این نتیجه با یافته‌های (Lepp et al. (2011)، Chew & Jahari (2014) و Khan et al. (2019) همسو است. طبق یافته‌های (Lepp et al. (2011) ریسک‌آدراک‌شده تأثیر منفی بر تصویر مقصد و قصد بازگشت مجدد گردشگران دارد. چنانچه مطالعه (Peric et al. (2021) نیز نشان می‌دهد که ریسک‌بیماری برای سفر در طی همه‌گیری کووید ۱۹، تأثیر منفی بر قصد سفر گردشگران صربستانی داشته است. در حقیقت، ترس از مخاطرات پیش رو و احتمال وقوع حوادث جانی، مالی و تجهیزاتی یا حتی امکان تحقق نیافتن وعده‌های میزبان می‌تواند بر دل‌بستگی ذهنی گردشگر به سایت پروازی تأثیر منفی بگذارد و هم‌نوایی او با مقصد گردشگری را کاهش دهد. با توجه به حوادثی که در سال‌های اخیر در برخی از سایت‌های پروازی رخ داده است، لازم است مدیران سایت‌های پروازی با تأمین تجهیزات فنی و تکنولوژیکی، برآورده سازی استانداردهای تعیین شده و نکات ایمنی پرواز، مخاطرات احتمالی را کاهش دهند تا تصویری اطمینان‌بخش را برای گردشگران ایجاد کنند و بتوانند هم‌نوایی آن‌ها را به دنبال داشته باشند.

کمتر پژوهشی در حوزه گردشگری ورزشی ریسک‌های سفر به مقاصد ورزشی را بررسی کرده است و پژوهش حاضر از این منظر، اطلاعات خوبی را برای تصمیم‌گیرندگان فراهم می‌سازد. توسعه مدل‌هایی از این دست به شناخت بهتر نقش عوامل مختلف بر رفتارهای گردشگران ورزشی کمک می‌کند و می‌تواند برای سرمایه‌گذاری درست مناطق گردشگر پذیر و افزایش نرخ جذب گردشگر ورزشی مفید باشد. پیشنهاد می‌شود سایر پژوهشگران نقش ریسک‌های خوشایند را در هم‌نوایی با مقاصد گردشگری ورزشی مورد مطالعه قرار دهند و یا به انواع دیگری از گردشگری ورزشی فعال بپردازند تا امکان مقایسه نتایج آن‌ها فراهم شود.

تعارض منافع

تعارض منافی وجود ندارد.

ORCID

Maryam Shahmoradi



<https://orcid.org/0000-0003-3011-8897>

Hadi Bagheri



<https://orcid.org/0000-0002-8399-2089>

منابع

- حق پرست، فرزین؛ آصفی، مازیار؛ ابی زاده، الناز. (۱۳۹۸). تحلیل تأثیرات زمینه‌های ادراکی و دل‌بستگی مکانی بر وفاداری کنشی گردشگران (نمونه موردی: بازار تاریخی تبریز). *فصلنامه علمی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)*، ۹ (۱)، ۲۵-۴۴.
- رنجبریان، بهرام؛ غفاری، محمد؛ تسلیمی بابل، امین. (۱۳۹۸). تبیین ریسک‌های ادراک‌شده گردشگر بر تمایل به بازدید مجدد از مقصد گردشگری با نقش میانجیگری تصویر ذهنی مقصد گردشگری. *فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۴ (۴۶)، ۱۳۷-۱۶۴.
- زارع، رحیم؛ پور سعید، محمد مهدی؛ سلطانی نژاد، نیما. (۱۳۹۶). بررسی نقش میانجی تصویر مقصد بر رابطه میان ریسک ادراک‌شده و تمایل به بازدید مجدد: مورد مطالعه ارگ بم پس از فاجعه زلزله. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۲ (۳۷)، ۴۷-۷۰.
- سلطانی، صادق؛ خطیبی، امین؛ و ازمشا، طاهره. (۱۳۹۸). تأثیر انتظارات و نوسان‌های بر وفاداری مقصد ورزشکاران ماجراجویانه رشته پاراگلایدر شهرستان لنده. *چهارمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، اهواز*.
- صفاری، مرجان، نوروزی سید حسینی، رسول؛ شوری، فرهاد. (۱۳۹۸). مدل یابی روابط ساختاری تصویر از مقصد، نگرش، انگیزه و رضایت بر رفتار آتی گردشگران ورزشی. *پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی*، ۹ (۱۷)، ۱۲۱-۱۳۷.
- عبدلی، ناهید. (۱۴۰۱). چشم‌انداز گردشگری ماجراجویانه در ایران با رویکرد آینده‌پژوهی. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۷ (۵۹)، ۱۵۳-۱۹۳. Doi: 10.22054/tms.2022.69253.2740
- قرلسفلو، حمیدرضا؛ عاشوری، تقی. (۱۳۹۹). الگوی ویژگی‌های رفتاری و هیجانات ذاتی گردشگران ماجراجوی ورزش‌های هوایی بر مبنای بروز رفتارهای خود محافظتی واقعی. *مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، ۷ (۲۶)، ۱۱۵-۱۳۱.

نقش انگیزه ها و ریسک‌های ادارک شده.... / شهرادی و باقری | ۱۳۹

- محمدقلیان، محمد؛ مدی، حسین. (۱۳۹۹). بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر حس مکان در توسعه طبیعت‌گردی ساحلی جزایر جنوبی ایران (مطالعه موردی: جزیره هندورابی). *علوم و تکنولوژی محیط‌زیست*، ۲۲ (۳)، ۳۶۶-۳۷۹.
- مصطفوی، مانده‌السادات؛ رنجبریان، بهرام؛ قربانی، حسن. (۱۳۹۵). تحلیل تأثیر فاصله اجتماعی ادراک‌شده بر نیت رفتاری گردشگران بین‌المللی سفر کرده به جزیره آزاد کیش با تأکید بر ریسک ادراک‌شده و رضایت‌مندی. *پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران*، ۵ (۳)، ۵۱-۶۶.
- وثوقی، لیلا؛ دادورخانی، فضیله؛ مطیعی لنگرودی، سیدحسن؛ و رهنمایی، محمدتقی. (۱۳۹۰). ارزیابی عوامل مؤثر بر رضایت در گردشگری زمستانی مورد مطالعه: دو مقصد زمستانی شمشک و دربندسر. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۶ (۱۵)، ۱-۲۸.
- یاسوری، مجید؛ شاکری‌نیا، ایرج؛ شفیع ماسوله، سیده سمیره. (۱۳۹۴). ارتباط رضایت‌مندی، دل‌بستگی و مقاصد رفتاری گردشگران (مورد مطالعه: گردشگران بندر انزلی). *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۴ (۱۳)، ۲۰۶-۲۲۹.

References

- Abdoli, N. (2022). The Prospect of Adventure Tourism in Iran with Futures Studies Approach. *Tourism Management Studies*, 17(59), 159-193. Doi: 10.22054/tms.2022.69253.2740. [In Persian]
- Ayazlar, R. A. (2015). Flow phenomenon as a tourist experience in paragliding: A qualitative research. *Procedia Economics and Finance*, 26, 792-799.
- Battour, M., Rahman, M. K., & Rana, M. S. (2019). "The impact of PHTPS on trip quality, trip value, satisfaction and word of mouth". *Journal of Islamic Marketing*, 11 (6), 1759-0833.
- Chen, J. V., Htaik, S., Hiele, T. M., & Chen, C. (2017). Investigating International Tourists' Intention to Revisit Myanmar Based on Need Gratification, Flow Experience and Perceived Risk. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(1), 25-44.
- Calinao, R. J., Arquinez, A. M., & Cueto, Z. A. (2020). Reasons for Engaging in Adventure Tourism in Donsol, Sorsogon. *LPU-Laguna Journal of International Journal of Tourism and Hospitality Management*, 4(3), 27-41.
- Carvache-Franco, M., Contreras-Moscol, D., Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, W., Vera-Holguin, H., & Carvache-Franco, O. (2022). Motivations and Loyalty of the Demand for Adventure Tourism as Sustainable Travel. *Sustainability*, 14(14), 8472.

- Chew, E. Y. T., & Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism management*, 40, 382-393.
- Dickson, T., & Dolnicar, S. (2004). No risk, no fun: the role of perceived risk in adventure tourism, CD Proceedings of the 13th International Research Conference of the Council of Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE 2004).
- Duman, T., Ozbal, O., & Duerod, M. (2018). The role of affective factors on brand resonance: Measuring customer-based brand equity for the Sarajevo brand. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 359-372.
- Duman, T., & Mattila, A. S. (2005). The role of affective factors on perceived cruise vacation value. *Tourism management*, 26(3), 311-323.
- De Freitas Coelho, M., & De Sevilha Gosling, M., (2018). Memorable Tourism Experience (MTE): scale proposal and test. *Tourism & Management Studies*, 14(4), 15-24.
- Emami, A., Ranjbarian, B. (2019). The perceived risk of Iran as a tourism destination (a mixed method approach). *Iranian journal of management studies*, 12(1). 45-67.
- Ghezelsefloo, H., & Ashuri, T. (2020). Modeling Behavioral Characteristics and Intrinsic Emotions of of Air's Adventurers tourisms based on Real Self-Protective Behaviors, based Sports. *Organizational Behavior Management in Sport Studies*, 7, (26), 115-131. [In Persian].
- Haghparsat, F., Asefi, M., & Abizadeh, E. (2019). An analysis of the effects of perceptive contexts and place attachment on tourists' active loyalty: A case study of Tabriz Historic Bazaar Complex. *Spatial planning*, 9 (1). [In Persian]
- Hillson, D. (2013). Implicit and explicit risk management. *PM World Journal*, 2(10), 1-3.
- Huete Alcocer, N., & López Ruiz, V. R. (2020). The role of destination image in tourist satisfaction: the case of a heritage site. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 33(1), 2444-2461.
- Janowski, I., Gardiner, S., & Kwek, A. (2021). Dimensions of adventure tourism. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100776.
- Kerr, J. H., & Mackenzie, S. H. (2012). Multiple motives for participating in adventure sports. *Psychology of sport and exercise*, 13(5), 649-657.
- Kirillova, K., Lehto, X., & Cai, L., (2015). Volunteer tourism and intercultural sensitivity: The role of interaction with host communities. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(4), pp.382-400.

- Khan, M.J. Chelliah, S. Ahmed, S. (2019). Intention to visit India among potential travellers: Role of travel motivation, perceived travel risks, and travel constraints. *Tourism and Hospitality Research*, 19(3), 351-367.
- Lepp, A., Gibson, H., & Lane, C. (2011). Image and perceived risk: A study of Uganda and its official tourism website. *Tourism management*, 32(3), 675-684.
- Law, R. (2006). The Perceived Impact of Risks on Travel Decisions. *International Journal of Tourism Research*, 8(4), 289-300.
- Liew, J. F., Sulaiman, Z., Zakwan, N., & Awang, S. R. (2020). Memorable Adventure Tourism Experience: Constructs and Consequences. *Asian Journal of Arts, Culture and Tourism*, 2(3), 14-22.
- Mei-Dan, O., & Carmont, M. R. (2013). The Management of the Extreme Sports Athlete. In *Adventure and Extreme Sports Injuries* (pp. 1-5). Springer, London.
- Mohammadgholian, M., & Medi, H. (2020). Development of Coastal Ecotourism in Southern Islands of Iran (Case Study: Hendurabi Island). *J. Env. Sci. Tech.*, 22 (3), 366-379. [In Persian].
- Mostafavi, M. S., Ranjbariyan, B., & Ghorbani, H. (2016). An analysis of perceived social distance Effect on Behavioral Intention of Inbound Tourists to Kish Island, Considering Perceived Risk and Satisfaction. *Strategic research on social problems in Iran*, 5(3), 51-66. [In Persian].
- Pavić, L., Rančić, M., & Mijatov, M. (2013). Potential for paragliding tourism development in Niška Banja (South Serbia). *Turizam*, 17(3), 110-120.
- Perić, G., Dramićanin, S., & Conić, M. (2021). The impact of Serbian tourists' risk perception on their travel intentions during the COVID-19 pandemic. *European Journal of Tourism Research*, 27, 2705-2725.
- Prabhu, V. (2022). A Study of Factors Motivating Adventure Tourism. *International Journal of All Research Education and Scientific Methods*, 10 (8), 944-953.
- Preko, A., Mohammed, I., & Allaberganov, A. (2021). Antecedents of brand equity on halal tourism destination. *Journal of Islamic Marketing*, (ahead-of-print).
- Ranjbarian, B., Ghafari, M. & Taslimi baboli, A. (2019). Explaining the Effect of Tourist's Perceived Risks on the Desire to Revisit the Tourism Destination with Mediating Role of Tourism Destination Image. *Tourism management studies*, 14(46): 137-164. [In Persian]
- Reinikainen, So. (2018). Creating blog posts to promote the cycling routes in Uusimaa Region.

- Rojo-Ramos, J., Vidal-Espinoza, R., Palacios-Cartagena, R. P., Galán-Arroyo, C., Manzano-Redondo, F., Gómez-Campos, R., & Adsuar, J. C. (2021). Adventure tourism in the Spanish population: sociodemographic analysis to improve sustainability. *Sustainability*, 13 (4), 1706.
- Sato, S., Kim, H., Buning, R. J., & Harada, M. (2018). Adventure tourism motivation and destination loyalty: A comparison of decision and non-decision makers. *Journal of destination marketing & management*, 8, 74-81.
- Stylidis, D. (2022). Exploring resident–tourist interaction and its impact on tourists’ destination image. *Journal of Travel Research*, 61(1), 186-201.
- Stylidis, D., Woosnam, K. M., & Ivkov, M. (2020). Tourists’ emotional solidarity with residents: A segmentation analysis and its links to destination image and loyalty. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 100458.
- Safari, M., Nourozi Seyed Hosseini, R., & Shori, F. (2019). Modeling the Structural Relationships among Destination Image, Attitude, Motivation and Satisfaction on Future Behavior of Sport Tourists. *Contemporary studies on sport management*, 9(17), 121-137. [In Persian].
- Soltani, S., Khatibi, A. & Azmsha, T. (2019). The effect of expectations and nostalgia on the destination loyalty of paragliding adventure athletes in Lande city. The fourth national conference on economics, management and accounting. Management and accounting, Ahvaz, <https://civilica.com/doc/1019975>. [In Persian].
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., & Pomfret, G. (2012). *Adventure tourism: The new frontier*. Routledge
- Tarigan, M. I., Lubis, A. N., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2019). Destination brand experience and semiotic brand resonance. *DLSU Business & Economics Review*, 28(3), 30-34.
- Tsiros, M., & Heilman, C. (2005). The Effect of Expiration Dates and Perceived Risk on Purchasing Behavior in Grocery Store Perishable Categories. *Journal of marketing*, 69(2), 114-129.
- Trimurti, C. P., & Utama, G. B. (2021). Bali Tourism Destination Structural Loyalty Model from Consumer Behavior Perspective. *Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(4), 494-505.
- Vosughi, L., Dadvar khani, F., Motiee langerudi, S. H., & Rahnamai, M. T. (2011). Winter tourism and examining important factors in tourist satisfaction Case study: Shemshak and Darbandsar resorts as two winter destinations. *Tourism Management Studies*, 6(15), 1-28. Doi: 10.22054/tms.2011.5082

- Vujadinović, S., Šabić, D., Joksimović, M., Golić, R., Gajić, M., Živković, L., & Milinčić, M. (2013). Possibilities for mountain-based adventure tourism: the case of Serbia. *Bulletin of Geography*, 19, 99-111.
- Williams, P., Soutar, G., Ashill, N. J., & Naumann, E. (2017). Value drivers and adventure tourism: A comparative analysis of Japanese and Western consumers. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(1), 102–122.
- Woosnam, K. M., Styliadis, D., & Ivkov, M. (2020). Explaining conative destination image through cognitive and affective destination image and emotional solidarity with residents. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 917-935.
- Wang, Y. C., Liu, C. R., Huang, W. S., & Chen, S. P. (2020). Destination fascination and destination loyalty: Subjective well-being and destination attachment as mediators. *Journal of Travel Research*, 59(3), 496-511.
- Xu, J., Hui, C. K. T., & Chan, E. A. (2015). Hong Kong's destination image in the eyes of residents. *Journal of China Tourism Research*, 11(4), 440-460.
- Yasouri, M., Shakerinia, I., & Shafiee Masuleh, S. S. (2015). The Relationships between Satisfaction, Attachment, and Behavioral Intentions among Tourists (Case Study: Bandar-e-Anzali Tourists). *Tourism planning and development*, 4(13), 206-229. [In Persian].
- Zare, R., Pour saeid, M. M., & Soltaninejad, N. (2017). Examining the Mediating Role of Destination Image on the Relationship between Perceived Risk and Willingness to Revisit: The Case Study of Arg-e Bam after the Earthquake Disaster. *Tourism management studies*, 12(37): 47-70. [In Persian].

استناد به این مقاله: شهرادی، مریم، باقری، هادی. (۱۴۰۱)، نقش انگیزه‌ها و ریسک‌های ادراک‌شده در دلبستگی به مقاصد گردشگری ورزشی ماجراجویانه. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۷(۶۰)، ۱۱۷-۱۴۳. Doi: 10.22054/tms.2023.70574.2764



Tourism Management Studies (TMS) is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.