



НАЦИОНАЛНА СПОРТНА АКАДЕМИЯ „ВАСИЛ ЛЕВСКИ“

КАТЕДРА „ТАО И СНЕЖНИ СПРТОВЕ“

АДНАН АКЪН

**АНАЛИЗ НА УСЛОВИЯТА ЗА РАЗВИТИЕТО НА
СПОРТЕН ТУРИЗЪМ В ГАЗИАНТЕП**

АВТОРЕФЕРАТ

СОФИЯ, 2016

**НАЦИОНАЛНА СПОРТНА АКАДЕМИЯ
„ВАСИЛ ЛЕВСКИ“
КАТЕДРА „ТАО И СНЕЖНИ СПОРТОВЕ“**

АДНАН АКЪН

**АНАЛИЗ НА УСЛОВИЯТА ЗА РАЗВИТИЕТО НА СПОРТЕН ТУРИЗЪМ В
ГАЗИАНТЕП**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд за придобиване на образователната и научна степен „Доктор“
по научната специалност „Теория и методика на физическото възпитание и спортната
тренировка (вкл. Методика на лечебната физкултура) в професионално направление
7.6. Спорт

Научен ръководител:

Доц. Кръстьо Згуровски, доктор

Официални рецензенти:

София, 2016

Дисертационният труд е обсъден и насрочен за защита от разширен състав на научния колегиум на катедра „ТАО и снежни спортове“ на Национална спортна академия „Васил Левски“.

Дисертационният труд съдържа текст в обем 169 стандартни страници, илюстрирани с 39 нагледни материала- 33 таблици и 6 фигури. Библиографската справка включва 119 литературни източника и 34 интернет страници.

Защитата на дисертационния труд е насрочена за 20.09.2016 г. от 16:00 часа в зала А3 на НСА „Васил Левски“, Студентски град, София.

Материалите по защитата са на разположение на интересуващите се в библиотеката на НСА „Васил Левски“.

УВОД

С технологичния напредък и увеличаването и улесняването на възможностите за придвижване, през 21 век националният и международният туризъм се разрастват все повече, като в зависимост от целите на пътуване, той придобива все по-различни форми. Така мащабно започва да се развива и туризъм с цел спорт- наблюдение или практикуване, което носи множество позитиви върху както за спортния, така и за туристическия сектор, които респективно имат положително влияние върху икономическото и социалното развитие на определен регион. За Турция именно туризма е приоритет, работата по който превръща страната в световна туристическа дестинация. Установяването и поддържането ѝ като такава изискват непрекъснато усъвършенстване от хотелиерския, ресторантьорския и транспортния сектор, което разбира се провокира и нуждата и от непрекъснато научно обезпечаване на тези сфери.

Що се касае до спортния туризъм в страната, то се забелязва, че значението на спортния туризъм е изследвано и потвърдено за областите Егейска, Беломорска и Черноморска, но се забелязва липса на каквито и да било данни за изследване на спортния туризъм и възможностите за неговото практикуване в Югоизточна Анатолия и Газиантеп. Очертава се необходимост от изследване и анализ и изготвяне на подходящ научен инструментариум и методи за анализиране на възможностите за спортен туризъм в този регион.

Поради липсата на подобен тип изследвания се счита, че настоящата теза има проучвателното и новаторско естество. В резултат на извършените проучвателни дейности се формулира следната работна хипотеза:

В Газиантеп и околностите съществуват местности с богати културни и природни особености, които при правилно експлоатиране и могат успешно да бъдат използвани за развитие на спортния туризъм в града. Поради различни фактори, към момента, съществуващия потенциал е развит в сравнително слаба степен, което е и причината този отрасъл да не допринася икономически, културно и обществено върху града във възможната за него максимална степен.

Изхождайки от така формулираната хипотеза, счита се, че факторите, които възпрепятстват развитието на спортния характер са свързани с местното управление и неговата политика, частния сектор, проблеми от инвестиционен характер, рискове за околната среда и местната култура. Имайки предвид гореизложеното се предлагат следните твърдения, които в настоящия труд следва да бъдат потвърдени или отречени:

T1. Има връзка между усилията за развитието на туризма и спорта и приноса за града на спортния туризъм.

T2. Има връзка между със съществуващите усилия за развитието на туризма и намирането на подходящите налични спортни зони за туризъм.

T3. Има връзка между със съществуващите усилия за развитието на туризма усилия и институциите и техните действия за създаването на спортен туризъм.

T4. Има връзка между със съществуващите усилия за развитието на туризма и околната среда и културни влияния.

T5. Има връзка между приноса за града в областта на спортния туризъм и намирането на подходящи зони за спортен туризъм.

T6. Има връзка между приноса на туризма в района и определяне места за спорта и туризма.

T7. Има връзка между приноса на спортния туризъм за града и влиянието на околната среда и културата.

T8. Има връзка между намирането на зона, подходяща за спортния туризъм с усилията за идентифициране на мястото.

T9. Налична е връзката между намиране на подходящи зони за спортен туризъм и околната среда и културното влияние.

T10. С определяне на туристическата зона на спорт и на спортния туризъм е създадена връзка между околната среда и културно влияние.

T11. Развитието на спортния туризъм се отразява на общото развитие на града.

T12. Развитието на спортния туризъм влияе на наличието на подходящи за спортен туризъм зони в града.

T13. Развитието на спортния туризъм въздейства на институции и организации в областта на изследвания на туризма, извършени с цел да се идентифицират зони за спортен туризъм.

T14. Развитието на спортния туризъм се отразява негативно върху околната среда и културните особености на града.

ЦЕЛ, ЗАДАЧИ, МЕТОДИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Цел на изследването

Целта на изследването е да бъдат проучени условията за развитие на спортния туризъм с всички негови аспекти за град Газиантеп и околностите, както и интегративността на спорта в туризма и обратното.

Задачи на изследването

От определената цел на изследването произтичат следните задачи:

1. Проучване на условия и перспективи за развитие на град Газиантеп и региона като спортно-туристическа дестинация и туризма в неговите различни форми.
2. Изследване и оценка на възможностите за развитие на спортен туризъм в Газиантеп и прилежащите му туристически местности по метода на SWOT- анализа.
3. Изготвяне на въпросник и провеждане на анкетно проучване за оценка на възможностите за спортен туризъм.
4. Прилагане на статистически и математически методи за оценка на получените от приложената методика резултати.
5. Оценка на интегративните възможности за спортния туризъм в спортния и туристическия сектор в Газиантеп и формулиране на препоръки за реализирането на потенциала.

Предмет на изследване

Предмет на изследване е област Газиантеп в Р Турция.

Обект на изследване

Обект на изследване са възможностите за развитие на спортния туризъм в следните райони на областта: Дюлюк Баба, Табиат парк, Градски парк Ерикче, Пещерата „Дениз кузусу“ в с. Ямачоба, плато „Соф дагъ“, плато „Хънзърлъ“, Долина „Каркамъш Ташкън“, Местност „Ашагъ Фърат Хавзасъ Сулак“, Каньон „Кьоключес“, Зоологическа градина „Бурч Табиат Парк“, Водопади „Сакча Гьозю“, тепе „Гаффур Баба“, местност „Карпуз Атан Месире“, Долина „Идилли“.

Методи на изследване

За целите на настоящото изследване се прилага следният изследователски инструментариум:

1. Литературно проучване
2. Анкетен метод.
3. Интервю.

4. Статистически методи- корелационен анализ, вариационен анализ, регресионен анализ.
5. SWOT-анализ.

- **Литературно проучване**

В литературното проучване обхваща 153 литературни източници на български, турски и английски езици. В това число се включват книги, публикации в научни списания, материали от конференции, интернет източници и др.

- **Анкетен метод**

Настоящото изследване си поставя като задача да изследва мненията за потенциала и развитието на спортния туризъм на хора, в чийто служебен ресор влиза спорта и туризма. В това число се включват служители в обществени, частни и смесени дружества и съюзи, ръководители от спортния и туристическия сектор и лица, имащи отношение върху развитието на спортния туризъм в града, от ниско, средно и висше управленско ниво. По наши данни общият брой на лицата, имащи отношение към развитието на спортния туризъм са общо 1350 души.

Основен критерий при подбора на респондентите е отговорността им за развитието на спортния туризъм в града. Веднъж определен обхвата на лицата, които следва да бъдат включени в анкетното допитване, е важно да се определи размерът на извадката, към която ще бъдат отпратени въпросите, така че тя да бъде представителна за целите на проучването.

Освен изследването на качествени показатели се използва методът на „за вземане на проби ". Изборът на този метод се обосновава с необходимостта да се обхване възможно по-голяма област и да се достигне до лица, които могат да дадат богата информация. (Balci, 2011: 102).

В този смисъл, обемът на извадката от изследваната популация, според Райън (1995: 24), се изчислява по формулата

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)B^2 + pq}{Z^2}}$$

$$n = \frac{1350 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{\frac{(1350-1) \cdot (0,05)^2 + (0,5) \cdot (0,5)}{1,96}}$$

$$n = 183$$

Във формулата символите са както следва:

n: размер на извадката

N: общността, подлежаща на изследването

P: процент от общността

Q: 1-p

B: допустим процент грешки (5%)

Z2: Интервал на достоверност (95%)

Ако няма подобни изследвания по темата преди това стойността на P се взема 0,5.

В това изследването е предвидена допустима грешка 5%. Доверителният интервал е определен да бъде 95%.

Стойността на Z^2 е свързана с нея и е определена на 1,96.

Отчитайки всички тези параметри, следва, че за да бъде представителна, извадката трябва да бъде с големина минимум $n=183$.

Ето защо, изследването се провежда сред 290 души. В т.ч. участват:

Ръководители на Областния град Газиантеп, Ръководители на Областни дирекции на култура и туризъм, на Областна дирекция за младежта и спорта, на Областна дирекция за околна среда, хотелски ръководства с Бизнес Сертификати (със звезди), с Инвестиционни сертификати, с Общински разрешителни, Директори на Турагенции от група А, на Спортни клубове, на Федерации, на преподаватели във Висши училища по физкултура и спорт, на Висши Училища по туризъм. От предоставените за попълване анкети 13 липсват, 10 са грешно попълнени и не са включени в обобщението, с което представените тук резултати са на базата на 267 действителни анкети.

Рециклирането на действителните анкетни карти е реализирано с прехвърлянето на информацията от тях на електронен носител.

- **Съдържание на въпросника и методи за анализ на данните, използван в това изследване.**

Анкетната форма е съставена от 2 части. В първата част въпросите са насочени към демографски данни, а във втората част- насочени към спортния туризъм и неговото развитие. За определяне пригодността на изготвените анкети на отговорилите 267 действителни анкети са приложени анализи за валидност и надеждност. В края на тази практика не се наложи поправка или промяна на съдържанието, поради което анкетната форма се счита за надеждна и валидна.

Основната цел на използване на тази скала е класифициране мненията на анкетираните по темата, степенуването им, съпоставянето им и повишаване на вътрешната последователност на скалата. (Köklü,1995: 88-91). Анкетата съдържа твърдения, за които респондентът следва да определи степента на приемане, избирайки един от следните отговори: "Категорично не съм

съгласен", "Не съм съгласен", "Неутрален", "Съгласен съм" и "Напълно съм съгласен" като форма степенуване.

За целите на статистическата обработка, възможните отговори във втората част на въпросника са кодирани с числата от 1 до 5 (от «Напълно съм съгласен» до «Категорично не съм съгласен»).

Получените данни за демографските характеристики на извадката бяха обобщени в таблица.

Получените данни за отговорите от втората част на въпросника са обобщени като са определени честота, стандартно отклонение и средно аритметично за получените стойности.

Успоредно с тези изчисления получените отговори на втората част от анкетата са изследвани спрямо демографските данни с помощта на корелационен и регресионен анализ за установяване на зависимости.

Таблица 1

Cronbach's Alpha	N
0,828	267

За анализ на надеждността на отговорите е измерена стойността Cronbach's Alfa. Целта на анализа на надеждността е да проведе до каква степен респондентите отговарят свързано и логично, както и до каква степен са разбрали зададените въпроси. Коефициентът приема стойности между 0 и 1, като с приближаване към единицата, надеждността пропорционално се увеличава (Ural ve Kılıç, 2005:258). В настоящото изследване, коефициентът има стойност 0.828, като според Turan (2012:8), стойността на Cronbach's Alfa над 0,80 показва високо ниво на надеждност.

Таблица 2

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,891
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3228,606
	df	231
	Sig.	,000

В таблица 2 е описан направения „КМО“ анализ за определяне пригодността на големината на извадката за факторен анализ. Изискване за факторен анализ е стойността на „КМО“ да бъде над 0,50 (препоръчително е стойността да е поне 0,60)(Pallant, 2001). В

противен случай следва да бъде увеличен обемът на извадката.(Akdağ, 2011: 25). Изчислената стойност на “КМО” за настоящото изследване е 0,89,1(,891), което потвърждава пригодността на данните за последващ факторен анализ.

В таблица 2 резултатите от Bartlett теста са значими и показват нормално разпределение на данните. Следователно между променливите има висока корелация. С други думи наборът ни от данни е пригоден за факторен анализ.

Таблица 3

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7,580	34,454	34,454	7,580	34,454	34,454	4,687	21,304	21,304
2	3,026	13,753	48,207	3,026	13,753	48,207	4,260	19,362	40,665
3	1,819	8,270	56,477	1,819	8,270	56,477	2,216	10,072	50,737
4	1,300	5,911	62,388	1,300	5,911	62,388	1,876	8,529	59,266
5	1,066	4,845	67,233	1,066	4,845	67,233	1,753	7,967	67,233
6	,836	3,800	71,033						
7	,755	3,431	74,464						
8	,676	3,074	77,537						
9	,605	2,748	80,285						
10	,562	2,554	82,839						
11	,502	2,284	85,123						
12	,459	2,088	87,211						
13	,439	1,996	89,207						
14	,420	1,908	91,115						
15	,343	1,557	92,673						
16	,301	1,367	94,040						
17	,265	1,205	95,244						
18	,259	1,177	96,421						
19	,216	,983	97,404						
20	,215	,979	98,384						
21	,202	,918	99,302						
22	,154	,698	100,000						

Що се касае до броя на статистически фактори (собствена стойност), то те се приемат за значими, при стойност по-голяма от 1 (Kalauci, 2014: 328)

При разглеждане Таблица 19, статистиката на собствената стойност се откриват 5 фактора, които имат стойност по-голяма от 1.

Първият фактор има отклонение до 21,304%. Първият и вторият фактор –отклонение 40,665% . Първите 3 фактора заедно общо-50.737%. Добавен четвъртият фактор варира до над 60% и е на приемливо ниво.

Резултатите от анализа на проучването бяха изследвани, и показват, че резултатът е 67.233%, което е приемливо ниво.

- **Статистически методи**

За целите на статистическата обработка е използван софтуер “SPSS for Windows21.0”. Приложени са количествен честотен метод, корелационен и регресионен анализ.

- **SWOT – анализ**

SWOT- анализът е приложен за оценка потенциала на 17 местности в Газиантеп по отношение на развитието им като спортно-туристически дестинации. Тъй като това е от съществено значение за изпълнение на целите на настоящото изследване, то важно е да бъдат изяснени именно силните и слабите страни, както и потенциалните възможности и заплахи, за да послужат като отправна точка в последващо стратегическо планиране за развитие на дестинациите.

РЕЗУЛТАТИ

Представената в табличен вид информация от SWOT- анализа (таблица 4) позволява да бъдат направени някои обобщения по отношение на изследваните аспекти, които могат да бъдат приети като тенденции за настоящото положение и потенциала за развитие на спортния туризъм в Газиантеп.

На първо място, относно силните страни, забелязва се, че по-голямата част от изследваните местности имат предимството да бъдат в близост до града и с улеснен достъп до тях. Впечатление прави богатството на културни и природни забележителности във всяка една от тях. От една страна, това е допълнителен фактор, който прави по-приятен и интересен престоя на туристите, които посещават местата с цел спорт, а от друга имат и икономическо значение, тъй като наличието на подобни предимства може да има „удължаващ“ ефект върху престоя на туриста, т.е. въпреки, че целта на посещението е спорт, някои от гостите на местността биха предпочели да останат по-дълго време, за да посетят културни, природни или исторически забележителности. Подобно удължаване на престоя има положително икономическо въздействие върху свързаните с туризма хотелиерство, ресторантьорство, транспорт и други туристически услуги.

Друго предимство, което се забелязва е, че повечето от разглежданите места имат съществуващо оборудване и съоръжения, предвидени за целите на туризма- къмпинги, места за барбекю, изградени писти, тераси за наблюдение, обозначени пътеки, велоалеи и др.

Всяка една от изследваните местности има потенциал за развитие на различни видове спортен туризъм- воден, планински, делтапланеризъм, риболов, конни спортове и др.

Като слаби страни може да бъде изтъкната сравнително слабата инфраструктурна обезпеченост и липсата на достатъчен брой заведения, ресторанти и хотели, които да посрещат нуждите на туристическия поток. Още по-притеснителното в случая е не само техният недостиг, но и липсата на планове и проекти за изграждане и построяване на такива. Към този тип проблеми може да бъде причислена и липсата на достатъчно като качество и количество санитарни условия (душове, тоалетни и т.н.)

Друг проблем, който в анализа многократно се появява е слабата разпознаваемост на изследваните местности като туристически и спортно-туристически дестинации. Това може да се отдаде на слабото маркетингово представяне, липсата на реклама и промоции.

Въпреки отчетените като силни страни налични културно-исторически и природни богатства, тяхното значение отслабва от недостатъчните грижи, които се полагат за тях като почистване, залесяване, поддръжка на зелените площи. Занемарените зони отблъскват туриста и

дори могат да бъдат фактор, който да повлияе върху решението в последствие отново да бъде посетена същата местност.

Отчетените силни и слаби страни създават пред отговорните за развитието на туризма и спортния туризъм на града различни възможности. Така например, спортният туризъм има възможност да бъде значително стимулиран, ако бъдат реализирани инвестиционни проекти за хотели и заведения, както и за изграждане на съоръжения за спортен туризъм. Тези възможности могат да бъдат считани за реални, предвид това, че разглежданите дестинации имат капацитета като площ и специфика. Разбира се, това не е достатъчно условие и се налага да бъдат използвани и възможностите за повишаване информираността на туристите относно спортния туризъм и привличането им със средствата на рекламни кампании и промоции.

Съществуващите заплахи имат стандартния за развитието на туризма вид, а именно- замърсяване на природата и застъпване на някои животински и растителни видове. Привличането на голям брой посетители увеличава риска от прояви на вандализъм и агресия. Въпреки това, едно правилно планиране на развитието на местностите като спортно-туристически дестинации с използването на компетенциите на еколози, местна управа и засилени мерки за сигурност може да предотврати проявлението на подобни рискове.

Таблица 4

SWOT анализ на Газиантеп- градски зони за спортен туризъм				
Силни страни (Strength)		Слаби страни (Weakness)	Възможности (Opportunity)	Опасности (Threat)
Природен парк Дюлюк баба	<ul style="list-style-type: none"> Близост до града Лесен достъп Наличен паркинг Подходящи зони за дейности на спортен туризъм (разходки сред природата, къмпинг-каравани, велосипедни турове и т.н.) 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатъчна хотелска база Недостатъчно заведения за хранене, Недостатъчен брой тоалетни Слаб маркетинг и реклама, Слаба разпознаваемост на района от туристите 	<ul style="list-style-type: none"> Наличие на подходящи за инвестиции зони подходящи за природосъобразен живот зони 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от местните и чуждите туристи Не се ползва природната среда с щадящо отношение и с оглед на дългосрочно ползване
Градски парк Ерикче	<ul style="list-style-type: none"> Лесен достъп Наличие на паркинги Наличие на изкуствена писта за пързаяне Наличие на ресторанти тоалетни и др. посрещачи нуждите на туриста съоръжения Наличие на тераси за наблюдение Наличие на много зони за спортен туризъм (лагери, каравани, зони законна езда и пешеходни такива , велоалеи) 	<ul style="list-style-type: none"> недостатъчна хотелска база недостиг на заведения за хранене Недостатъчни тоалетни Недостиг на обучители по пързаяне Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Наличие на подходящи за инвестиции зони подходящи за природосъобразен живот зони, наличие на зони за наблюдение, 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от местните и чуждите туристи Не се ползва с щадящо отношение природната среда и с оглед на постоянно ползване.
Пещера Дениз кузусу при село Ямачоба	<ul style="list-style-type: none"> Притежава невероятна красота и пророда Близост до града Подходяща за много дейности на спортния туризъм(скално или спортно катерене, фото сафари, традиционно скално катерене, приключенски 	<ul style="list-style-type: none"> Труднодостъпно Недостатъчна хотелска база Недостатъчно заведения за хранене, Непознаване на природните красоти от местното население Недостатъчно осветление 	<ul style="list-style-type: none"> Великолепна активно- действаща пещера 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от местните и чуждите туристи Не се ползва с щадящо отношение природната среда и с оглед на постоянно ползване.

SWOT анализ на Газиантеп- градски зони за спортен туризъм				
Силни страни (Strength)		Слаби страни (Weakness)	Възможности (Opportunity)	Опасности (Threat)
	състезания и турове, уроци по планинарство, къминг и пещерни разходки, разходки в околностите на пещерата	<ul style="list-style-type: none"> Наличие на тиня в много части на пещерата Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 		
Платото Соф дагъ	<ul style="list-style-type: none"> Близост до града Лесен достъп Наличие на 267 растителни видове Невроятен климат през лятото Подходящи за спортен туризъм голям брой зони (планински туризъм, къмпинг с каравани, лов, приключенски турове и спортове, конни и пешеходни турове, фото и авто-сафари). 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатъчно финансиране или липса на инвестиране Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Важна зона за здравен туризъм Важна за планински туризъм зона Много зони с естествен живот на диви животни, Подходящи за инвестиране в спортен туризъм зони 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от местните и чуждите туристи Не се ползва с щадящо отношение природната среда и с оглед на постоянно ползване.
Платото Сакария	<ul style="list-style-type: none"> Близост до града Лесен достъп Подходящи за много видове спортен туризъм зони (къмпинг, лов, приключенски спортове, конни и пешеходни турове,) 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатъчно финансиране или липса на инвестиране Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Подходяща за планински туризъм зона Богати природни красоти 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от местните и чуждите туристи Не се ползва природната среда с оглед на постоянно ползване.
Езерото Аллебен	<ul style="list-style-type: none"> Близост до града Лесен достъп Подходящи за спортен туризъм голям брой зони (планински туризъм, велотурове, риболов, лов, 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатъчно финансиране или липса на инвестиране Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг 	<ul style="list-style-type: none"> Подходящи за водни спортове зони(гребане и др.) Зони с богата природна красота 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от местните и чуждите туристи през летните месеци и неприятният мирис на езерото

SWOT анализ на Гaziантеп- градски зони за спортен туризъм				
Силни страни (Strength)		Слаби страни (Weakness)	Възможности (Opportunity)	Опасности (Threat)
	водни спортове, орнитология)	туристите не познават региона	<ul style="list-style-type: none"> Много прелетни птици имат маршрут през местността 	<ul style="list-style-type: none"> Не се ползва природната среда с оглед на постоянно ползване.
Гръцка крепост	<ul style="list-style-type: none"> Богата историческа и културна стойност Близост до града Лесен достъп Наличие на зони с широк диапазон за различни видове спортен туризъм (планински и природни турове, фото и авто сафари) 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатъчна база за нощувка и изхранване и посрещане на другите им нужди Вследствие на недостатъчното презентиране и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Подходящи за риболов водни зони Многобройни подходящи за водни спортове зони (кану каяк, плуване) 	<ul style="list-style-type: none"> Не се ползва природната среда с оглед на постоянно ползване. Замяряване на околността от местните и чуждите туристи,
Мерзимен чайъ	<ul style="list-style-type: none"> Близост до града Лесен достъп Наличие на зони за различни видове спортен туризъм (къмпинг, скално катерене, приключенски спортове, велотурове, и др.) 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатъчна база за нощувка и изхранване Вследствие на недостатъчното презентиране и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Обитаване в района на много видове птици Великолепна природна красота Подходящи зони за лов, водни спортове и пещерно дело 	<ul style="list-style-type: none"> Замяряване на околността от местните и чуждите туристи в резултат на което е застрашен естествения живот на дивите животни във водата. Недостатъчен интерес на местните към природната красота на зоната Не се ползва природната среда с оглед на постоянно ползване

SWOT анализ на Газиантеп- градски зони за спортен туризъм				
Силни страни (Strength)		Слаби страни (Weakness)	Възможности (Opportunity)	Опасности (Threat)
Тахтакьопрю бараж гьоleti	<ul style="list-style-type: none"> Близост до града Наличие на открит музей Йесемек в района Наличие на подходящи зони както за културен, така и за спортен туризъм 	<ul style="list-style-type: none"> Отчасти липсва асфалтиран път Недостатъчна база за нощувка и изхранване или липсата им. Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Богата културна и историческа зона Богата природна красота 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатъчен интерес на местните към природната красота на зоната Не се ползва природната среда с оглед на постоянно ползване
Платото Хънзърлъ	<ul style="list-style-type: none"> Близост до града Лесен достъп по асфалтиран път Разположено на на върха на планината Аманос Наличие на зони за различни видове спортен туризъм (планински и природни опознавателни турове, фото сафари, къмпинг, приключенски турове) 	<ul style="list-style-type: none"> Липса на електричество и телефон Недостатъчна база за нощувка и изхранване или липсата им. Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Богата природна красота Многообразие от растителни видове Прекрасен климат през лятото 	<ul style="list-style-type: none"> Бъдещите инвестициите заплахват да унищожат природните красоти Замърсяване на околността от посещаващите туристи, пренебрегване на грижата за природата Опасност от тероризъм в района
Руслото на Каракамъш край река Ефрат	<ul style="list-style-type: none"> Богата екологична система Лесен достъп Обитаване на много видове птици и костенурки на района Наличие на подходящи зони за спортен туризъм Наличие на зони за различни видове спортен туризъм (лов и ловен туризъм водни спортове, кану каяк, гребане, риболов, пешеходни турове), Богата културно-историческа зона 	<ul style="list-style-type: none"> Отчасти е далеч от града (80km), Недостатъчна база за нощувка и изхранване или липсата на инвестиции в това. Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Многообразие от растителни видове Компилация от степна и пустинна природна зона Зона за сливане и пресичане на много реки Многообразие от птици и костенурки в обитаващи района Открит музей Зеугма се намира в района 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от посещаващите туристи, пренебрегване на грижата за природата .

SWOT анализ на Газиянтеп- градски зони за спортен туризъм				
Силни страни (Strength)		Слаби страни (Weakness)	Възможности (Opportunity)	Опасности (Threat)
Каньон Кьоклюдже	<ul style="list-style-type: none"> Лесен достъп Наличие на подходящи зони за спортен туризъм Наличие на зони за различни видове спортен туризъм (планинско катерене, къмпинг, пешеходни турове, велотурове, пещерни турове.) 	<ul style="list-style-type: none"> Отчасти е далеч от града (58km), Недостатъчна база за нощувка и изхранване или липсата на инвестиции в това. Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Богата природна красота Наличие на разнообразни пещери в зоната 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатъчна система за сигурност
Природен парк Бурч и зоологическа градина	<ul style="list-style-type: none"> Близост до града Лесен достъп Наличие на изкуствено създадена гора. Заемаща 3-то място в света и 2-ро по големина в Европа зооградина за отглеждане на диви животни Наличие на подходящи зони за спортен туризъм Наличие на зони за различни видове спортен туризъм (планински преходи, авто и фото сафари, къмпинг с каравани, велотурове) Наличие на бази за изхранване и нощувки 	<ul style="list-style-type: none"> Липсата на инвестиции в тази зона. Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Подходящи за атлетика зони Природен парк с наличие на диви животни 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от посещаващите туристи, Недостатъчен интерес на местните към природната красота на зоната Не се ползва природната среда с оглед на постоянно ползване Замърсяване на околността от посещаващите туристи,

SWOT анализ на Газиантеп- градски зони за спортен туризъм				
Силни страни (Strength)		Слаби страни (Weakness)	Възможности (Opportunity)	Опасности (Threat)
Водопадът Сакчагьозю	<ul style="list-style-type: none"> Лесен достъп Наличие на подходящи зони за спортен туризъм сред невероятно богата природна среда (планински преходи, фото сафари, къмпинг с каравани, велотурове) 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатъчно залесяване Отчасти е далеч от града(50km), Недостатъчна база за нощувка и изхранване или липсата им. Регионът не е разпознаваем от туристите 	<ul style="list-style-type: none"> Подходящи зони за риболов 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от посещаващите туристи, Не се ползва природната среда с оглед на постоянно ползване Недостатъчен интерес на местните към природната красота на зоната.
Гафур баба тепе	<ul style="list-style-type: none"> Лесен достъп Наличие на подходящи зони за спортен туризъм Наличие на зони за различни видове спортен туризъм (планински преходи, къмпинг с каравани, учебен делтапланеризъм.) 	<ul style="list-style-type: none"> Отчасти е далеч от града Недостатъчна база за нощувка и изхранване Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Подходящ за учебен парапланеризъм зона 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от посещаващите местни и чужди туристи. Недостатъчен интерес на местните към природната красота на зоната Не се ползва природната среда с оглед на постоянно ползване.
Зона за пешеходен туризъм Карпузатан	<ul style="list-style-type: none"> Близост до града Лесен достъп Наличие на зони за различни видове спортен туризъм (водни спортове, пешеходни турове и др.) 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатъчна база за нощувка и изхранване или липсата им Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Богати природни красоти Наличие на развъдник за пъстърва Наличие на плувен басейн 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от посещаващите туристи. Недостатъчен интерес на местните към природната красота на зоната Не се ползва природната среда с оглед на постоянно ползване
Долината Идилли	<ul style="list-style-type: none"> Близост до града Наличие на различни водни басейни и Наличие на подходящи зони за спортен туризъм Наличие на зони за различни видове спортен туризъм (планински преходи, фото сафари, и др.) 	<ul style="list-style-type: none"> Труден достъп поради пресечения планински терен Вследствие на недостатъчното презентирание и маркетинг туристите не познават региона 	<ul style="list-style-type: none"> Богати природни красоти В полите на планината Аманос наличие на подходящи за планински спортове зони 	<ul style="list-style-type: none"> Замърсяване на околността от посещаващите туристи. Недостатъчен интерес на местните към природната красота на зоната Не се ползва природната среда с оглед на постоянно ползване

РЕЗУЛТАТИ, ПОЛУЧЕНИ ОТ ПРОУЧВАНЕ НА АНКЕТНАТА ФОРМА И ОЦЕНКА

За изследването са получени мненията на 267 души с анкетна форма. С прилагане на различни статистически анализи за направени следните заключения и оценки:

Резултати от факторния анализ

Факторният анализ използва данни, получени от анкетните форми, според които респондентите следва да отбележат степента на тяхното съгласие с изложени във въпросника 24 твърдения (S1:S24, посочени в приложение). Степента на тяхното съгласие се изразяване на един от 5 предложени отговора- „Напълно съм съгласен“, „Съгласен съм“, „Нямам отношение“, „Не съм съгласен“ и „Категорично не съм съгласен“. Тези твърдения, за целите на факторния анализ се приемат като фактори, изразени респективно числово от 1 до 5.

Таблица 5 Общият факторен анализ на променливите

Communalities		
Component	Initial	Extraction
S.1	1,000	,617
S.2	1,000	,412
S.3	1,000	,512
S.4	1,000	,619
S.5	1,000	,652
S.6	1,000	,616
S.7	1,000	,621
S.8	1,000	,746
S.9	1,000	,773
S.10	1,000	,741
S.11	1,000	,658
S.12	1,000	,566
S.14	1,000	,738
S.15	1,000	,641
S.17	1,000	,599
S.18	1,000	,838
S.19	1,000	,790
S.20	1,000	,736
S.21	1,000	,665
S.22	1,000	,581
S.23	1,000	,851
S.24	1,000	,820

Communality (обща вариация). Това е размер на вариацията, която се споделя с други променливи от включена в анализа променлива. (Hair vd., 1998:365). При факторния анализ променливите 13 и 16 са с ниски вариационни коефициенти, поради което са извадени от анализа и анализът е повторен.

В таблица 6 най-високата средна стойност на вариацията са променливи s23 (,851)и s18 (,828).

Таблица 6 Фактори и тежест на факторите

Rotated Component Matrix^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
S.9	,838	,248	,016	-,015	-,087
S.10	,837	,166	,039	-,104	-,029
S.8	,815	,273	-,008	,057	-,061
S.7	,727	,296	,021	,066	-,015
S.11	,707	,266	,161	-,241	,054
S.15	,685	,344	,121	-,196	,003
S.12	,655	,306	,123	-,165	,031
S.18	,389	,818	,018	,014	-,135
S.19	,340	,813	,017	,004	-,118
S.20	,255	,805	,068	,007	-,134
S.21	,279	,751	,111	-,077	-,074
S.17	,233	,713	,108	,027	-,155
S.22	,339	,654	,037	-,107	,160
S.1	,044	,196	,753	-,082	,054
S.4	,183	,233	,716	,028	,135
S.5	,071	-,144	,695	,373	-,072
S.6	,090	-,181	,579	,488	,046
S.14	-,086	-,045	-,055	,842	,129
S.3	-,217	-,017	,266	,618	,108
S.2	-,101	,179	,376	,440	,186
S.23	-,025	-,078	,077	,170	,899
S.24	-,021	-,249	,097	,130	,855

Изготвеният анализ дава възможност да бъдат оценени общите настроения на респондентите спрямо различни променливи, оценени като значими за развитието на спортния туризъм.

В таблицата под първия (1.) фактор с най-голяма тежест са: s.9(,838); S.10 (,837); S.8 (,815); S.7 (,727); S.11 (,707); S.15 (,685); S.12 (,655) или твърденията:

S9: За развитието на спортния туризъм е необходимо да се работи в сътрудничество между институциите и организациите.(общини, частни организации).

S10: За развитие на спортния туризъм е необходимо различни организации и институции да си сътрудничат и да обучават населението.(Общини, частни организации, Обл.дирекция за младежта и туризма, Спортна дирекция,и др.)

S8: За спортния туризъм са важни презентациите и маркетингът и те трябва да се правят непрекъснато;

S7: За развитието на спортния туризъм е необходима база и надграждането ѝ.

S11: Възгледите на хората са важни за развитието на спортния туризъм.

S12: За развитието на спортния туризъм е важно да се промени мнението на хората с обучения от специалисти.

S15: За разработване и развитие на зоните за спортен туризъм и за провеждане домакинство на големи спортни събития е необходимо увеличаване размера на инвестициите.

Тези отговори дават основание да се счита, че запитаните отчитат като абсолютно важно на първо място междуинституционалното сътрудничество за развитието на спортния туризъм в града, с което се установява възприятието за основната отговорност на ресорните институции и организации. И тук се потвърждава установената в SWOT- анализа необходимост от засилване на маркетинговите дейности, повишаване на обществената информираност и стимулиране на инвестиционните проекти.

- под втория фактор (2.) с най-голяма тежест са S.18 (,818); S.19 (,813); S.20 (,805); S.21 (,751); S.17 (,713); S.22 (,654), а именно:

S18: Развитието на спортния туризъм носи принос в цялостното развитие на града.

S19: Развитието на спортния туризъм носи икономически принос за града.

S20: Развитието на спортния туризъм има принос в общественото развитие на града(социализация, културен обмен, принос в световния мир, и др.).

S21: Развитието на спортния туризъм помага на хората в града да разберат ролята на спорта за здравословен начин на живот.

S17: За развитие на спортния туризъм е необходимо кандидат инвеститорите да се насочват към зоните за това и да се увеличават инвестициите.

S22: Развитието на спортния туризъм води до намаляване безработицата и нови работни места.

Вторият фактор, съгласието с горепосочените твърдения, потвърждава осъзнаването на положителните ефекти на спортния туризъм в икономически, културен, обществен и здравословен план и предполага положителните настроения към развитието на спортния туризъм в града и околностите.

- под третия фактор (3.) са S.1 (,753); S.4 (,716); S.5 (695); S.6 (,579);

S1: В Газиантеп има достатъчно определени места за спортен туризъм;

S4: Намиращите се в Газиантеп зони са подходящи за спортен туризъм.

S5: Центровете за спортен туризъм са атрактивни със своите особености (лесен достъп, удобни площи, сигурност).

S6: Атрактивните особености на спортните центрове са достатъчни за дейностите (лесен достъп, удобни площи, сигурност).

Липсата на мнение по горепосочените твърдения констатира липсата на информираност по особеностите на спортния туризъм, което повлиява и върху разбирането за него. Може да бъде направено заключение, че в действителност, въпреки високия потенциал на газиянтепските местности за развитие на спортен туризъм, установен в SWOT-анализа, то той не е използван ефективно. В противен случай, би се очаквало отговорите относно наличието и пригодността на местностите за спортни дейности да бъдат по-решителни.

- под четвъртия (4.) фактор с най-голяма тежест са S.14 (,842); S.3 (,618), S.2 (,440):

S14: Местното управление (общините) прави необходимото за увеличаване на инвеститорите и насочването им към зоните.

S3: В Газиянтеп местното и частното ръководство работят достатъчно по идентифицирането на зоните за спортен туризъм.

S2: В Газиянтеп местата за спортен туризъм са добре идентифицирани.

Установената слаба информираност се потвърждава от несъгласието на отговорилите с твърдения 3 и 4- зоните за спортен туризъм са неразпознаваеми, което отново се отдава на неефективната работа на местното управление и частния сектор.

- под петия 5 фактор с висока тежест стойности са S.23 (,899); S.24 (,855) .

S23: Развитие на спортния туризъм носи вреди за околната среда.

S24: Развитие на спортния туризъм има негативно влияние на културата.

Относно отговорите „Категорично не съм съгласен“, по отговорите на респондентите може да се съди, че евентуално развитие и разрастване на спортния туризъм не биха срещнали съпротива от общественото мнение за застрашаване на културното богатство или околната среда.

3.2.2. Честотно- Процентен анализ и оценка на резултатите

Таблица 7 Разпределение по пол на резултатите

	Честота	Процент
Мъже	193	72,3
Жени	74	27,7
Общо	267	100,0

От таблица 8 се вижда разпределението на анкетираните по пол, 72,3 % са мъже и 27,7 % са жени.

Таблица 8 Разпределение по възрастова група

	Честота	Процент
23-29	95	35,6
30-36	78	29,2
37-43	65	24,3
44 и нагоре	29	10,9
Общо	267	100,0

Възрастовият диапазон на участниците е показани в таблица 24. Според това разпределение, по-голямата част от участниците (35%- 95души) влиза във възрастова група 23-29. Участниците във възрастова група над 44 (10,9%), са 29 души, от група 30-36 г. (29,2%) са 78 души, а тези на възраст 37-43г., (24,3%) са 65 души.

Таблица 9 Резултати от разпределение по образование

	Честота	Процент
Средно и еквивалента му	32	12,0
Колеж	53	19,9
Висше бакалавър	161	60,3
Магистър	16	6,0
Доктор	5	1,9
Общо	267	100,0

Таблица 9 Разпределението показва участниците в зависимост от тяхното ниво на образование. Съответно, образованието на по-голямата част от участниците (60.3%) е на равнище бакалавърска степен- 161 души, с докторско ниво на образование са най-малко - с 1,9% от участниците, които са 5 души. (19.9%) от 53 души, са с ниво колеж (12.0%) и гимназия или равностойно са 32 лица (6.0%), 16 души са завършили висше училище.

Таблица 10 Резултати от разпределение по сфера на дейността, в която са заети

	Честота	Процент
Обществено	94	35,2
Частно	163	61,0
Смесено	10	3,7
Общо	267	100,0

При разглеждане на таблица 10, участниците (61,0%), или 163 души, са работещи в частни учебни заведения; (35,2%) или 94- души в държавни институции (3,7%) и 10 души са заети в смесени институции.

Таблица 11 Резултати от разпределение на участниците по работата и длъжностите им

	Честота	%
Работодател	33	12,4
Високо ниво мениджър	49	18,4
Средно ниво мениджър	126	47,2

	Честота	%
Ниско ниво мениджър	59	22,1
Общо	267	100,0

В таблица 11 са показани работното място, и позициите на които са работили участници. Според данните (47,2%,) мениджъри на средно ниво са 126 души, с 12,4%, най-малко са работодателите с 33 души. Останалите участници в проучването (22,1%), са мениджъри от ниските нива, 59 души (18.4%), докато 49 души са висши мениджъри.

Таблица 12 Разбивка на резултатите по стаж на работното място

	Честота	%
1-4	76	28,5
5-9	95	35,6
10-14	55	20,6
15 и нагоре	41	15,4
Общо	267	100,0

В таблица 12, са представени участниците в проучването според стажа им на съответното работно място. Съответно, служители между 5-9 години (35.6%) са 95 души. 15 години и повече работещи (15,4%) са 41 души. Работещи между 1-4 години (28,5) са 76 души, докато работещи между 10-14 години (20.6%) са 55 лица.

Таблица 13 Честота, процент, средни стойности и стандартно отклонение относно мненията за подобряването на спортния туризъм

Честота, процент, средни стойности и стандартно отклонение относно мненията на участниците в анкетното проучване.	Честота и процент						Средна стойност	Стандартно отклонение
	Категорично не съгласен	несъгласен	Не съм сигурен	Съгласен съм	Категорично съгласен	Общо		
	F %	F %	F %	F %	F %	F %		
За развитието на спортен туризъм в Газиантеп са налични подходящи природни зони	28 10,5	57 21,3	31 11,6	115 43,1	36 13,5	267 100	3,2772	1,23771
Зоните в Газиантеп за спортен туризъм са достатъчно добре обособени.	25 9,4	97 36,3	66 24,7	54 20,2	25 9,4	267 100	2,8390	1,13733
Работата, извършвана от местното и частно управление за развитието на спортния туризъм в Газиантеп е достатъчна.	29 10,9	111 41,6	63 23,6	47 17,6	17 6,4	267 100	2,6704	1,08475
Природните зони в Газиантеп са подходящ за разнообразни спортни дейности.	9 3,4	55 20,6	35 13,1	135 50,6	33 12,4	267 100	3,4794	1,05602
Атрактивните центрове за спортен туризъм са функционални (наличност, подходящи зони, сигурност и т.н.)	16 6,0	62 23,2	59 22,1	111 41,6	19 7,1	267 100	3,2060	1,06494
Зоните имат достатъчно атрактивни специфики, необходими за развитието на спортния туризъм (достъпност, комуникативен район, сигурност) .	21 7,9	84 31,5	51 19,1	81 30,3	30 11,2	267 100	3,0562	1,17646
Трябва да се развие базата и надстройката на спортния туризъм с извършваната работа.	9 3,4	13 4,9	9 3,4	80 30	156 58,4	267 100	4,3521	,99794
Рекламните и маркетинговите дейности за насърчаване на спортния туризъм са важни, и това трябва да се работи непрекъснато.	9 3,4	7 2,6	10 3,7	76 28,5	165 61,8	267 100	4,4270	,94058
Различни институции и организации за да развиват спортния туризъм (общини, частни институции) трябва да си сътрудничат за подобряване на текущото състояние.	5 1,9	8 3	8 3	77 28,8	169 63,3	267 100	4,4869	,84672
Различни институции, които развиват спортния туризъм (общини, частни институции, регионални и дирекция културата и туризма, дирекция за младежта и спорта, и т.н.) трябва да действат заедно и да обучават	10 3,7	6 2,2	14 5,2	84 31,5	153 57,3	267 100	4,3633	,96120
Мнението на хората за спортния туризъм е важна за перспективата за развитието на спортния туризъм	9 3,4	8 3,0	19 7,1	118 44,2	113 42,3	267 100	4,1910	,94044
Има нужда от различни обучения които ще променят начина, по който хората гледат на развитието на спортния туризъм, които трябва да се осъществяват от експерти.	11 4,1	13 4,9	18 6,7	116 43,4	109 40,8	267 100	4,1199	1,01523

Подходящите райони на спортния туризъм в Газиантеп разполагат с достатъчно инвестиции.	18 6,7	90 33,7	71 26,6	53 19,9	35 13,1	267 100	2,9888	1,15519
Извършена е достатъчно от работа от местните власти за увеличаване на инвестициите и да се насочат инвеститорите към съответните зони на тези области (общини)	31 11,6	101 37,8	60 22,5	56 21	19 7,1	267 100	2,7416	1,12919
За да се разработят подходящи зони за спортен туризъм и разнообразие от спортни дейности и в областта на туризма, за да бъде домакин на големи организации трябва да се увеличава броят на инвестициите.	11 4,1	8 3,0	17 6,4	95 35,6	136 50,9	267 100	4,2622	,99934
Град Газиантеп има достатъчно потенциал за национални и международни спортни туристически дейности и може да бъде домакин на големите спортни прояви.	27 10,1	39 14,6	66 24,7	81 30,3	54 20,2	267 100	3,3596	1,24073
За развитието на спортния туризъм инвеститорите трябва да бъдат насочени, трябва да се увеличават инвестициите	7 2,6	8 3,0	18 6,7	122 45,7	112 41,9	267 100	4,2135	,89449
Развитието на спортния туризъм в развитието на града е от значение и предлага разнообразие от придобивки.	9 3,4	3 1,1	7 2,6	90 33,7	157 59,2	267 100	4,4419	,87970
Развитието на спортния туризъм, предоставя икономически принос към града	7 2,6	5 1,9	9 3,4	92 34,5	154 57,7	267 100	4,4270	,86129
Развитието на спортния туризъм, предоставя социални принос за града. (Социализиране, културен обмен, допринася за световния мир, и т.н.).	8 3,0	5 1,9	16 6,0	84 31,5	154 57,7	267 100	4,3895	,91251
Развитието на спортния туризъм позволява разкриването на местната общественост значението на спорта за здравословен живот.	4 1,5	8 3,0	12 4,5	114 42,7	129 48,3	267 100	4,3333	,82109
Развитието на спортния туризъм води до увеличаването на заетостта.	9 3,4	12 4,5	30 11,2	109 40,8	107 40,1	267 100	4,0974	,99523
Развитието на спортния туризъм предизвиква негативно въздействие върху околната среда.	92 34,5	64 24,0	38 14,2	44 16,5	29 10,9	267 100	2,4532	1,38760
Развитието на спортния туризъм влияе негативно на културата.	94 35,2	84 31,5	42 15,7	27 10,1	20 7,5	267 100	2,2322	1,24091

Таблица 13 показва честота, процент, средни стойности и стандартно отклонение относно мненията на анкетираните за подобряването на спортния туризъм.

"Природни зони, подходящи за спортен туризъм и за развитието на туризма в Газиантеп са налице." Това мнение споделят повечето участници- (%43,1) 115. Категорично не съм съгласен, споделят най-малко от тях, само 28(%10,5). Следователно за развитието на спортен туризъм в Газиантеп, може да се каже, че има подходящи природни зони за спортен туризъм.

Зоните в Газиантеп, идентифицирани за спортен туризъм са достатъчно. Това споделят (%36,3) 97 души. Фактът, че повечето участници не споделят това мнение показва че определените зони не са достатъчни.

"Работата, извършвана от местното и частно управление за развитието на спортния туризъм в Газиантеп е достатъчна. Не го споделят (%41,6) 111 души. Споделят -(%6,4)17 души.

От тук следва, че не е достатъчна работата на местните власти в тази посока.

„Природните зони в Газиантеп са подходящи за разнообразни спортни дейности“ Голямата част споделят това мнение (% 50,6)135 д., не споделят (%3,4)9 д. Оттук следва ,че зоните са подходящи за спортен туризъм.

“Атрактивните центрове за спортен туризъм разполагат с различни функционални специфики (достъпност до съответните зони, сигурност и т.н.).” Споделят (% 41,6) 111 души. Несподелящи това са (%6,0) 16 д..

“ Достатъчно е зоните да носят атрактивни специфики, необходими за приложимостта на спортния туризъм (достъпност, комуникативен район, сигурност).” Споделят (%31,5)84 д.. Следователно не са достатъчни спецификите на зоните за спортен туризъм.

“Трябва да се развие базата и надстройката на спортния туризъм с извършвана работа.” Споделят категорично (%58,4)156; (%3,4) 9 не споделят категорично. Също толкова не са сигурни. (%3,4) 9 д.

“Рекламните и маркетинговите дейности за насърчаване на спортния туризъм са важни, и по това трябва да се работи непрекъснато.” Споделят (% 61,8)165 категорично, (% 2,6)7 не го споделят.

Като се сравнят двете мнения следва, че в Газиантеп рекламните и маркетинговите дейности за насърчаване на спортния туризъм са важни, и по това трябва да се работи непрекъснато. Да се увеличи работата в тази насока.

“Различни институции и организации, за да развиват спортния туризъм (общини, частни институции) трябва да си сътрудничат за подобряване на текущото състояние.” Споделят (% 63,3)169 д. категорично. Не споделят определено (%1,9) 5 д.

„Различни институции, които развиват спортния туризъм (общини, частни институции, регионални и дирекция културата и туризма, дирекция за младежта и спорта, и т.н.) трябва да действат заедно и да информират и обучават населението”.

“Споделят (%57,3)153д. Не споделят (%2,2) 6д.

Следователно, общини, частни институции, регионални и дирекции на културата и туризма, дирекции за младежта и спорта, трябва да действат заедно и да обучават .“ „Мнението на хората за спортния туризъм е важно за перспективата на развитието на спортния туризъм.” споделят (% 44,2) 118д., (% 42,3)113д. споделят категорично (%3,0)8д. не споделят.

“За да се промени мнението на хората са нужни различни обучения които ще променят начина, по който хората гледат на развитието на спортния туризъм, които трябва да се осъществяват от експерти.

Твърдят го (%43,8) 116д. категорично, (%40,8) 109д. Споделят, (%4,1) 11д. не споделят категорично. Поради това, че мнението на хората за спортния туризъм е важно за развитието на спортния туризъм, то трябва да се променя в положителна посока чрез обучения.

“Подходящите райони на спортния туризъм в Газиантеп разполагат с достатъчно инвестиции. Споделят (% 33,7) 90д., а (%26,6) 71д. не са сигурни. Категорично споделят (%13,1) 35д.

“Извършена е достатъчно работа от местните власти за увеличаване на инвестициите и да се насочат инвеститорите към съответните зони на тези области (общини)” споделят (% 37,8) 101д.

“За да се разработят подходящи зони за спортен туризъм и разнообразие от спортни дейности и в областта на туризма, за да бъде домакин на големи организации трябва да се увеличава броят на инвестициите.” (%50,9) 136д. категорично го споделят.

Друго мнение като “Град Газиантеп има достатъчно потенциал за национални и международни спортни туристически дейности и може да бъде домакин на големите спортни прояви..” споделят (% 30,3)81д. от участниците; (% 20,2)54 категорично споделят.

Като се имат предвид тези четири твърдения следва, че подходящите зони в Газиантеп не са достатъчно добре финансирани и трябва да се увеличат инвестициите, за което местната власт и организациите не са работили достатъчно, както и за домакинствана големи спортни събития.

“За развитието на спортния туризъм инвеститорите трябва да бъдат насочени към инвестиране, както и трябва да се увеличават инвестициите.” споделят (% 45,7) 122 д. (%41,9)112 д.категорично твърдят

Поради това инвеститорите трябва да бъдат насочени към инвестиране, както и да се увеличават инвестициите е задължително.

“Развитието на спортния туризъм в развитието на града е от значение и предлага разнообразие от придобивки.” Споделят (% 59,2) 157 д..

“Развитието на спортния туризъм носи икономически облаги на града.” споделят (% 57,7) 154 д.

“Развитието на спортния туризъм има обществен принос за града.(социализация, културен обмен, световен мир.)” споделят (% 57,7) 154 д. категорично.

“Развитието на спортния туризъм позволява разкриването значението на спорта на местната общественост за здравословен живот.” Категорично споделят (% 48,3) 129 д., (%42,7) 114 споделят.

Друго твърдение, “Развитието на спортния туризъм води до увеличаването на заетостта.” (% 40,8) 109д. подкрепят (%40,1) 107 д. категорично подкрепят.

От горните 6 твърдения може да се заключи, че спортният туризъм носи големи ползи на града. Това са както икономически, така и обществени, и здравни такива. Така дейностите свързани с това разкриват възможности за нови работни места в региона и града.

“Развитието на спортния туризъм предизвиква негативно въздействие върху околната среда.” Споделят (%34,5) 92д. категорично. (%24,0) 64 споделят

“Развитието на спортният туризъм влияе негативно на културата.” споделят (%35,2) 94 категорично. Не споделят (%31,5) 84 д.

Оценявайки последните твърдения се оказва, че :

Развитието на спортния туризъм по никакъв начин не предизвиква негативно въздействие върху околната среда както и не влияе негативно на културата.

Корелационни анализи, резултати и оценка.

Това е статистически метод, който тества линейната връзка между две променливи, или връзката на една променлива с две или повече променливи.

Цел на корелационния анализ; когато независимата (X) се промени, да се види как се променя зависимата (Y). За да се направи корелационен анализ и двете променливи трябва да са непрекъсната и да имат нормалното разпределение. Резултатите от корелационния анализ показват дали има

линейна връзка и ако да, то степента на връзката се изчислява по корелационен коефициент, Той се отбелязва с “r” и е в стойностите между -1 и +1. Корелацията се отчита с коефициент и и приема стойности междинни стойности.

Връзката между две променливи са в позитивна посока ако коефициента им е близък до +1’и ако е близо до -1 е негативна връзката. Или с други думи, ако стойността на едната променлива расте, то на другата намалява. Ако е 0 те нямат връзка. (Kalauc1, 2014:116-117).

Изготвеният анализ на вариациите в глава втора, описан в таблица 3 определя пет фактора (отговори на твърдения от въпросника), за които стойностите са по-големи от единица и би било релевантно изследването на корелационна връзка между тях. Това са именно твърденията, касаещи:

- развитие на спортния туризъм;
- принос на спортния туризъм;
- наличие на спортен туризъм;
- определяне на площи за спортен туризъм;
- екологични и културни ефекти на спортния туризъм.

Променливите са непрекъснати и имат нормалното разпределение, което позволява да бъде направен корелационен анализ, резултатите и данните от който са изложени в таблица 30.

Таблица 14 Корелационен анализ

		Развитие на спортния туризъм	Принос на спортния туризъм	Наличие на спортния туризъм	Определяне на площи за спортния туризъм	Екологични и културни отражения на спортния туризъм
Развитие на спортния туризъм	Pearson Correlation	1	,652**	,166**	-,188**	-,115
	Sig. (2-tailed)		,000	,006	,002	,061
	N	267	267	267	267	267
Принос на спортния туризъм	Pearson Correlation	,652**	1	,149*	-,075	-,235**
	Sig. (2-tailed)	,000		,015	,223	,000
	N	267	267	267	267	267
Наличие на спортен туризъм	Pearson Correlation	,166**	,149*	1	,395**	,190**
	Sig. (2-tailed)	,006	,015		,000	,002
	N	267	267	267	267	267

		Развитие на спортния туризъм	Принос на спортния туризъм	Наличие на спортния туризъм	Определяне на площи за спортния туризъм	Екологични и културни отражения на спортния туризъм
Определяне на площи за спортния туризъм	Pearson Correlation	-,188**	-,075	,395**	1	,282**
	Sig. (2-tailed)	,002	,223	,000		,000
	N	267	267	267	267	267
Екологични и културни отражения на спортния туризъм	Pearson Correlation	-,115	-,235**	,190**	,282**	1
	Sig. (2-tailed)	,061	,000	,002	,000	
	N	267	267	267	267	267

**корелацията е на 1% Степен на значимост(еднопосочна)

* корелацията е на 5% Степен на значимост(еднопосочна)

Според участниците, между усилията и приноса на спортния туризъм за града съществува позитивна връзка ($r=0,652$ $p=0,000$, $p<0,01$). Това позволява да бъде потвърдено твърдение 1 (Т1), произтичащо от хипотезата.

Според участниците, между усилията за спортния туризъм и намиране на подходящи зони за него има позитивна връзка в слаба степен на значимост ($r=0,166$ $p=0,006$, $p<0,01$). Тези резултати потвърждават твърдение 2 (Т2), произтичащо от хипотезата.

Според участниците, между усилията за спортния туризъм и работата на институциите и организациите има негативна връзка в слаба степен на значимост ($r= -0,188$ $p=0,002$, $p<0,01$). В изследването се приема като НЗ.

Отговорите констатираат негативна връзка със слаба степен на значимост между усилията за спортния туризъм и влиянието на околната среда и културата ($r= -0,115$ $p=0,061$, $p<0,01$). Макар и с отрицателен знак, потвърждава се твърдение 4 (Т4).

Между приноса на спортния туризъм за града и намирането на удобни зони за него има позитивна връзка в слаба степен на значимост. ($r=0,149$ $p=0,015$, $p<0,01$). С това се доказва твърдение 5 (Т5).

Между приноса на спортния туризъм за града и определянето на зони за него не се установява корелация ($r= -0,075$ $p=0,223$, $p<0,01$), поради което се отхвърля твърдение 6 (Т6).

Твърдение 7 (Т7) се потвърждава, тъй като между приноса на спортния туризъм за града и влиянието му върху околната среда и културата се установява негативна връзка, макар и в слаба степен на значимост ($r= -0,235$ $p=0,000$, $p<0,01$).

Между усилията за определяне на зони за спортен туризъм и определянето на тези зони има позитивна връзка в слаба степен на значимост ($r=0,395$ $p=0,000$, $p<0,01$). Приема се твърдение 8 (T8).

Между усилията за определяне на подходящи зони за спортен туризъм и отражението му на околната среда и културата има позитивна в ниска степен на значимост връзка, ($r=0,190$ $p=0,002$, $p<0,01$). Приема се твърдение 9 (T9), произтичащо от хипотезата.

Между усилията за определянето на зони за спортен туризъм и отражението му на околната среда и културата има позитивна, в ниска степен на значимост връзка ($r=0,282$ $p=0,000$, $p<0,01$). Твърдение 10 (T10) може да бъде прието.

Развитието на спортния туризъм е в негативна слаба корелационна връзка с определените площи за спортен туризъм ($r= -0,188$, $p=0,002$, $p<0,01$), което потвърждава влиянието на спортния туризъм върху зоните и съответно потвърждава твърдение 12 (T12) и 13 (T13), произтичащи от хипотезата.

Според таблица 14 не съществува корелационна връзка между развитието на спортния туризъм и културните и екологични особености на града, поради което твърдение 14 (T14) може да бъде отхвърлено.

Оценка и резултати от регресионния анализ.

Регресионен анализ е вид анализ, чрез който се оценяват възможни функционални зависимости между две и повече случайни величини. Резултатите от него могат да бъдат използвани за формулиране на предположения или прогнози. Ако наречем регресионен анализ този, който ползва една независима променлива, то този който ползва повече от една променлива е анализ с много променливи.

Анализът използва независими и зависими променливи. Независима променлива е тази, която влияе на определено състояние, а тази която се влияе и е свързана с друга променлива, е зависима променлива. (Kalayci, 2014:118-125).

Съгласно първичния статистически анализ, спрямо отговорите на респондентите са приети пет променливи (първа и втора обобщени) за провеждане на анализа. Оценката на данните е в следната таблица:

Таблица 15 Промени на променливите

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,684 ^a	,468	,460	,56895	1,824

В таблица 15 е дадена стойността на $R=0,684$. Според този резултат промяната на зависимата променлива от 95% е причина за промяната на независимите променливи. Или, промяната в развитието на спортния туризъм в Газиантеп с 95% вероятност води до цялостното развитие на града, като е и причина за промяна в наличието на подходящи зони за туризъм, работата на организации и институции за спортния туризъм, както и за отражението върху спецификите на околната среда и културата.

Таблица 16 Anova

ANOVA ^a						
1	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	74,641	4	18,660	57,646	,000 ^b
	Residual	84,810	262	,324		
	Total	159,451	266			

В таблица 16 F стойността показва значимостта на важен модел, който си струва да бъде преразгледан, а Sig. е стойност, която показва нивото на значимост. Ако F е значима, то целият ни модел ще се прояви като значим. (Kalaus; 2014: 203). Според това в таблица 33 статистическата стойност на F се установи 57,646 и Sig. е 000. Следователно, анализът, направен в проучването е статистически значим.

Таблица 17 Резултати за регресионния анализ

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,482	,263		5,638	,000
	Развитие и принос за града на спортния туризъм	,659	,050	,630	13,254	,000
	Наличие на зони за спортен туризъм	,135	,047	,145	2,877	,004
	Работа по определяне на зони за спортен туризъм	-,200	,047	-,217	-4,286	,000
	Отражение на спортния туризъм околната среда и на културата	,042	,031	,067	1,369	,172

От резултатите на направения регресионен анализ в таблица 17 се виждат предполагаеми коефициенти и свързани с тях стойности на t .

Съгласно с това с увеличаване с една единица развитието на спортния туризъм (развитието на спортния туризъм, приносът му, наличието на подходящи природни зони за него, усилията за определяне на тези зони негативните последици върху околната среда и културата), ще доведе до увеличаване стойностите на останалите променливи.

Свързаните с този коефициент стойности t и sig при разглеждане на таблица 34 показват значимост на всички нива. Затова коефициентите на променливите са статистически значими.

Развитието на спортния туризъм има значимо и положително отражение върху развитието на града ($t=13,254$; $sig=0,000$). Приема се твърдение 11 (T11) .

Количествено представено, развитието на спортния туризъм с една единица би допринесло към развитието на града с 0,659.

Развитието на спортния туризъм е повлияло в значима и позитивна степен върху наличието на подходящи зони за спортен туризъм ($t=2,877$; $sig=0,004$). Потвърждава се хипотезирано твърдение 12 (T12). Предвид това, развитието на спортният туризъм с 1 единица това става причина развитието на зони за спортен туризъм в града да нарастнат с 0,135.

Развитието на спортния туризъм е повлиял в значима степен върху усилията за определяне на зоните за него ($t= -4,286$; $sig=0,000$). Ето защо T13 може да се приеме. В този смисъл при развитие на спортния туризъм една единица, той става причина за намаляване на усилията за определяне на зоните за него с -0,200 единици.

Не се установява развитието на спортния туризъм да оказва негативно влияние върху околната среда и културата ($t=1,369$; $sig.=0,172$). Следователно има основание да бъде отхвърлено твърдение 14 (T14).

ОБОБЩЕНИЕ

Получените до тук резултати дават основание да се твърди, че изследваните 17 местности, които се намират в рамките на Газиантеп имат висок потенциал да бъдат развити като спортно туристически дестинации. Въпреки това обаче, слабата реклама, водеща до ниска разпознаваемост на дестинациите, липсата на инвестициони проекти, недостатъчната инфраструктурна обезпеченост и ниската активност на местните институции и частни организации в това направление

представляват значителна пречка в развитието на спортния туризъм. Установените от корелационния и регресионния анализ зависимости дава основание да се твърди, че евентуално потенциално подобряване на условията за спортен туризъм и произхождащото от това негово процъфтяване биха били добре приети от обществото, без притеснения за опасности за културата и околната среда. Нещо повече, би допринесло за подобрения в икономически и обществен план.

ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ

ИЗВОДИ

1. Извършеният литературен обзор посочва, че по отношение на възможностите за спортния туризъм в Турция научната литература е сравнително малко.
2. Проучвания правени по темата до сега разглеждат Егейска, Беломорска и Черноморска област и градовете в тях. За Южна Турция, и по-специално за изследване на възможностите за спортен туризъм в Газиантеп, липсват каквито и да било изследвания по темата. Ето защо се предполага, че настоящото изследване би могло да има принос в литературата за спортния туризъм за областта.
3. Проведеният SWOT- анализ посочва, че въпреки високият потенциал на анализираните местности за развитие на спортен туризъм, този потенциал остава слабо използван или въобще неразвит. За тяхното развитие е необходимо да бъде повишена сигурността и достъпът на местата; изграждане на подходяща инфраструктура и оборудване. Именно това са най-слабите звена на тези места, при работа върху които могат да бъдат реализирани установените възможности за развитие на спортния туризъм.
4. Данните от статистическия анализ потвърждават резултатите от SWOT-анализа, като изтъкват използването на възможностите за спортен туризъм като важен фактор за подобряване на града в икономически, обществен, екологичен и здравословен план.
5. Резултатите от направеното изследване служат в доказателство на тезата, че спортният туризъм успешно може да бъде интегриран, както в спортния, така и в туристическия сектор на Газиантеп. Развитието му създава условия за инвестиции, разкриване на нови работни места, инфраструктурни подобрения, развитие на рекреативните възможности и подобрение на социо-културния живот на местното население.

Препоръки

Отчитайки природните дадености и културно- историческото богатство на Газиантеп, следва, че съществуват всички подходящи условия за развитието на спортен туризъм в града. За реализирането на подобно начинание се предлагат следните препоръки:

1. Развитие на академичната работа по темата за постигане на по-високи резултати. Резултатите за 17-те разгледани местности в настоящия дисертационен труд могат да бъдат използвани като отправна точка в развитието на по-нататъшни изследвания, заради високото ниво на достоверност.

2. Тъй като до момента липсват анализи и изследвания на възможностите и експлоатирането им за целите на спортния туризъм в границите на югоизточна Анатолия, то препоръчва се следващи изследвания по темата да се фокусират към други градове от региона с цел неговото пълноценно развитие.
3. Установените необходими действия за развитието на спортния туризъм изискват съответното адекватно финансиране. Съблюдавайки положителните ефекти за икономиката и обществото в областта, следва да бъдат разработени подходящи финансови механизми съчетаващи оптимално кредитиране, приходи от данъци, външен инвестиционен капитал и др.
4. Отчитайки значението на този дял на туризма, както и получените резултати относно значението на местните власти за развитието на спортния туризъм, считаме за подходящо да бъде създадена и приета политика за насърчаване на спортния туризъм в града, чрез която да се създадат условия за увеличаване на инвестициите в сектора.
5. Уместно би било в местностите, в които се установява, че има най-добри условия да бъдат организирани събития от международен мащаб с цел привличане на медийно и зрителско внимание.
6. Моделът на интеграция на спортния и туристическия сектор следва да бъде апробиран в интегративен смисъл и в други сектори като промишления, сектора на услугите и др.
7. Препоръчва се последващото изследване на интегрирането на спортно-туристическия сектор в други сектори за синергетичен икономически и обществен ефект.

НАУЧЕН ПРИОС НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Липсата на публикувани данни за оценка на възможностите за спортен туризъм в Газиантеп и областта дава основание да се счита, че това е първото изследване по темата за регион от югоизточна Анадола.
2. Резултатите от изследването имат висока приложна стойност, както за последващи и надграждащи научни изследвания по темата, така и като основа за разработки в практико-приложен план.

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА

1. **ZGUROVSKI, Krastio, AKIN, Adnan** (2016) A field study devoted to improvement of sport tourism (The case of Gaziantep), *Journal of Travel and Hospitality Management*, 13 (1), 47-59
2. **AKIN, Adnan, AKIN, Aliye, ÖZTÜRK, Hüseyin** (2016) A review of effect and improvement of sport tourism from the point of view of executives, *Journal of International Social Research*, (9), 42, 1933-1941
3. **ÖZTÜRK, Hüseyin, AKIN, Adnan, DAMAR, Dilek** (2016) Determination of the reasons why families are sending their children to basketball schools, *CBÜ Journal of Physical Education and Sport Sciences*, 11(1), 1-12
4. **AKIN, Adnan** (2015) A field study on impact of sport tourism, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 20-30
5. **ÖZTÜRK, Hüseyin, ERDOĞAN, Bülent, ÇEVİK, Mithat, AKIN, Adnan** (2015) Investigation of coffee outbound leisure assessment habits of people, *International conference on science culture and sport, Ohrid, FUR Makedinia, 22-26 May 2015*
6. **AKIN, Adnan, AKIN, Aliye** (2013) A study for detection of cost control systems applied in food and beverage organizations: Example of Gaziantep, *Akademik Bakış Dergisi*, ISSN: 1694-528X
7. **AKIN, Adnan, AKIN, Aliye** (2013) A research for determination of pricing methods applied to food and beverage enterprises that had tourism operation license in Gaziantep, *Gaziantep University, Journal of Social Sciences*, 12 (1), 146-163
8. **AKIN, Aliye, ŞİMŞEK, Mustafa Yaşar, AKIN, Adnan**, (2012) The importance and place of tourism in economy, *Journal of Academic Researches and Studies*, 63-81

Орални презентации

1. **AKIN, Adnan, AKIN, Aliye**, A research on the effect of tourism on the economy, *Economic Development and Social Researches, Congress, Antakya, 07 May 2016, 15:30-17:00*
2. **AKIN, Aliye, AKIN, Adnan, ÖZSAĞIR, Arif**, Hizmetler Sektörünün Ekonomideki Yeri, *First International Symposium: Foreign Trade and Agriculture Strategies*, 08-10 December 2011, Kilis, Turkey