

رابطه‌ی محدودیت‌های گردشگران با رضایت‌مندی آنان در پیست‌های اسکی استان تهران

علی بنسبوردی^۱، محمدرضا معین فردی^۲، احمد محمودی^۳

۱- دانشجوی دکتری دانشگاه تهران*

۲- استادیار دانشگاه حکیم سبزواری

۳- دانشجوی دکتری دانشگاه علامه طباطبائی

تاریخ دریافت: ۹۱/۰۳/۱۳

تاریخ پذیرش: ۹۱/۰۵/۲۵

چکیده

هدف از این پژوهش، تعیین رابطه‌ی محدودیت‌های گردشگران با رضایت‌مندی آنان در پیست‌های اسکی استان تهران بود. روش پژوهش حاضر، توصیفی و از نوع همبستگی بود که به شکل میدانی اجرا شد. جامعه‌ی آماری پژوهش، تمامی گردشگران پیست‌های اسکی استان تهران، شامل پیست‌های اسکی دیزین، شمشک، توچال و آبعلی بودند. بر اساس برآوردهای صورت گرفته از مدیران پیست‌های اسکی مذکور، جامعه‌ی آماری پژوهش به صورت تقریبی ده هزار نفر در نظر گرفته شد. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۳۷۰ نفر تعیین شد. تعداد ۴۰۰ پرسش‌نامه توزیع گردید که ۳۶۲ پرسش‌نامه‌ی قابل قبول بازگردانده شد. برای گردآوری اطلاعات، از پرسش‌نامه‌ی وی (۲۰۰۸) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی از آمار توصیفی و در بخش آمار استنباطی، از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف، ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل عاملی تأییدی و رگرسیون چندمتغیره استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین محدودیت‌ها با رضایت‌مندی گردشگران پیست‌های اسکی ارتباط منفی و معناداری وجود دارد ($r = -0.31, P < 0.01$) از بین ابعاد محدودیت‌های گردشگران، بعد محدودیت‌های درون فردی، بیش‌بین قوی‌تری برای رضایت‌مندی گردشگران بود.

کلید واژگان: محدودیت‌های گردشگران، رضایت‌مندی، پیست اسکی، مشتریان اماکن ورزش زمستانی

مقدمه

امروزه ورزش بخش مهمی از فرهنگ ملل جهان است و به‌حدی در جوامع امروزی رسوخ کرده‌است که عنوان می‌شود یکی از متداول‌ترین و مهم‌ترین عوامل ایجاد انگیزه برای سفر و گردشگری نیز هست (۱). صنعت گردشگری^۱ در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد و از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورها و به‌عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان حائز جایگاه ویژه‌ای است (۲). کشورهای مختلف دنیا به گردشگری به‌عنوان یک صنعت درآمدزا و توسعه‌آفرین ارج نهاده و در ترویج و گسترش آن تلاش فراوان نموده‌اند (۳). عللی همچون افزایش درآمد، کاهش ساعات و روزهای کاری، افزایش تعطیلات، بی‌تحركی، بالارفتن استانداردهای زندگی، رشد و توسعه‌ی ارتباطات، رشد تکنولوژی، توسعه‌ی راه‌ها و حمل‌ونقل و تغییر نیازهای مردم از دلایل مشترکی است که انسان امروزی را به سمت گردشگری و ورزش سوق داده‌است و رشد فزاینده و غیرمنتظره‌ای را برای این دو صنعت در قرن حاضر به‌وجود آورده‌است (۱).

لی و کائو^۲ (۲۰۰۰) عنوان می‌کنند که هدف از گردشگری، دستیابی به علائق خاص، آرامش روحی، دیدن و تجربه‌کردن و یا یادگیری در مورد محیط‌های جدید است. گردشگری ورزشی، فرد را قادر می‌سازد تا دور از زندگی پرفشار و استرس‌آور روزمره، فعالیت‌هایی را انجام دهد یا تجربه کند که از طریق آنها به شادی و لذت جسمی و روحی برسد (۴).

پیوند میان گردشگری و ورزش نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد کرده که ساختار جدید و جامعی برای پرکردن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی انسان‌ها شده‌است (۵). وید^۳ (۲۰۰۶) خاطرنشان می‌کند که هدف از شرکت در فعالیت‌های گردشگری ورزشی، ورزش است. اگرچه گردشگران مسافرت می‌کنند، اما هدف از مسافرت شرکت در فعالیت‌های ورزشی یا دیدن آن است (۶). به‌واسطه‌ی نیاز روحی^۴ روانی انسان، امروز به تفریح در طبیعت و ورزش‌هایی که در عرصه‌ی طبیعی قابل انجام است، با برنامه‌ریزی حساب‌شده، ضمن بهره‌گیری از استعداد مناطق مختلف، می‌توان در پیشبرد اهداف اقتصادی و اشتغال‌زایی گام برداشت و محیط مناسبی برای گردشگران به‌وجود آورد. برنامه‌ریزی بر روی این جاذبه‌ها و هدایت گردشگران ورزشی به این جاذبه‌ها، بسیار مفید و مؤثر خواهد بود؛ از هدررفتن وقت، سرمایه، بودجه و منابع و امکانات انسانی و مادی جلوگیری کرده و در برابر کشورهای رقیب،

-
1. Tourism
 2. Lee & Kuo
 3. Weed

یک مزیت رقابتی ایجاد خواهد کرد (۷). با توجه به بررسی‌های صورت‌گرفته و اثبات‌شده، ایران یکی از ده کشور اول جهان از نظر جذابیت‌های گردشگری است. در زمانی که صنعت گردشگری به یکی از اهرم‌های قوی اقتصادی در جهان تبدیل شده‌است، کشور ما با داشتن جاذبه‌های گردشگری فراوان تاریخی، باستانی، زیبایی‌های طبیعی و پتانسیل‌های توریسم ورزشی، نتوانسته حتی سهم اندکی از این درآمدها را به‌دست آورد، به‌طوری که در جدول رتبه‌بندی سال‌های گذشته، از نقطه‌نظر پذیرش گردشگران و اخذ درآمد همواره رتبه‌ای بعد از ۶۰ را داشته و از نقطه‌نظر هزینه‌ی گردشگری نیز رتبه‌ای بعد از ۴۰ را دارا بوده‌است (۸،۹).

گردشگری ورزش‌های زمستانی می‌تواند ورزش‌های زمستانی را با توسعه‌ی گردشگری ترکیب کند. با توسعه‌ی پیست‌های اسکی در مناطق مناسب، می‌توان به جذب گردشگران در فصل زمستان مبادرت ورزید (۱۰). یکی از نکات مهمی که ادبی فیروزجاه (۱۳۸۸) در تحقیق خود در مورد بررسی مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی ورزشی مؤثر در توسعه‌ی گردشگری کشور به آن اشاره دارد، این است که جاذبه‌های ورزش زمستانی از نظر اهمیت در رده‌ی آخر قرار گرفته‌است (۱۱). از طرفی عسگری (۱۳۸۵) اشاره دارد که موقعیت جغرافیایی طبیعی استان تهران به گونه‌ای است که انواع مختلف گردشگری ورزشی مانند گردشگری ورزشی کوهستانی، گردشگری ورزشی آبی، اسکی و بیابان‌گردی امکان توسعه دارد (۱۲). بنابراین با توجه به این توانمندی، باید به بررسی مشکلات و محدودیت‌های^۱ گردشگران ورزش‌های زمستانی و عوامل مرتبط با آن پرداخته‌شود تا با شناسایی این موارد، در جهت جذب بیشتر گردشگران این رشته‌ی ورزشی گام برداشت.

محدودیت‌های گردشگران عواملی هستند که مانع از شرکت و حضور گردشگران در فعالیت‌های مربوطه می‌شود (۱۳). در تحقیقات مختلف، این محدودیت‌ها به دسته‌های گوناگونی تقسیم می‌شوند. در تحقیق حاضر، محدودیت‌ها به چهار دسته‌ی محدودیت‌های درون‌فردی، بین‌فردی، خویشاوندی و دوستی و محدودیت‌های ساختاری تقسیم شد. محدودیت‌های درون‌فردی آن دسته از محدودیت‌هایی است که به شرایط جسمانی گردشگران، علایق، انگیزه‌ها و توانایی‌های آنان مربوط می‌شود. محدودیت‌های بین‌فردی به نداشتن همراهان مناسب و کافی برای فعالیت‌های گردشگری گفته می‌شود.

محدودیت‌های خویشاوندی و دوستی به عدم همراهی خانواده و دوستان در فعالیت‌های گردشگری اطلاق می‌شود و محدودیت‌های ساختاری محدودیت‌های است که مربوط به نداشتن زمان کافی، مناسب‌نبودن امکانات و تسهیلات اماکن گردشگری است. غلبه بر این موانع برای

1. Constraints

رشد گردشگری ورزشی ضروری است (۱۴). نتایج تحقیق گیلبرت^۱ (۲۰۰۰) در مورد موانع گردشگران ورزش اسکی نشان داد که افرادی که اسکی باز حرفه‌ای نیستند، با موانع درون فردی مواجهند؛ در حالی که اسکی‌بازان موانعی همچون زمان، خانواده و یا مسائل اقتصادی دارند. نتایج همچنین نشان داد که مسائل اقتصادی، مهم‌ترین مانع برای هر دو گروه بود (۱۵). ناوپین، مورایس و گریف^۲ (۲۰۰۴) در تحقیق خود محدودیت‌های درون فردی، بین فردی و ساختاری را به‌عنوان مهم‌ترین محدودیت‌های گردشگران شناسایی کردند. آنها عنوان می‌کنند که اهمیت این محدودیت‌ها برای گردشگران علاقمند به اسب‌سواری، قایقرانی در آب‌های آرام و قایقرانی در آب‌های خروشان متفاوت است (۱۶).

یکی از فاکتورهایی که در جهت جذب و حفظ مشتریان حائز اهمیت زیادی است، رضایت‌مندی آنان از خدمات ارائه‌شده است. رضایت‌مندی مشتری، ارزیابی مشتریان از خدمات، بعد از دریافت خدمت در مقایسه با انتظاراتشان است. فان ویل^۳ (۱۹۹۷) خاطرنشان کرده‌است که افزایش رضایت‌مندی مشتریان، تنها راه کسب و کار موفق است. رضایت‌مندی مشتری مستقیماً تمایل به خرید یا استفاده‌ی مجدد از خدمات را تحت تأثیر قرار می‌دهد که این امر، برای سودآوری بلند مدت و موفقیت مؤسسه بسیار حائز اهمیت است (۱۷). فائولانت و همکاران^۴ (۲۰۰۸) عنوان می‌کنند که موفقیت پیست‌های اسکی، تا حد زیادی به بررسی رضایت‌مندی و وفاداری گردشگران و ایجاد تصویر ذهنی مثبت در گردشگران وابسته است. نتایج تحقیق آنان نشان داد که پیست‌هایی که بالاترین سطح رضایت‌مندی و بالاترین سطح تداعی را داشتند، بالاترین سطح وفاداری را نیز داشتند (۱۸).

از طرفی نتایج تحقیقات گوناگون حاکی از آن است که کاهش محدودیت‌های گردشگران می‌تواند در افزایش رضایت‌مندی آنان نقش داشته‌باشد. در زمینه‌ی فعالیت‌های گردشگری و تفریحی لی^۵ (۲۰۰۵) به بررسی محدودیت‌ها و رضایت‌مندی دانش‌آموزان از فعالیت‌های اوقات فراغتشان پرداخت. نتایج تحقیق او نشان داد که همبستگی منفی بین محدودیت‌ها و رضایت‌مندی آنان وجود داشت (۱۹). چن^۶ (۲۰۰۵) به مطالعه‌ی محدودیت‌ها و رضایت‌مندی معلمان مدارس ابتدایی چانگ هوآ کانتی در مورد فعالیت‌های اوقات فراغتشان پرداخت. نتایج

-
1. Gilbert
 2. Nyaupane, Morais & Graefe
 3. Fan vile
 4. Faullant et al
 5. Lee
 6. Chen

تحقیق نشان داد که وقتی محدودیت‌های بین فردی، محدودیت‌های ساختاری و مجموع محدودیت‌ها در سطح پایینی بودند، رضایت‌مندی آنان بالا بود. نتایج نشان داد که بین محدودیت‌ها و رضایت‌مندی معلمان همبستگی منفی وجود دارد (۲۰). تسنگ^۱ (۲۰۰۶) به تحقیق در مورد انگیزه‌ها، رضایت‌مندی و محدودیت‌های شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های ورزشی پرداخت. نتایج تحقیق او نشان داد که بین انگیزه‌ی مشتریان و رضایت‌مندی آنان، همبستگی مثبتی وجود داشت. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که بین انگیزه‌ها و محدودیت‌های شرکت‌کنندگان، رضایت‌مندی و محدودیت‌های آنان همبستگی منفی وجود داشت (۲۱). وی (۲۰۰۸) به تحقیق در مورد انگیزه‌ها، رضایت‌مندی و محدودیت‌های گردشگران ورزش‌های آبی پرداخت. نتایج تحقیق او نشان داد که بین محدودیت‌ها و رضایت‌مندی گردشگران، همبستگی منفی وجود داشت (۱۴).

همان‌طور که بیان شد، موقعیت جغرافیایی استان تهران به گونه‌ای است که امکان توسعه‌ی انواع گردشگری ورزشی، از جمله گردشگری ورزش‌های زمستانی در آن فراهم است. با این وجود، ورزش‌های زمستانی نتوانسته‌اند جایگاه خود را برای جذب گردشگران به دست آورند. بررسی محدودیت‌ها و سطح رضایت‌مندی گردشگران می‌تواند به مسئولین امر کمک کند تا در توسعه و جذب گردشگران ورزش‌های زمستانی در استان تهران بیش از پیش موفق باشند. با توجه به مطالبی که عنوان شد، محقق در این تحقیق به دنبال بررسی محدودیت‌ها و سطح رضایت‌مندی گردشگران پیست‌های اسکی استان تهران و ارتباط بین محدودیت‌ها و رضایت‌مندی گردشگران بود.

روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر، توصیفی و از نوع همبستگی بود که به صورت میدانی اجرا شد. در این پژوهش، ارتباط محدودیت‌ها با رضایت‌مندی گردشگران پیست‌های اسکی تهران تعیین شد. جامعه‌ی آماری مورد نظر را تمامی گردشگران پیست‌های اسکی استان تهران، شامل بر پیست‌های اسکی دیزین، شمشک، توچال و آبعلی تشکیل دادند. بر اساس برآوردهای صورت گرفته از مدیران پیست‌های اسکی مذکور، جامعه‌ی آماری پژوهش به صورت تقریبی برای یک دوره‌ی یک‌ساله، ده‌هزار نفر در نظر گرفته شد و نمونه‌ی آماری پژوهش بر اساس جداول آماری (کرجسی و مورگان)^۲ ۳۷۰ نفر تعیین گردید. بنابراین، تعداد ۴۰۰ پرسش‌نامه (در هر

1. Tseng

2 . Krejcie & Morgan

پیست اسکی ۱۰۰ پرسش‌نامه) در یک بازه‌ی زمانی یک‌ماهه در زمستان سال ۱۳۹۰ بین گردشگران پیست‌های اسکی استان تهران توزیع شد. ۳۶۲ پرسش‌نامه به‌صورت کامل پاسخ داده‌شد و نتایج پژوهش بر اساس این تعداد پرسش‌نامه تهیه و تنظیم گردید. پرسش‌نامه‌ی مورد استفاده در پژوهش توسط وی (۲۰۰۸) طراحی و در رساله‌ی دکترای او مورد استفاده قرار گرفته‌بود (۱۴). وی برای تعیین روایی و پایایی آن از روش تحلیل عاملی اکتشافی و ضریب آلفای کرونباخ استفاده کرده‌بود. سؤالات پرسش‌نامه بر اساس مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت تهیه و تنظیم شده‌بودند. علاوه بر سؤالات جمعیت‌شناختی، پرسش‌نامه شامل بخش محدودیت‌های گردشگران (شامل ابعاد محدودیت‌های فردی، بین فردی، خویشاوندی و دوستی، ساختاری) و بخش رضایت‌مندی آنان بود.

پس از ترجمه‌ی پرسش‌نامه‌ی مذکور، روایی صوری آن با کسب نظرات و اعمال اصلاحات مورد نظر چند تن (۱۱ نفر) از اساتید مدیریت ورزشی که تخصص لازم در این زمینه را داشتند، تأیید شد. همچنین برای تعیین پایایی پرسش‌نامه، تعداد ۸۰ پرسش‌نامه در یک مطالعه‌ی مقدماتی بین گردشگران پیست اسکی توچال که به‌طور تصادفی انتخاب شده‌بودند، توزیع شد. برای تعیین پایایی از آزمون ضریب آلفای کرونباخ^۱ (۳۰ نمونه) استفاده شد و تحلیل عاملی تأییدی^۲ (۸۰ نمونه) نیز برای تأیید مولفه‌های پژوهش در جامعه‌ی مورد نظر به‌کار گرفته‌شد (نتایج تحلیل عاملی در بخش یافته‌های پژوهش آورده‌شده‌است). همچنین نتایج آزمون آلفای کرونباخ همسانی درونی بالایی بین سؤالات هر یک از پرسش‌نامه‌ها نشان داد که نتایج آن به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱. نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسش‌نامه

پرسش‌نامه	ضریب آلفای کرونباخ	نتیجه
محدودیت‌های گردشگران	۰/۸۴	همسانی درونی قوی
رضایت‌مندی گردشگران	۰/۷۹	همسانی درونی قوی
مجموع	۰/۸۲	همسانی درونی قوی

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و جداول نمودارها) و استنباطی (آزمون کولموگروف - اسمیرنوف^۳، ضریب همبستگی پیرسون، آزمون

1. Cronbach's Alfa Coefficient
2. Confirmatory Factor Analysis
3. Kolmogorov- Smirnov Test

دوربین - واتسون^۱ و رگرسیون چندگانه) در سطح معناداری (0/۰۵ =) استفاده شد. کلیه‌ی محاسبات آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه‌ی ۱۸ و MS-Excel انجام شد.

نتایج

همان‌طور که در قسمت قبل بیان شد، برای تأیید مؤلفه‌های پژوهش در جامعه‌ی مورد نظر، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. پیش از اجرای تحلیل عاملی، برای تعیین اینکه آیا تعداد داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هست یا خیر، از شاخص KMO^۲ و آزمون بارتلت^۳ استفاده شد. شاخص KMO در دامنه‌ی صفر تا یک قرار دارد و اگر مقدار شاخص بیشتر از ۰/۶ باشد، داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند. همچنین اگر سطح معناداری آزمون بارتلت کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد، تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار (مدل عاملی) مناسب است؛ زیرا فرض شناخته‌شده‌بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود (۲۲).

نتایج آزمون بارتلت و شاخص KMO مطابق جدول ۲ است. از آنجا که مقدار شاخص KMO برای هر دو بخش پرسش‌نامه بیشتر از ۰/۶ است، تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین مقدار سطح معناداری آزمون بارتلت برای هر دو پرسش‌نامه کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار، مدل عاملی، مناسب است.

جدول ۲. نتایج شاخص KMO و آزمون بارتلت

پرسش‌نامه	KMO	آزمون بارتلت P
محدودیت‌های گردشگران	۰/۶۵	۰/۰۰۱
رضایت‌مندی	۰/۷۴	۰/۰۰۱

نتایج تحلیل عاملی نشان داد که تمام گویه‌های ابعاد دو بخش پرسش‌نامه، دارای بار عاملی بیش از ۰/۵ بود و تمامی گویه‌ها و ابعاد پرسش‌نامه‌ی وی (۲۰۰۸) را تأیید کرد (جدول ۳ و ۴).

1. Durbin-Watson Test
2. Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy
3. Bartlett's Test of Sphericity

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی تأییدی پرسش‌نامه‌ی محدودیت‌های گردشگران

ردیف	ابعاد	گویه‌ها	بار عاملی
۱		هیچ‌گونه تجربه‌ی ورزشی ندارم	۰/۵۱
۲		علاقه‌ای به اسکی کردن ندارم	۰/۷۴
۳	محدودیت درون فردی	مهارت‌های لازم برای اسکی کردن را ندارم	۰/۶۲
۴		فکر می‌کنم اسکی ورزش سختی است	۰/۵۲
۵		از اسکی کردن و حضور در پیست اسکی احساس موفقیت و شادکامی نمی‌کنم	۰/۶۲
۶		برایم سخت است که کسی را پیدا کنم تا به او به پیست اسکی بروم	۰/۶۵
۷	محدودیت بین فردی	آشنایان من که به اسکی علاقمندند، از اینجا دور هستند و برای آنان غیر ممکن است که همراه من به پیست اسکی بیایند	۰/۵۶
۸		آشنایان من اوقات فراغت کافی برای حضور در پیست اسکی را ندارند	۰/۶۶
۹		آشنایان من مهارت کافی برای اسکی کردن را ندارند	۰/۵۸
۱۰		آشنایان من امکان مسافرت و حضور در پیست اسکی را ندارند	۰/۶۳
۱۱		من و اقوامم نمی‌توانیم اوقات فراغتمان را طوری برنامه‌ریزی کنیم که با هم به پیست اسکی بیاییم	۰/۵۱
۱۲	محدودیت دوستی و خویشاوندی	من و دوستانم نمی‌توانیم اوقات فراغتمان را طوری برنامه‌ریزی کنیم که با هم به پیست اسکی بیاییم	۰/۶۳
۱۳		حضور در پیست اسکی خطرناک است، به همین دلیل خانواده ام موافق رفتن من به پیست اسکی نیستند	۰/۷۲
۱۴		حضور در پیست اسکی خطرناک است، به همین دلیل دوستانم مخالفند که در چنین فعالیت‌هایی شرکت کنیم	۰/۶۵
۱۵		فاصله‌ی زیادی بین محل زندگی من و پیست اسکی مناسب وجود دارد	۰/۷۱
۱۶	محدودیت ساختاری	پیست‌های اسکی از لحاظ امکانات مناسب نیستند	۰/۷۵
۱۷		نظارت و ارزیابی کافی برای تأمین ایمنی و امنیت در پیست‌ها وجود ندارد	۰/۶۳
۱۸		حضور در پیست‌های اسکی باعث تخریب محیط زیست می‌شود	۰/۵۱

جدول ۴. نتایج تحلیل عاملی تأییدی پرسش‌نامه‌ی رضایت‌مندی گردشگران

ردیف	ابعاد	گویه‌ها	بار عاملی
۱	محیط	منظره‌ی پیست بسیار زیباست	۰/۵۲
۲		پیست بی‌نظیر است	۰/۷۵
۳		آب و هوا برای اسکی کردن مناسب است	۰/۶۵
۴		پیست آماده برای اسکی کردن است	۰/۶۶
۵	کیفیت کلی خدمات	برخورد کارکنان پیست مناسب است	۰/۶۹
۶		در مدت حضورم در پیست تعامل خوبی با اطرافیان و دوستانم دارم	۰/۵۱
۷		با حضور در پیست مهارتم در اسکی افزایش پیدا می‌کند	۰/۷۳
۸		تمام مدت حضورم در اینجا پر از لذت و شادی است	۰/۶۱
۹		هزینه‌ها، در حد قابل قبولی است	۰/۵۵
۱۰	آموزش و مربیان	برخورد و رفتار مربیان پیست مناسب است	۰/۶۷
۱۱		مربیان پیست در امر آموزش کوشا هستند	۰/۷۴
۱۲		برخورد آنان دوستانه است	۰/۶۹
۱۳		مربیان از تجربه‌ی کافی برخوردارند	۰/۵۸
۱۴	تجربه روحی - روانی	اسکی اعتماد به نفس مرا افزایش می‌دهد	۰/۷۰
۱۵		اسکی حس کمال و موفقیت را در من ایجاد می‌کند	۰/۵۳
۱۶		مهارت‌های تازه‌ای در اسکی فرا می‌گیرم	۰/۶۶
۱۷		به‌فکر تعطیلات بعدی برای حضور دوباره در پیست اسکی هستم	۰/۵۹
۱۸		اسکی کردن به من آرامش می‌دهد	۰/۶۸
۱۹		در فرآیند یادگیری اسکی احساس شادمانی می‌کنم	۰/۷۱
۲۰		در مجموع اسکی تجربه‌ی خوبی برای من است	۰/۵۳

یافته‌های توصیفی در مورد ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان نشان داد که بیشتر گردشگران مرد بودند (۶۱/۳٪)، حقوق ۴۳ درصد آنان بالای یک میلیون تومان بود، ۴۹ درصد گردشگران پیست‌های اسکی بین سن ۱۸ تا ۲۵ سال قرا داشتند و ۳۳/۴ درصد آنان بین ۲ تا ۴ بار در سال به پیست‌های اسکی مراجعه می‌کردند. جدول ۵ میانگین و انحراف استاندارد پاسخ‌های شرکت‌کنندگان در تحقیق را در مورد متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد.

جدول ۵. میانگین و انحراف استاندارد پاسخ‌های شرکت‌کنندگان

عامل	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین	انحراف استاندارد
محدودیت درون فردی	۲/۲۳	۰/۷۸	محدودیت‌ها	۲/۲۱
محدودیت بین فردی	۲/۳۰	۰/۷۴		
محدودیت دوستی و خویشاوندی	۲/۲۷	۰/۷۱		
محدودیت ساختاری	۱/۹۴	۰/۶۶		
رضایت‌مندی		۳/۷۴		۰/۳۵

برای تعیین ارتباط بین ابعاد مختلف محدودیت‌های گردشگران با رضایت‌مندی گردشگران پیست‌های اسکی، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون به شرح جدول ۶ است. قبل از استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، به منظور بررسی نرمال بودن متغیرها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد. نتایج حاصل نشان داد که تمام متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال بودند.

جدول ۶. ضرایب همبستگی پیرسون برای بررسی ارتباط بین ابعاد مختلف محدودیت‌های گردشگران با رضایت‌مندی گردشگران پیست‌های اسکی

متغیر	رضایت‌مندی گردشگران
محدودیت درون فردی	۰/۳۴۳**
محدودیت بین فردی	۰/۲۴۰**
محدودیت دوستی و خویشاوندی	۰/۳۲۲**
محدودیت ساختاری	۰/۱۵۴**
محدودیت‌های گردشگران	۰/۳۱۱**

** وجود همبستگی معنی‌دار در سطح ۰/۰۱ =

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، بین تمامی مؤلفه‌های محدودیت‌های گردشگران با رضایت‌مندی آنان در سطح اطمینان ۹۹٪ ارتباط وجود داشت.

به‌منظور تحلیل سطح متغیرهای مستقل (ابعاد محدودیت گردشگران) در پیش‌بینی سطح متغیر ملاک (رضایت‌مندی گردشگران) از آزمون رگرسیون چندگانه‌ی روش هم‌زمان استفاده شد. همچنین برای بررسی استقلال خطاها از آزمون دوربین - واتسون استفاده شد. نتایج این آزمون‌ها در جداول ۷ و ۸ بیان شده‌اند.

جدول ۷. نتایج آزمون رگرسیون چندگانه برای تحلیل سطح متغیرهای مستقل (مؤلفه‌های محدودیت گردشگران) در پیش‌بینی سطح متغیر وابسته (رضایت‌مندی گردشگران)

متغیر	ضریب رگرسیون چندگانه ضریب تعیین تعدیل‌شده	F	سطح معناداری	دوربین - واتسون
محدودیت‌ها	۰/۳۷۵	۰/۱۳۱	۱۴/۵۷	۲/۱۷

همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، آزمون دوربین - واتسون برای متغیر محدودیت‌های گردشگران $(2/5 < 2/118 < 1/5)$ ، نشان داد که بین خطاها همبستگی وجود ندارد، لذا شرط استفاده از رگرسیون برقرار است. همچنین نتایج آزمون ANOVA (F)، نشان داد که بین

متغیرها رابطه‌ی خطی وجود دارد ($P < 0/001$).

جدول ۸. رگرسیون مؤلفه‌های محدودیت‌های گردشگران با رضایت‌مندی آنان

سطح معناداری	t	ضریب رگرسیون استاندارد شده	ضریب رگرسیون	مؤلفه‌ی پیش‌بین	محدودیت گردشگران
0/001	۶۲/۴۸۱	-	۴/۰۶۷	ضریب ثابت	
0/001	-۳/۷۳۰	-۰/۳۷۳	-۰/۱۷۰	محدودیت درون‌فردی	
0/۰۱۴	۲/۴۷۱	۰/۲۴۲	۰/۱۱۶	محدودیت بین‌فردی	
0/۰۱۳	-۲/۴۹۴	-۰/۲۴۸	-۰/۱۲۴	محدودیت دوستی و خویشاوندی	
0/۲۵۲	۱/۱۴۸	۰/۰۶۷	۰/۰۳۶	محدودیت ساختاری	

طبق نتایج رگرسیون، ابعاد محدودیت‌های گردشگران با رضایت‌مندی آنان که در جدول ۸ نشان داده شده‌است، بعد محدودیت‌های درون‌فردی ($P=0/001$)، محدودیت‌های بین‌فردی ($P=0/014$) و محدودیت دوستی و خویشاوندی ($P=0/013$) از متغیر محدودیت‌های گردشگران به‌عنوان ابعاد پیش‌بین رضایت‌مندی گردشگران شناخته شدند. در این میان، بعد محدودیت‌های درون‌فردی ($= -0/373$) قوی‌ترین پیش‌بین برای رضایت‌مندی گردشگران بود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی محدودیت‌ها و رضایت‌مندی گردشگران پیست‌های اسکی تهران و بررسی ارتباط بین محدودیت‌ها با رضایت‌مندی گردشگران بود. در جو رقابتی صنعت توریسم، شناسایی متغیرهایی که بر رضایت‌مندی گردشگران تأثیرگذارند، از اهمیت بالایی برخوردار است (۲۳). شناسایی محدودیت‌های حضور در پیست‌های اسکی و تلاش در جهت برطرف کردن آن‌ها می‌تواند به جذب گردشگران علاقه‌مند به این ورزش کمک شایانی کند. نتایج پژوهش نشان داد که محدودیت‌های بین‌فردی با میانگین ۲/۳۰ مهم‌ترین محدودیت گردشگران پیست‌های اسکی بود. محدودیت‌های بین‌فردی محدودیت‌هایی است که به سبب نبودن همراهان مناسب در انجام فعالیت برای گردشگران ایجاد می‌شود. از دید محقق، شاید فراهم نبودن شرایط برای حضور تمامی افراد از سنین مختلف و سطوح درآمدی مختلف دلیل این محدودیت گردشگران باشد. این نتیجه لزوم توجه مدیران پیست‌ها به فراهم‌آوری امکانات لازم برای حضور تمام اقشار جامعه در پیست‌های اسکی و برگزاری تورهای گروهی را برای گردشگران نشان می‌دهد. این یافته‌ی تحقیق با نتایج تحقیق وی (۲۰۰۸) هم‌سو است، ولی با نتایج تحقیق گیلبرت (۲۰۰۰) و تیسنگ (۲۰۰۶) هم‌خوانی ندارد. وی (۲۰۰۸) در تحقیق خود

محدودیت بین فردی را مهم‌ترین محدودیت گردشگران ورزش‌های آبی معرفی می‌کند که با نتایج تحقیق حاضر هم‌سو است. تیسنگ (۲۰۰۶) محدودیت‌های درون‌فردی را مهم‌ترین مشکل شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های ورزشی معرفی می‌کند. شاید دلیل عدم هم‌خوانی نتایج تحقیق او با یافته‌های این تحقیق در نوع فعالیت مورد بررسی باشد. گیلبرت (۲۰۰۰) نیز عنوان می‌کند که برای اسکی‌بازان محدودیت‌های ساختاری، مهم‌ترین محدودیت حضور در پیست‌های اسکی است، اما برای افرادی که تجربه‌ی زیادی در ورزش اسکی ندارند، محدودیت‌های درون‌فردی از اهمیت بیشتری برخوردار است.

بعد از بعد محدودیت‌های بین فردی، محدودیت‌های دوستی و خویشاوندی با میانگین ۲/۲۷، محدودیت‌های درون‌فردی با میانگین ۲/۲۳ و ساختاری با میانگین ۱/۹۴ قرار داشتند. محدودیت‌های دوستی و خویشاوندی مربوط به عدم تمایل آشنایان فرد به حضور در پیست‌های اسکی مربوط می‌شود. این محدودیت گردشگران مشابه با محدودیت‌های بین فردی آنان بوده و لزوم توجه هر چه بیشتر به این نوع از محدودیت‌ها را نشان می‌دهد. محدودیت‌های ساختاری محدودیت‌هایی است که ناشی از دوری مسافت برای رسیدن به پیست‌های اسکی، نداشتن امکانات مناسب و عدم وجود ایمنی و امنیت در پیست‌ها به وجود می‌آید. هر چند در این تحقیق، این دسته از محدودیت‌ها در رده‌ی آخر قرار گرفته‌اند، اما نباید از اهمیت کاهش آنها برای جذب و حفظ گردشگران غافل شد. فراهم‌آوری امکانات مناسب ورزشی و تفریحی در پیست‌ها و ایجاد پیست‌های ایمن می‌تواند در حضور مجدد گردشگران مؤثر باشد. نتایج تحقیقات مختلف مانند تحقیق گیلبرت (۲۰۰۰) و پنینگتون (۲۰۰۲) اهمیت کاهش این محدودیت‌ها را برای جذب گردشگران نشان می‌دهد (۲۴).

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که رابطه‌ی منفی و معنی‌داری بین محدودیت‌های گردشگران با رضایت‌مندی گردشگران وجود دارد ($r = -0/31$). هر چند میزان ارتباط به دست‌آمده چندان بالا نیست، اما با توجه به این نتیجه می‌توان گفت زمانی که محدودیت‌های گردشگران پایین است، رضایت‌مندی آنان بالاست. بر اساس این نتیجه می‌توان عنوان داشت که حضور در پیست‌های اسکی دارای مزایایی است که سبب رضایت‌مندی گردشگران شده‌است. مزایایی نظیر افزایش سلامت جسمانی از طریق ورزش کردن، افزایش اعتماد به نفس، پیدا کردن دوستان جدید و ... را می‌توان نام برد. رضایت‌مندی گردشگران و کسب مزایای ذکرشده سبب افزایش علاقه‌ی گردشگران به ورزش اسکی و افزایش احتمال حضور آنان در پیست‌های اسکی می‌شود. بنابراین، کاهش محدودیت‌های گردشگران می‌تواند سبب افزایش رضایت‌مندی گردشگران شده و رضایت‌مندی آنان باعث افزایش علاقه، غلبه بر محدودیت‌ها و

حضور بیشتر آنان در پیست‌های اسکی شود. در واقع این حالت مانند چرخه‌ای است که هرچه محدودیت‌ها کمتر شود، رضایت‌مندی افزایش می‌یابد و هر چه رضایت‌مندی افزایش یابد، علاقه به حضور بیشتر شده و تلاش در جهت از میان برداشتن محدودیت‌ها بیشتر می‌شود. نتایج این تحقیق با تحقیقات لی (۲۰۰۵)، چن (۲۰۰۵)، تیسنگ (۲۰۰۶) و وی (۲۰۰۸) هم‌سو است. لی (۲۰۰۵) به بررسی محدودیت‌ها و رضایت‌مندی دانش‌آموزان از فعالیت‌های اوقات فراغتشان پرداخت. نتایج تحقیق او نشان داد که همبستگی منفی بین محدودیت‌ها و رضایت‌مندی آنان وجود داشت که این یافته‌ی او با نتایج تحقیق حاضر هم‌سو است. وی (۲۰۰۸) به تحقیق در مورد انگیزه‌ها، رضایت‌مندی و محدودیت‌های گردشگران ورزش‌های آبی پرداخت. نتایج تحقیق او نشان داد که بین محدودیت‌ها و رضایت‌مندی گردشگران همبستگی منفی وجود داشت. لی (۲۰۰۵) و چن (۲۰۰۵) نیز در تحقیقات خود همبستگی منفی را بین محدودیت‌ها و رضایت‌مندی شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های اوقات فراغت گزارش کرده‌اند که با یافته‌های این پژوهش هم‌سو هستند. با توجه به اهمیت نقش محدودیت‌های گردشگران، مدیران پیست‌های اسکی باید از محدودیت‌ها و سطح انتظارات مشتریان خود آگاهی کسب کنند و خدمات کارکردی و فنی خود را به‌گونه‌ای طراحی کنند که با کاهش محدودیت‌های گردشگران و بالاتر بردن کیفیت خدمات از سطح انتظارات مشتریان بتوانند رضایت‌مندی آنان را فراهم کنند.

نتایج آزمون رگرسیون چندگانه نشان داد که ابعاد محدودیت‌های گردشگران، پیش‌بین معناداری برای رضایت‌مندی آنان بود ($F=14/57, P<0/01$). ضریب همبستگی چندگانه بین ابعاد محدودیت گردشگران با رضایت‌مندی آنان معادل ($r=0/37$) به‌دست آمد و این ابعاد (۱۳٪) واریانس رضایت‌مندی را تبیین و با آن هم‌پوشانی داشتند. مؤلفه‌های محدودیت‌های درون‌فردی ($t=-3/73, P<0/01$)، محدودیت‌های بین‌فردی ($t=2/47, P<0/05$) و محدودیت دوستی و خویشاوندی ($t=-2/49, P<0/05$) قابلیت پیش‌بینی رضایت‌مندی گردشگران را دارا بودند. این یافته را می‌توان با نتایج تحقیق وی (۲۰۰۸) هم‌سو دانست. او در کار خود، ارتباط معناداری را بین مؤلفه‌های محدودیت گردشگران و رضایت‌مندی آنان گزارش می‌کند. محدودیت درون‌فردی ($r=-0/37$) مهم‌ترین پیش‌بین رضایت‌مندی گردشگران بود. محدودیت‌های درون‌فردی آن دسته از محدودیت‌ها است که مربوط به وضعیت فیزیکی، انگیزه، میزان علاقه‌مندی و توانایی‌های گردشگران می‌شود. افرادی که کمتر با این محدودیت‌ها روبرو باشند، بیشتر در این فعالیت شرکت می‌کنند و حضور بیشتر آنان می‌تواند در بهره‌مندی از مزایای ورزش‌های زمستانی مؤثر بوده و رضایت بیشتر آنها را به‌دنبال داشته باشد. در مورد اهمیت محدودیت‌های خویشاوندی و دوستی و محدودیت‌های بین‌فردی در پیش‌بینی

رضایت‌مندی گردشگران نیز می‌توان گفت افرادی که دارای این محدودیت‌ها نبوده و به‌همراه دوستان و نزدیکان خود در پیست‌های اسکی حاضر می‌شوند، احساس شادی و لذت بیشتری از فعالیت خود داشته و در نتیجه، رضایت‌مندی بالاتری دارند. رضایت‌مندی گردشگران در حضور مجدد آنها و در نتیجه، سودآوری بیشتر پیست‌های اسکی نقش به‌سزایی دارد و باید مورد توجه مدیران پیست‌ها و برنامه‌ریزان ورزش تفریحی قرار گیرد.

با توجه به ضریب تعیین حاصله ($r^2 = 0.13$)، باید گفت که علاوه بر کاهش محدودیت‌های گردشگران، عوامل دیگری نیز می‌توانند در افزایش رضایت‌مندی گردشگران نقش داشته‌باشند. مسائل اقتصادی، انگیزه‌های گردشگران و توجه به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی از جمله عواملی هستند که در تحقیقات مختلف به آنها اشاره شده‌است (۱۵،۱۶،۲۴). مناسب‌بودن قیمت‌ها با توجه به کیفیت خدمات، توجه به انگیزه‌ها و خواسته‌های افراد از سنین، سطح توانایی‌ها و سطوح درآمدی مختلف می‌تواند در رضایت‌مندی و جذب گردشگران به پیست‌های اسکی مؤثر باشد.

در مجموع می‌توان گفت که کاهش محدودیت‌های گردشگران، هم به‌صورت مستقیم و هم به‌واسطه‌ی ارتباطی که با سطح رضایت‌مندی گردشگران دارد، باید مورد توجه مدیران پیست‌های اسکی برای حفظ و جذب مشتریان قرار گیرد. به همین منظور، برگزاری دوره‌های آموزش متنوع برای گردشگران جهت افزایش توانایی و علاقه‌ی آنها به ورزش اسکی می‌تواند در کاهش محدودیت‌های درون‌فردی افراد مؤثر باشد. برگزاری تورهای گروهی، ارائه‌ی خدمات تفریحی و فراهم‌آوری

استراحتگاه‌های مناسب نیز می‌تواند در کاهش محدودیت‌های بین‌فردی و ساختاری گردشگران مؤثر باشد. همچنین اطلاع‌رسانی مناسب در مورد دوره‌های آموزشی، تورها و خدمات ارائه‌شده می‌تواند به جذب گردشگران از مناطق مختلف کمک کند.

منابع

۱. معین فرد محمدرضا. وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران و ارائه الگوی توسعه آن، رساله دکتری مدیریت و برنامه ورزشی. دانشکده تربیت بدنی: دانشگاه تربیت معلم؛ ۱۳۸۷.
۲. کاظمی مهدی. مدیریت گردشگری، چاپ چهارم. تهران: انتشارات سمت؛ ۱۳۸۹. ص ۲۳.
۳. موسوی گیلانی سیدرضا. بخش بندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی و ارائه مدل بازارهای مختلف. رساله دکتری مدیریت ورزشی. دانشکده تربیت بدنی: دانشگاه تهران؛ ۱۳۹۰.

4. Lee M. H. & Kuo J. X. The Resources Plan of Recreational Tourism. Taiwan:

- Yang-Zhi Cultural Enterprises LTD Publishing; 2000. p.157.
5. Chalip L, Costa. C. Building sport event tourism into the destination brand: Foundation for a general theory in sport tourism, concepts and theories. H. Gibson(Ed); 2006. p. 86-105.
6. Weed M. Understanding sports tourism participation: Complexities and diversity. *Journal of Sport & Tourism*. 2006; 11(3): 195-99.
7. Jenning G. *Tourism research*. John Wiley Sons Ltd, Australia; 1998. p. 241.
۸. زیتونلی عبدالمجید. شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه پیام نور: تهران؛ ۱۳۸۷.
9. Pourmand Seyyedeh Somayyeh. *The Impact of Archery Events on Tourism Development: The Case of Iran*. Master Thesis, Luleå University of Technology, Sweden; 2011.
10. Konu Henna & et.al. Using ski destination choice criteria to segment Finnish ski resort customers. *Journal of Tourism Management*. 2011; 32: 1096-105.
۱۱. ادبی فیروزجاه جواد. بررسی مهم ترین جاذبه های طبیعی ورزشی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی کشور از دیدگاه کارشناسان ورزشی و گردشگری. نشریه مدیریت ورزشی. ۱۳۸۸؛ ۱: ۸۱-۶۷.
۱۲. عسگری رسول. بررسی نقش توانمندی‌های استان تهران در توریسم ورزشی کشور. پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری. دانشگاه آزاد: واحد علوم و تحقیقات تهران؛ ۱۳۸۵.
13. Yu Kyoum Kim & Galen Trail. Constraints and Motivators: A New Model to Explain Sport Consumer Behavior. *Journal of Sport Management*. 2010; 24: 190-210.
14. Wei-Ku Yeh. *The investigation of tourists' motivation, satisfaction and constraint factors on snorkeling holiday of marine leisure and tourism at Renting in Taiwan*. Ph. D Thesis, U. S Sports Academy, Daphne, Alabama; 2008.
15. Gilbert D & Hudson S. Tourism demand constraint, a skiing participation. *Annals of Tourism Research*. 2000; 27(4): 906-25.
16. Nyaupane, Gyan P. & et.al. Nature tourism constraints, a cross-activity comparison. *Annals of Tourism Research*. 2004; 31(3): 540° 550.
17. Liu Yi-Chin. *An analysis service quality, customer satisfaction and customer loyalty of commercial swim club in Taiwan*. PhD dissertation, Faculty of the U.S sport academy; 2008.
18. Faulant R & et.al. The impact of satisfaction and image on loyalty: The case of Alpine ski resorts. *Journal of managing service quality*. 2008; 18(2): 163- 78.
19. Lee Z. H. *The fifth and sixth grades students' leisure participation, leisure constraint and leisure satisfaction in elementary schools in Taichung County*. Master's thesis, Taichung College of Education, Taichung City; 2005.

20. Chen M. Y. A study of teachers' leisure constraint and leisure satisfaction in elementary schools - An example in Changhua County. Master's thesis, DaYeh University, Changhua County; 2005.

21. Tseng C. J. Research on consumers' motivation, satisfaction and constraints in dance in Taipei City. Master's thesis, Taipei Municipal University of Education, Taipei City; 2006.

۲۲. مؤمنی منصور. تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS. چاپ اول، تهران: انتشارات کتاب نو؛ ۱۳۸۶. ص: ۱۹۳.

23. Devesa M & et al. The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Journal of Tourism Management*. 2010; 31: 547° 52.

24. Pennington-Gray L, and D Kerstetter. Testing a Constraints Model within the Context of Nature-Based Tourism. *Journal of Travel Research*. 2002; 40: 416° 23.

ارجاع مقاله به روش ونکوور

بنسردی علی، معین فرد محمد رضا، محمودی احمد. رابطه‌ی محدودیت‌های گردشگران با

رضایت‌مندی آنان در پیست‌های اسکی استان تهران. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۳۹۳؛ ۶

(۲۳): ۶۲-۱۴۷

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

The relationship between tourists' constraints and their satisfaction in Tehran's ski resorts

Ali Benesbordi¹, MohammadREza Moein fard², Ahmad Mahmoudi³

1. Ph.D student, Tehran University*
2. Assistance Professor, Hakim Sabzevari University
3. Ph.D student, Allameh University

Received date: 2012/06/02

Accepted date: 2012/08/15

Abstract

The aim of this study is determining the relationship between tourists' constraints and their satisfaction in Tehran's ski resorts. The study was a descriptive study and correlation kind, and conducted as a field study. The statistical population was all tourists of Tehran's ski resorts, including: Tochal, Dizin, Shemshak and Abali. According to estimates from the managers of ski resorts, the statistical population approximately was considered ten thousand. 370 people selected as sample by using Morgan table. A total of 400 questionnaires was distributed and 362 acceptable questionnaires was returned. To gather information, Questionnaire of Wei-Ku Yeh (2008) was used. For data analysis, we used descriptive statistics to determine the frequencies, percentages and mean and standard deviations. Inferential statistics including confirmatory factor analysis, One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, Pearson correlation and multiple regressions was used simultaneously. Survey findings showed that there is a negative significant relationship between tourists' constraints and satisfaction ($r=0.31$, $P= 0.001$). From Dimensions of tourist constraints, the intrapersonal constraints were stronger predictor for tourists' satisfaction.

Key words: Tourist constraints, Satisfaction, Ski resort, Costumer of winter sport facilities.

*(Corresponding Author)

Email: alibenesbordi@gmail.com