

مطالعه پیش‌بینانه توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی بر اساس ابعاد گردشگری

رقیه سرلاب*^۱، زهرا علیپور نادینلوئی^۲، حوریه دهقانپوری^۳

Received: 26/07/2020
Accepted: 27/01/2021

صفحات: ۹۷-۱۱۵

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۵/۰۵

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۰۸

چکیده

تحقیق حاضر، از نوع توصیفی-همبستگی بود و به صورت میدانی انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه گردشگران نروزی بود که در سال ۱۳۹۸ به استان آذربایجان شرقی مسافرت نموده‌اند و ۳۰۵ نفر از این جامعه با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه برای تعداد جامعه نامشخص به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای و هدفمند انتخاب شد. ابزار پژوهش پرسش‌نامه محقق‌ساخته پیش‌بینی توسعه گردشگری ورزشی می‌باشد که روایی صوری و محتوایی آن به تایید اساتید متخصص مدیریت ورزشی رسید و پایایی آن در مطالعه مقدماتی بر روی ۳۰ نفر از نمونه و با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲ برآورد شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از رگرسیون تک‌متغیره با کمک نرم‌افزار SPSS و Viktor استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد عوامل فرهنگی-اجتماعی، زیست محیطی مرتبط با جاذبه‌های طبیعی، ورزشی و زیرساختی تأثیر معناداری بر پیش‌بینی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی دارد. هم‌چنین نتایج رتبه‌بندی Viktor نشان داد که از دیدگاه متخصصان عوامل فرهنگی-اجتماعی رتبه اول و عوامل ورزشی، زیست محیطی مرتبط با جاذبه‌های طبیعی و زیرساختی در رتبه‌های دوم تا چهارم قرار گرفتند.

کلید واژه‌ها: ابعاد گردشگری، پیش‌بینی، صنعت گردشگری، گردشگری ورزشی

۱. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

Email: rsarlab@yahoo.com

* ایمیل نویسنده مسئول:

۲. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.

مقدمه

امروزه گردشگری به عنوان صنعتی جذاب و رو به رشد مورد توجه می‌باشد گردشگری پدیده‌ای کهن است که بر بنیاد حرکت و جابجایی انسان استوار است. سرشت انسان نیز با سفر و آشنایی با سرزمین‌های دور دست و ساکنان آن آمیخته است (Rezvani, 2019). گردشگری در یک کلیت دربرگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آن‌هاست که در فضاهای جغرافیایی آثار مختلفی برجای می‌نهد. ایجاد درآمد و اشتغال برای ساکنان محلی در عرصه فضا یکی از این آثار است (Farhoudi & et al, 2019). صنعت گردشگری از دیرباز مورد توجه بشر بوده و نقش ویژه‌ای در اقتصاد جهانی به‌عهده دارد. علاوه بر آن، این صنعت عامل مؤثری در تعامل فرهنگ‌ها، گفتگوی تمدن‌ها، برقراری و تحکیم انسو الفت بین ملت‌هاست. گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. افزون بر این بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند (Mehdizadeh & et al, 2014).

صنعت گردشگری، سومین صنعت پول‌ساز جهان بعد از نفت و خودروسازی می‌باشد که ۸۰ درصد از این جریان گردشگری دنیا در کشورهای صنعتی و فقط ۲۰ درصد آن در کشورهای غیر صنعتی روی می‌دهد. هم‌چنین بر اساس پیش‌بینی‌های صورت گرفته، تقاضا برای گردشگری بین‌المللی تا سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید (Charlesworth & et al, 2011). ورزش نیز به عنوان یکی از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی مطرح می‌باشد که از تلفیق آن‌ها یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت "گردشگری ورزشی" به وجود آورده، تا آنجا که سریع‌ترین رشد صنعت گردشگری مربوط به ورزش و فعالیت‌های بدنی است (Bayat & et al, 2018). در این راستا گردشگری ورزشی زمینه‌ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست و صلح و ثروت برای مردمان جامعه به ارمغان می‌آورد. هم‌چنین رویدادهای ورزشی نیز

به‌عنوان یک استراتژی به منظور جذب گردشگران جهت برعهده گرفتن نقش فزاینده در برنامه‌های استراتژیک مورد توجه می‌باشد (Rezvani, 2019).

توریسم به‌طور عام و توریسم ورزشی به‌طور خاص با دارا بودن ویژگی صنعت پاک، یکی از منابع درآمدزایی برخی از کشورها قلمداد می‌گردد (Zohrehvandian & et al, 2014). توریسم ورزشی شامل تمامی مسافرت‌های مرتبط با فعالیت‌های ورزشی که با دلایل تجاری و غیرتجاری، به‌صورت اتفاقی یا سازمان یافته و از خانه یا محل کار صورت می‌گیرد، می‌شود. در این راستا Gibson & et al (2006) گردشگری ورزشی را مسافرت و انتقال فرد به مکانی خاص جهت شرکت در یک فعالیت ورزشی رقابتی یا تفریحی، تماشای فعالیت‌های ورزشی و یا جاذبه‌های ورزشی مانند پارک‌های آبی تعریف می‌کنند. هم‌چنین Deery & Jago (2006) عنوان نمودند که گردشگری ورزشی، نقش مهمی در اقتصاد ملی و محلی دارد و به‌نظر می‌رسد از توانایی بالقوه برای افزایش آن برخوردار است. سهم گردشگری ورزشی در استرالیا سالیانه حدود سه میلیارد دلار برآورد می‌شود.

نتایج پژوهش Govalzou & et al (2015) در کشور روسیه نشان داد که توسعه گردشگری ورزشی در سطوح مختلف داخلی و خارجی ارتباط مستقیمی با میزان سرمایه‌گذاری و نحوه تخصیص منابع دارد. هم‌چنین مشخص شد که در این بین برگزاری تورهای گردشگری ورزشی می‌تواند شمار زیادی از بازدیدکنندگان را به رویدادهای ورزشی و استفاده از امکانات موجود جلب نماید. با این وجود گردشگری ورزشی، تجارتی چند میلیارد دلاری است که سریعترین رشد را با ۴/۵ تریلیون دلار در صنعت گردشگری به خود اختصاص داشته است و به دلیل نقش مهمی که به لحاظ رشد اقتصادی رشد و سیاسی ایفا می‌کند، به موضوع بسیار مهم راهبردی مبدل شده است (Farhoudi & et al, 2019). هم‌چنین یکی از مؤلفه‌های تعیین‌کننده در صنعت گردشگری، توجه به ورزش و توسعه و تقویت آن و برگزاری مسابقات در سطوح مختلف داخلی و بین‌المللی است. در بخش خدمات، گردشگری به یک فعالیت اقتصادی اصلی و جدی

برای بسیاری از مناطق تبدیل شده است، به طوری که براساس پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری تا سال ۲۰۱۰ بیش از ۴۳ درصد از مشاغل جهان در زمینه صنعت گردشگری است. گردشگری ورزشی اصلی‌ترین نوع گذران اوقات فراغت در جهان محسوب می‌شوند (Alinejad, 2014). بنابراین گردشگری ورزشی به یکی از استراتژی‌های مهم تجاری و اقتصادی جهت درآمد، اشتغال و توسعه زیرساخت‌ها برای اکثر کشورها تبدیل شده است (Zaytoonli & et al, 2014). هم‌چنین بسیاری از مزایای اقتصادی گردشگری، کیفیت زندگی ساکنان مختلف را در زمینه‌های اشتغال، درآمد، افزایش درک از محل، به منزله پارامترهای مهم در توسعه افزایش می‌دهد (Kave & et al, 2014). با این وجود گردشگری و ورزش دو جزء حیاتی از اقتصاد جهانی‌اند که تأثیر شگرفی بر جامعه امروز دارند. نکته مهم در گردشگری ورزشی تغییر نگرش صرفاً ورزشی به رویدادهای ورزشی است، زیرا در همه این رویدادها در سطوح مختلف، فرصت‌هایی نهفته است که افزایش منافع اقتصادی را از جمله اشتغال‌زایی در پی دارد.

از منظر اقتصادی، مسابقات ورزشی، علی‌رغم تحمیل هزینه‌ای سنگین برای میزبان در ابتدای امر، به دلیل جلب افکار عمومی و جذب هر چه بیش‌تر گردشگر در آینده، عامل و انگیزه‌ای قوی است و متقاضیان فراوان دارد (Amini & et al, 2019). در میان صنایع خدماتی، صنعت گردشگری یکی از بخش‌های پویا و در حال رشد در سطح بین‌المللی است؛ به همین دلیل، گردشگری به عنوان موضوعی مهم و اساسی در تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها محسوب می‌شود و با گسترش آن می‌توان مسیری را برای افزایش درآمدهای کشور و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی و در نتیجه فراهم نمودن مسیری مطلوب برای دستیابی به توسعه پایدار و همه‌جانبه ترسیم نمود (Mirtoli & et al, 2015). هم‌چنین نتایج نشان داده است که جشنواره‌ها، نمایشگاه‌های جهانی، رویدادهای سلطنتی، حوادث و رویدادهای ورزشی و غیره می‌توانند تأثیر زیادی در توسعه شهری داشته باشند. با این وجود تنها ورزش نیست که بعنوان عامل گرایش‌دهنده است؛ بلکه عواملی مثل آب و هوا، فرهنگ و آثار باستانی، وضعیت اسکان و اقامت،

حمل و نقل، قیمت‌ها، مناظر و چشم اندازها، نوع تفریحات، میزان آزادی و غیره نیز در این زمینه اهمیت دارد (Yavari & et al, 2016).

با توجه به محدودیت‌هایی که در کشور ما در ارتباط با گردشگری وجود دارد، موضوع گردشگری ورزشی به لحاظ فرهنگی و ارزشی شرایط مطلوب‌تر و مناسب‌تری را ایجاد می‌کند. در بعضی از رقابت‌های ورزشی بابت هر روز برگزاری مسابقات گاهی تا حدود ۴۰۰ میلیون دلار سود عاید کشور میزبان می‌شود (Rahimi & et al, 2016). از طرفی کشور ما به دلیل داشتن ظرفیت‌های فراوان می‌تواند از رهگذر این امر بهره‌های فراوان ببرد؛ زیرا با توجه به بررسی‌های صورت گرفته و اثبات شده یکی از ده کشور اول جهان از نظر جذابیت‌های گردشگری است (Bayat & et al, 2018). از طرفی استان آذربایجان شرقی با داشتن مناظر طبیعی و جاذبه‌های تاریخی فراوان و به دلیل داشتن موقعیت استراتژیکی هم چون داشتن مرزهای مشترک با کشورهای آذربایجان، ارمنستان، نخجوان و ترکیه و نیز به لحاظ اقتصادی جزو استان‌های مهم کشور به شمار می‌آید. تنوع اقلیمی و توپوگرافی با چشم اندازهای متفاوت (کوهستان، دشت و بیابان) این استان را تبدیل به یکی از قطب‌های مهم با پتانسیل بالای گردشگری و گردشگری ورزشی در سال ۲۰۱۸ نموده به طوری که سازمان همکاری اسلامی در نهمین کنفرانس وزیران گردشگری کشورهای اسلامی، تبریز را به عنوان پایتخت گردشگری کشورهای اسلامی در سال ۲۰۱۸ انتخاب کرده است (Golzadeh & et al, 2018). هم‌چنین حضور تیم تراکتورسازی تبریز به عنوان یک برند برتر، مستعد پذیرای گردشگر ورزشی از تمام نقاط کشور است. لذا پژوهش حاضر بر آن است تا با استفاده از ابعاد گردشگری، گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی را پیش‌بینی نماید و در صورت امکان راه‌حل‌هایی ارائه نماید.

تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به لحاظ روش تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی بوده و بصورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر گردشگران نوروزی استان آذربایجان شرقی در سال ۱۳۹۸ بودند و ۳۰۵ نفر از این جامعه از طریق نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای و هدفمند به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. تعداد نمونه با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه برای جامعه نامشخص و از طریق واریانس جامعه در مطالعه مقدماتی (۰/۴۴۷) بدست آمد که در فرمول کوکران با توضیح زیر استفاده گردید:

$$N = \frac{Z^2 S^2}{D^2} = n = \frac{1/96^2 \times 0/447^2}{0/05^2} = 305$$

در تعیین حجم نمونه در پژوهش‌های غیرآزمایشی از مقدار اشتباه مجاز (d) که اغلب این مقدار ۰/۰۵ است. با ضریب اطمینان ۰/۹۵ در این فرمول، Z مقدار متغیر نرمال است. با توجه به ضریب اطمینان که در شرایط سطح اطمینان ۰/۹۵ معادل ۱/۹۶ بوده و ۲S واریانس متغیر مورد بررسی و D اشتباه مجاز است. بنابراین حجم نمونه محاسبه شده ۳۰۵ نفر بوده است.

ابزار پژوهش پرسشنامه محقق‌ساخته پیش‌بینی توسعه‌ی گردشگری ورزشی بود که روایی آن به تأیید اساتید متخصص مدیریت ورزشی و توریسم رسیده و پایایی آن در مطالعه مقدماتی بر روی ۳۰ نفر از نمونه و با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲ برآورد شد. پرسشنامه در ۴ بعد عوامل فرهنگی-اجتماعی، زیرساختی، زیست محیطی مرتبط با جاذبه‌های طبیعی و ورزشی، شامل ۵۸ گویه و در طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا بسیار زیاد (۵) می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون رگرسیون تک متغیره و به منظور برای نرمال بودن داده‌ها از آزمون کالموگروف اسمیرنوف در نرم‌افزار اسپاس نسخه ۲۰ و برای رتبه‌بندی عوامل از نرم‌افزار تصمیم‌گیری ویکور استفاده شد. این تحلیل یک تحلیل تصمیم‌گیری بوده و باید نظر متخصصین مورد بررسی قرار گیرد. بنابراین

^۱ . Viktor

در این پژوهش دیدگاه ده نفر از متخصصین مدیریت ورزشی، توریسم و کارشناسان آژانس‌های گردشگری با پرسشنامه معرفی شده بطور جداگانه مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها

نتایج توصیفی تحقیق نشان داد که بیشترین تعداد نمونه مرد و کمترینشان زن بودند و تعداد بیشتری هم شغل آزاد داشتند. بیشترین افراد نمونه در رده سنی ۳۰ الی ۴۵ سال و دارای مدرک تحصیلی کارشناسی بودند.

نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنف نشان داد که همه متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال بودند. هم‌چنین نتایج حاصل از آزمون رگرسیون تک‌متغیره برای تمام فرضیه‌ها در جدول ۱ آمده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل فرهنگی-اجتماعی تأثیر معناداری بر پیش‌بینی عوامل مؤثر بر توسعه توریسم ورزشی در استان آذربایجان شرقی دارد. با توجه به نتایج بدست آمده و مقادیر $(F=330/392, p<0/001)$ ، وجود رابطه‌ی خطی بین دو متغیر تأیید می‌شود. هم‌چنین با میزان $(t=13/779, p<0/001)$ ، فرضیه‌ی حکم مبنی بر تأثیر معنادار عوامل فرهنگی-اجتماعی بر پیش‌بینی عوامل مؤثر بر توسعه توریسم ورزشی نیز تأیید می‌شود.

در جدول ۱، ستون ضرایب استاندارد شده، سهم اثر معنادار عوامل فرهنگی-اجتماعی بر پیش‌بینی عوامل مؤثر بر توسعه توریسم ورزشی را نشان می‌دهد که ۰/۷۲۵ واحد است. با توجه به ضریب تعیین بدست آمده (R^2) ، چنین استنباط می‌شود که عوامل فرهنگی اجتماعی ۵۲/۵ درصد از واریانس متغیر ملاک (عوامل مؤثر بر توسعه توریسم ورزشی) را تبیین می‌کند.

نتایج بدست آمده در بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی نشان داد که عامل زیست محیطی مرتبط با جاذبه‌های طبیعی، عامل ورزشی و عامل زیرساختی تأثیر معناداری بر توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی دارد. در این میان به ترتیب عامل ورزشی $(R^2=79/2)$ بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری ورزشی استان دارند و بعد از آن عوامل زیست محیطی

($R^2=66/1$) و عامل زیرساختی گردشگری در استان ($R^2=43/9$) کمترین تأثیر را بر توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی دارند.

جدول ۱. نتایج آزمون رگرسیون تک‌متغیره پیش‌بینی تأثیر عوامل بر توسعه گردشگری ورزشی

Sig	t	R ²	F	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		شاخص
					B	خطای معیار	
۰/۰۰۱	۱۳/۷۷۹	/۵۲۵ ۰	۳۳۰/۳۹۲	۰/۷۲۵	۰/۱۲۵	۲/۲۷۸	عامل فرهنگی اجتماعی
۰/۰۰۱	۲۴/۱۳۱	/۶۶۱ ۰	۵۸۲/۳۲۰	۰/۸۱۳	۰/۰۹۶	۲/۳۱۲	عامل زیست محیطی مرتبط با جاذبه‌های طبیعی
۰/۰۰۱	۳۳/۷۶۰	/۷۹۲ ۰	/۷۳۰ ۱۱۳۹	۰/۸۹۰	۰/۰۸۸	۲/۹۷۴	عامل ورزشی
۰/۰۰۱	۱۵/۲۹۶	/۴۳۹ ۰	۲۳۳/۹۷۵	۰/۶۶۳	۰/۱۳۲	۲/۰۲۰	عامل زیرساختی

نتایج رتبه‌بندی ابعاد گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه متخصصان با استفاده از روش ویکور در جدول ۲ آمده است. نتایج رتبه‌بندی ابعاد گردشگری ورزشی استان نشان داد که از دیدگاه متخصصان عوامل فرهنگی-اجتماعی رتبه اول را در توسعه گردشگری ورزشی استان دارد و سایر عوامل ورزشی، زیست محیطی مرتبط با جاذبه‌های طبیعی و عامل زیرساختی در رتبه های دوم تا چهارم قرار گرفتند.

جدول ۲. نتایج رتبه‌بندی ابعاد گردشگری در توسعه گردشگری ورزشی

معیارها	عوامل فرهنگی اجتماعی	ورزشی	زیست محیطی مرتبط با جاذبه‌های طبیعی	زیر ساختی
شاخص ویکور	۱	۰/۴۱۵۳۲۲	۰/۰۴۵۳۸۸	۰

بحث و نتیجه‌گیری

در میان صنایع خدماتی، صنعت گردشگری یکی از بخش‌های پیش‌تاز و در حال رشد در سطح بین‌المللی است (Mirctoli & et al, 2015). طبیعت گردشگری در هر جامعه، متأثر از عوامل پیچیده و در هم تنیده اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است (Ziaei & et al, 2015) و در فعالیت گردشگری تأثیر متقابل شدیدی میان عناصر اقتصادی، سیاسی، محیطی و اجتماعی وجود دارد (Jahandideh & et al, 2017). در واقع، گردشگری دارای ابعاد مادی و معنوی است که هر کدام می‌توانند دیگری را مجذوب خود نمایند. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد، موجودیت صنعت گردشگری ایجاب می‌کند که بین نهادها، سازمان‌ها و شرکت‌های دخیل در امر گردشگری، هماهنگی و همکاری‌های معنادار و شفاف وجود داشته باشد (Amini & et al, 2019). از طرف دیگر، گردشگری و تجارت ورزش نیز صنعتی ترکیبی است و آن‌قدر سودآوری دارد که تمام کشورها، مناطق، دفاتر مسافرتی، سازمان‌های متولی ورزش و خود رشته‌های ورزشی نیز از آن سود می‌برند و توجه بسیاری از برنامه‌ریزان و خط‌مشی‌گذاران را به خود جلب کرده است (Rahimi & et al, 2016). بنابراین تحقیق حاضر با هدف مطالعه پیش‌بینانه توسعه گردشگری ورزشی بر اساس ابعاد گردشگری در استان آذربایجان شرقی انجام گرفت.

یافته‌های تحقیق نشان داد که عوامل فرهنگی-اجتماعی تأثیر معناداری بر پیش‌بینی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی دارد. با توجه به نتایج بدست آمده، وجود رابطه خطی بین دو متغیر تأیید می‌شود و تأثیر معنادار عوامل فرهنگی-اجتماعی بر پیش‌بینی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی نیز تأیید می‌شود. نتایج این قسمت از پژوهش با یافته‌های تحقیق (Rahimi & et al (2017) و Dadhkah & et al (2016) هم‌خوانی دارد. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد، گردشگری با انسان و انگیزه‌ها، و نیازها و آرزوهای او که منبعث از فرهنگ جامعه است، ارتباط دارد. به حدی که می‌توان گفت محرک اصلی گردشگری در واقع همین اختلاف فرهنگ‌ها است. بنابراین گردشگری وابسته به انسان و انسان‌محور است. نگرش مثبت میزبانان به

گردشگران، تواضع و ادب و برخورد های صمیمی و دوستانه که نشأت گرفته از فرهنگ آن‌هاست، مبنای اصلی تجربه‌ی لذت‌بخش برای گردشگران و توفیق صنعت گردشگری است (Zahirnia & Nikkhah, 2015). گردشگری ورزشی، صنعتی است که وابستگی‌های متقابل در آن بسیار بالاست و ایجاد روابط مبتنی بر همکاری مانند شبکه‌ها در آن، بیش از آن که امری دلخواه باشد، الزامی مدیریتی است. بنابراین، به نظر می‌رسد، باید به روش‌های مختلف، فرهنگ و هویت محلی را زنده نگه داشت و درک مردم استان آذربایجان شرقی از فرهنگ خودشان را در جهت اعتلای گردشگری ورزشی افزایش داد. از این رو پیشنهاد می‌شود، فعالیت‌های فرهنگی متنوعی هم‌چون برگزاری جشن‌ها، برپایی مراسم و برنامه‌های متنوع سنتی، فرهنگی و ورزشی، برگزاری نمایشگاه‌های مختلف ورزشی، برگزاری کنسرت‌های موسیقی سنتی با حضور نیروهای داوطلبی متخصص به منظور توسعه و تقویت گردشگری ورزشی در استان صورت بگیرد.

نتایج پژوهش حاضر هم‌چنین سهم اثر معنادار عوامل فرهنگی - اجتماعی بر پیش‌بینی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی را نشان می‌دهد. نتایج این قسمت از پژوهش با یافته‌های تحقیق (Rahimi & et al (2017) و Dadhkah & et al (2016) هم‌خوانی دارد. گردشگری ورزشی هم عامل و هم محصول توسعه‌ی اجتماعی و فرهنگی است و از آن‌جا که کارگزاران، مؤسسات و شرکت‌کنندگان مختلف با انگیزه‌های متفاوتی را شامل می‌شود، اثرات آن نیز متنوع و گاهی غیرقابل پیش‌بینی خواهد بود. این امر منجر به تنوع فضایی و زمانی در ماهیت رابطه‌ی میان گردشگری، جامعه و فرهنگ و اثرات ناشی از آن خواهد شد (Nikkhah & Zahirnia, 2015). با توجه به نتایج پژوهش‌ها، گردشگری می‌تواند باعث حفظ فرهنگ سنتی شود و در حقیقت جامعه‌ی میزبان با ارائه‌ی فرهنگ بومی و سنتی خود به گردشگران و احساس غرور ناشی از این فرهنگ و سنت‌ها ضمن جذب گردشگر بیش‌تر به حفظ و تقویت فرهنگ بومی خود کمک می‌کند (Golzadeh & Mirabadi, 2019). خصوصیات فرهنگی و آداب و رسوم اجتماعی مردم جامعه میزبان، اهمیت زیادی بر برنامه‌ریزی و طراحی سیستم‌ها و تسهیلات گردشگری دارد.

فرهنگ می‌تواند هم نقش بازدارندگی و هم نقش ایجادکنندگی داشته باشد؛ از یک طرف، مانع ایجاد پاره‌ای از تأسیسات گردشگری مغایر با فرهنگ و دین جامعه میزبان می‌شود و از طرف دیگر، می‌تواند به عنوان الگویی برای برنامه‌ریزی و طراحی این تأسیسات و سایر برنامه‌های متنوع گردشگری به کار رود و با تدارک برنامه‌های خاص برای آشنایی و استفاده‌ی گردشگران از آداب و رسوم و ویژگی‌های خاص فرهنگی و اجتماعی مردم منطقه و جامعه‌ی میزبان بر جذابیت و بی‌همتایی تسهیلات ارائه شده بیفزاید (Dadkhan & et al, 2015). با توجه به این قسمت از نتایج پژوهش حاضر و یافته‌های تحقیقات مختلف در این حوزه می‌توان اظهار کرد که برقراری تعاملات میان فرهنگی بین ساکنان منطقه میزبان و گردشگران از موضوعات مورد توجه در حوزه گردشگری است.

از این رو، آموزش جامعه میزبان در جهت شناخت ارزش‌های بومی و استفاده از مشارکت‌های مردمی برای معرفی فرهنگ اجتماع شهر در اقسام مختلف گردشگری ورزشی لازم و ضروری است. با توجه به اهمیت این عامل، پیشنهاد می‌شود، اختلافات مذهبی و اعتقادی کنار گذاشته شود، مردم برخورد مناسبی را با گردشگران ورزشی داشته باشند. جشن‌ها، مراسم و برنامه‌های سنتی بیش‌تری برای گردشگران ورزشی برگزار شود. اماکن تفریحی متناسب با فرهنگ بومی و محلی استان جهت جذب گردشگر ورزشی گسترش یابد. تالارهای فرهنگی و ورزشی به منظور اجرای برنامه‌های سازنده با فرهنگ بومی توسعه یابد. خانه‌های ورزش ایجاد و گسترش یابد و از تخریب مکان‌های ورزشی جلوگیری شود.

نتایج بدست آمده در بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی نیز نشان داد که عامل زیست محیطی مرتبط با جاذبه‌های طبیعی، عامل ورزشی و عامل زیرساختی تأثیر معناداری بر توسعه‌ی گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی دارد. در این میان به ترتیب عامل ورزشی بیش‌ترین تأثیر را بر توسعه گردشگری ورزشی استان دارند و بعد از آن عوامل زیست محیطی و عامل زیرساختی گردشگری در استان کم‌ترین تأثیر را بر توسعه گردشگری ورزشی استان

آذربایجان شرقی دارند. نتایج این قسمت از پژوهش حاضر با یافته‌های تحقیق Gibson & et al (۲۰۰۳)، از جهت تأثیر بیش‌تر عامل ورزشی هم‌خوانی دارد. با توجه به تأثیر زیاد عامل ورزش در توسعه گردشگری ورزشی به نظر می‌رسد، گروه‌های داوطلبین ورزشی کمک شایان توجهی در این خصوص و توسعه گردشگری ورزشی در استان داشته باشند. تعامل بالای گروه‌های داوطلب در استان با گردشگران ورزشی می‌تواند منجر به ایجاد روابط بسیاری خوبی بین آن‌ها و توسعه گردشگری ورزشی و پایداری آن در استان شود. همان‌طور که Gibson & et al (۲۰۰۳) در تحقیق خود اظهار کردند که شهر میزبان برای توسعه گردشگری ورزشی بایستی بیش‌تر به نیازهای هواداران تیم‌های مختلف توجه کند. آن‌ها هم‌چنین بر لزوم همکاری بین دانشگاه‌ها و آژانس‌های گردشگری جهت گسترش گردشگری ورزشی تأکید کردند.

نتایج این قسمت از تحقیق حاضر با یافته‌های پژوهش (Golzadeh & et al (2018)؛ (Golzadeh & Mirabedi (2018)، (Razavi & et al (2019) است. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داده است که عامل زیرساخت‌ها بیش‌ترین تأثیر را بر توسعه گردشگری ورزشی دارد. این در حالی است که در پژوهش حاضر عامل زیرساخت‌ها اولویت کم‌تر و عامل ورزشی اولویت بیش‌تری دارند. زیرساخت‌های گردشگری عواملی هستند که به قصد ارائه خدمات و انتفاع توسعه خدمات به گردشگران و مسافران یا مهمانان طبق ضوابط ارائه می‌شود. نتایج پژوهش حاضر نشان‌دهنده تأثیر این عامل در توسعه گردشگری ورزشی است؛ لیکن در اولویت‌های پایین‌تر از این‌رو، به نظر می‌رسد، برنامه‌ریزی‌های کارشناسی شده، استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته‌تر، به‌کارگیری امکانات و تجهیزات پیچیده و پیشرفته، بهبود خدمات رفاهی و تفریحاتی، توسعه مراکز اقامتی و مجتمع‌های بین‌راهی مناسب همراه با خدمات پشتیبانی، ارائه خدمات تسهیلاتی با قیمتی مناسب‌تر، توسعه راه‌های ارتباطی مناسب به منظور سهولت جابه‌جایی گردشگران ورزشی، افزایش ظرفیت هتل‌ها، تأمین سرمایه و سرمایه‌گذاری در صنایع مولد برای توسعه و تکمیل تجهیزات و امکانات گردشگری ورزشی منجر به از بین بردن بیش‌از پیش محدودیت‌های زیرساختی خواهد شد. به نظر می‌رسد،

فعالیت‌های اخیر دولت و سرمایه‌گذاری‌های کم و بیش در بخش دولتی و خصوصی نیز منجر به جذب و فراهم شدن امکانات زیربنایی و خدمات حمایتی به وسیله محرک‌های پیوسته دولتی شده است و شاید این یکی از دلایلی باشد که زیرساخت در پژوهش حاضر اولویت پایین تری نسبت به سایر عوامل دارد.

از طرف دیگر، نتایج این قسمت از پژوهش با یافته‌های تحقیق (Yavari & et al (۲۰۱۷)؛

Babazadeh (2008) و منابع و مواهب طبیعی را عامل رقابتی بسیار مهمی در صنعت توریسم عنوان کردند، هم‌سو می‌باشد. لیکن تأثیر عوامل زیست محیطی در پژوهش حاضر در اولویت دوم و بعد از عامل ورزشی قرار دارد. یکی از اهداف مهم در سیاست‌گذاری برای توسعه پایدار گردشگری ورزشی، نگرش به محیط زیست و تلاش برای حفظ آن است. از این‌رو، به نظر می‌رسد بهبود وضعیت جاذبه‌های مرتبط با پیاده‌روی، سوارکاری، راه‌پیمایی، دوی آرام، دوچرخه سواری و ... در فصول مختلف سال و متناسب با هر فصل، منجر به توسعه بیش از پیش گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی شود. به طور کلی، با توجه به نتایج این قسمت از پژوهش و نیز با اشاره به مباحث مطرح شده، به نظر می‌رسد همکاری دقیق و برنامه‌ریزی شده مدیران، مسئولین و سازمان‌های متولی گردشگری و ورزش در سطح کشور و استان مورد نیاز است تا بتوان توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان را ارائه نمود.

نتایج رتبه‌بندی ابعاد گردشگری استان آذربایجان شرقی در پژوهش حاضر از دیدگاه متخصصان با استفاده از روش ویکور نیز نشان داد که از دیدگاه متخصصان عوامل فرهنگی-اجتماعی رتبه اول را در توسعه گردشگری ورزشی استان دارد و سایر عوامل ورزشی، زیست محیطی مرتبط با جاذبه‌های طبیعی و عامل زیرساختی در رتبه‌های دوم تا چهارم قرار گرفتند.

نتایج این قسمت از پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش (Alves & et al (2017)؛ Alves & et al (2019)؛ Kim & et al (2015)؛ Evans (۲۰۱۶)؛ et al (2017) جاذبه‌ها و دارایی‌های طبیعی را مؤثرتر دانستند. Evans (2016) فن‌آوری‌ها را در

اولویت بالاتری قرار دادند. (Kim & et al (2015)، عوامل اقتصادی را در اولویت بالاتری عنوان کردند.

گردشگری به عنوان یک نیاز منطقی در جهت برآورده ساختن خواسته‌های مادی و فطری انسان‌ها جهت ایجاد تفاهم و گسترش فرهنگ و انسجام اجتماعی در همه جهان می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت، گردشگری در ایجاد ارتباط بین فرهنگ‌های جوامع مؤثر است. هیچ فرهنگی را نمی‌توان بدون شناخت هسته اصلی ارزش‌ها و پیش‌فرض‌های منطقی شناخت. انسان‌ها نمایندگان فرهنگ‌های گوناگون‌اند و تماس رو در روی این نمایندگان، تماس رودر روی فرهنگ‌هاست. ارزش‌های فرهنگی هر کشور از طریق تماس‌های رودررو تزریق می‌شود و گردشگری ورزشی با ایجاد شناخت متقابل، تهدید کثرت فرهنگ‌های متفاوت را به طرف وحدت و انسجام می‌برد (Caulfield & Deenihan, 2015). بنابراین، پیشنهاد می‌شود با مطالعه بیش‌تر پیرامون گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی از جنبه‌های مختلف، فرآیند هماهنگی و اجرای برنامه‌های متنوع گردشگری ورزشی را متناسب با توان فرهنگی و اجتماعی استان پیش برد.

از طرف دیگر، باید امکانات ورزشی و تفریحی استاندارد را در سطح استان افزایش داد، سطح کیفی مسابقات برگزار شده را بالا برد، به نیروهای داوطلبین در خصوص نحوه خدمت‌رسانی آموزش داد و نیازها و خواسته‌های گردشگران ورزشی را بیش‌تر از پیش مد نظر قرار داد. هم‌چنین با توجه به تأثیر عامل زیست‌محیطی مرتبط با جاذبه‌های طبیعی، باید به محیط زیست توجه بیش‌تری داشت؛ از پتانسیل‌های منابع طبیعی استفاده بهینه و مناسبی را کرد و مردم را به مشارکت در حفاظت از محیط زیست و منابع طبیعی تشویق و ترغیب کرد. از آنجایی که جریان گردشگری در استان آذربایجان شرقی نیز به جهت شرایط آب و هوایی (اقليمی)، همانند بسیاری از مناطق دیگر فصلی است، بهتر است با سرمایه‌گذاری در بخش تسهیلات خدماتی و جاذبه‌ای، به ایجاد گردشگری ورزشی در تمام طول سال پرداخت. وجود جاذبه‌های طبیعی و گردشگری، وجود مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی (هم‌چون کوهستان، پیست اسکی و ..) و دسترسی آسان به جاذبه‌های طبیعی تأثیر

این عامل را برجسته‌تر می‌کند. از این‌رو، به نظر می‌رسد با ایجاد و تأسیس اردوگاه‌های تفریحی در محیط‌های تفریحی استان و استفاده از تنوع آب و هوایی استان در فصل‌های مختلف سال، میزبان و پذیرای گردشگران ورزشی زیادی در زمانی‌های مختلف و مناسب در طول سال بود. Belali & et al (2010) نیز اشاره به این موضوع کرده‌اند که، مسئولین کشوری و استانی بایستی در جهت توسعه زیرساخت‌های کشور سرمایه‌گذاری نموده و هم‌چنین با برنامه‌ریزی و تعیین استراتژی، توسعه گردشگری ورزشی در آینده مورد توجه قرار بگیرد. (Hal & et al (2010) نیز به این موضوع اشاره کرده‌اند که اگر تماشاگران از تسهیلاتی هم‌چون در دسترس بودن و پارکینگ‌ها در رویدادهای ورزشی رضایت داشته باشند، مجدداً در آن رویداد حضور پیدا خواهند کرد. از این‌رو، تشویق سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، تأمین امکانات و تأسیسات تفریحی و ورزشی استاندارد و مطلوب در مناطق مستعد استان و براساس مطالبات مردمی و توانمندی‌های موجود، تقویت ظرفیت‌های دولتی، ارائه امکانات و خدمات رفاهی مناسب به گردشگران ورزشی در استان و تقویت فن‌آوری و دانش نظری و عملی در بخش گردشگری ورزشی ضروری به نظر می‌رسد. همان‌طور که از نظر Golzadeh & et al (2018) مجموعه عوامل و امکاناتی که تحت عنوان زیرساخت‌های گردشگری ورزشی قرار می‌گیرند در صورت فراهم بودن، برآیند کلی آن‌ها منجر به جذب بیش‌تر گردشگران می‌شود. توسعه گردشگری ورزشی در برگیرنده توجه به ابعاد توسعه در تمامی سطوح فردی، هدایت سرمایه‌ها، جهت‌گیری پیشرفت فن‌آوری و تغییر ساختاری و نهادی است که با نیازهای حال و آینده گردشگران سازگار باشد.

به طور کلی با توجه به نتایج پژوهش حاضر، می‌توان اظهار کرد، عوامل متعددی در توسعه گردشگری ورزشی تأثیرگذار هستند. با این وجود، به نظر می‌رسد با توجه به نوع گردشگری ورزشی و شرایط مختلف مبدأ و مقصد تأثیر این عوامل نیز متفاوت باشند. از این‌رو، مطالعه این عوامل در شهرها و استان‌های دیگر نیز ضرورت دارد. از طرف دیگر، سامان‌دهی و توسعه گردشگری ورزشی در کشور و نیز در استان‌های مختلف، به مشارکت نهادها و بخش‌های

گوناگون نیاز دارد. محققین، اساتید و خبرگان به عنوان متخصصین جامعه، برنامه‌ریزی‌هایی را باید در این خصوص طراحی نمایند. مردم نیز به عنوان افراد غیرمتخصص باید تجربه‌های خود از سفرها و گردش‌های ورزشی را در اختیار متخصصین قرار دهند. زیرا اطلاعات آن‌ها برای هدایت و جهت دادن گردشگری ورزشی به سمت توسعه بسیار مؤثر است. از این‌رو، بهره‌برداری مطلوب از گردشگری ورزشی و توسعه آن، نیازمند الگوی مناسب و برنامه‌ریزی‌های متناسب با موقعیت و شرایط استان دارد. لیکن با توجه به تأثیر زیاد عوامل فرهنگی و اجتماعی از نظر متخصصین در این پژوهش، به نظر می‌رسد برنامه‌ریزی‌ها و مدیریت صحیحی برای آثار منفی و مثبت عوامل فرهنگی و اجتماعی مورد نیاز هست تا گردشگری ورزشی در جهت مثبت و با آثار مثبت توسعه یابد و تقویت شود. دستورالعمل‌های روشن، واضح و به روز برای فعالین و دست‌اندرکاران در حوزه گردشگری ورزشی می‌تواند نقش بسیار مهمی در پیش‌بینی توسعه گردشگری ورزشی براساس اثرات ابعاد مختلف گردشگری داشته باشد.

References

- Alinejad. R. (2014). *Development of strategic tourism tourism program in Mazandaran province based on swot and qspm model*. Master Thesis in Physical Education. Islamic Azad University of Sari. 30. [in persain]
- Alves. B. Ballester. R. Rigall-I-Torrent. R. Ferreira. Ó. & Benavente. J. (2017). How feasible is coastal management? A social benefit analysis of a coastal destination in SW Spain. *Tourism Management*. 60: 188-200.
- Amini. A. Khashphr. Z. & Yousefi. Z. (2019). Identification of Progressive and Preventive Factors in the Development of Sports Tourism in the Functional Scope of Government (Case Study: Ministry of Sports and Youth). *Iranian Public Management Studies*. 2(2): 69-90. [in persain]
- Babakhanzadeh. I. (2013). Investigation of economic, socio-cultural and environmental effects of tourism development on Oramanat region. *Scientific and Research Journal of Spatial Planning (Geography)*. 3 (3): 164-145. [in persain]

- Balali. M. Moin Fard. M.R. Hamedinia. M.R. & Amira Ahmadi. A.B. (2012). Study of sports tourism capacities in Khorasan Razavi province. *Geographical studies of arid regions*. 3 (9 and 10): 100-87. [in persain]
- Bayat. H. Seyed Ameri. M.H. Hosseinpour. E. & Fathi Kajal. F. (2018). Investigating the factors affecting the development of tourism resulting from holding national sports events from the perspective of sports practitioners. *Iranian Journal of Social Development Studies*. 2: 84- 73. [n persain]
- Coshall John, T., and Charlesworth, R. A. (2011). management orientated approach to combination forecasting of tourism demand. *Tourism Management*. 32: 759-769.
- Dadkhah. Sh. Hosseini. S. S. Hajj Ghasemi A. & Al-Hama. (2016). *The role of cultural and social factors in the development of tourism industry (Case study: Sarein city). the first national conference on sustainable tourism with the approach of sports tourism*. health and environment, Ardabil, Institute of Supporters of Ideal Environmental Thinking.
- Deenihan. G. & Caulfield. B. (2015). Do tourists value different levels of cycling infrastructure? *Tourism Management*. 46: 92-101.
- Deery. M. & Jago. L. (2006). The Management of Sport Tourism, in Heather Gibson, Sport Tourism: Concepts and Theories, Rutledge Taylor & Francis Group.
- Evans Nigel. G. (2016). Sustainable competitive advantage in sport tourism organizations: A strategic model applying service dominant logic and tourism's defining characteristics. *Tourism Management Perspectives*. 18: 14-25.
- Farhoudi. R. Shoorcheh. M. & Sabouri. H. (2019). Estimation of the effect of seasonal changes on tourism revenue of Anahita Temple with regression analysis. *Geography and Development Quarterly*. 8(17): 46. [in persain]
- Gibson. H. (Ed.). (2006). *Sport tourism: Concepts and theories*. Oxon: Routledge.
- Gibson. H.J. C. & Willming. A. (2003). *Holdnak. Small-scale event sport tourism: fans as tourists*. *Tourism Management*. 24: 181-190.

- Golzadeh. M. & Mirabadi. M. (2019). An Analysis on the Status of Sports Tourism and Factors Affecting Its Development with Emphasis on Indigenous and Local Games (Case Study: Tabriz County), *Journal of Geography and Planning*. Article 14(67): 307-287. [in persain]
- Golzadeh. M. Abdullahzadeh. G.H. Mohammadian. H. & Medadi. S. (2018). Study of the Role of Arasbaran Regional Infrastructure in the Development of Sports Tourism. *Journal of Geography and Planning*. 22 (63): 263-241. [in persain]
- Golzadeh. M. & Mirabadi. M. (2019). Analysis of the situation of sports tourism and the factors affecting its development with emphasis on local and indigenous games (case study: Tabriz city). *Journal of Geography and Planning*. 14(23): 307-287. [in persain]
- Hall. J. O'Mahony. B. & Vieceli. J. (2010). An empirical model of attendance factors at major sporting events. *International Journal of Hospitality Management*. 29(2): 328-334.
- Jahandideh. S. Rahmati. M.H. & Zarei Matin. H. (2017). Model design for network policy in the field of tourism in the country. *organizational culture management*. 15 (3): 502-483. [in persain]
- Kave A, Miri G.R. & Saghail M. (2014). Assessment and analysis of spatial patterns and tourism species in Mashhad metropolis. *American Journal of Engineering Research*. 3(4): 45-53.
- Kim. W. Jun. H. M. Walker. M. & Drane. D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism management*. 48: 21-32.
- Mehdizadeh. A. Talibpour. M. & Fathi. M. (2014). Investigating the situation of sports tourism in Mashhad based on SWOT analysis. *Applied Research in Sports Management*. 4: 36- 23. [in persain]
- Mirctoli. J. & Hosseini Masoom. M. (2015). *Study of the effect of cultural and social dimensions of tourism in Kerman province*. National Conference on Culture, Tourism and Urban Identity. 3 and 4 Bahman, Mehrandishan Arfa Institute. 7-1.

- Panahi. H. & Adami. I. (2016). Feasibility study of sports tourism development in East Azarbaijan province. *Applied research in sports management*. 4 (4): 64-55. [in persain]
- Pashaei. S. Askarian. F. & Roozafzon. A.R. (2019). Study of the mediating role of institutional factors in the impact of social. *economic and environmental factors on the development of sports tourism in the Mako Free Zone*. 14 (45): 80-57. [in persain]
- Rahimi. M. Jalali Farahani. M. Ali Dost. G. Ibrahim. J. & Hajin. A. (2016). Presentation of Sports Tourism Development Model in Iran's International Sports Events in Volleyball. *New Approaches in Sports Management*. 4 (13): 47-35. [in persain]
- Rezvani. A.A. (2019). *Geography and Tourism Industry*. Payame Noor University Press Tehran, 8th Edition. 104-108. [in persain]
- Soltan Hoseini, M., Salimi, M., and Honari, H. (2013). Analyzing Effective Criteria on Attraction the Foreign Sport Tourists to Iran. *Urban - Regional Studies and Research Journal*. 5(18):7- 12.
- Uzama. A. (2008). *Marketing Japans Tourism to the World*. Paper Presented at the Annual Conference of British Association of Japanese Studies in University of Manchester. 11-12 April.
- Yavari. Y. Askarian. F. & Kheyrie Shojaee. M. (2016). Challenges of Development of Tourism and Sports in Aras Free Zone with Emphasis on the Opinions of Managers and Experts. *Guilan Sports Management and Development Quarterly*. 5 (1): 244-233. [in persain]
- Zahirnia. M. & Nikkhah. H. (2015). Study of Bandar Abbas Residents' Attitude Towards Tourism Effects. *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*. 10 (32):65-34. [in Persian]
- Ziaei. M., Abbasi, Karjagan D., and Kazemian Karroubi, M. (2015). Identifying and Determining the Model of Tourism Management in Tehran. *Quarterly Journal of Economics and Urban Management*. 4 (13): 141-119. [in persain]
- Zohrehvandian. K. Ehsani. M. & KhosraviZadeh. E. (2014). Ranking of components affecting the development of sports tourism industry in Iran by AHP hierarchical analysis method. *Research Journal of Sports Management and Motor Behavior*. 14(27): 29-32. [in persain]