

اولین کنفرانس بین المللی گردشگری

(مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان اردبیل)

بررسی عوامل موثر بر توسعه ورزش شهائز مستان یبار و یکرد گردشگری مطالعه هموردی شهر سرعین

هاشم تبادلی، دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی نونین - اردبیل - ایران
شاهین قنبری نمین، دانش آموخته مدیریت، دانشگاه محقق اردبیلی - اردبیل - ایران

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی عوامل موثر بر توسعه ورزش شهائز مستان یبار و یکرد گردشگری مطالعه هموردی شهر سرعین می باشد. این تحقیق از لحاظ هدف از نوع کاربردی، از لحاظ روش گردآوری داده ها توصیفی از نوع همبستگی می باشد و روش اجرای تحقیق میدانی می باشد. جامعه آماری در این پژوهش اکلیه گردشگرانیکه از محل های گردشگری زمستانیه شهر سرعین بازدید می کنند تشکیل می دهد. روش مورد استفاده برای نمونه گیری روش تصادفی ساده می باشد.

برای تعیین حجم نمونه نیز از جدول مورگان استفاده شد. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و با روش نظری و عملی انجام شده است. در بخش نظری، اطلاعات لازم با استفاده از روش کتابخانه ای و اسنادی بدست آمد و در بخش عملی، برای جمع آوری اطلاعات از روش میدانی و از پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته استفاده گردیده است. آزمونهای روایی و پایایی این پرسشنامه ها انجام گرفته اند. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و با آزمون رگرسیون چندگانه و T تک نمونه ای انجام گرفته است و نتایج تحقیق حاکی از آن است که با توجه به نتایج دستاورد وضعیت (محیط طبیعی با میانگین ۴/۶۵، حمل و نقل با میانگین ۳/۳۷، خدمات اطلاع رسانی با میانگین ۳/۲۱) در توسعه گردشگری ورزش شهائز مستان یبار در حد مطلوب و بالاتر از حد متوسط قرار دارد و وضعیت (امکانات ورزشی با میانگین ۲/۴۳، زیرساخت ها با میانگین ۲/۱۸) در حد مناسب نیستند و همچنین نتایج نشان می دهد که متغیر محیط طبیعی (BETA = ۰/۵۸)، امکانات ورزشی با بیشترین میزان (BETA = ۰/۶۹)، حمل و نقل با کمترین میزان (BETA = ۰/۲۰)، زیر ساختها (BETA = ۰/۳۰) و خدمات اطلاع رسانی (BETA = ۰/۳۵) متغیر توسعه ورزش شهائز مستان یبار را پیش بینی می کنند.

واژگان کلیدی: توسعه ورزش شهائز مستانی، گردشگری، شهر سرعین



اولین کنفرانس بین المللی گردشگری (مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان اردبیل)

مقدمه

«گردشگری ورزشی»^۱ صنعتی است که از ترکیب دو صنعت گردشگری و صنعت «ورزش» پدید آمده است. به عبارت دیگر ورزش یکی از فعالیتهای مهم گردشگران در حین گردشگری است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش همراه است. در توسعه گردشگری عوامل زیادی دخیل هستند در منابع مختلف این عوامل به صورتهای گوناگونی ذکر شده اند (حیدرزاده، ۱۳۹۴). عوامل جلب کننده و منابع اساسی برای توسعه گردشگری ورزشی را مواردی مانند، محیط طبیعی، امکانات ورزشی، حمل و نقل، زیرساختها و خدمات اطلاع رسانی میدانند که بایستی به طور هماهنگ در توسعه دراز مدت یک منطقه جهت رونق گردشگری ورزش مد نظر قرار گیرند. وید^۲ در تحقیق خود از دیدگاه جغرافیایی، موقعیت، مکان و محیط مناسب را از توانمندیها و پایههای اصلی برای توسعه گردشگری ورزشی می داند. با توجه به اینکه ایرانیک از ۱۰ کشور اول جهان از نظر جذابیت های گردشگری استاز مهمترین دغدغه -

هایبازار یابانوسازماندهندگان ویدادها یورزشیایرانیا لابر دنمیزاناستقبال باز دید کنندگاناز ویدادها یورزشیاز طریق شناسایی عوامل تاثیر گذار بر رانگیز شو حضور آنهاست، میرزا یعیواملسوق دهنده (اجتماعی شدن، آرامش و گرمی)، جلب کننده (انگیزه های بر فدار و شهر مقصد)، باز دارنده (خطر اتومشکلات شخصی) را از شاخص های اصلیر انگیز شگر دشرانشرکت کنندهدر ویدادها یورزشیمی داند. مطالعه یوینشان داد که انگیزه های بر فدار، اجتماعی شدن، آرامش و گرمی مهمترین عوامل تاثیر گذار بر انگیز شگر دشرانشرکت کنندهدر ویدادها یورزشیاست.

کهبانناتایج تحقیقاتا ناو نگر^۳، استیگوفانک^۴ و چا، مککلریو یوسال^۵ همخوانیدارد. تعداد یاز انگیز ش- هابر ای حضور در ویدادها یورزشی نسبت به انگیز شهای دیگر بر تریدارند، سوربوروک^۶ در مطالعه خود اشار ه کرد هاست که افراد باتر کبیباز عواملاذ گیز شیدر ویدادها یورزشی حضور پیدا میکنند.

مضافر انگیزه، بازار یابیویژه هبر ایگردشگر یورزشینیز اهمیت تر یادیارد و علاو هبر جذابیت رسته هایورزشیاستفاده از سیستم- هایقویبازار یابیدر دور سانهاینتر نتو تلویز یونبر ای تبلیغاتواطلاعر سانیا لکترو نیکیو جرایدمو جباتحضور گردشگرانورزشی را فر اهممی سازند، عدمر اهر دیا بر نامهمعینیدر اینموردلزمطراحی الگو بیمناسبر ایبازار یابیگردشگر یورزشیدر ایرانرا بیش از پیش آشکار میسازد، هنرور مدیر یورزشرا بیشترین تاثیر بر آمیزه بازار یابیو گردشگر میداند. عواملاثر گذار بر بازار یابیگردشگر یورزشی- توانوعواملمحیطی، اقتصادی، فرهنگی، مدیر یو بر نامه ریز یبازار یابی، بازارهای هدف، جایگاه یابیو مدیر یورزشی کشور قلمداد کرد. امیر نژادمشکل توریسمو گردشگر یکشور را بطور مشخص عدم سیاست گذار یو بر نامه ریزی می -

داند و یباتوجه به تجزیه و تحلیل SOWT نقاط قوت توریسمورزشی کشور را وجود تنوع در باز یابیو میومحلی کشور، در بخش ضعف فقدان بر نامهریز یواستر اتز یصحیح، دقیقو علمیبیر ای توسعه گردشگر یورزشیدر کشور، در بخش فرصتها تنوع اقلیمی اشرا یطاً بو هواییمناسب جهت بر گزار یار د- هاومسابقاتمختلف از جمله اسکی، قایقرانی و در بخش تهدیدها دیدگاه منفیو تبلیغاتسو ء کشور هایخار جیدر مورد ایرانهعنوان بارز ترین اولویت- هانشانمی دهد (ادبی فیروز جاه، ۱۳۹۴).

صنعت گردشگری از جمله صنایع پردرآمد و در عین حال سالم و پاک برای اقتصاد هر کشور محسوب می شود. رونق این صنعت بیانگر ثبات سیاسی، اقتصادی، امنیتی، فرهنگی و علمی کشورهای جهان است؛ به بیان دیگر، صنعت گردشگری با برخورداری از امتیازات منحصر به فرد همزمان چندین هدف را در فضای ملی یک کشور تأمین می کند، در حالی که صنایع

- 1- Sports Tourism
- 2- Wade
- 3- Ottinger
- 4- Stig and Funk
- 5- McCollary and Yousal
- 6- Sorborok



اولین کنفرانس بین المللی گردشگری (مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان اردبیل)

دیگر هر کدام به تنهایی تأمین کننده بخشی از اهداف مورد نظرند. به همین منظور و با توجه به لزوم تقویت و توسعه صنعت گردشگری برای دستیابی به اعتبار و جایگاه واقعی خود در سطح بین المللی باید بخش های مختلف این صنعت را شناسایی کرد و به بخش های پراهمیت تر توجه ویژه ایمنذول داشت. یکی از بخش های مهم و پراهمیت که قابلیت تبدیل به فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است که از آن به عنوان گردشگری ورزشی نام برده می شود. گردشگری ورزشی به عنوان سومین صنعت رایج در جهان، یکی از کسبوکارهای چند میلیارد دلاری است که در سال های گذشته همواره رشد سریعی داشته است. و بر اساس برآوردها و بررسی های به عمل آمده در حال حاضر مسافرت های ورزشی ۵ تریلیون دلار از سهم گردشگری جهانی را به خود اختصاص داده است و بین ۱ تا ۲ درصد تولید ناخالص ملی را شامل می شود (همان، ۱۳۹۴). گردشگری ورزشی تعاریف و انواع گوناگونی دارد و صاحب نظران مختلف نیز دیدگاه های متفاوتی درباره آن دارند. یکی از معروف ترین تعاریف های گردشگری ورزشی مربوط به گیبسون^۱ است. او گردشگری ورزشی را اینگونه تعریف می کند مسافرت بر مبنای اوقات فراغت که افراد به منظور بازی یا تماشای فعالیت ها موقتا از محل زندگی خود خارج میشوند (قیامی راد و همکاران، ۱۳۹۳). از نظر گیبسون گردشگری ورزشی سه رفتار کلی شامل تماشا کردن^۲ (گردشگری ورزشی رویداد)، مشارکت^۳ (گردشگری ورزشی فعال) و بازدید یا گرامی داشتن جاذبه های مشهور ورزشی^۴ (گردشگری ورزشی خاطرات) را در بر می گیرد. به هر حال، گردشگری ورزشی از هر نوعی که باشد، یک صنعت خدماتی است و اغلب به وسیله کیفیت خدماتی که ارائه میشود، تحت تأثیر قرار میگیرد (همان، ۱۳۹۳).

در حال حاضر یکی از دغدغه های بازاریابان و سازمان دهندگان رویدادهای ورزشی، بالابردن میزان استقبال بازدید کنندگان و تماشاگران از رویدادهای ورزشی در حال برنامه ریزی، و شناسایی علل و عوامل مختلفی است که بر قصد و میل گردشگران برای حضور در یک رویداد ورزشی و انتخاب آن تأثیر گذار است. با توجه به مطالعات انجام شده در دایره بازاریابی ورزشی، سه دسته از عوامل ورزشی در این حیطه اثر گذارند که عبارتند از: عوامل سوق دهنده، جلب کننده و بازدارنده. از این رو هدف محقق شناسایی عوامل مثبت سوق دهنده و جلب کننده می باشد تا دست اندرکاران ورزشی پتانسیلهای موجود در شهر سریعین را تقویت کنند و همچنین با شناسایی موانع و عوامل بازدارنده توسط دست اندرکاران ورزشی آنها را تبدیل به فرصت ها نمایند. به عبارتی بهتر مدیران بتوانند میزان جذابیت رویداد را افزایش دهند (مستلزم شناسایی عوامل جلب کننده) و همچنین میزان محدودیت های موجود بر حضور گردشگران را کاهش داده (مستلزم شناسایی عوامل بازدارنده) و سرانجام بتوانند علاقه به رویداد را به مسافرت و حضور در آن تبدیل کنند (مستلزم شناسایی عوامل سوق دهنده) با توجه به ناشناخته بودن عوامل مؤثر در جلب گردشگران به ایران و بطور اختصاصی به شهر سریعین (بدلیل نبود مطالعات ویژه در این زمینه) یکی از مشکلات پیش رو در برنامه ریزی و بازاریابی برای جلب گردشگر به طور اعم و گردشگر ورزشی به طور اخص، بررسی این عوامل بر حضور آنهاست. مطالعات نشان می دهد تنوع زیادی در عوامل مؤثر بر حضور گردشگران در رویدادهای ورزشی (جذابیت رویداد و محدودیت های امنیتی، سلامتی و مالی، دانش، شخصیت، افزایش روابط مردمی، آرامش، جدید و جالب بودن) وجود دارد. از این رو با توجه به جاذبه های گردشگری ورزشی مستانی کشور، این سوال مطرح می شود که عوامل مؤثر بر توسعه ورزش های مستانی بار و یک گردشگر مطالعه هموردیشهر سریعین کدامند؟

1-Gibson

2-to watch

3-Participation

4-Celebrate the Famous Sports Attractions



اولین کنفرانس بین المللی گردشگری

(مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان اردبیل)

پیشینه تحقیق

تولایی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان اولویتبندی مناطق نمونه گردشگری استان گیلان جهت برنامه ریزی توسعه گردشگری، به این نتیجه رسیدند که مکانهای نمونه گردشگری دیلمان، شهر لاهیجان، زیازوسجیران، تیتی، شوئیلاو اینامدر اولویت اول و لیبرنامه-ریز یوبه عنوان قطب توریستیمشخص شدند، هلودشت، لهله رود، خرما، خصیلدشت، کلاچای، چافوچماله، علیسرو، سفیدآب، چابکسرو امیرک لایهدر اولویت دوم و میرنامه ریز یوبه عنوان مرکز توریستیدر نهایت، مناطق نمونه گردشگری جواهر دشت، کیا کلا، به، میانلنگهوسر و لاتدر اولویت سوم و برنامه ریز یوبه عنوان نقطه توریستیشناساایش شدند.

تقوایی و غفاری (۱۳۹۴)، در پژوهشی به برنامه ریزی فضایی توسعه صنعت گردشگری در محور بازفت از توابع استان چهارمحال و بختیاری پرداختند. در این تحقیق با استفاده از وزنهای حاصل از معیارهای مختلف و بهره گیری از مدل استاندارد سازی، مبادرت به انتخاب کانونهای گردشگری برتر و تنظیم تعاملات کارکردی بین هر یک و سرانجام، ارائه راهبردهایی اجرایی در توسعه و تجهیز ساختار و سازمان فضایی حاکم بر هر کانون و حوزه فرادست آن شده است.

محمودی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان برنامه-ریزیکلان مناطق نمونه گردشگری از طریق رتبه بندی شاخصهای مؤثر بر فرایند توسعه گردشگری در استان خراسان رضوی به این نتیجه رسیدند که مطابق رتبه بندی شاخصها در طبقه بندی تاثیر گذار ریز میرمعیارها در فرایند انتخاب مناطق نمونه گردشگری، ۸.۳ درصد از ریز میرمعیارها در طبقه بندی تاثیر گذار بسیار زیاد، ۲۲.۶ درصد در طبقه بندی تاثیر گذار زیاد، ۳۵.۷ درصد تاثیر گذار متوسط و ۳۳.۴ درصد در طبقه بندی تاثیر گذار کم واقع شده اند.

همچنین، ریز میرمعیارهای جاذبه ها و مقاصد گردشگری، تقاضا و بازار گردشگری، مخاطرات محیطی، زیستگاه-های حساس و پوشش گیاهی بهتر تیبیشترینا و لویتر از منظر دارا بودن شاخصهای حذف کنند هب خود اختصاص دادند.

حاجینیژاد و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان تدوین برنامه استراتژیک توسعه گردشگری در مناطق نمونه گردشگری روستای میطالع هموردی: روستای نمونه گردشگری هیهجدر شهرستان پاپوه، به این نتیجه رسیدند که ارزیابی صورت گرفته در این پژوهش به تدوین برنامه توسعه گردشگری روستا هجیجانجامید که میتواند رهگشاییبرای اصلاح و بهبود وضعیت گردشگری در این منطقه باشد.

فلاحی و همکاران (۱۳۹۲)، در تحقیقی تحت عنوان بررسی جاذبه های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری «ورزشی استان کردستان» نشان داد که به طور کلی استان کردستان دارای منابع طبیعی مستعد جذب گردشگران ورزشی است. بنابراین باید در جهت توسعه و فعال کردن توریسم زمستانی ۳ استان، از طریق ایجاد و احداث زیرساخت های مورد نیاز این رشته مانند پیست های اسکایو زیرساخت های حمل و نقل مرتبط با آن، تلاش های صورت گیرد.

کزاک^۱ (۲۰۱۵) در تحقیقی به مقایسه انگیزه های گردشگران پرداخت و امکانات اقامتی، آب و هوا، سطح قیمت ها، محل جغرافیایی مقصد و دسترسی به دریا و ساحل را از مهم ترین دلایل گردشگران انگلیسی و آلمانی برای رفتن به مالت و ترکیه عنوان کرد.

جان شانک^۲ (۲۰۱۴)، پژوهشی با عنوان تبیین مدل میزبان رضایت مندی از ادراک کیفیت خدمات بر گردشگران ورزشی را انجام داد. در مدل ارائه شده به این نتیجه رسید که دسترسی نسبت به دیگر عوامل تأثیر کمتری در رضایت مندی گردشگران ورزشی از کیفیت خدمات ارائه شده دارد.

1- Chazak
2- Shonk



اولین کنفرانس بین المللی گردشگری

(مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان اردبیل)

فانک و براون^۱ (۲۰۱۳) در تحقیقی بیان کردند که در سراسر دنیا یکی از عواملی که موجب رشد سریع و رونق بازار گردشگری می شود، توریسم ورزشی است و برگزاری مسابقات ورزشی در رونق بازار گردشگری نقش مهمی دارد.

روش شناسی

الف) روش پژوهش: این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ روش، مشاهده و شایسته پژوهش، توصیفی - همبستگی از نوع پیمایشی باشد.

ب) جامعه آماری: جامعه آماری این پژوهش کلیه شهروندان شهر سرعین در سال ۱۳۹۷ می باشد.

ج) حجم نمونه و روش نمونه گیری: روش مورد استفاده برای نمونه گیری روش تصادفی خوشه ای چند مرحله ای بود. برای تعیین حجم نمونه نیز از جدول فرمول کوکران استفاده شده است که طبق این جدول نمونه آماری برابر ۳۸۴ نفر در نظر گرفته می شود

د) روش گردآوری اطلاعات و ابزار سنجش: جمع آوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق، به صورت میدانی و با مراجعه به پرسشگران در مناطق گردشگری شهر سرعین انجام گرفت.

پرسشنامه توسعه ورزشهای زمستانی: برای سنجش توسعه ورزشهای زمستانی از پرسشنامه هینچ و هیگام، ۲۰۱۳ استفاده شده است که دارای شش بعد (جاذبه های طبیعی ورزشی مربوط به ورزش های ساحلی، آبی و تابستانی سوالات ۱ تا ۵، جاذبه های مربوط به ورزش های زمستانی سوالات ۶ تا ۸، جاذبه های مربوط به کوهنوردی و غارنوردی سوالات ۹ تا ۱۲، جاذبه های مربوط به آب گرم و طبیعت درمانی سوالات ۱۳ تا ۱۵، جاذبه های مربوط به شکار و صید و ... سوالات ۱۶ تا ۱۸، جاذبه های مربوط به دامنه نوردی و طبیعت گردی سوالات ۱۹ تا ۲۳) می باشد.

پرسشنامه عوامل مؤثر: سوالهای مربوط به سنجش توسعه ورزشهای زمستانی از پرسشنامه محقق ساخته محمدی شریف، ۱۳۹۲، استفاده شد که دارای پنج بعد محیط طبیعی سوالات ۱ تا ۴، امکانات ورزشی سوالات ۵ تا ۸، حمل و نقل سوالات ۹ تا ۱۱، زیرساخت ها سوالات ۱۲ تا ۱۴ و خدمات اطلاع رسانی سوالات ۱۵ تا ۱۷ می باشد. ابزار اندازه گیری این پرسشنامه طیف پنج گزینه ای لیکرت بود.

به منظور محاسبه روایی پرسشنامه ها از نظر اساتید مجرب در این زمینه استفاده شده است و برای محاسبه ضریب پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

ر) روش تجزیه و تحلیل داده ها: در این پژوهش برای استخراج اطلاعات و تجزیه و تحلیل آنها از برنامه SPSS استفاده شده است.

یافته های تحقیق

جدول (۱) نتایج آزمون t تک نمونه ای (محیط طبیعی در توسعه ورزشهای زمستانی)

مقدار مقایسه = ۳			انحراف معیار	میانگین
سطح معنی داری	درجه آزادی	t		
۰/۰۰۰	۳۸۳	۹۵/۵۱	۰/۳۴	۴/۶۵

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به میانگین و میزان معنی داری بدست آمده که کمتر از ۰/۰۵ می باشد می توان نتیجه گرفت که این فرضیه اول مورد تایید قرار گرفته و میزان وضعیت محیط طبیعی در توسعه ورزشهای زمستانی به صورت معناداری بالاتر از میانگین و در حد مطلوب قرار دارد و



اولین کنفرانس بین المللی گردشگری

(مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان اردبیل)

همچنین با توجه به میانگین نمونه آماری ۴/۶۵ و میانگین معیار مقایسه ۳ که همان میانگین جامعه آماری ماست، اختلاف میانگین برابر ۱/۶۵ می باشد.

جدول (۲) نتایج آزمون t تک نمونه ای (امکانات ورزشی در توسعه ورزشهای مستانی)

مقدار مقایسه = ۳				انحراف معیار	میانگین
سطح معنی داری	درجه آزادی	t	اختلاف میانگین		
۰/۰۰۰	۳۸۳	۸۲/۸۶	-۰/۵۷	۰/۱۳	۲/۴۳

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به میانگین و میزان معنی داری بدست آمده که کمتر از ۰/۰۵ می باشد می توان نتیجه گرفت که این فرضیه دوم مورد تایید قرار گرفته و میزان وضعیت امکانات ورزشی در توسعه ورزشهای مستانی به صورت معناداری پایین تر از میانگین و در وضعیت مناسبی قرار ندارد و همچنین با توجه به میانگین نمونه آماری ۲/۴۳ و میانگین معیار مقایسه ۳ که همان میانگین جامعه آماری ماست، اختلاف میانگین برابر ۰/۵۷ می باشد.

جدول (۳) نتایج آزمون t تک نمونه ای (حمل و نقل در توسعه ورزشهای مستانی)

مقدار مقایسه = ۳				انحراف معیار	میانگین
سطح معنی داری	درجه آزادی	t	اختلاف میانگین		
۰/۰۰۰	۳۸۳	۵۹/۶۹	۰/۳۷	۰/۴۵	۳/۳۷

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به میانگین و میزان معنی داری بدست آمده که کمتر از ۰/۰۵ می باشد می توان نتیجه گرفت که این فرضیه سوم مورد تایید قرار گرفته و میزان وضعیت حمل و نقل در توسعه ورزشهای مستانی به صورت معناداری بالاتر از میانگین و در حد بالاتر از متوسط قرار دارد و همچنین با توجه به میانگین نمونه آماری ۳/۳۷ و میانگین معیار مقایسه ۳ که همان میانگین جامعه آماری ماست، اختلاف میانگین برابر ۰/۳۷ می باشد.

جدول (۴) نتایج آزمون t تک نمونه ای (زیر ساخت ها در توسعه ورزشهای مستانی)

مقدار مقایسه = ۳				انحراف معیار	میانگین
سطح معنی داری	درجه آزادی	t	اختلاف میانگین		
۰/۰۰۰	۳۸۳	۲۵/۵۱	-۰/۸۲	۰/۱۴	۲/۱۸

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به میانگین و میزان معنی داری بدست آمده که کمتر از ۰/۰۵ می باشد می توان نتیجه گرفت که این فرضیه چهارم مورد تایید قرار گرفته و میزان وضعیت زیر ساخت ها در توسعه ورزشهای مستانی به صورت معناداری بالاتر از میانگین و در حد پایین تر از حد متوسط قرار دارد و همچنین با توجه به میانگین نمونه آماری ۲/۱۸ و میانگین معیار مقایسه ۳ که همان میانگین جامعه آماری ماست، اختلاف میانگین برابر ۰/۸۲ می باشد.



اولین کنفرانس بین المللی گردشگری

(مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان اردبیل)

جدول (۵) نتایج آزمون t تک نمونه ای (خدمات اطلاع رسانیدر توسعه ورزشهای زمستانی)

مقدار مقایسه = ۳				انحراف معیار	میانگین
سطح معنی داری	درجه آزادی	t	اختلاف میانگین		
۰/۰۰۰	۳۸۳	۵۰/۷۳	۰/۲۱	۰/۳۵	۳/۲۱

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به میانگین و میزان معنی داری بدست آمده که کمتر از ۰/۰۵ می باشد می توان نتیجه گرفت که این فرضیه پنجم مورد تایید قرار گرفته و میزان وضعیت خدمات اطلاع رسانیدر توسعه ورزشهای زمستانی به صورت معناداری بالاتر از میانگین و در حد مناسبی قرار دارد و همچنین با توجه به میانگین نمونه آماری ۳/۲۱ و میانگین معیار مقایسه ۳ که همان میانگین جامعه آماری ما است، اختلاف میانگین برابر ۰/۲۱ می باشد.

جدول (۶) خلاصه مدل رگرسیون عوامل مؤثر بر توسعه ورزشهای زمستانی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
۰/۸۴	۰/۷۰	۰/۷۰

طبق نتایج جدول (۶) ضریب همبستگی بین عوامل مؤثر بر توسعه ورزشهای زمستانی برابر ۰/۸۴ است و ضریب تعیین نیز برابر ۰/۷۰ است. با ضریب تعیین نشان می دهد که متغیر توسعه ورزشهای زمستانی را تعیین می کند و بقیه مربوط به متغیرهای دیگر می باشد.

جدول (۷) نتایج تحلیل رگرسیون چند گانه عوامل مؤثر بر توسعه ورزشهای زمستانی

.Sig	t	ضریب استاندارد Beta	ضرایب غیر استاندارد		مؤلفه ها
			انحراف معیار	B	
۰/۰۰۰	۱۱/۵۵۳		۰/۴۰۵	۴/۶۸۰	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۷/۰۲۲	۰/۵۸	۰/۰۵۵	۰/۳۸۷	محیط طبیعی
۰/۰۰۰	۱۶/۳۷۴	۰/۶۹	۰/۰۵۸	۰/۹۴۲	امکانات ورزشی
۰/۰۰۰	۳/۹۷۹	۰/۲۰	۰/۰۵۲	۰/۲۰۸	حمل و نقل
۰/۰۰۰	۸/۲۱۰	۰/۳۰	۰/۰۶۶	۰/۴۲۲	زیر ساخت ها
۰/۰۰۰	۹/۵۸۳	۰/۳۵	۰/۱۱۷	۰/۶۹۲	خدمات اطلاع رسانی



اولین کنفرانس بین المللی گردشگری

(مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان

اردبیل)

برای تعیین تاثیر هر یک از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشهای زمستانی (محیط طبیعی، امکانات ورزشی، زیر ساختها، خدمات اطلاع رسانی) به عنوان متغیر پیش بین و توسعه ورزشهای زمستانی به عنوان متغیر ملاک، با تحلیل رگرسیون چند گانه به روش ورود تحلیل شدند. همانطور که در جدول شماره (۷) مشاهده می شود میزان p مشاهده شده در همه ابعاد معنی دار است نتایج نشان می دهد که متغیر محیط طبیعی ($BETA=0/58$)، امکانات ورزشی با بیشترین میزان ($BETA=0/69$)، حمل و نقل با کمترین میزان ($BETA=0/20$)، زیر ساختها ($BETA=0/30$) و خدمات اطلاع رسانی ($BETA=0/35$) متغیر توسعه ورزشهای زمستانی را پیش بینی می کنند.

بحث و نتیجه گیری

گردشگری از دیرباز مورد توجه بشر بوده و مجموع پدیده ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت ها و جوامع میزبان، دانشگاه ها و سازمانهای غیردولتی، در فرایند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدیدکنندگان است. صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوع ترین صنعت در دنیا به حساب می آید که بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغالزایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیر ساختها می دانند (قیامی راد و همکاران، ۱۳۹۳). گردشگری یکی از سه صنعت درآمدزای مهم جهان در کنار صنعت توانمند نفت و خودروسازی مطرح شده است. این صنعت سهم بسزایی در ایجاد فرصت های شغلی با توجه به ابعاد گسترده بیکاری، توزیع ثروت، رفعی تعادلی منطقه ای، کاهش فقر، ارتقاء سطح زندگی و معیشت افراد جامعه و تعاملات مثبت فرهنگی ایفا می کند. صنعت گردشگری دارای آثار اقتصادی، زیست محیطی و فرهنگی اجتماعی در سطوح گوناگون می باشد. همچنین این صنعت عامل مؤثری در تعامل فرهنگ ها و گفتگوی ملت هاست. گردشگری از آن جهت که تولید کالا و خدمات می کند و با نیروی کار، سرمایه و ارزش افزودن ارتباط است می تواند صنعت به حساب آید. از طرف دیگر خدمات ارائه شده این صنعت همچون تجربیات گردشگران، غیرقابل لمس بوده لذا با صنایع دیگر قابل قیاس نمی باشد. بدین لحاظ توصیه می شود گردشگری را مجموعه ای از صنایع مرتبط با این امر بدانیم (حیدرزاده، ۱۳۹۴).

به همین منظور و با توجه به لزوم تقویت و توسعه صنعت گردشگری در دستیابی به اعتبار و جایگاه واقعی خود در سطح بین المللی، بایستی بخش های مختلف این صنعت را شناسایی کرد و به بخشهای پراهمیت توجه ویژه ای مبذول داشت. یکی از بخش های مهم که قابلیت تبدیل به امر فرابخشی در صنعت گردشگری دارد، بخش ورزشی است که از آن به عنوان گردشگری ورزشی نام برده می شود (قیامی راد و همکاران، ۱۳۹۳). یافته های پژوهش نشان داد که نتایج دستاورد وضعیت (محیط طبیعی با میانگین ۴/۶۵، حمل و نقل با میانگین ۳/۳۷، خدمات اطلاع رسانی با میانگین ۳/۲۱) در توسعه گردشگری ورزشهای زمستانی در حد مطلوب و بالاتر از حد متوسط قرار دارد و وضعیت (امکانات ورزشی با میانگین ۲/۴۳، زیرساختها با میانگین ۲/۱۸) در حد مناسب نیستند و همچنین نتایج نشان می دهد که متغیر محیط طبیعی ($BETA=0/58$)، امکانات ورزشی با بیشترین میزان ($BETA=0/69$)، حمل و نقل با کمترین میزان ($BETA=0/20$)، زیر ساختها ($BETA=0/30$) و خدمات اطلاع رسانی ($BETA=0/35$) متغیر توسعه گردشگری را پیش بینی می کنند. نتایج این فرضیه ها با نتایج تحقیقات تولا پویو همکاران (۱۳۹۵)، تقوایی و غفاری (۱۳۹۴)، کزاک (۲۰۱۵)، جانسانک (۲۰۱۴)، فانکو پراون (۲۰۱۳)، کیمو پاتریک (۲۰۱۳) و کسین (۲۰۱۲) همسوم می باشد با توجه به این نتایج پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

۱. مشارکت بخش خصوصی و استفاده از سرمایه گذاری در این بخش و استفاده از تجربیات کشورهای پیشرو در حوزه توریسم، می تواند بهترین منبع برای کسب تجربه باشد.
۲. حضور مستمر در نمایشگاه -

های داخل و خارج از کشور، ایجاد سایت اینترنتی تهیه تور و شور بهز بانها برای اجار و پایو تبلیغ سایتها و توریستیمناطقها از طریق کانالهای ماهوارهای.



اولین کنفرانس بین المللی گردشگری

(مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان اردبیل)

۳. تهیه و اجرای طرح جامع گردشگری ورزشهای مستانی در کنار تدوین برنامه های کوتاه مدت - میان مدت و دراز مدت برای بهره برداری هر چه سریع تر از پتانسیل های موجود منطقه نمونه گردشگری.
۴. همکاری و هماهنگی مابین نهادهای مرتبط با امر توریسم و توسعه ورزشهای مستانی.
۵. طرحهای ایجاد و توسعه مراکز و قطبهای جدید توریستی در شهر سرعین.

منابع و ماخذ:

منابع داخلی:

ادبیروز، جواد (۱۳۹۴)، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشهای مستانی در استان اردبیل، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

تقوایی، مسعود؛ احسانی، غلامحسین و صفراآبادی، اعظم (۱۳۹۴)، نقش جایگاه نامهریز چندبعدی در توسعه توریسم و اکوتوریسم مطالعه موردی: منطقه خرو و طیبسپز و هشها، مجله علوم و فنون دریایی، سال ۲۰، شماره پیاپی ۳۵، صص ۱۵۰-۲۰۰.

تولایی، سیمین؛ ویسی، رضا؛ محمدی، مریم و عاشوری، فاطمه (۱۳۹۵)، اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان گیلان جهت نامهریز توسعه گردشگری، فصلنامه جغرافیای طبیعی گردشگری، دوره ۶، شماره ۲۱، صص ۶۳-۸۰.

حاجینژاد، علی؛ رحیمی، دانا و تقی زاده، زهرا (۱۳۹۲)، تدوین برنامه استراتژیک توسعه گردشگری در مناطق نمونه گردشگری روستای نمونه گردشگری روستای نمونه گردشگری شهرستان پاپویه، مجله آمایش سرزمین، دوره ۵، شماره ۱، صص ۵۱-۷۸.

حیدرزاده، کامییز (۱۳۹۴)، توریسم ورزشی، سازمان توسعه تجارت ایران معاونت تریسیا زار و بازار یابی.

رکنالدین یافتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی و آقامحمدی، مهدی (۱۳۹۰)، نقش مناطق نمونه گردشگری در توسعه مناطق عشایری (مطالعه موردی: منطقه نمونه گردشگری یالوند شهرستان همدان)، مجله گردشگری توسعه، دوره ۱، شماره ۱، صص ۵۹-۷۵.

عبداللهی، حمید؛ متین خواه، سید حمید؛ بشری، حامد و حسینی، سعید (۱۳۹۱)، تعیین اولویتهای گردشگری در چهارمحال و بختیاری، محور با زفت، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال سوم، شماره ۱۱، صص ۱۲۰-۱۵۰.


فلاحی، احمد؛ حسینی، احسان؛ کروی، مهدی (۱۳۹۲)، بررسی جاذبههای طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری «ورزشی استان کردستان» مجله دانشگاه فرهنگ دوسیمشده، سال ششم، شماره ۱۴، صص ۲۳-۵۲.

قیامیراد، امیر؛ محرمزاده، مهرداد؛ حسینیپور، باقر (۱۳۹۳)، رابطه دیدگاه مدیران گردشگری کشور و عوامل گردشگری یورزشیدر ایران، فصلنامه المپیک، سال شانزدهم، شماره ۲، (پیاپی ۴۲)، صص ۵۱-۶۲.

محمدی، شریف (۱۳۹۲)، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشیبا تأکید بر جاذبههای طبیعی ورزشی (نمونه موردی استان آغ)، پایان نامه دوره کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد تهران.

محمودی، بیتاله؛ احمدیان، رضا و حقستان، امین (۱۳۹۲)، برنهمه ریزیکلان مناطق نمونه گردشگری از طریق مقیاسهای مؤثر بر فرایند توسعه گردشگری در استان خراسان رضوی، مجله محیط زیست طبیعی (منابع طبیعی ایران)، دوره ۶۶، شماره ۴، صص ۴۲۳-۴۳۴.

هنرور، افشار (۱۳۹۳)، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری نیشابز گزار پرویدادها یورزشی بین المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دستاورد کارانورزشی و مدیران گردشگری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران.



اولین کنفرانس بین المللی گردشگری

(مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان اردبیل)

منابع خارجی:

Chazak (2013). Study on the relationship between organizational career management and job involvement. *Frontiers of Business Research in China*. Vol 2, No 1, 116-136.

Esfahani, N., Goudarzi, M., Assadi, H. (2013). The Analysis of the factors affecting the development of Iran sport

Funk and Brown (2013). "The effects of national culture values on consumer acceptance of e-commerce: Online shoppers in China". *Information & Management*. 46 (2), 294-301.

Hinch, T & Higham, J. (2013). Sport Tourism development, channel view Publication. UK.

Kesenne S. (2012). "Do we need an economic impact study or a cost-benefit analysis of a sport event?" *European Sport Management Quarterly* 5; pp:133-142.

Kim S. S. & petrick J. f. (2013). "Residents perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: The case of Seoul as a host city". *Tourism Management* 26; pp: 25-38.

Shonk David, J. (2014). Perceptions of service quality. satisfaction and the intent to return among tourists attending sporting event. The ohio state university.

tourism and the presentation of a strategic model. *World Journal of sport Sciences* 2(2). 136-144.