
بررسی عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل و ارائه راهکارهای اجرایی

فرزاد نوبخت^۱، ناهید اتقیاء^۲، مجتبی امیری^۳، حسن قره خانی^۴، نگار اشرفی^۵

ص ص: ۱۲۳-۱۰۳

تاریخ دریافت: ۹۲/۲/۶

تاریخ تصویب: ۹۲/۹/۱۰

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل و ارائه راهکارهای اجرایی بود. روش پژوهش، توصیفی- تحلیلی بود و داده‌ها از کارشناسان گردشگری و ورزش استان به شیوه نمونه برداری تصادفی جمع آوری شدند. ۱۲۶ نفر به عنوان نمونه با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته با روایی و پایایی قابل قبول ($\alpha=0/92$)، پاسخ دادند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل عاملی استفاده شد. عوامل مرتبط با سرگرمی‌ها و فعالیت‌های تفریحی با بارعاملی $78/64$ ، عوامل مربوط به تربیت بدنی ($78/57$)، خدمات ورزشی ($76/1$)، عوامل گردشگری ($75/72$)، عوامل مرتبط با امکانات و زیر ساخت‌ها ($75/12$)، عوامل مرتبط با منابع طبیعی ($75/08$)، عوامل مرتبط با خدمات اطلاع رسانی و ارتباطات ($70/57$)، تاسیسات رفاهی ($65/07$) و عوامل مرتبط با خدمات حمل و نقل ($56/75$) عواملی هستند که به ترتیب در توسعه گردشگری ورزشی استان موثرند. با توجه به این نتایج به مسئولان استان درباره گسترش ورزش‌های تفریحی و بهبود برنامه‌های تربیت بدنی و گردشگری در کنار توسعه زیرساخت‌های اساسی گردشگری ورزشی پیشنهاد می‌شود.

واژه‌های کلیدی: گردشگری ورزشی، توسعه، استان اردبیل

۱- عضو هیات علمی دانشگاه محقق اردبیلی

۲- عضو هیات علمی دانشگاه الزهرا

۳- عضو هیات علمی دانشگاه تهران

۴- عضو هیات علمی دانشگاه زنجان

۵- کارشناس ارشد تربیت بدنی آموزش و پرورش

مقدمه

عصر کنونی، دوره دگرگونی‌های شتابنده و غیرقابل پیش بینی است. سازمان‌ها برای اینکه بتوانند با تهدیدهای محیطی مقابله کنند و از فرصت‌های احتمالی بهره مند شوند، باید ظرفیت‌ها و توانمندی‌های درونی خود را بشناسند تا نقاط قوت خود را بالا ببرند و کاستی‌های خود را بازسازی کنند (۶).

صنعت مسافرت و گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به شمار می‌آید بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیر ساخت‌ها می‌شناسند (۸). با توجه به بررسی‌های صورت گرفته، جمهوری اسلامی ایران یکی از ۱۰ کشور نخست جهان از نظر جذابیت‌های گردشگری است، علی‌رغم چنین پتانسیل بالایی، سهم همه کشورهای اسلامی از درآمدهای ارزی حاصل از گردشگری حدود هفت درصد است (۱۰ و ۶). براساس برنامه چهارم توسعه، کشور ایران باید تا پایان سال ۱۳۸۸ سالانه میزبان حداقل ۵ میلیون گردشگر باشد، رقمی که باید تا پایان سال ۲۰۲۴ به رقمی معادل ۲۰ میلیون نفر در سال برسد و در این میان نمی‌توان از سهم و جایگاه ورزش و برگزاری تورنمنت‌های ورزشی به سادگی گذشت (۷).

«گردشگری ورزشی»^۱ صنعتی است که از ترکیب دو صنعت «گردشگری»^۲ و صنعت «ورزش» پدید آمده‌است. به عبارت دیگر ورزش یکی از فعالیتهای مهم گردشگران در حین گردشگری است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش همراه است (۱۲).

در توسعه گردشگری عوامل زیادی دخیل هستند در منابع مختلف این عوامل به صورتهای گوناگونی ذکر شده‌اند. هینچ و هیگام^۳ (۲۰۰۳) عوامل جلب‌کننده و منابع اساسی برای توسعه گردشگری ورزشی را مواردی مانند، محیط طبیعی، امکانات ورزشی، حمل و نقل، زیرساخت‌ها

1- Sport Tourism

2- Tourism

3- Hinch & Higham

و خدمات اطلاع رسانی می‌دانند که بایستی به طور هماهنگ در توسعه دراز مدت یک منطقه جهت رونق گردشگری ورزش مد نظر قرار گیرند (۲۴). وید^۱ (۲۰۰۶) در تحقیق خود از دیدگاه جغرافیایی، موقعیت، مکان و محیط مناسب را از توانمندی‌ها و پایه‌های اصلی برای توسعه گردشگری ورزشی می‌داند (۳۰).

دنیل فانک و براون^۲ (۲۰۰۷) معتقدند که در تمامی دنیا، یکی از عواملی که باعث رشد سریع و رونق بازار گردشگری می‌شود، توریسم ورزشی است و برگزاری مسابقات ورزشی در رونق بازار گردشگری نقش مهمی را ایفا می‌کند. سولبرگ و پروس^۳ (۲۰۰۷) جشنواره‌ها، نمایشگاه‌های جهانی، رویدادهای سلطنتی، حوادث و رویدادهای ورزشی و غیره می‌توانند تاثیر زیادی در توسعه شهری داشته باشند. رویدادهای ورزشی مهم توانایی توسعه ساختار شهری در تمام این زمینه‌ها (زیرساخت‌ها، ایجاد شغل، گسترش مکان‌های تفریحی و گسترش خدمات حمل و نقل) را دارند. همچنین میزبانی رویدادهای ورزشی مهم، باعث توسعه زیر ساخت‌ها، ایجاد تجهیزات جدید و پیشرفت منطقه میزبان و جذب گردشگران بیشتر می‌شود که مستلزم سرمایه گذاری‌های پرهزینه در تجهیزات ورزشی و زیربنای غیر ورزشی شهر است. این سرمایه‌گذاری‌ها بایستی با طرح بلند مدت شهر مبنی بر موفقیت اقتصادی این رویداد متناسب باشد. بیشتر شهرهای درخواست دهنده میزبانی، به این دلیل خواستار میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ هستند که درآمد منطقه‌ای کوتاه یا بلندمدت قابل توجهی را به وجود می‌آورد (۲۸). برامول^۴ (۱۹۹۷) عنوان کرد که رویدادهای بزرگ در صنعت گردشگری کشور میزبان تأثیری ندارد؛ مگر اینکه طی یک راهبرد دراز مدت به آن توجه بشود؛ لذا این برنامه‌ها به رویکرد سیاسی گسترده‌ای وابسته است (۱۵). بنا به عقیده چو^۵ (۲۰۰۱) ورزش‌هایی که سنت یک کشور به شمار می‌آیند، برای گردشگران پر جاذبه هستند (۱۸). گیبسون^۶ و همکاران (۲۰۰۳) رویدادهای در

4- Weed

2- Funk & Bruun

3- Solberg & Preuss

4- Bram Well

5- Cho

6-Gibson

مقیاس کوچک را بهتر از رویدادهای بزرگ تلقی کردند و بیان داشتند که این رویدادها هزینه کمتر و فواید بیشتری را به همراه دارند؛ لذا بر همکاری دانشگاه‌ها و آژانس‌های گردشگری به هدف گسترش گردشگری در مسابقه‌های ورزش دانشگاهی تأکید کردند (۲۱).

کوساسی^۱ (۲۰۰۵) با عنوان گردشگری ورزشی در هند، جاذبه‌های طبیعی ورزشی را که در هند از اهمیت بیشتری برخوردارند ذکر می‌کند (۲۷). دیری و جاگو^۲ (۲۰۰۶) به مدیریت گردشگری ورزشی در استرالیا اشاره کردند که اغلب بخش‌های جداگانه‌ای از دولت هر کدام از حوزه‌های ورزش و گردشگری را مدیریت می‌کنند. این بدان معنی است که یک منبع مشخص، مسؤلیت کلی گردشگری ورزشی را بر عهده ندارد و در نتیجه پیشرفت این مهم با مشکل مواجه خواهد شد (۲۰). در بررسی انگیزه‌های شرکت در المپیک ۱۹۹۶ نشان داده شد که ۹۱ درصد از تماشاگران دلیل حضور خود را «بزرگترین رویداد ورزشی بودن المپیک» ذکر کردند (۱۹). گلیپتیس^۳ (۱۹۹۱) بیان داشت که علی‌رغم استفاده چشمگیر گردشگران از امکانات ورزشی هنوز هماهنگی لازم بین آژانس‌های گردشگری و سازمان‌های ورزشی وجود ندارد و این هماهنگی می‌تواند در برآورده کردن نیازهای گردشگران ورزشی فعال، نقش مهمی را بر عهده داشته باشد (۲۰). چالیپ^۴ (۱۹۹۲) بیان می‌کند که رویدادها و مسابقات از طریق اشکال مختلف میزان گردشگران و بازدید کنندگان را تعیین می‌کند و از پخش رویدادهای تلویزیونی به عنوان عاملی بری تعامل بازار یابان رویدادهای ورزشی در جهت جذب هر چه بیشتر گردشگران یاد می‌کند (۱۷).

توماس^۵ (۲۰۰۶) در بررسی نقش برجسته ورزش بر روی فرهنگ کانادا و توسعه گردشگری، به طبقه بندی تاثیرات ورزش می‌پردازد. او موفقیت‌های ورزشی در عرصه‌های مختلف و تأثیرات ناشی از قهرمانان و ستاره‌های ورزشی را بیان می‌کند

1- Ko Sasi
2- Deery & Jago
3- Glyptis
4- Chalip
5- Thomas

(۲۹) براز^۱ (۲۰۰۲) در تحلیل خود با عنوان «توریسم ورزش» عوامل موثر بر حضور یا شرکت گردشگران در رویدادهای ورزشی را چنین بر شمرد: هزینه مسافرت به مقصد، هزینه استفاده از امکانات برای فعالیت بدنی، عوامل جغرافیایی، انگیزه‌های مسافران و جذابیت‌های موجود در شهر میزبان (۳ و ۱۶). میراندا و اندوزا^۲ (۲۰۰۵) در بررسی گردشگری ورزشی در کشور اسپانیا متوجه شدند که عامل جاذبه‌های طبیعی (با ۷۸/۳ درصد)، ورزش‌های آبی با ۳۶/۸۴ درصد و گردش و پیاده روی با ۳۱/۵۸ درصد در جذب گردشگران ورزشی از اهمیت بیشتری برخوردارند (۱۴). ناصری (۱۳۷۵) مشکلات گردشگری ایران را مورد بررسی قرار داد و الهام (۱۳۷۶) انگیزه‌های مسافران کیش را مقایسه کرد (۱۵ و ۱) مراسلی (۱۳۷۴) به بررسی توابع عرضه و تقاضای گردشگری در ایران پرداخت و مشکلات موجود در کشور را بررسی کرد (۹) پاکدامن نیز توسعه دهکده‌های گردشگری را به عنوان یک راهکار مناسب برای توسعه گردشگری مطرح کرده است. به طور کلی در گذشته، پژوهش‌هایی در حوزه گردشگری و ورزش به صورت کلی انجام می‌شد، اما پژوهش‌هایی که در مورد رویدادهای بزرگی همچون المپیک و همچنین در مورد ورزش‌های تفریحی و ورزش در فضای آزاد صورت گرفت به درک پژوهشگران از گردشگری ورزشی جهت بخشید. در جدیدترین پژوهش‌های انجام شده، کامیل سورات^۳ (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «به سوی توسعه استراتژی ملی گردشگری ورزشی در آفریقا» نیاز به توسعه طرح استراتژی گردشگری ورزشی را از اجزای وابسته بازی‌های ۲۰۱۰ عنوان می‌کند (۲۶). در پژوهش‌هایی که به بررسی دلایل، انگیزه‌ها و محدودیت‌های مسافرت کنندگان پرداخته شده، پیشنهادها بر این اصل استوار است که در هر مطالعه‌ای که به منظور برنامه ریزی و توسعه گردشگری

1- Braz

2- Miranda & Andueza

3- Kamilla Swart

در شهر یا کشور مقصد انجام می‌گیرد، باید دلایل، جذابیت‌ها و موانعی که برای گردشگران مهم است، مورد شناسایی قرار گیرد.

با توجه به نوپا بودن زمینه‌های پژوهش‌های گردشگری ورزشی در ایران، پژوهش‌های اندکی در این بخش انجام شده، از سوی دیگر؛ به نوعی، پژوهش‌های انجام شده بیانگر این است که گردشگری ورزشی موجب رونق و توسعه است؛ اما پژوهشی که عوامل توسعه گردشگری را بیان کند، تا به حال مورد توجه نویسندگان و پژوهشگران قرار نگرفته است؛ لذا از جهات گوناگون می‌توان در مسیر توسعه گردشگری ورزشی در استان‌های پرجاذبه ایران (از جمله استان اردبیل) گام نهاد.

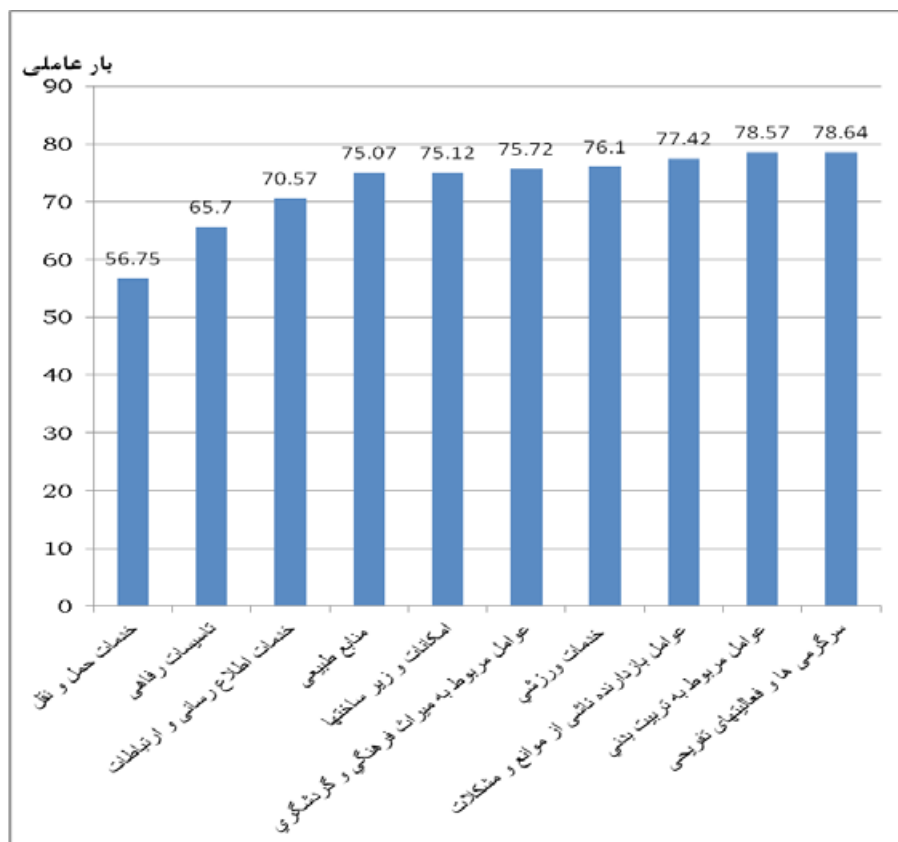
جذابیت‌های اقلیمی استان در بهار و تابستان غنی تر از زمستان است؛ همچنین از نظر مکان شناسی استان اردبیل دارای پتانسیل‌های بسیار قوی در بخش کوهستانی است. از نظر زمین شناختی، فقط به غار شناسی در برخی از مناطق آن اشاره شده است. بر اساس پژوهش‌های انجام شده در طرح جامع گردشگری استان، از نظر جذابیت‌های رودخانه‌ای و دریاچه و تالاب (اگر چه این جاذبه در برخی از مکان‌ها یا زیبایی هر چه تمام تر قابل درک هستند) نسبت به سایر جذابیت‌ها همچون (جذابیت‌های مرتعی) در وضعیت ضعیفی قرار گرفته است (۵ و ۲۳ و ۲۵). از نظر جذابیت‌های ورزش زمستانی و آبهای معدنی وضعیت نسبتاً خوبی در این استان حاکم است و برای استفاده از پتانسیل‌های استان، اقدامات حساب شده‌ای برای ورزش‌های زمستانی لازم است و در فصل تابستان، طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های تفریحی ورزشی را می‌توان انجام داد؛ لذا استان اردبیل ظرفیت‌های فراوانی در زمینه جلب گردشگر به طور عام و گردشگری مرتبط با رویدادهای ورزشی به طور خاص دارد. پژوهش حاضر در پی بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی در استان اردبیل و ارائه راهکارهای اجرایی بود.

روش تحقیق

روش پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی بود که به شکل میدانی انجام شد و عوامل موثر بر توسعه گردشگری استان اردبیل با استفاده از آرای کارشناسان گردشگری و مسئولان ذیربط تربیت بدنی استان مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش را سه گروه: کارشناسان میراث فرهنگی و گردشگری استان، دست اندر کاران ورزش استان و مراکز فعال توریستی تشکیل می‌دادند که ۱۲۶ نفر به صورت نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند. در این زمینه از پرسشنامه محقق ساخته، استفاده شد و برای بررسی پایایی پرسشنامه مطالعه مقدماتی انجام گرفت و آمارگر ۲۵ پرسشنامه را در نمونه‌ای شبیه جامعه ما را تجزیه و تحلیل کرد و بدون هیچ گونه تغییری در هر یک از خرده مقیاس‌ها پایایی آن با آلفای کرونباخ ۰/۹۲. مورد تأیید قرار گرفت و به منظور بررسی روایی پرسشنامه، از ۱۰ نفر از استادان مدیریت ورزشی و گردشگری انتخاب شدند. به منظور تجزیه و تحلیل از روش تحلیل عاملی استفاده شد.

یافته‌ها

پس از تجزیه و تحلیل با استفاده از روش طرح عاملی مشخص شد که در سطح کلی ۶۰ عامل به ترتیب بارهای عاملی (طبق پیوست ۱) در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل نقش دارند که در قالب عوامل دهگانه بر اساس بار عاملی دسته بندی شدند و در نمودار یک ارائه شده‌اند. با توجه به نمودار ۱ عوامل ناشی از فعالیت‌های تفریحی و سرگرمی (بار عاملی ۷۸/۶۴) و عوامل مربوط به تربیت بدنی (بار عاملی ۷۸/۵۷) از جمله عوامل اساسی برای توسعه گردشگری ورزشی هستند.



نمودار ۱- بارهای عاملی عوامل توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل

بحث

برای بحث بیشتر در مورد عوامل توسعه گردشگری ورزشی در استان اردبیل لازم است به دو امر مهم توجه کنیم. یکی در مورد نتایج به دست آمده برای هریک از خرده مقیاس های تشکیل دهنده عوامل توسعه و دیگری به قابلیت های گردشگری استان اردبیل مربوط می شود.

عامل نخست در توسعه گردشگری ورزش استان اردبیل مربوط به سرگرمی ها و

فعالیت‌های تفریحی با بار عاملی ۷۸/۶۴ است که با پژوهش‌های الهام (۱۳۷۶) در بررسی انگیزه‌های تفریحی گردشگران جزیره کیش همخوانی دارد و در سطح خرده مقیاس ورزش‌های تفریحی همچون؛ اسکی، ماهیگیری و شکار با بار عاملی ۸۴، در توسعه گردشگری ورزشی استان موثر است و با گزارش وزارت امور خارجه بیلاروس (۲۰۰۵) در مورد به کارگیری ورزش‌های تفریحی همخوانی دارد. فرهنگ محلی و آثار تاریخی موجود با بار عاملی ۸۳، بیانگر آثار غنی فرهنگی در زمان‌های گذشته استان اردبیل است؛ بنابراین می‌توان به شیوه موثری از این ویژگی مثبت هم، در راستای توسعه گردشگری ورزشی بهره جست. نقش موسیقی‌های محلی و صنایع دستی با بار عاملی ۸۱، مراکز تفریحی، دیدنی‌ها و کلوپ‌های شبانه ورزشی با بار عاملی ۷۹/۲ و علاقه مندی مردم به ورزش کوهنوردی و طبیعت گردی با بار عاملی ۶۶، با پژوهش‌های کوساسی (۲۰۰۵) و میراندا و اندوزا (۲۰۰۵) و همچنین با خرده مقیاس‌های دیگر همسو هستند که توجه به آنها در راستای توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل اجتناب ناپذیر است.

دومین عامل مهم در توسعه گردشگری ورزش استان، عوامل مربوط به تربیت بدنی است که به اداره‌های تربیت بدنی، آموزش و پرورش و دانشگاه‌ها رابطه دارد. این عامل با بار عاملی ۷۸/۵۷، از عوامل مهمی است که نقش مهمی را در توسعه گردشگری ورزشی استان بازی می‌کند.

در این بخش بازاریابی گردشگری ورزشی استان با بار عاملی ۸۶،۵ و همسو با پژوهش هنرور (۱۳۸۳) و (۱۳۸۶)، می‌تواند در معرفی و فروش محصولات توریسم ورزشی استان نقش مهمی را بازی کند و در حال حاضر این بخش یکی از دغدغه‌های بازاریابان به شمار می‌آید.

باشگاه‌های ورزشی در جذب گردشگر با بار عاملی ۸۶، همسو با پژوهش الهام (۱۳۷۶)، تنوع فصلی و مسابقه‌ها متناسب با هر فصل با بار عاملی ۸۵/۹، برنامه ریزی گردشگری و

تربیت بدنی استان با بار عاملی ۸۵/۸ و همسو با پژوهش برامول (۱۹۹۷) به عنوان رکن اصلی توسعه برای هر دو نهاد مرتبط با گردشگری ورزشی حائز اهمیت هستند. هماهنگی سازمان‌های تربیت بدنی و گردشگری با بار عاملی ۸۳، که با پژوهش‌های دیری و جاگو (۲۰۰۶) و گلیپتیس و جکسون (۱۹۹۱) همخوانی دارد و در بیشتر پژوهش‌های توریسم ورزشی به این امر، در قالب "مشکلات" اشاره شده است. به نظر می‌رسد دلیل آن به موازی بودن وظایف نهادهای ورزشی و گردشگری مربوط باشد. در این مورد بهتر است وظایف نهادها در قالب کار گروهی و مشخص شده، باشد تا ارزیابی برنامه‌های انجام شده آسان تر صورت گیرد.

برگزاری مسابقه‌های لیگ در استان با بار عاملی ۸۱/۷، ایجاد ایمنی و راحتی برای گردشگران ورزشی در رویدادها با بار عاملی ۸۱/۶، کیفیت برگزاری رویدادهای ورزشی و گردشگری با بار عاملی ۷۹/۵ و ارائه تسهیلات برای مسافران در رویدادهای ورزشی با بار عاملی ۷۶، در توسعه گردشگری ورزش استان اردبیل نقش به‌سزایی دارند. به نظر می‌رسد که پتانسیل بسیار بالای گردشگری در این استان و ایجاد ورزشگاه دایی و سالن سرپوشیده "رضازاده" زمینه انجام دادن این امور را آسان تر سازد. بر اساس گزارش کمیته بین‌المللی المپیک (۱۹۹۷)، ۹۱ درصد از شرکت‌کنندگان در المپیک ۱۹۹۶ دلیل حضور خود را بزرگ بودن رویداد اعلام کردند و از این جهت در راستای توسعه گردشگری ورزشی موثر است؛ البته پژوهشگران دیگری مثل چالیپ (۱۹۹۲) و گیبسون (۲۰۰۳) اعتقاد دارند که رویدادهای کوچک کارا تر از رویدادهای بزرگ هستند به نظر می‌رسد که نظر گروه دوم در مورد استان اردبیل کاربردی تر باشد؛ چرا که تحمل هزینه مسابقه‌های بزرگ به لحاظ بودجه محدود و امکانات کم برای این استان معقول نیست و به طور قطع هم بر کیفیت مسابقه‌ها تاثیر منفی می‌گذارد و هم برگزاری مسابقه‌ها را با مشکل مواجه خواهد کرد. همچنین باید از برگزاری تور، دوره‌های مربیگری و رویدادهای

علمی ورزشی در استان با بار عاملی ۷۴ و ستاره‌های ورزشی با بار عاملی ۸۷/۵ یاد کرد که توماس (۲۰۰۶) نیز در پژوهش خود یکی از بخش‌های اصلی مطالعات "توریسم ورزشی" را قهرمانان و ستاره‌ها ذکر می‌کند. خرده مقیاس‌های دیگر مربوط به تربیت بدنی شامل گروه‌های داوطلب ورزشی با بار عاملی ۷۰ و برگزاری جشنواره بازی‌های محلی با بار عاملی ۶۵، همسو با پژوهش چو (۲۰۰۱) در توسعه گردشگری ورزشی موثرند؛ ولی میزان اهمیت آنها در مقابل عوامل دیگر پایین است.

عامل بعدی، عوامل بازدارنده ناشی از موانع و مشکلات است که با بار عاملی ۷۹/۴۲ در توسعه گردشگری استان نقش منفی گذاشته است و از مهمترین موارد تشکیل دهنده آن می‌توان به نداشتن برنامه راهبردی اشاره کرد که با پژوهش‌های ناصری در سال ۱۳۷۵، مهاجرانی (۱۳۷۹)، مراسلی (۱۳۷۴) و کامیل سورات (۲۰۰۷) همخوانی دارد. به نظر می‌رسد مشکل اصلی، در اجرای راهبرد است؛ چرا که طرح جامع گردشگری استان اردبیل در سال ۱۳۸۰ نوشته شده است. اگر چه از نظر پژوهشگران ایرادهایی بر این طرح، وارد است؛ ولی برنامه‌های اجرا شده در حال حاضر با خود طرح فاصله دارد و بیشتر به عنوان یک ابزار کتابخانه‌ای تلقی می‌شود؛ اما در مورد گردشگری ورزشی برنامه راهبردی (استراتژیک) وجود ندارد.

همچنین یافته‌های پژوهش در مورد نشناختن علایق جهانگردان و تبلیغات نامناسب با پژوهش‌های ناصری (۱۳۷۵) و هنرور (۱۳۸۳) همخوانی دارد. در مورد سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و فقدان تخصص کافی مدیران اجرایی با پژوهش ناصری (۱۳۷۵) موانع فرهنگی با پژوهش ادبی (۱۳۸۵) همخوانی دارد؛ ولی از لحاظ ترتیب اهمیت، با یافته‌های وی متفاوت است. عوامل ناشی از خدمات ورزشی با بار عاملی ۷۶/۱ مهمترین عامل در توسعه گردشگری ورزش استان اردبیل است. به نظر می‌رسد که خدمات ورزشی به دلیل مکمل بودن برای سایر فعالیت‌ها نسبت به سایر عوامل از اهمیت بالایی برخوردار است. در این میان، جا دارد از مربیان گردشگری ورزشی تحصیلکرده با بار عاملی

۸۵/۱ یاد کرد که ناصری (۱۳۷۵) فقدان نیروهای تحصیلکرده را به عنوان مشکلی در مسیر گردشگری بر می‌شمرد. به نظر می‌رسد با توجه به ماهیت بین رشته‌ای بودن گردشگری ورزشی، تربیت مربیان در این بخش به هماهنگی بیشتر دو سازمان تربیت بدنی و سازمان میراث فرهنگی نیاز داشته باشد. برگزاری مسابقات ورزشی (کشوری و استانی) با بار عاملی ۸۳٫۹ در قالب رویدادهای کوچک، نقش مهمی را در توسعه این صنعت بازی می‌کند که با پژوهش چالیپ (۱۹۹۲) همسوست. گیبسون و همکاران (۲۰۰۳) نیز به این نتیجه رسیدند که رویدادهای ورزشی بویژه رویدادهای کوچک به علت کم هزینه بودن و کارایی بالا در توسعه گردشگری ورزشی موثرند. با توجه به سطح استان و نوپا بودن آن، برگزاری مسابقات ورزشی و استانی برای گسترش و توسعه گردشگری ورزشی در استان اردبیل با ریسک کمتری همراه خواهد بود.

کنگره‌های علمی و ایجاد نمایشگاه‌های ورزشی با بار عاملی ۸۰، اقدامات علمی پژوهشی در زمینه گردشگری و ورزش با بار عاملی ۷۳/۵ و همسو با پژوهش هنرور (۱۳۸۳) در مورد بازاریابی گردشگری ورزشی و خدمات آب درمانی، ماساژ و لجن درمانی با بار عاملی ۵۸، مواردی از خدمات ورزشی هستند که در توسعه گردشگری ورزش استان نقش بسزایی دارند. پتانسیل بالای استان بویژه آبهای دامنه سبلان در مشکین شهر و سرعین این خدمات را قابل توجیه می‌کند وجود آب‌های تسکین دهنده دردهای مفصلی، نرم کننده مفاصل، از بین برنده گرفتگی‌های عضلانی و ده‌ها خاصیت درمانی دیگر جایگاه اشتغال زایی خوبی را می‌تواند برای فارغ التحصیلان تربیت بدنی (بویژه در بخش حرکات اصلاحی و ایجاد مراکز درمانی طبیعی) ایجاد می‌کند.

از عامل دیگر توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل می‌توان به میراث فرهنگی و گردشگری استان اشاره کرد که بار عاملی آن ۷۵/۷۲ است. به نظر می‌رسد دلیل اهمیت این فاکتور مربوط به ساختارهای اداری حاکم بر جامعه باشد؛ طوری که بیشتر امکانات و

مسئولیت‌ها را در اختیار این نهاد قرار داده است. البته در سیاست‌ها و برنامه‌های دوره چهارم توسعه سعی می‌شود این امر تعدیل یابد و فعالیت‌های دولتی از بدنه دولت جدا شود. به عنوان عوامل مربوط به میراث فرهنگی و گردشگری موارد ذیل به ترتیب اهمیت در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل نقش داشتند.

در این بخش، تخفیف‌ها، جوایز و کادوهای تبلیغاتی با بار عاملی ۸۹ و استفاده از نیروهای تحصیلکرده و جوان با بار عاملی ۸۷ در توسعه گردشگری ورزشی استان نقش دارد. ناصری (۱۳۷۵) نداشتن نیروهای تحصیلکرده و جوان را به عنوان مشکلی در توسعه گردشگری کشور مطرح می‌کند. خوشبختانه در سال‌های اخیر تعداد فارغ التحصیلان جوان در امور گردشگری و تربیت بدنی افزایش یافته است؛ لذا استفاده از نیروها هم در برنامه ریزی و هم در اجرای طرح‌های گردشگری ورزشی روشی منطقی به نظر می‌رسد. سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی، با بار عاملی ۷۹/۹ که در بیشتر پژوهش‌هایی همچون؛ ناصری (۱۳۷۵) به عنوان مشکلی برای توسعه گردشگری مطرح شده، در این پژوهش هم می‌تواند نخست، یکی از امور تسهیل‌کننده اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ باشد و در درجه بعدی در توسعه گردشگری ورزشی موثر واقع شود. به نظر می‌رسد که در راستای سیاست‌های دولت، بخش خصوصی می‌تواند تاثیر مهمی را در توسعه داشته باشد؛ چرا که منابع در این استان زیاد است و می‌توان با طرح‌های مختلفی از بخش خصوصی در توسعه صنعت توریسم ورزشی استفاده کرد و تسهیلات گمرکی در تعطیلات با بار عاملی ۷۹/۷ مطرح شده است. جشنواره‌های محلی، آداب و رسوم و فرهنگ غذایی استان با بار عاملی ۴۳، یکی دیگر از عوامل مربوط به میراث فرهنگی و گردشگری استان است که به دلیل بار عاملی پایین (نسبت به سایر عامل‌ها) در توسعه گردشگری ورزشی در الویت‌های پایانی قرار می‌گیرد؛ ولی به هر حال نباید فراموش کرد که کشورهای گوناگون از همه منابع حتی در مقیاس بسیار کوچک هم استفاده می‌کنند؛ همچنین به عنوان عوامل ناشی از امکانات و زیرساخت‌ها، استادیوم‌های ورزشی، مراکز اقامتی، حمل و نقل و موزه ورزشی در توسعه گردشگری

ورزشی استان اردبیل حائز اهمیت بودند. البته توزیع امکانات و زیرساخت‌های موجود به مرکزیت اردبیل است؛ لذا با توجه به موقعیت‌های گردشگری و سایر منابع، گستردگی آنها باید در سراسر استان باشد تا از این طریق بتوان در راه توسعه گردشگری ورزشی گام نهاد. از طرفی، در ساخت و سازهای ورزشی استانداردهای لازم در نظر گرفته نمی‌شود و این امر متأسفانه آینده توریسم ورزشی را با مشکل مواجه خواهد کرد. در بخش حمل و نقل و مراکز اقامتی، ناصری (۱۳۷۵) هردو مورد را به عنوان مانع و مشکلی برای توسعه گردشگری مطرح کرد. در حال حاضر محدود بودن پروازها و فقدان خطوط ریلی یکی از مشکلات عمده گردشگری است.

در عوامل ناشی از منابع طبیعی؛ کوهها، مناظر طبیعی، شرایط جغرافیایی، کشورهای حاشیه، رودخانه‌ها و چشمه‌های آب گرم در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل نقش داشتند؛ لذا منابع طبیعی استان اردبیل بویژه کوه‌های موجود می‌تواند عامل مهمی در توسعه صنعت گردشگری ورزشی باشد. نتایج پژوهش با پژوهش‌های میراندا و آندوزا (۲۰۰۵) و ادبی (۱۳۸۵) در مورد منابع طبیعی و با پژوهش هنرور (۱۳۸۳) در مورد مناظر طبیعی همخوانی دارد. علی‌رغم نقش بسیار بالای منابع طبیعی در توسعه گردشگری ورزشی، هنوز هم در حد قابل قبول از این منابع استفاده نشده است؛ لذا به نظر می‌رسد که بازنگری در برنامه‌های این بخش لازم باشد؛ چرا که با هزینه خیلی اندک و حتی رایگان می‌توان منابع عظیمی از ثروت را کشف و استفاده کرد.

همچنین نمی‌توان نقش خدمات اطلاع رسانی و ارتباطات بخش‌هایی همچون؛ صدا و سیما، پوسترها، وبلاگ، امدادهای جاده‌ای، فرودگاه‌ها و خدمات الکترونیکی را در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل نادیده گرفت. خدمات اطلاع رسانی و ارتباطات از دو نظر قابل توجه هستند؛ نخست اینکه بازار امروزی گردشگری یک بازار جهانی است و این بخش می‌تواند به سرعت در بازاریابی و شناسایی بازار هدف، کمک شایانی را ارائه دهد. دوم اینکه می‌تواند در ایجاد درک عمومی و فرهنگ گردشگری نقش موثری داشته باشد. در واقع، خدمات اطلاع رسانی و ارتباطات بویژه تلویزیون و رسانه‌های عمومی در وهله

نخست نقش مهمی در معرفی و سپس در آموزش بر عهده دارند که نتایج این پژوهش با پژوهش‌های چالیپ و همکاران (۱۹۹۸) همسوست؛ از آنجایی که در برخی مواقع، طرز تلقی شخصی به دلیل فقدان تعریف دقیق از گردشگری است (پاکدامن، ۱۳۷۹) لذا؛ رسانه‌ها می‌توانند در ایجاد درک مشترک از گردشگری ورزشی گام بردارند.

در اینجا عوامل ناشی از تاسیسات رفاهی همچون؛ و جود اطلاعات کافی در مورد مسیر، ایجاد پناهگاه‌ها جدید، زیر ساخت‌های تفریحی همچون (قطار دور سبلان) و ایجاد کمپ‌ها و استراحتگاه‌ها با استنباط از بارهای عاملی به دست آمده، می‌تواند گامی مهم در توسعه گردشگری ورزشی باشد که در پژوهش رهنمایی (۱۳۸۰) به عنوان طرح جامع گردشگری استان نیز به این امور اشاره شده است. در بررسی عوامل ناشی از خدمات حمل و نقل، می‌توان به گسترش مسیرهای گردشگری و برداشتن محدودیت‌های سفر بویژه در فصل زمستان (که تعداد گردشگران به صورت چشمگیری کاهش می‌یابد) اشاره کرد؛ زیرا در توسعه گردشگری ورزشی موثر هستند.

نتیجه گیری

امروزه دولت‌ها برای فرار از اقتصاد تک محصولی به دنبال ایجاد و گسترش صنایع جدید هستند. با توجه به ساختار جوان جمعیت کشور، افزایش اوقات فراغت از یک سو و تقاضای متنوع بودن بازار ورزش از سوی دیگر، گردشگری ورزشی به عنوان یکی از صنایع توسعه آفرین، کم هزینه و اشتغال زا به شمار می‌آید. در این پژوهش، عوامل گوناگون و مربوط به هریک از سازمان‌ها به صورت جداگانه بررسی شدند. با در نظر گرفتن قابلیت‌های گردشگری ورزشی استان اردبیل و داده‌های پژوهش می‌توان با ایجاد و توسعه خدمات ورزشی، ایجاد هماهنگی بین نهادهای ورزشی و گردشگری، تهیه طرح جامع گردشگری ورزش استان، فراهم سازی حمل و نقل سریع و ارزان، ایجاد مراکز تفریحی، بهره گیری از صدا و سیما و اینترنت و استفاده

از نیروهای متخصص در مسیرهای توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل گام برداشت. به منظور ارائه نتایج قابل اجرا بر مبنای یافته‌های پژوهش، راهکارهای اجرایی توسعه گردشگری ورزشی به صورت کلی و نتیجه نهایی آورده شده است و نهادهای ورزشی و گردشگری می‌توانند بر اساس الویت از برنامه‌های ذیل به منظور توسعه گردشگری ورزشی استفاده کنند.

الف : نهادهای ورزشی:

- ۱- بازاریابی گردشگری ورزشی استان
- ۲- توسعه باشگاه‌ها و استادیوم‌های ورزشی
- ۳- اجرای مسابقات متناسب با هر فصل
- ۴- تربیت مربیان گردشگری ورزشی
- ۵- برگزاری مسابقات ورزشی (کشوری و استانی)
- ۶- هماهنگی سازمان‌های تربیت بدنی و گردشگری
- ۷- برگزاری مسابقات لیگ در استان
- ۸- ایجاد ایمنی و راحتی برای گردشگران ورزشی در رویدادها
- ۹- برگزاری کنگره‌های علمی، ایجاد نمایشگاه‌های ورزشی، موزه‌ها و نمایشگاه مربوط به ستاره‌های ورزشی و پهلوانان استان
- ۱۰- افزایش کیفیت برگزاری رویدادهای ورزشی و گردشگری
- ۱۱- دادن تسهیلات برای مسافران در رویدادهای ورزشی
- ۱۲- برگزاری تور، دوره‌های مربیگری و رویدادهای علمی ورزشی در استان
- ۱۳- اقدامات علمی پژوهشی در زمینه گردشگری و ورزش
- ۱۴- برگزاری مسابقات بین‌المللی ورزشی در راستای توسعه گردشگری ورزشی
- ۱۵- استفاده از ستاره‌های ورزشی

۱۶- استفاده از گروه‌های داوطلب ورزشی

۱۷- برگزاری جشنواره بازیهای محلی

ب: نهادهای گردشگری:

۱- دادن تخفیف‌ها، جوایز و کادوهای تبلیغاتی

۲- استفاده از نیروهای متخصص

۳- جذب سرمایه‌گذاران برای بخش خصوصی

۴- دادن تسهیلات گمرکی در تعطیلات

۵- برگزاری جشنواره‌های محلی، آداب و رسوم و فرهنگ غذایی استان

ج: پیگیری از طریق نهادهای دیگر و همکاری مشترک نهادهای ورزشی و

گردشگری

۱- توسعه حمل و نقل زمینی، هوایی و ایجاد مسیرهای ریلی

۲- نصب تابلوهای راهنما و اطلاعات مسیر

۳- ایجاد زیر ساخت‌های تفریحی-ورزشی به کمک شهرداری‌ها

۴- بهبود سیستم اطلاع رسانی؛ همچون سایت، وبلاگ و...

۵- توسعه ورزش‌های تفریحی از قبیل اسب سواری، اسکی و... با مشارکت بخش خصوصی

۶- استفاده از موسیقی‌های محلی در رویدادها با همکاری اداره ارشاد

۷- ایجاد برنامه‌های یکپارچه و راهبردی، استفاده از مدیران حرفه‌ای، توسعه فرهنگ

گردشگری و توجه به بخش خصوصی

به طور کلی برای اجرای هر نوع برنامه‌ای لازم است که منابع مالی، نیروی انسانی، ساختارها و قوانین مرتبط در نظر گرفته شوند. در این پژوهش از نظر ساختاری، نهادهای تربیت بدنی و گردشگری بایستی با هماهنگی و ارتباط نهادهای دیگر بودجه مناسبی را در نظر بگیرند. از سوی دیگر، مراکز تصمیم گیرنده در برنامه‌ها و اولویت‌های استانی بایستی قوانینی را در این راستا تنظیم کنند، طبیعی است که در کنار این ۳ مورد، بکارگیری نیروی انسانی متخصص، اجرای برنامه‌ها را امکان پذیر می‌سازد لازم به یادآوری است که برای ایجاد چنین تحولی لازم است از نیروی بخش خصوصی، دولت و خود مردم استفاده کرد تا اقدامی شایسته در توسعه گردشگری ورزش استان صورت پذیرد.

منابع

- ۱- ادبی، جواد. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشور با تاکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران
- ۲- اشراقی، حسام و کاشف، میرمحمد و محرم زاده، مهرداد. (۱۳۸۸). تأثیر نظام ارتباطات سازمانی بر تعارض در ادارات تربیت بدنی استان آذربایجان غربی. المپیک، سال پانزدهم - شماره ۱ پی‌پی ۴۵، ۳۳-۴۷
- ۳- پارکز، ژانت بی، بیورلی آر، کی زنگروچروم کوارترمن. (۱۳۸۲). مدیریت معاصر در ورزش. ترجمه: محمد احسانی، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، چاپ اول
- ۴- پاکدامن، یحیی. (۱۳۷۶). دهکده‌های توریستی راهکاری مناسب برای توسعه صنعت گردشگری در ایران. مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی، جلد دوم.
- ۵- رهنمایی، محمد تقی. (۱۳۸۰). طرح جامع گردشگری استان اردبیل. معاونت پژوهشی دانشگاه تهران، استانداری اردبیل.
- ۶- قیامی راد، امیر، محرم زاده، مهرداد، حسین پور، باقر. (۱۳۸۶). رابطه دیدگاه مدیران ورزشی و مدیران گردشگری کشور و عوامل گردشگری ورزشی در ایران، المپیک، سال شانزدهم - شماره ۲، صص ۵۱-۶۱.
- ۷- کاظمی، مهدی. (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری. انتشارات سمت، چاپ اول
- ۸- محرم زاده، مهرداد. (۱۳۸۴). بررسی شیوه‌های بازاریابی ورزش دانشگاهی. فرصت مطالعاتی، گروه تربیت بدنی، دانشگاه ارومیه، محل اجرا: دانشگاه‌های حاجت تپه و قاضی ترکیه.
- ۹- مراسلی، عزیز. (۱۳۷۴). تخمین توابع عرضه و تقاضای توریسم خارجی در ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- ۱۰- مهاجرانی، عطاءاله. (۱۳۷۹). روزنامه همشهری. چهارشنبه ۱۳ مهرماه ۱۳۷۹، شماره ۲۲۳۵.
- ۱۱- ناصری، سید مسعود. (۱۳۷۵). شناسایی موانع مؤثر توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریست. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

- ۱۲-هنرور، افشار. (۱۳۸۳). بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران.
- ۱۳-هنرور، افشار و غفوری، فرزاد و فرزاد، فرزاد و شریفیان، اسماعیل. (۱۳۸۶). عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران، المپیک، سال پانزدهم - شماره ۴، پیاپی ۴۰، ۳۱-۴۴.
- 14-Andueza & Miranda. (2005). The role of sport tourism destination chosen by tourists visiting Spain. *Journal of Sport Tourism*.
- 15-Bramwell, B. (1997). "Strategic planning before and after a mega-event". *Tourism Management*, 18, pp.167-176.
- 16-Braz, J.L. (2002). Sport for all moves people around the globe. New perspective for tourism. *Journal of Asian sport for all*, 1, 47-52.
- 17-Chalip L. (1992). The construction and use of polysemic structures: Olympic lessons for sport marketing. *Journal of Sport Management*, 6, 87-98.
- 18-Cho, Kwang min. (2001). Developing Taekwondo as a tourist commodity. *IJASS*, 13(2), 53-62.
- 19-Crompton, JI and SI, McKay. (1997). motives of visitors attending festival events" *Annals of Tourism research*, 24(2), 125-139.
- 20-Deery, M., & Jago, L. (2006). *The Management of Sport Tourism*, in Heather Gibson (Eds), *Sport Tourism: Concepts and Theories*, Routledge Taylor & Francis.
- 21-Gibson H.J., C. Willming, A. Holdnak. (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism Management*. 24. 181-190.
- 22-Glyptis, S. (1991). *Sport and Tourism*", In C. Cooper (Eds). *Progress in tourism*, Group
- 23-Hinch, T & Higham, J. (2003). *Sport Tourism development, channel view* Publication. UK.

[Http://ardabilcustoms.ir/](http://ardabilcustoms.ir/)

24-Kamilla Swart. (2007). Toward Developing a National Sport Tourism Strategy in South Africa Beyond 2010 *Politikon*, 34(3), 373 – 391.

25-Ko Sasi, V. (2005). Sport tourism in India, *Journal of Sport Tourism*.

26-Ministry of Foreign Affairs of the Republic of the Belarus. (2005). *Tourism recreation and hospitality management*, 3 (165-83). London: Belhaven Press.

27-Solberg H., & Preuss H. (2007). Major Sport events and long-term tourism impacts. *Journal of sport Management*, 21. 213,234.

28-Thomas. Hinch. (2006). Canadian Sport and Culture in the Tourism Marketplace, *Tourism Geographies*, 8(1), 15 – 30.

29-Weed M. (2006). Sport Tourism and the Development of Sport Events..ISSN 1652-7224. Page12.