

بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی ملی از دیدگاه دست اندرکاران ورزشی

دکتر حسین بیات^۱، دکتر میرحسن سیدعامری^۲، اسکندر حسین پور^۳، فاروق فتحی کجل^۴

چکیده

هدف این پژوهش عبارت است از بررسی دیدگاه دست اندرکاران ورزشی و مدیران گردشگری استان زنجان در زمینه گردشگری ورزشی. بدین منظور تعداد ۱۲۰ مدیر و دست اندرکار ورزش از هیئت های ورزشی، مدیران گردشگری و کارشناسان تربیت بدنی آموزش و پرورش که مورد تأیید سازمان های مذکور بودند انتخاب شدند. روش نمونه گیری به صورت تمام شمار غیر تصادفی هدفمند بود که کلیه جامعه به صورت نمونه انتخاب گردید (N=11). برای انجام تحقیق از یک پرسشنامه استفاده شده است، که شامل چهار بخش؛ بخش اول (اطلاعات فردی) بخش دوم (اطلاعات مربوط به عوامل سوق دهنده، جلب کننده و بازدارنده) بخش سوم (اطلاعات مربوط به جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی) بخش چهارم (سوال باز) بود. در این تحقیق روایی و پایایی پرسشنامه اندازه گیری شده که آلفای کرونباخ خرده مقیاس عوامل سوق دهنده ۰/۷۱، عوامل جلب کننده ۰/۷۹، عوامل باز دارنده ۰/۷۲ و جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی ۰/۸۹ به دست آمد. اطلاعات لازم پس از جمع آوری با استفاده از روشهای آماری توصیفی و استنباطی (Chi-Square) مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. تجزیه و تحلیل یافته نشان داد که بین عوامل سوق دهنده، بازدارنده، جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی با توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی ملی از دیدگاه دست اندرکاران ورزشی در شهر زنجان ارتباط وجود دارد. در حالی که در خصوص عوامل جلب کننده رابطه معناداری مشاهده نشد.

کلید واژه ها: گردشگری، گردشگری ورزشی، عوامل سوق دهنده، عوامل جلب کننده، عوامل بازدارنده، قطب ورزشی، جاذبه های طبیعی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۱/۲۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۳/۱۶

^۱ دانشیار دانشگاه ارومیه

^۲ دانشیار دانشگاه ارومیه

^۳ کارشناسی ارشد تربیت بدنی دانشگاه ارومیه

^۴ کارشناسی ارشد تربیت بدنی دانشگاه شمال fathifarogh@yahoo.com

مقدمه

امروزه گردشگری، به یکی از بزرگترین فعالیتهای صنعتی در جهان تبدیل شده و در سالهای اخیر از آن بعنوان یک صنعت درآمدزا یاد می شود (فتح الهی، محرم زاده، ۱۳۸۶). صنعت گردشگری به عنوان صادرات نامرئی چنانچه خوب برنامه ریزی و هدایت شود درآمدزاترین و ارزآورترین صنعت است و سهم بسزایی در ایجاد فرصت های شغلی با توجه به ابعاد گسترده بیکاری، توزیع ثروت، رفع بی تعادلی های منطقه ای، کاهش فقر، ارتقاء سطح زندگی و معیشت افراد جامعه و تعاملات مثبت فرهنگی ایفا می کند (گلدوست، ۱۳۸۹). براساس آمار سازمان جهانگردی جهانی^۱ این صنعت حدوداً ۶ درصد تولید ناخالص را به خود اختصاص داده و متجاوز از ۱۰ درصد نیروی کار جهانی یعنی معدل ۲۳۱ میلیون نفر را به کار گمارده است. بنابر پیش بینی این سازمان این ارقام در سال ۲۰۰۶ به ترتیب به ۱۱/۵ درصد و ۳۸۵ میلیون نفر بالغ خواهد گردید (WTO, 1997).

بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیر ساخت ها می دانند. صنعت گردشگری در سراسر دنیا، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، که منابع دیگر اقتصادی مانند تولید یا استخراج منابع طبیعی ندارند بسیار حایز اهمیت است (گی. چاک. وای، ۱۳۷۷). این صنعت عامل موثری در تعامل فرهنگ ها، گفتگوی تمدنها و برقراری و تحکیم انس و الفت بین ملت هاست (احسانی، ۱۳۵۰). یکی از این بخش های مهم و پر اهمیت که عامل ایجاد انگیزه برای گردشگران است و قابلیت تبدیل شدن به یک امر فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است که از آن به عنوان «گردشگری ورزشی» نام برده می شود (پارسی پور و قاسمی، ۱۳۸۴). گردشگری اقسام گوناگونی دارد که گردشگری ورزشی یکی از آن هاست و در میان بخش های مختلف گردشگری، بیشترین رشد را داشته است (خطیب زاده و هنرور، ۱۳۹۰). یکی از جامع ترین تعریف ها در زمینه گردشگری ورزشی را گیبسون^۲ ارائه کرده است: گردشگری ورزشی، مسافرتی تفریحی است که افراد موقتاً از محل سکونت خود خارج می شوند تا اقدام به شرکت در فعالیت های بدنی، تماشای فعالیت های بدنی یا احترام به جذابیت های مربوط به فعالیت های بدنی نمایند. براساس دیدگاه گیبسون، گردشگری ورزشی با توجه به رفتارهای متمایزی که بروز می دهند به سه دسته گردشگری فعال، گردشگری رویداد ورزشی و گردشگری خاطرات ورزشی تقسیم میشوند (Gibson, 2005). به عبارتی دیگر گردشگری ورزشی صنعتی است که از ترکیب دو صنعت «گردشگری» و «ورزش» پدید آمده است. در دنیای امروزی، گردشگری ورزشی یک منبع سرشار از سود و درآمد است و هر کشوری که بتواند شرایط استفاده از این منبع را فراهم کند از مواهب و مزایای آن بهره مند خواهد شد (ارشادی فرد، ۱۳۸۸). آمارها بیانگر این است که بسیاری از کشورهایی که شرایط مناسبی در خصوص گردشگری ورزشی دارند، بخش عظیمی از اقتصاد خود را از طریق اقتصاد گردشگری ورزشی اداره می کنند (خدرلی، ۱۳۸۶).

رشد و رواج روز افزون مسافرت های تفریحی مرتبط با ورزش و رواج شیوه زندگی فعال باعث شده است که مردم حتی در مسافرت به ورزش علاقمند شوند (Green B, and L Chalip 1988). براساس اطلاعات موجود درآمد کشورهای پیشرفته جهان از محل گردشگری ورزشی سالانه چیزی بیش از ۲۰ میلیارد دلار است اما ایران با وجود جاذبه های بی نظیر گردشگری و طبیعی و داشتن آثار تاریخی چندین هزار ساله تاکنون بهره چندانی از این حوزه نبرده است (محرم زاده، ۱۳۸۸). تا جائیکه بر اساس پیش بینی سازمان جهانی گردشگری (WTO) تا سال ۲۰۱۰ بیش از ۴۳٪ از مشاغل جهان مربوط به صنعت گردشگری خواهد بود (Thapa, B. Pennington-Gray, L. Holland, S 2002).

کشور ما به دلیل داشتن ظرفیت های فراوان می تواند از رهگذر این امر بهره های فراوان ببرد؛ زیرا با توجه به بررسی های صورت گرفته و اثبات شده یکی از ده کشور اول جهان از نظر جذابیت های گردشگری است (Green B, and L Chalip 1988). آگاهی

از اولویت های مورد توجه گردشگران از جمله عواملی است که می بایست در برنامه ریزی های توسعه گردشگری ورزشی لحاظ شود (خطیب زاده و هنرور، ۱۳۹۰).

سرزمین ایران با پتانسیل های طبیعی و جاذبه های سیاحتی و فرهنگی بسیار و دارا بودن آب و هوای به اصطلاح چهار فصل می تواند به عنوان کشوری توانمند در آماده سازی شرایطی مطلوب برای علاقه مندان به مسافرت های خارجی، قطبی مهم در صنعت گردشگری به معنای عام و گردشگری ورزشی در معنای خاص آن تلقی شود، که در این راستا استان زنجان با داشتن پتانسیل های موجود، توانایی های لازم و موقعیتی استراتژیک می تواند نقشی مهم و اساسی در جذب انواع گردشگر، بویژه گردشگر ورزشی داشته باشد.

با توجه به ناشناخته بودن عوامل مؤثر در جلب گردشگران به ایران، و زنجان، به دلیل نبود مطالعات ویژه در این زمینه، یکی از مشکلات پیش رو در برنامه ریزی و بازاریابی برای جلب گردشگر بطور اعم و گردشگر ورزشی بطور اخص، شناسایی عوامل مؤثر بر حضور آنهاست. این مشکل باعث می شود علیرغم هزینه های هنگفتی که از سوی سازمان تربیت بدنی، کمیته ملی المپیک، فدراسیون ها و دیگر نهادهای مرتبط برای برگزاری رویدادهای ورزشی ملی انجام می شود، نتوان از فواید زیاد توسعه گردشگری حاصل از این رویدادها استفاده کرد. در صورت توسعه گردشگری حاصل از برگزاری رویدادهای ورزشی ملی در شهر زنجان می توان بهره های اقتصادی رویدادی، ملی و استانی را افزایش داد.

ادبی (۱۳۸۸) در پژوهش خود بیان نمود که از میان جاذبه های طبیعی گردشگری ورزشی در کشور، به ترتیب ۱- ورزش های ساحلی، آبی و تابستانی ۲- تپه نوردی و طبیعت نوردی ۳- بیابان گردی و کویر نوردی ۴- شکار و صید، برای جذب گردشگران ورزشی به ایران اهمیت بیشتری دارند.

احسانی (۱۳۸۹) در پژوهشی عنوان می کند که از میان جاذبه های مختلف گردشگری در کشور آزمودنی ها اولویت خود را به ترتیب به صحرا، دریا و رویدادهای ورزشی اختصاص داده اند.

لذا شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از رویدادهای ملی ورزشی و میزان اهمیت و ترتیب اولویت هر یک از آنها، اولین گام لازم برای شروع فعالیت علمی و مدون در بخش گردشگری ورزشی و توسعه آن است.

فتح الهی، امید، محرم زاده، مهرداد (۱۳۸۶) در تحقیقی که به بررسی تطبیقی نقش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مدیران و دست اندرکاران ورزش ایران و ترکیه پرداختند، نتیجه گرفتند که بین دیدگاه مدیران و دست اندرکاران ورزش کشورهای ایران و ترکیه در خصوص عوامل جلب کننده و عوامل بازدارنده تفاوت معنی داری وجود داشت. بطوریکه مدیران و دست اندرکاران ورزش ترکیه نقش عوامل جلب کننده و عوامل بازدارنده را در توسعه و پرورش گردشگری ورزشی مهمتر از همتایان ایرانی خود می دانستند.

ناصری (۱۳۷۵) طی تحقیقی جهت شناسایی موانع مؤثر در توسعه صنعت گردشگری کشور، عدم استفاده از شیوه های بازاریابی و تبلیغات سوء و غیر واقع از ایران مانع جلب گردشگر به ایران می شود.

چو^{□□} (۲۰۰۴) در تحقیقی به بررسی اثر ورزش تکواندو بر توسعه گردشگری ورزشی در کشور کره پرداخت. نتایج تحقیق وی نشان داد ورزش هایی که سنت یک کشور محسوب می شوند می توانند جلب کننده گردشگر ورزشی باشند.

کوساسی[□] (۲۰۰۵) در تحقیق خود با عنوان گردشگری ورزشی در هند، جاذبه های طبیعی ورزشی در هند که از اهمیت بیشتری برخوردارند را ورزشهای زمستانی همانند اسکی و اسکیت در منطقه گلمارج کشمیر، تپه نوردی، گذران اوقات فراغت در خانه های قایقی در منطقه دال لیک، گاری سواری و گلف ذکر می کند.

کراک^{□□} (۲۰۰۵) در تحقیقی به بررسی عوامل موثر بر مسافرت گردشگران ورزشی با توجه به ملیت و مقصد آنها پرداخت. نتایج تحقیق وی نشان داد امکانات اقامتی، آب و هوا، سطح قیمت ها، محل جغرافیایی مقصد، و دسترسی به دریا و ساحل مهمترین دلایلی بودند که گردشگران انگلیسی برای رفتن به مالت و ترکیه عنوان کردند.

یاماگوشی^{□□□} (۲۰۰۵) در تحقیقی به بررسی دلایل، انگیزه ها و محدودیتهای مسافرت کنندگان در قالب گردشگران ورزشی پرداخت. وی به این نتیجه رسید که در هر مطالعه ای که به منظور برنامه ریزی و توسعه گردشگری ورزشی در شهر یا کشور مقصد انجام می گیرد، بایستی دلایل، جذابیتها و موانعیکه برای گردشگران مهم است شناسایی شوند.

دیری و جاگو^{□□□□} (۲۰۰۶) در مقاله خود به مدیریت گردشگری ورزشی در استرالیا پرداختند: گردشگری ورزشی نقش مهمی در اقتصاد ملی و محلی دارد و به نظر می رسد از توانایی بالقوه برای افزایش این نقش برخوردار است. سهم گردشگری ورزشی در استرالیا سالیانه حدود سه میلیارد دلار برآورد می شود.

با توجه به اینکه امروزه شاهد روی آوردن به منابع مالی جدید در توسعه اقتصاد ملی و بهره گیری از صنعت ورزش برای درآمدزایی به صورت عام و استقلال مالی بخش ورزش جامعه به صورت خاص هستیم و در این راستا ایجاد و توسعه توریسم ورزشی یکی از کانالهای بسیار مهم جهانی در توسعه سهم صنعت ورزشی از تولید ناخالص ملی محسوب می گردد و از طرفی استانهای مختلف کشور ایران براساس ویژگیهای خاص جغرافیایی، فرهنگی و اقلیمی می تواند سهم خاصی در این توسعه ملی و منطقه ای داشته باشند (ارشادی فرد، ۱۳۸۸) با توجه به مطالب ذکر شده محققین در نظر دارند به بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری از رویدادهای ورزشی در شهر زنجان از دیدگاه دست اندرکاران ورزشی پردازد تا با شناخت این عوامل موثر، زمینه توسعه گردشگری ورزشی در استان را تدوین، و بدین ترتیب کمک موثری به ادارات ورزشی استان بنماید.

عوامل سوق دهنده: «عواملی هستند که در جذب گردشگر تأثیر می گذارند مثل انگیزه های فرهنگی و تعلیم و تربیت، انگیزه های آرامش و لذت، انگیزه های قومی و نژادی و دیگر انگیزه ها (شامل انگیزه هایی مثل آب و هوا، سلامتی، ورزش و اجتماعی)»
عوامل جلب کننده: «عواملی هستند که به طور مستقیم باعث جذب گردشگر هستند مثل تأمین درآمد برای کشور مقصد، تبلیغ و بازاریابی مناسب کشورها و شهرها برای کسب درآمد از گردشگران، معرفی فرهنگ و ویژگیهای مقصد، فرهنگ خاص محلی، طبیعت زیبا، مکانهای دیدنی، هزینه ها و امکانات اقامتی».

عوامل بازدارنده: «عواملی هستند که مانع حضور گردشگران در آن منطقه می باشند مثل مشکلات فرهنگی، مشکلات سازمانی، مشکلات کارگزاری، عوامل اقتصادی و بحران های سیاسی و اقتصادی در کشور مقصد (مثل ناامنی و جنگ در کشور مقصد) (قیامی راد، محرم زاده، ۱۳۴۲)».

جاذبه های طبیعی: شامل آن دسته امکانات و شرایط طبیعی موجود در استان زنجان که می توان با استفاده از این امکانات در جذب گردشگران ورزشی استفاده نمود. (جنگل های انبوه، رودخانه های خروشان و کوههای سر به فلک کشیده، سواحل دریا و پهنه دشتهای چشمه های آب گرم (ارشادی فرد، ۱۳۸۸)

قطب ورزشی: شامل آن دسته از ورزش ها و استعدادها در استان زنجان می باشد.

روش شناسی

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی (زمینه یابی) است که به صورت میدانی انجام شده است. تحقیق حاضر از بعد روش گردآوری داده‌ها توصیفی- پیمایشی و از بعد هدف تحقیق، کاربردی است. جامعه آماری تحقیق را دست اندرکاران ورزشی شهر زنجان (کارشناسان تربیت بدنی آموزش و پرورش، کارشناسان ادارات تربیت بدنی و کارشناسان بخش گردشگری اداره میراث فرهنگی و گردشگری) شهر زنجان به تعداد ۱۲۰ نفر، تشکیل دادند که با توجه به اهداف تحقیق نمونه آماری به صورت تمام شمار ($N=n$) به عبارتی غیر تصادفی هدفمند انتخاب گردید.

روش و ابزار گردآوری اطلاعات

برای انجام تحقیق حاضر از یک پرسشنامه استفاده شده است، که شامل چهار بخش؛ (اطلاعات فردی)، (اطلاعات مربوط به عوامل سوق دهنده، جلب کننده و بازدارنده)، (اطلاعات مربوط به جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی) بخش چهارم (سوال باز) بود. پرسشنامه مذکور در چند تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است. پرسشنامه به دفعات در کشور مورد استفاده قرار گرفت (هنرور). ولی محققین به منظور اطمینان بیشتر از انطباق پرسشنامه با جامعه آماری، به اندازه گیری روایی و پایایی پرسشنامه اقدام نمودند. که آلفای کرونباخ عوامل سوق دهنده ۰/۷۳ و عوامل جلب کننده ۰/۸۰ و عوامل بازدارنده ۰/۷۷ و جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی ۰/۸۷ به دست آمد. این پرسشنامه، مقیاس پنج ارزشی لیکرت که شامل ۷۲ سوال (سوالات ۱۸-۱ برای عوامل سوق دهنده و سوالات ۴۳-۱۹ برای عوامل جلب کننده و سوالات ۵۱-۴۴ برای عوامل بازدارنده و برای جاذبه های طبیعی و برای قطب ورزشی سوالات ۷۲-۵۲) و همچنین اطلاعات فردی شامل سن، جنس، سابقه مدیریت، سابقه مربیگری یا سرپرستی و سابقه شرکت در رویدادهای ورزشی می باشد و همچنین در انتها یک سوال باز که از پاسخ دهنده گان خواسته شده بود سایر عوامل مؤثر دیگر را بنویسند جهت تکمیل در اختیار نمونه آماری قید شده قرار گرفت. در نهایت ۱۱۰ پرسشنامه به محققین عودت داده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی برای جداول، نمودارها، درصد فراوانی و انحراف استاندارد... و از آمار استنباطی آزمون کای اسکویئر (خی دو تک گروهی) جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات (معنادار بودن فرضیه ها) استفاده شده است.

یافته ها

نتایج این بررسی نشان داد ۵۴٪ نمونه آماری را کارشناسان آموزش و پرورش، ۲۷٪ کارشناسان هیئت های ورزشی و ۱۸٪ کارشناسان گردشگری، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری بوده اند. حجم بیشتری از جامعه تحت بررسی در حدود ۸۲٪ در رده سنی بین ۲۰ تا ۴۰ سال است. همچنین ۵۵٪ افراد نمونه آماری را مردان و ۴۵٪ آن را زنان تشکیل می دهند. اکثر افراد نمونه آماری در حدود ۵۱٪ مدرک تحصیلی لیسانس دارند. همچنین، اکثر نمونه ها ۶۸٪ سابقه مدیریت، سرپرستی و مربیگری بین ۱ تا ۳۰ سال داشته اند و بقیه افراد نمونه آماری فاقد سابقه بوده اند. در نهایت اکثر نمونه ها ۸۷٪ سابقه شرکت در رویدادهای ورزشی را داشته اند.

جدول ۱: فراوانی گروههای مورد آزمون به تفکیک گروهها

درصد	فراوانی			جامعه آماری
	جمع	مرد	زن	
۲۷/۲	۳۰	۲۳	۷	کارشناسان و روسای هیئت های ورزشی اداره تربیت بدنی
۱۸/۱	۲۰	۱۰	۱۰	مدیران و کارشناسان بخش گردشگری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی
۵۴/۵	۶۰	۲۷	۳۳	کارشناسان تربیت بدنی شاغل در ادارات آموزش و پرورش
۱۰۰	۱۱۰	۶۰	۵۰	جمع

جدول ۲: فراوانی مربوط به سطح تحصیلات آزمودنی های تحت بررسی

درصد	تعداد			فراوانی سطح تحصیلات
	جمع	مرد	زن	
۷/۴	۸	۷	۱	دیپلم
۲۰	۲۲	۹	۱۳	کاردانی
۵۱/۸	۵۷	۳۰	۲۷	کارشناسی
۲۰/۹	۲۳	۱۴	۹	کارشناسی ارشد
۱۰۰	۱۱۰	۶۰	۵۰	جمع

جدول ۳: فراوانی مربوط به سابقه مدیریت، مربیگری یا سرپرستی آزمودنی های تحت بررسی

درصد	تعداد			فراوانی سابقه مدیریت
	جمع	مرد	زن	
۳۲,۷	۳۶	۱۷	۱۹	بدون سابقه
۳۰	۳۳	۱۵	۱۸	۱-۵ سال
۱۴,۵	۱۶	۸	۸	۶-۱۰ سال
۱۲,۷	۱۴	۱۱	۳	۱۱-۱۵ سال
۲,۷	۳	۲	۱	۱۶-۲۰ سال
۵,۵	۶	۵	۱	۲۱-۲۵ سال
۱,۸	۲	۲	۰	۲۶-۳۰ سال
۱۰۰	۱۱۰	۶۰	۵۰	جمع

در تحلیل استنباطی، به منظور بررسی سطح معناداری از آزمون مربع کای (خی دو) در سطح معناداری $\alpha=0,05$ استفاده شد. تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری (سوق دهنده و بازدارنده) و نتایج حاصل از مربع کای نشان می دهد که سطح معنی داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ می باشد ($p \leq 0/05$) و حاکی از آن است که از دیدگاه دست اندرکاران ورزشی زنجان بین عوامل سوق دهنده و بازدارنده بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی ارتباط وجود دارد. به عبارت دیگر عوامل سوق دهنده باعث بهبود گردشگری و عوامل بازدارنده مانع توسعه گردشگری در استان زنجان می شود. اما در مورد عوامل جلب کننده، نتایج حاصل از آزمون مربع کای نشان می دهد که در سطح معنی داری آزمون بیشتر از ۰/۰۵ می باشد به عبارت دیگر از نظر دست اندرکاران ورزشی شهر زنجان عوامل جلب کننده در شهر زنجان تاثیری بر توسعه گردشگری ندارد.

جدول ۴: تحلیل عوامل مؤثر (سوق دهنده، جلب کننده و بازدارنده) بر توسعه گردشگری از دیدگاه دست اندر کاران ورزشی بر اساس آزمون خی دو (chi Square):

سوال	فراوانی					ارزش خی	سطح معنی داری	انحراف معیار	میانگین
	کاملاً موافق	موافق	بی نظر	مخالف	کاملاً مخالف				
عوامل سوق دهنده	۴۴۴	۸۰۶	۳۳۹	۳۱۵	۶۸	۶۴/۳۲۷	۰/۰۰۱	۰/۴۳	۳/۶
عوامل جلب کننده	۱۰۹۵	۹۸۵	۳۱۶	۲۸۲	۸۵	۴۹/۳۶۷	۰/۱۷۴	۰/۵۱۳	۴/۰۳
عوامل بازدارنده	۲۸۴	۳۲۲	۱۲۹	۱۴۳	۳۷	۴۱/۶۳۶	۰/۰۰۲	۰/۶۹۱	۳/۷۲

داده‌های جدول شماره ۴ یا استفاده از آزمون آماری خی دو نشان می‌دهد که مقدار عددی بدست آمده و سطح معنی داری، جاذبه‌های طبیعی و قطب ورزشی کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد است. ($p \leq 0/05$) بنابراین این فرضیه از لحاظ آماری مورد تأیید می‌باشد. بعبارت دیگر بین جاذبه‌های طبیعی و قطب ورزشی با توسعه گردشگری ورزشی ناشی از برگزاری رویداد های ورزشی از نظر دست اندرکاران ورزشی استان زنجان ارتباط وجود دارد. به عبارتی متغیرهای فوق (جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی) باعث بهبود و رونق گردشگری ورزشی می‌گردند.

جدول ۵: مقدار خی دو جاذبه‌های طبیعی و قطب ورزشی بر توسعه گردشگری ورزشی استان زنجان

مقدار خی دو	میانگین	انحراف معیار	سطح معنی داری
۲۰/۰۹	۳/۵۳	۴/۰۸۹	۰/۰۱
۳۵/۵۴	۳/۷	۱/۳۹۸	۰/۰۰

نتیجه گیری

بررسی نتایج حاصل از آزمون فرضیه های تحقیق نشان داد، دست اندر کاران ورزشی به عوامل سوق دهنده و بازدارنده، بیشتر اهمیت می دهند و توجه کمتری به عوامل جلب کننده نشان می دهند. همچنین جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی مورد توجه می باشند. علاوه بر نتایج حاصل از آزمون فرضیه های تحقیق، با توجه به جوابهای آزمودنی ها به سؤال باز مطرح شده در آخر پرسش نامه، به نظر می رسد دست اندرکاران ورزشی، به عوامل بازدارنده اهمیت بیشتری می دهند. که دلیل آن می تواند بعضی عوامل فرهنگی و اجتماعی یا توجه بیش از حد به ماهیت ورزش و انگیزه های موجود برای شرکت در رقابتهای ورزشی، بدون توجه به سایر عوامل غیر ورزشی موجود در جامعه باشد که مانع توسعه گردشگری می شوند. نتیجه این تحقیق با تحقیقات هنرور (۸۳)، محرم زاده (۸۷)، گلدوست (۸۹)، چالیپ (۲۰۰۳)، تاپا و گری (۲۰۰۲) در خصوص عوامل سوق دهنده همخوانی دارد (۲۲، ۲۱، ۲، ۲۳، ۱۲). تحقیق همچنین نشان داد دست اندرکاران ورزشی به اهمیت عوامل جلب کننده تأکید کمتری داشته اند. از نظر آزمودنی ها، امکانات ورزشی متناسب با نیازها و خواسته های گردشگران، سیاستها، قوانین و راهبردهای فعلی ایران در زمینه جلب گردشگر، دسترسی میزبان به دریا و ساحل و متداول بودن ورزشهای پرطرفدار، وجود مناظر، چشم اندازها مکانهای دیدنی در شهر میزبان برای حضور و جلب گردشگران ورزشی، در شهر زنجان مناسب نمی باشد، به عبارت دیگر شهر زنجان فاقد عوامل فوق برای جلب گردشگر ورزشی، ناشی از برگزاری رویداد ورزشی است. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات قیامی راد و محرم-زاده (۱۳۸۷)، خلیل زاده و همکاران (۱۳۸۷)، هنرور (۱۳۸۳)، براز (۲۰۰۲)، کزاک (۲۰۰۲) و یاماگوشی (۲۰۰۵) و گلدوست،

(۱۳۸۹) متناقض می باشد (۲۱،۲۵،۲۲،۲۴،۱۹،۲،۱۸). و با نتایج تحقیق چو (۲۰۰۴) همسو می باشد (۱۶). عوامل بازدارنده بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی ملی از دیدگاه دست اندرکاران ورزشی ارتباط وجود دارد. به عبارتی عوامل بازدارنده بر توسعه گردشگری ورزشی تاثیر دارد و می تواند اثر منفی در توسعه گردشگری داشته باشد. بدی آب و هوا، کافی نبودن زمان کافی برای برنامه ریزی سفر به دلیل عدم تبلیغات به موقع از سوی شهر میزبان، مشکلات فرهنگی: فقدان تلقی مثبت نسبت به گردشگری در میان مردم و مسئولین و نامشخص بودن راهبرد گردشگری، مشکلات سازمانی (فقدان متولی واحد) و مشکلات کارگزاری (فقدان بخش خصوصی کارآمد، عدم بکارگیری نیروهای متخصص، پایین بودن کیفیت و استاندارد نبودن بسیاری از اماکن توریستی و ورزشی کشور) از نظر آزمودنی ها، از عوامل بازدارنده توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویداد ورزشی عنوان می کنند. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات قیامی راد و محرمزاده (۱۳۸۷)، فتح اللهی (۱۳۸۶)، هنرور (۱۳۸۳)، و یاماگوشی (۲۰۰۵) و گلدوست (۱۳۸۹) مطابقت دارد (۲۱،۱،۲۲،۱۹،۲). و با نتایج تحقیق خلیل زاده و همکاران (۱۳۸۷) متناقض است (۲۵).

همچنین بین جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی با توسعه گردشگری ناشی ارتباط وجود دارد. تحقیقات انجام شده نشانگر اهمیت جاذبه های طبیعی و قطب ورزشی در جذب توریسم و توسعه گردشگری ورزشی است که این عوامل در استان زنجان از اهمیت فراوانی برخوردارند. و در توسعه گردشگری ورزشی می تواند اهمیت دو چندان داشته باشد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات گلدوست (۱۳۸۹)، کوساسی (۲۰۰۵) پرستون - وایت (۲۰۰۳)، دولینکار (۲۰۰۳) و کیو (۲۰۰۳) مطابقت دارد (۲،۱۷،۲۶،۲۶).

با نگاهی به موقعیت جغرافیایی و توجه به وضع آب و هوایی و اکولوژیکی منطقه که بستر بسیار مناسبی در جهت توسعه ورزش عمومی به ویژه ورزش های مرتبط با محیط زیست هستند دارد، می توان اهمیت و استعداد صنعت گردشگری را در استان زنجان به روشنی دریافت. استان زنجان با دارا بودن جاذبه های طبیعی (قلل مرتفع و پوشیده از برف، حیات وحش، رود قزل ازون، غارهای متنوع و مناظر طبیعی زیبا) می تواند در ارتباط با گردشگری ورزشی سرمایه گذاری خوبی نماید و با مهیا نمودن شرایط ورزش هایی همچون کوهنوردی، صخره نوردی، شکار، قایقرانی، طبیعت نوردی، اسکی، هاکی و... از طریق ایجاد تاسیسات زیربنایی جهت راه اندازی فعالیت های ورزشی و گردشگری ورزشی موجب درآمدهای هنگفت شود. داشتن پتانسیل های لازم جهت راه اندازی فعالیت های مختلف ورزشی از طریق راه اندازی سایت های بسیار عظیم و مجهز ورزشی بسیار مهم است. برای اینکه بتوان فعالیت های مختلف گردشگری ورزشی را اجرا نمود، نخست بایستی در بخش سخت افزاری (یعنی احداث مراکز اقامتی و پذیرایی، فرودگاه ها، راه های ارتباطی و...) و سپس بخش نرم افزاری (استفاده از مدیران متخصص و مجرب و بحث فرهنگی و...) اقدامات لازم صورت گیرد.

لذا، در راستای اهداف تحقیق حاضر پیشنهاد می شود سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان که سازمان متولی گردشگری است با همکاری سازمانهای متولی ورزش کشور و به تبع آن فدراسیونهای ورزشی جلسات، دوره های توجیحی و آموزشی با موضوعات مربوط به گردشگری، ورزش، و گردشگری ورزشی برگزار کنند و با امضای تفاهم نامه هایی در این زمینه در جهت توسعه و ترویج گردشگری ورزشی در کشور گامهای مؤثری بردارند.

پی نوشت ها

1. Gibson
2. tourism
3. sport
4. choo

5. cosasi
6. cozak
7. Yamaguchi
8. jago

منابع

۱. فتح‌اللهی، امید، محرم زاده، مهرداد (۱۳۸۶). "بررسی تطبیقی نقش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش ایران و ترکیه".
۲. گلدوست‌عذرا (۱۳۸۹). "بررسی عوامل و راهکارهای توسعه گردشگری با تاکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی استان اردبیل". پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه ارومیه
۳. گی، چاک. وای. (۱۳۷۷). **جهانگردی در چشم اندزای جامع**. ترجمه دکتر علی پارسیان و دکتر سید محمد اعرابی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ اول، تهران..
۴. احسانی، کامران (۱۳۵۰). **پژوهش برای آرامش دور از خشکیها. تیزایی، فرانکلین**، دانشگاه تهران، دانشکده هنرهای زیبا.
۵. پارسی‌پور و قاسمی (۱۳۸۴). **گردشگری ورزشی**، مجموعه مقالات دومین کنفرانس مدیریت ورزشی، اصفهان.
۶. خطیب‌زاده، مهدی، هنرور، افشار (۹۰) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و اولویت‌گردشگران ورزشی ایران، مجموعه مقالات همایش تفریحات ورزشی، تهران
7. Gibson, H. J. (2005) Sport tourism: a critical analysis of research. **Sport Management Review**
۸. ارشادی‌فرد، رسول، ۱۳۸۸، تبیین عوامل توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد
۹. خذرلی، جبرائیل (۱۳۸۶). قابلیت‌های اکوتوریستی استان آذربایجان غربی و تعیین ظرفیت جذب گردشگر و جهانگرد در این زمینه. اولین همایش بررسی قابلیت‌ها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی، ارومیه.
10. Green B , and L Chalip (1988). **sport tourism in city: The role of sport in economic and social regeneration** Routledge , Florence. KY , USA
۱۱. محرم زاده و مهرداد . (۱۳۸۸) **اصول و مبانی گردشگری ورزشی** - انتشارات ارومیه - جهاد دانشگاهی واحد استان آذربایجان غربی
12. Thapa, B .Pennington-Gray, L. Holland, S (2002). Assessing the validity of an outdoor recreation model for tourists to florida.
۱۳. ادبی فیروز‌جاه، جواد؛ کوزه‌چیان، هاشم؛ (۸۸) بررسی مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی ورزشی مؤثر بر توسعه ورزشی کشور از دیدگاه کارشناسان ورزشی و گردشگری، **نشریه مدیریت ورزشی حرکت** شماره ۱
۱۴. احسانی، محمد، همکاران (۸۹) تعیین عوامل مهم در کیفیت بسته‌های گردشگری ورزشی در کشور، **نشریه مدیریت ورزشی حرکت** شماره ۴
۱۵. ناصری (۱۳۷۵). "شناسایی موانع مؤثر در توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریست"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس تهران
16. Cho, kwang-Min (2004). "Developing Taekwondo as a tourist commodity". IJASS, 13(2), 53-62.
17. Ko sasi, V(2005) sports tourism, in Inndia, Journal of sports tourism
18. Kozak M (2005) Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations , tourism management
19. Yamaguchi. Y. (2004) sports tourism, sport volunteer and sport for all
20. Deery,M& Jaago,L (2006)the management of sports tourism, in Heather Gibson
۲۱. قیامی‌راد، امیر، محرم زاده، مهرداد؛ رابطه دیدگاه مدیران ورزشی و مدیران گردشگری کشور و عوامل گردشگری ورزشی در ایران، **فصلنامه المپیک** ش ۴۲
۲۲. هنرور افشار (۱۳۸۳). "عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی و مدیران گردشگری". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران
23. Chalip, L. Green, B. C., & Hill, B. (2003): Effects of sport event media on destination image and intention to visit. **Journal of Sport Management**
24. Braz J. I (2002)Sport for all moves people around the global.
۲۵. خلیل‌زاده منصور و همکاران (۱۳۸۷) **امکان‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان غربی**
26. Dolnicar, S., 2003, "Who is Riding the wave? An investigation into development and psychographic characteristics of surf Tourists ". Coffs Harbour, Australia