

## قابلیت‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی

حسین پناهی<sup>۱</sup>، معصومه آدمی<sup>۲\*</sup>

۱. دانشیار اقتصاد، دانشگاه تبریز

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه تبریز

تاریخ دریافت: (۹۳/۰۶/۱۰) تاریخ پذیرش: (۹۴/۰۲/۲۹)

## Evaluating of Sports Tourism Development in East Azerbaijan Province

Hossein Panahi<sup>1</sup>, Masumeh Adami<sup>2\*</sup>

1. Associate Professor in Economics, University of Tabriz

2. MSc Student in Geography and Tourism Planning, University of Tabriz

Received: (1 sep 2014)

Accepted: (19 May 2015)

### Abstract

This research aims to investigate sports tourism potentials and the factors affecting its development in East Azerbaijan Province. Statistical society including 40 people of managers and staff of sport, tourism and cultural Heritage organizations who were selected randomly. Required data for the research was collected through a standard questionnaire and then was analyzed through using SPSS software. In order to evaluate the development capability of sports tourism in East Azerbaijan Province, three types of factors including; push factors, pull factors and deterrent factors were studied. The results show that the most important components of push factor are achieving peace, relaxation, and physical and mental refreshment, the most important component of pull factor is transportation situation and the most important element of deterrent factor is insufficient leisure time in development of sports tourism in East Azerbaijan Province.

### Keywords

Tourism, Sport tourism, Tourism development, Capability, East Azerbaijan Province.

### چکیده

هدف از این تحقیق، بررسی پتانسیل‌های گردشگری ورزشی و عوامل مؤثر بر توسعه آن در استان آذربایجان شرقی است. از بین جامعه آماری مدیران و دست‌اندرکاران ورزش و گردشگری (شامل کلیه کارکنان اداره‌های کل و اداره‌های تربیت بدنی و میراث فرهنگی گردشگری) تعداد ۴۰ نفر به طور تصادفی به عنوان آزمودنی انتخاب شدند. جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه استاندارد و پس از تایید روایی (نظر کارشناسان) انجام پذیرفت و از طریق نرم افزار SPSS مورد تجزیه تحلیل قرار گرفت. به منظور قابلیت‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی سه دسته از عوامل: (۱) عوامل سوق دهنده، (۲) عوامل جلب کننده و (۳) عوامل بازدارنده مطالعه شدند که رسیدن به آرامش، رفع خستگی و تجدید قوای جسمی و ذهنی به عنوان مهم‌ترین مؤلفه از میان عوامل سوق دهنده، وضعیت حمل و نقل به عنوان مهم‌ترین مؤلفه از میان عوامل جلب کننده و مؤلفه کافی نبودن زمان اوقات فراغت به عنوان مهم‌ترین عامل بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی شناخته شدند.

### واژگان کلیدی

گردشگری، گردشگری ورزشی، توسعه گردشگری، قابلیت‌سنجی، آذربایجان شرقی.

**مقدمه**

امروزه گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین و متنوع‌ترین صنایع دنیا به حساب می‌آید و بسیاری از کشورها، این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌های خود می‌دانند. حجم مبادلات بین‌المللی گویای آن است که صنعت گردشگری بیش از ۲۰ درصد کل مبادلات بین‌المللی را شامل می‌شود. براساس آخرین گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری (WTO)<sup>۱</sup> صنعت گردشگری پس از صنعت نفت و خودروسازی به سومین صنعت درآمدزای جهان تبدیل شده است و تعداد گردشگران جهان سالیانه ۴/۳ درصد رشد دارد و در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر می‌رسد (WTO, 2001). در این میان گردشگری ورزشی نقش بسزا و روز افزونی را دارد؛ بطوری که در بعضی از کشورها درآمدهای ارزی ناشی از این صنعت یکی از منابع عمده در جهت تقویت اقتصاد ملی و توسعه محسوب می‌شود. ورزش هم مانند سایر عوامل جلب‌کننده، از جذابیت‌های گردشگری است. با این تفاوت که جلب‌کننده‌ای منحصر به فرد است. ورزش این توانایی را دارد که گردشگران زیادی را به خود جلب کند؛ بنابراین رویدادهای در برگیرنده ورزش، خود نوعی جذابیت به شمار می‌آیند و به عنوان عامل جلب‌کننده گردشگر به شهر یا کشور مقصد عمل می‌کنند (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۷). گردشگری ورزشی سفری است که به دلایل غیر تجاری به صورت رسمی یا غیر رسمی و بر پایه تفریح یا تماشای ورزش، تشویق ورزشکاران، حضور در رویدادهای ورزشی، به صورت کوتاه مدت یا تعریف شده در داخل یا خارج از کشور صورت می‌گیرد (مجتبوی، ۱۳۸۷، ۱۷).

در کشورهای صنعتی گردشگری به عنوان یک مجموعه کل بین ۴ تا ۶ درصد تولید ناخالص داخلی (GDP) را تولید می‌کند و گردشگری ورزشی بین ۱ تا ۲ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) را شامل می‌شود. اگرچه اندازه‌گیری تأثیر ورزش و گردشگری در کل جهان مشکل است با وجود این نرخ رشد صنعت گردشگری ورزشی حدود ۱۰ درصد در سال برآورد می‌شود (هودسونز<sup>۲</sup> ۱۹۹۸). برآوردها نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۴ بیش از ۷۰ میلیون نفر در جهان به منظور شرکت در مسابقات ورزشی به ویژه تماشای این مسابقات جابجا شده‌اند. مسابقات المپیک تابستانی و زمستانی مسابقات جهانی، ملی و منطقه‌ای تبدیل به جاذبه بزرگ گردشگری شده است. مسابقات

فوتبال در سطوح مختلف سهم بزرگی در جذب گردشگران ورزشی دارد. فدراسیون جهانی بسکتبال نیز گزارش کرد که درآمد حاصل از برگزاری مسابقات جام جهانی بسکتبال سال ۲۰۱۰ در ترکیه حدود دویست میلیون یورو بوده است. به طوری که سی هزار گردشگر ورزشی در این مسابقات حضور داشتند (فدراسیون جهانی بسکتبال، ۲۰۱۰).

برای توسعه گردشگری ورزشی در کشور، مؤلفه‌هایی نیز در نظر گرفته شده است. مانند: تدوین استراتژی توسعه گردشگری ورزشی (اصفهانی، ۱۳۸۷، ۸۳-۷۱)، تدوین استراتژی بازاریابی گردشگری ورزشی (هنرور، ۱۳۸۸، ۲)، بررسی آمیخته‌های بازاریابی در صنعت گردشگری ورزشی (عباسی، ۱۳۸۹، ۲)، شناخت رویدادهای ورزشی و سنتی توانمند توسعه گردشگری ورزشی (کارکن، ۱۳۹۰، ۸۳-۷۱).

با توجه به تأکید کمیته بین‌المللی المپیک به توسعه گردشگری ورزشی و همچنین اهمیت این صنعت در شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی توجه به شرایط و استعدادها استان در جهت توسعه پایدار از طریق گردشگری ورزشی اهمیت پیدا می‌کند. استان آذربایجان شرقی که در یک منطقه طبیعی کوهستانی قرار گرفته، از لحاظ دارا بودن پتانسیل‌های لازم، جهت راه‌اندازی فعالیت‌های مختلف ورزشی، در سطح مطلوبی قرار دارد که می‌تواند مورد توجه گردشگران ورزشی قرار بگیرد. با توجه به اهمیت و ضرورت گردشگری ورزشی ویژه به این بخش برای پیشبرد اهداف اقتصادی در ورزش و تغییر نگرش گردشگران ورزشی ضروری است؛ لذا پژوهش حاضر بر آن است که نقش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در قالب سه دسته عامل کلی "عوامل سوق دهنده، جلب‌کننده، و محدودکننده" را در استان آذربایجان شرقی از دیدگاه کارشناسان ورزش و گردشگری بررسی نماید.

**پیشینه پژوهش**

در پژوهشی کیو<sup>۳</sup> و لیدر<sup>۴</sup> در سال (۲۰۰۳)، در بررسی گردشگری ورزشی در قاره آفریقا، عنوان کردند که بعضی از کشورهای شمال آفریقا همانند مراکش، تونس، مصر و دیگر کشورهای قاره همانند کنیا و آفریقای جنوبی، با استفاده از فرصت‌های موجود برای بهره‌برداری از گردشگری ورزشی متکی بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی، مدت زمان، فصل و درآمد

3. Cave.P  
4. Leader.C

1. World tourism organization  
2. Hudsons.S

اینسبورک در جذب گردشگر موفق‌تر بوده و دارای برند مشخص و بارزی است که لاهتی باید از این نظر تقویت گردد و هر دوی این شهرها نیاز دارند تا در کنار بازار به توسعه‌ی گردشگری ورزشی و معرفی رویداد جدید ورزشی بپردازند. محققان کشورمان مطالعاتی در زمینه‌ی این موضوع داشته‌اند که در ذیل به آن اشاره خواهد شد.

هنرور و همکاران (۱۳۸۶) در مقاله‌ای تحت عنوان عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران علاقه به فرهنگ، هنر، موسیقی، معماری و مکان‌های باستانی، انجام بازاریابی و خدمات مناسب آژانس‌های گردشگری، داشتن تفریحات شب هنگام، جشن‌ها و مراسم و برنامه‌های سنتی و دیگر برنامه‌های جانبی رویدادهای ورزشی، جشنواره‌ها و وجود مناظر، چشم‌اندازها و مکان‌های دیدنی از جمله عواملی هستند که در بازاریابی جهت جذب گردشگران ورزشی به کشور میزبان باید مورد توجه قرار گیرند. قیامی راد و محرم زاده (۱۳۸۷) در تحقیقی به بررسی تطبیقی نقش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش کشور ایران و استرالیا پرداختند. براساس نتایج به دست آمده، یکی از مهم‌ترین دلایل موفقیت کشور استرالیا در جلب گردشگران ورزشی برای دیدار از رویدادهای ورزشی برگزار شده در این کشور، همکاری دقیق و برنامه‌ریزی شده سازمان‌های متولی گردشگری و سازمان‌های متولی ورزش این کشور است. در پژوهش دیگری محمودی یکتا (۱۳۸۷) به شناسایی عوامل جذب کننده و بازدارنده گردشگران ورزشی فعال سفرکننده به ایران پرداخت و نتایج پژوهش نشان داد که امکان گردشگران ورزشی فعال، برای بهبود وضعیت اقتصادی ورزشی کشور زمانی میسر است که همه مؤلفه‌های اثر گذار از جمله زیر ساخت، مدیریت، فرهنگ، جاذبه‌های طبیعی و غیر طبیعی و سیاسی در این زمینه مورد بررسی قرار گیرد. بالا بودن آمار گردشگران ورزشی فعال سفر کننده به ایران بدون تغییر نگرش مسؤولان و دست‌اندرکاران بخش ورزش و گردشگری و بدون ایجاد بستری مناسب برای ورود گردشگران امکان‌پذیر نیست و تحقق این امر مستلزم شناسایی عوامل جلب کننده و بازدارنده گردشگران و کار بر روی آن‌ها می‌باشد. همچنین معین فرد (۱۳۹۰) در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران» مؤلفه‌های هشت‌گانه توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور (مدیریت و هماهنگی، حمایت‌های سیاسی و قانونی، بازاریابی، زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات، شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها، تحقیقات و پژوهش،

حاصل از گردشگری را به مقدار چشمگیری افزایش داده‌اند. در پژوهش دیگری کرامپتون<sup>۵</sup> (۲۰۰۳) با تأکید بر نقش عوامل سوق دهنده به عنوان یکی از عوامل مؤثر در جلب گردشگران ورزشی، شناسایی انگیزه‌های گردش و تفریح را که در انتخاب یک مقصد برای گردشگری تأثیر دارد، مهم قلمداد می‌نماید. در مطالعه‌ای کرامپتون و مک کای<sup>۶</sup> (۲۰۰۴)، با بررسی ۱۴۹۶ پرسشنامه‌ی تکمیل شده توسط گردشگرانی که از جشنواره‌ها و رویدادهای فستیوالی بازدید می‌کردند، برای شناسایی انگیزه‌های آنان برای حضور در این فعالیت‌ها، شش دسته انگیزه را که در جلب گردشگران تأثیر بسزایی داشتند، به عنوان عوامل جلب کننده معرفی کردند. کزاک<sup>۷</sup> (۲۰۰۵) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر بر مسافرت گردشگران ورزشی با توجه به ملیت و مقصد آن‌ها پرداخت. نتایج تحقیق نشان داد که امکانات اقامت، آب و هوا، سطح قیمت‌ها، محل جغرافیایی مقصد و دسترسی به دریا و ساحل از مهم‌ترین دلایلی بودند که گردشگران انگلیسی برای رفتن به مالت و ترکیه عنوان کردند. کوساسی<sup>۸</sup> (۲۰۰۵) ورزش‌های زمستانی همانند اسکی و اسکیت در منطقه گلمارج کشمیر، تپه نوردی، گذران اوقات فراغت در خانه‌های قایقی در منطقه دال لیک، گاری سواری و گلف را از مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی ورزشی در هند ذکر می‌کند. در مطالعه‌ی دیگری فانک و برون<sup>۹</sup> (۲۰۰۷) در بررسی انگیزه‌های گردشگران ورزشی که به یک مسابقه بزرگ دو ماراتن به استرالیا مسافرت کرده بودند، دریافتند که میزان پرداختن به ورزش و علاقه‌مند بودن به یک نوع خاص رویداد ورزشی سازماندهی شده، می‌تواند گردشگر بالقوه را به تصمیم به مسافرت به مقصدی که آن رویداد را برگزار می‌کند، برانگیزد. از این رو تلاش‌های بازاریابی باید در جهت هدف گذاری بازارهایی باشد که بیشترین میزان پرداختن به ورزش و شرکت در رویداد را دارا هستند. آهویناپن<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان گردشگری ورزشی و بازار مقصد مطالعه موردی اینسبورک<sup>۱۱</sup> و لاهتی<sup>۱۲</sup> اظهار می‌دارد که هر دوی این شهرها تأکید زیادی بر گردشگری ورزشی زمستانی دارند و با اینکه هر دوی آن‌ها دارای موقعیت خوبی در کشورشان هستند

5. Crompton, J.L

6. Crompton, J.L & MaCkay, SLI

7. Kozak ,M.

8. Ko sisi

9. Funk, DC. Bruun, TJ.

10. Ahvenainen, Jenni

11. Innsbruck

12. Lahti

بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی و ارائه مدل بازار هدف بیان می‌کنند که سیستم حمل و نقل، امنیت، بهداشت و پاکیزگی و نظافت و خدمات پزشکی، تسهیلات اقامتی مناسب برای گردشگران، میزان استقبال مردم جامعه میزبان از گردشگران ورزشی و حضور در ورزشگاه‌ها و آب و هوای مناسب و وجود مناظر و چشم اندازهای زیبا به ترتیب جزو شش اولویت اول هستند که در انگیزه سفر گردشگران ورزشی خارجی به بازار گردشگری ایران موثر می‌باشند و همچنین جاذبه‌های مرتبط با کوهستان و برف، جاذبه‌های مرتبط با ورزش‌های آبی و ساحلی، مسابقات و رویدادهای ورزشی و جاذبه‌های مرتبط با بیابان‌گردی و کویرنوردی را به ترتیب جزو چهار عامل مؤثر در تعیین مدل بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی دانستند. این مقاله، مقاله‌ی جامعی است که به بخش بندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی و ارائه مدل بازار هدف پرداخته است. در مقاله‌ی تحت عنوان «بررسی جاذبه‌های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در استان کردستان»، فلاحی و همکارانش (۱۳۹۲) اظهار می‌دارند که استان کردستان به دلیل واقع شدن در رشته کوه‌های زاگرس شرایط مناسبی را جهت توسعه ورزش‌های مرتبط با کوهنوردی، غارنوردی، اسکی، سنگ‌نوردی و یخ‌نوردی دارا می‌باشد و به عبارت دیگر جاذبه‌های مرتبط با کوهنوردی و غارنوردی و جاذبه‌های مرتبط با ورزش‌های زمستانی به ترتیب در اولویت اول و دوم و جاذبه‌های مربوط با تپه‌نوردی و طبیعت‌گردی در اولویت آخر جهت توسعه گردشگری ورزشی قرار دارد. به نظر می‌رسد که بهتر بود در این تحقیق با توجه به تأکید عنوان بر جاذبه‌های طبیعی، این جاذبه‌ها بیشتر معرفی می‌گردید.

با توجه به برخی مطالعات ارزشمند انجام شده در کشور و برخی استان‌ها که اخیراً انجام می‌شود، پژوهشی که در مورد عوامل مؤثر گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی باشد، وجود ندارد. از این‌رو با توجه به جایگاه این استان در زمینه فعالیت‌های ورزشی مطالعه حاضر سعی دارد، عوامل مؤثر بر گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی را در سه دسته از عوامل: (۱) عوامل سوق دهنده، (۲) عوامل جلب کننده و (۳) عوامل بازدارنده بررسی کند.

### روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی - مقایسه‌ای است که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه تحقیق از دو گروه از کارشناسان شامل: کارشناسان ورزشی و کارشناسان

فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش، آموزش و تعلیم نیروی انسانی) در وضعیت موجود و مطلوب مقایسه و اولویت‌بندی و ثابت می‌کنند که بین وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه‌های هشستگانه صنعت گردشگری ورزشی کشور تفاوت معنی‌داری وجود دارد و اینکه بین دیدگاه‌های پاسخ‌دهندگان با مدارک تحصیلی مختلف تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و بیان می‌کنند که در مقوله گردشگری ورزشی به منظور دستیابی به توسعه و گسترش و بهره‌مندی از منافع مختلف و رسیدن به وضعیت مطلوب در عرصه جهانی، بدون مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح و مناسب امکان پذیر نیست؛ همچنین اظهار می‌کنند که برای آغاز مدیریت در این حوزه به پیش نیازهایی همچون درک اهمیت توسعه این صنعت به دست مردم و مسئولان، شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها، توسعه زیر ساخت‌ها، وجود نیروی انسانی متخصص و انجام تحقیقات بیشتر نیازمند است. در مطالعه‌ی دیگری زیتونلی (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان «شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان» برای تجزیه تحلیل داده از آمار توصیفی و استنباطی (آزمون خی دو) بهره گرفته و به این نتیجه رسیده که بین توانمندی‌های استان گلستان با توسعه گردشگری ورزشی و بین جاذبه‌های استان گلستان با توسعه گردشگری ورزشی رابطه معنی‌داری وجود دارد و اظهار می‌دارد که توانمندی‌های سواحل دریای خزر و جزیره آشوراده و ملی سوارکاری برای توسعه ورزش‌های ساحلی، آبی و تابستانی با ۷۹ درصد، توانمندی‌های دشت‌ها، جلگه‌ها، دامنه‌های سبز و وجود سه میدان بین المللی و ملی سوارکاری برای توسعه انواع ورزش‌های سوارکاری، پیاده‌روی، چوگان، گلف، تیراندازی و دوچرخه سواری با ۷۷ درصد و توانمندی‌های تالاب‌های بین‌المللی، برکه‌ها و رودخانه‌ها، جنگل‌ها و کوه‌های البرز برای توسعه انواع ورزش‌های شکار، صید و ماهیگیری با ۷۱ درصد از بالاترین اهمیت جهت توسعه گردشگری در این استان برخوردار می‌باشد. پژوهش دیگری توسط هنری (۱۳۹۰) با عنوان نقش گردشگری ورزشی در اشتغال و درآمدزایی از دیدگاه گردشگران، مدیران و ذینفعان صورت پذیرفت که دلیل میزان کم اشتغال‌زایی در نتیجه‌ی سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورزشی و همچنین در بخش ورزش بومی استان مازندران را عدم وجود تسهیلات و زیرساخت‌های کافی و علت گرایش مدیران گردشگری به مخالفت با سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورزشی استان جهت دستیابی به اشتغال بیشتر را، جدا انگاردن گردشگری ورزشی به عنوان دو مقوله کاملاً جدا دانسته است. موسوی گیلانی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان بخش‌بندی

KMO که مقدار آن همواره بین ۰ و ۱ در نوسان است در صورتی که مقدار آن کمتر از ۰.۵۰ باشد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود و اگر مقدار آن بین ۰.۵۰ تا ۰.۶۹ باشد می‌توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت؛ اما در صورتی که مقدار آن بزرگتر از ۰.۷۰ باشد همبستگی‌های موجود بین داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهند بود. آزمون بارتلت نیز این فرضیه را که ماتریس همبستگی‌های مشاهده شده، متعلق به جامعه‌ای با متغیرهای نابسته است، می‌آزماید که در این پژوهش همواره آزمون بارتلت با مقدار (۰,۰۰۰) معنی‌دار است.

نکته دیگری که در تحلیل عاملی باید مد نظر قرار گیرد، معیار استخراج تعداد عامل‌ها است. بدین منظور ضوابطی وجود دارد؛ از آن جمله معیار مقدار ویژه<sup>۲۱</sup>، بدین معنی که در تحلیل مؤلفه‌های اصلی تنها عامل‌هایی که مقدار ویژه آن‌ها بیشتر از ۱ باشد به عنوان عامل‌های معنی‌دار در نظر گرفته می‌شود، معیار تست بریدگی<sup>۲۲</sup>، معیار پیشین<sup>۲۳</sup>، معیار درصد تجمعی واریانس که این معیار در تحقیقات غیر علوم انسانی ۰.۹۵٪ و در تحقیقات علوم اجتماعی و انسانی ۰.۶۰٪ از واریانس کل(در مواردی کمتر از ۰.۶۰٪) متغیرها در نظر گرفته می‌شود و معیار سنگریزه کتل<sup>۲۴</sup> که در این پژوهش از معیار مقدار ویژه و معیار درصد تجمعی واریانس استفاده شده است.

#### محدوده مورد مطالعه

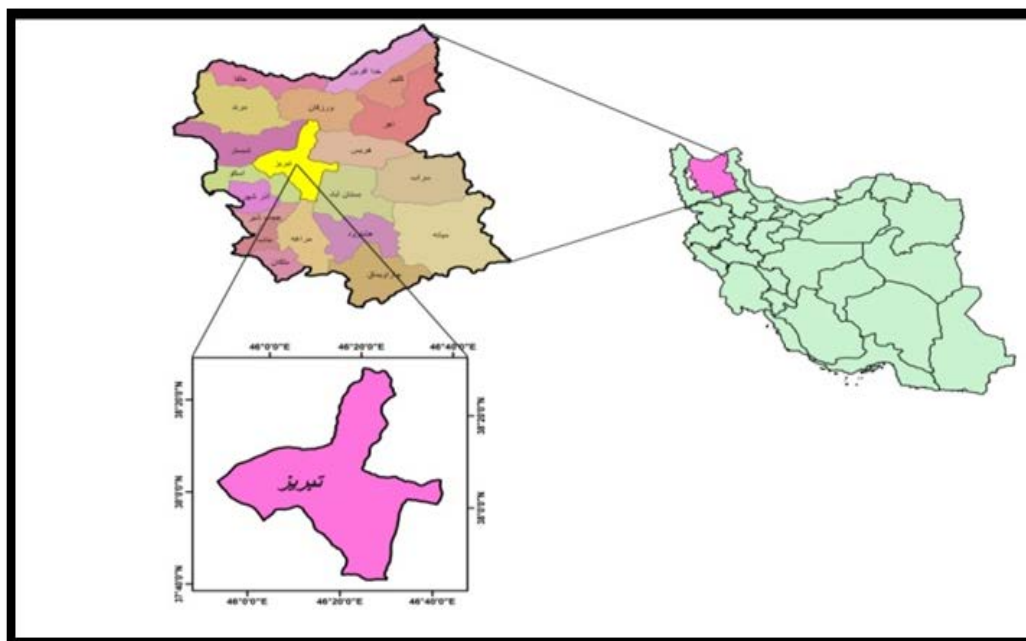
استان آذربایجان شرقی به دلیل موقعیت ویژه‌ی جغرافیایی از گذشته دور، پل ارتباطی ایران با کشورهای منطقه قفقاز و اروپا بوده است. این استان با وسعت ۴۵۴۹۰/۸۸ کیلومتر مربع در شمال غرب ایران واقع شده است که ۲/۷ درصد از مساحت کشور را در برمی‌گیرد. آذربایجان شرقی از نظر موقعیت جغرافیایی بین مدارهای ۴۵ درجه و ۳۰ دقیقه تا ۴۷ درجه و ۴۳ دقیقه طول شرقی و ۳۶ درجه و ۴۷ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۴۲ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته است. این استان از سمت شمال با کشورهای آذربایجان و ارمنستان همسایه است و از سمت شرق به استان اردبیل و از سمت غرب به استان آذربایجان غربی و از جنوب به استان زنجان محدود است. (اسماعیلی و همکاران، ۱۰: ۱۳۹۰)

سازمان گردشگری و میراث فرهنگی شاغل در استان آذربایجان شرقی تشکیل شده است. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که در چند پژوهش خارجی و داخلی نیز به کار برده شده است. روایی پرسشنامه توسط افراد صاحب نظر ارزیابی شد. پرسشنامه تأیید شده بعد از تکمیل توسط جامعه آماری مشخص، با استفاده از آزمون تحلیل عاملی، مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای آزمون پایایی پرسشنامه و هر یک از خرده مقیاس‌های آن از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. پرسشنامه پژوهش حاوی ۵۰ پرسش در مقیاس لیکرتی در قالب سه عامل کلی "عوامل سوق دهنده، جلب کننده و بازدارنده" بود. پرسشنامه پژوهش حاضر، متشکل از سه بخش اصلی، شامل پرسش‌های ۱۸-۱۱ مربوط به عوامل سوق دهنده، پرسش‌های ۴۰-۱۹ مربوط به عوامل جلب کننده و پرسش‌های ۵۰-۴۱ مربوط به عوامل بازدارنده یا محدودیت‌ها بود.

جهت تحلیل داده‌های مستخرج از پرسشنامه‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS (با سطح اطمینان ۰/۰۵) بهره‌گرفته شد. در هر پژوهشی به منظور رسیدن به نتایج قابل قبول و واقع بینانه لازم است تا اصول و قواعد کلی مد نظر قرار گیرد که تحلیل عاملی هم از این قاعده مستثنی نیست. در تحلیل عاملی، دو مدل اساسی تحلیل عاملی مشترک<sup>۱۳</sup> و تحلیل مؤلفه‌های اصلی<sup>۱۴</sup> وجود دارد که محقق بسته به هدف خود یکی از آن‌ها را به کار می‌گیرد که در این پژوهش از مدل تحلیل مؤلفه‌های اصلی استفاده شده است؛ همچنین برای استخراج عامل‌ها دو روش وجود دارد. عامل‌های متعامد<sup>۱۵</sup> و عامل‌های متمایل<sup>۱۶</sup>؛ چرخش متعامد به سه رهیافت عمده تقسیم می‌شود که عبارتند از: کواریتماکس<sup>۱۷</sup>، واریتماکس<sup>۱۸</sup> و اکواریتماکس<sup>۱۹</sup>؛ در این پژوهش از چرخش واریتماکس نرمال در استخراج داده‌ها استفاده شده است؛ اما آنچه که قبل از به کارگیری تحلیل عاملی باید مورد توجه قرار گیرد، تعیین و تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی می‌باشد که از آن جمله می‌توان به آزمون KMO و بارتلت<sup>۲۰</sup> اشاره کرد. آزمون

13. Common Factor Analysis
14. Principal Components Analysis
15. Orthogonal Factors
16. Oblique Factor
17. Quartimax
18. Varimax
19. Equimax
20. Kaiser – Meyer – Olkin & Bartlett Test

21. Eigenvalue Criterion
22. Scree Test Criterion
23. A prior Criterion
24. Cottell Scree



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی شهر تبریز در استان آذربایجان شرقی

زنان ۳- کافی نبودن زمان اوقات فراغت ۴- کافی نبودن زمان برای برنامه‌ریزی سفر به دلیل عدم تبلیغات به موقع از سوی کشور مقصد ۵- مشکلات ناشی از تدارکات بلیت ۶- بدی آب و هوا ۷- نداشتن مکان‌های مناسب ورزشی ۸- نداشتن جاذبه‌های ورزشی خاص.

### تحلیل یافته‌های توصیفی

۴۰ پرسشنامه بین متخصصان توزیع شده است، که از بین پاسخ دهندگان ۸۰ درصد مرد و ۲۰ درصد زن هستند (جدول ۱). از نظر سنی، ۱۵ درصد در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال، ۲۵ درصد در گروه سنی ۳۱-۳۵ سال، ۴۲٫۵ درصد در گروه سنی ۳۶-۴۵ سال و ۱۷٫۵ درصد در گروه سنی ۴۶-۵۵ سال قرار دارند (جدول ۲). از نظر سطح تحصیلات، ۸۰ درصد لیسانس، ۱۷٫۵ درصد فوق لیسانس و ۲٫۵ درصد نیز دکتری بوده‌اند (جدول ۳).

جدول ۱. جنسیت پاسخ دهندگان (منبع: یافته‌های پژوهش)

جنسیت	فراوانی	درصد	درصد معتبر
مرد	32	80.0	80.0
زن	8	20.0	20.0
جمع	40	100.0	100.0

### تحلیل یافته‌های پژوهش

#### عوامل سوق دهنده

موارد ذیل در پژوهش حاضر به عنوان عوامل سوق دهنده مد نظرند: ۱- رسیدن به آرامش، رفع خستگی و تجدید قوای جسمی و ذهنی ۲- جدید بودن یک رویداد ورزشی ۳- جذابیت‌های موجود در یک رویداد ورزشی ۴- ملی‌گرایی و تشویق تیم ملی ۵- راهی از محیط اجتماعی یکنواخت ۶- برنامه‌های فرهنگی موجود در رویدادهای ورزشی ۷- اجتماعی شدن ۸- علاقه به فرهنگ، آداب و رسوم، هنر، موسیقی و معماری محل برگزاری مسابقه.

#### عوامل جلب کننده

موارد ذیل در این تحقیق به عنوان عوامل جلب کننده مد نظر می‌باشد: ۱- نظافت، زیبایی و پاکیزگی موجود در شهر میزبان ۲- امکانات ورزشی متناسب با نیازها و خواسته‌های گردشگری ۳- هتل‌ها، رستوران‌ها و مراکز خرید ۴- وجود مناظر و چشم اندازهای دیدنی ۵- پایین بودن سطح کلی قیمت‌ها ۶- وجود مراکز تفریحی زیاد در سطح شهر ۷- نزدیک بودن فاصله جغرافیایی با کشور میزبان ۸- وضعیت حمل و نقل ۹- سیاست‌ها و قوانین حاکم بر کشور میزبان.

#### عوامل بازدارنده

محدودیت‌های گردشگران برای مسافرت توسط عوامل زیر اندازه‌گیری شد: ۱- تعصبات مذهبی و نژادی ۲- محدودیت‌های

بدین صورت که اگر مقدار بار عاملی بیشتر از ۰,۳ باشد دارای سطح معنی داری قابل قبول، بیشتر از ۰,۴ دارای سطح معنی داری بیشتر قابل قبول و در صورتی که مقدار بار عاملی بیشتر از ۰,۵ باشد دارای سطح معنی داری بسیار قابل قبول است. بارهای عاملی به دست آمده از این پژوهش بیشتر از ۰,۵ بوده که دارای سطح معنی داری بسیار قابل قبول می باشد.

به منظور قابلیت سنجی توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی سه دسته از عوامل، (۱) عوامل سوق دهنده، (۲) عوامل جلب کننده و (۳) عوامل بازدارنده مطالعه شده اند.

نتایج استخراج عامل، کاهش اولیه نه عامل بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی به سه عامل، با مقدار  $KMO=0,469$ ،  $70\%$  از کل واریانس ( $KMO=0,570$ ) که از طریق چرخش واریماکس نرمال با سطح معنی داری (۰,۰۰۰) و با آلفای کرونباخ  $0,696$  به دست آمد. همانطور که در جدول ۶ مشاهده می شود، مؤلفه کافی نبودن زمان اوقات فراغت با بار عاملی (۰,۸۴۷)، مؤلفه محدودیت زنان با بار عاملی (۰,۸۱۸) و مؤلفه عدم وجود جاذبه های ورزشی خاص با بار عاملی (۰,۸۱۷) به عنوان مهم ترین عوامل بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی شناخته شده اند.

جدول ۲. سن پاسخ دهندگان (منبع: یافته های پژوهش)

گروه سنی	فراوانی	درصد	درصد معتبر
۲۰-۳۰	6	15.0	15.0
۳۱-۳۵	10	25.0	25.0
۳۶-۴۵	17	42.5	42.5
۴۶-۵۵	7	17.5	17.5
جمع	40	100.0	100.0

جدول ۳. سطح تحصیلات پاسخ دهندگان

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد معتبر
لیسانس	32	80.0	80.0
فوق لیسانس	7	17.5	17.5
دکتری	1	2.5	2.5
جمع	40	100.0	100.0

### تحلیل یافته های استنباطی

بعد از استخراج عامل ها و به دست آمدن بارهای عاملی که میزان همبستگی یک متغیر با یک عامل را نشان می دهد و این مقدار هر چه بیشتر باشد دارای سطح معنی داری بالاتری است؛

جدول ۴. رتبه بندی عوامل سوق دهنده گردشگری ورزشی

عوامل	بار عاملی
رسیدن به آرامش، رفع خستگی و تجدید قوای جسمی و ذهنی	0.872
جدید بودن یک رویداد ورزشی	0.648
جذابیت های موجود در یک رویداد ورزشی	0.602
ملی گرایی و تشویق تیم ملی	0.399
رهایی از محیط اجتماعی یکنواخت	0.798
برنامه های فرهنگی موجود در رویدادهای ورزشی	0.705
اجتماعی شدن	0.657
علاقه به فرهنگ، آداب و رسوم، هنر، موسیقی و معماری محل	0.863

منبع: یافته های پژوهش

مشاهده می شود، مؤلفه وضعیت حمل و نقل با بار عاملی (۰,۸۸۶) و مؤلفه امکانات ورزشی متناسب با نیازها و خواسته های گردشگری با بار عاملی (۰,۸۴۰) به عنوان مهم ترین مؤلفه ها، از میان عوامل جلب کننده در توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی شناخته شده اند.

نتایج استخراج عامل، کاهش اولیه نه عامل جلب کننده توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی به دو عامل، با مقدار  $KMO=0,469$ ،  $70\%$  از کل واریانس ( $KMO=0,570$ ) که از طریق چرخش واریماکس نرمال با سطح معنی داری (۰,۰۰۰) و با آلفای کرونباخ  $0,899$  به دست آمد. همانطور که در جدول ۵

## جدول ۵. رتبه بندی عوامل جلب کننده

بار عاملی	عوامل
0.612	نظافت، زیبایی و پاکیزگی موجود در شهر میزبان
0.840	امکانات ورزشی متناسب با نیازها و خواسته‌های گردشگری
0.830	هتل‌ها، رستوران‌ها و مراکز خرید
0.826	وجود مناظر و چشم اندازهای دیدنی
0.825	پایین بودن سطح کلی قیمت‌ها
0.703	وجود مراکز تفریحی زیاد در سطح شهر
0.542	نزدیک بودن فاصله جغرافیایی با شهر یا کشور میزبان
0.886	وضعیت حمل و نقل
0.827	سیاست‌ها و قوانین حاکم بر کشور میزبان

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج استخراج عامل، کاهش اولیه نه عامل بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی به سه عامل، با مقدار  $0.469/70$  از کل واریانس ( $KMO=0.570$ ) که از طریق چرخش واریماکس نرمال با سطح معنی‌داری ( $0.000$ ) و با آلفای کرونباخ  $0.696$  به دست آمد.

## جدول ۶. رتبه بندی عوامل بازدارنده

بار عاملی	عوامل
0.782	تعصبات مذهبی و نژادی
0.818	محدودیت زنان
0.847	کافی نبودن زمان اوقات فراغت
0.554	کافی نبودن زمان برای برنامه‌ریزی سفر به دلیل عدم تبلیغات
0.763	مشکلات ناشی از تدارکات بلیت
0.809	بدی آب و هوا
0.776	نداشتن مکان‌های مناسب ورزشی
0.817	نداشتن جاذبه‌های ورزشی خاص

منبع: یافته‌های پژوهش

همانطور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، مؤلفه کافی نبودن زمان اوقات فراغت با بار عاملی ( $0.847$ )، مؤلفه محدودیت زنان با بار عاملی ( $0.818$ ) و مؤلفه عدم وجود جاذبه‌های ورزشی خاص با بار عاملی ( $0.817$ ) به عنوان مهم‌ترین عوامل بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی شناخته شده‌اند.

## بحث و نتیجه گیری

هدف از این مطالعه، نقش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در قالب سه دسته عامل کلی "عوامل سوق دهنده، جلب کننده و محدود کننده" در استان آذربایجان شرقی بود که به صورت پیمایشی-تحلیلی و با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته از طریق بهره‌گیری از نظرات کارشناسان و مدیران ورزشی و گردشگری استان آذربایجان شرقی صورت گرفت. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که از دیدگاه مدیران و کارشناسان استان مؤلفه «رسیدن به آرامش، رفع خستگی و تجدید قوای جسمی و ذهنی» با بار عاملی  $0.872$  (جدول ۴) به عنوان مهم‌ترین عوامل سوق دهنده در توسعه گردشگری ورزشی می‌باشد. همچنین مؤلفه «وضعیت حمل و نقل» با بار عاملی  $0.886$  (جدول ۵) به عنوان مهم‌ترین مؤلفه عوامل جلب کننده و مؤلفه «کافی نبودن زمان اوقات فراغت» با بار عاملی  $0.847$  (جدول ۶) مهم‌ترین مؤلفه از عوامل محدود کننده است.

با توجه به نتایج پژوهش، در وضع فعلی نقش عوامل جلب کننده برای گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی تأثیر بسزایی دارد که امکان جذب گردشگران ورزشی را برای این استان فراهم آورده است که با نتایج مطالعه‌ی کرامپتون و مک کای ( $2004$ )، کزاک



(۲۰۰۵)، محمودی یکتا (۱۳۸۷) و گیلانی و همکاران (۱۳۹۱) همخوانی دارد.

موفقیت توسعه گردشگری ورزشی استان، وجود توافق نظر بین دست اندرکاران در این زمینه است. با توجه به نتایج این پژوهش به طور کلی به نظر می‌رسد که توسعه گردشگری استان آذربایجان شرقی، نیازمند توجه بیشتر دست اندرکاران این رشته به ایجاد بستر سازی در جهت گسترش عوامل جلب کننده و سوق دهنده است. با این حال به نظر می‌رسد که اطلاع رسانی کافی در مورد اهمیت عوامل محدودکننده برای کارکنان اداره‌های تربیت بدنی و گردشگری، بتواند با ایجاد زمینه توافق نظر، بستر را برای گسترش و توسعه هر چه بهتر گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی، آماده سازد.

## منابع

- اسماعیلی، مهدی؛ محمدی، محمدجواد؛ محمدی، ولی؛ رضوی هریس، علی داریوش؛ باغبان خضولو، پرویز؛ نجفی، نصرت الله؛ رحمان پور، سعیده. (۱۳۹۱). استان‌شناسی آذربایجان شرقی، انتشارات سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی وزارت آموزش و پرورش، ص ۱۰. ##اصفهان، نوشین. (۱۳۸۷). تحلیل عوامل مؤثر بر جهانگردی ورزشی و ارائه مدل برنامه‌ریزی استراتژیک. رساله دکتری، رشته تربیت بدنی، دانشگاه تهران. صص ۸۳-۷۱. ##زیتونلی، عبدالحمید. (۱۳۸۶). شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان، مجله پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، سال اول، شماره ۱، صص ۸۳-۷۱. ##کارکن، لیلان. (۱۳۹۰)، نقش برگزاری رویداد اسب دونای در توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان، همایش ملی توسعه صنعت گردشگری با تأکید بر پارک‌های ملی و تالاب‌ها با محوریت استان گلستان. سال انتشار ۱۳۹۲، صص ۷. ##فلاحی، احمد؛ حسنی، احسان؛ کروی، مهدی. (۱۳۹۲). بررسی جاذبه‌های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان، مطالعات مدیریت ورزشی (پژوهش در علوم ورزشی) شماره ۱۷، صص ۱۷۳ - ۱۵۹. ##عباسی، اعظم. (۱۳۸۹). بررسی آمیخته‌های بازاریابی در صنعت گردشگری ورزشی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، رشته علوم انسانی، دانشگاه تربیت معلم سبزوار. ##قیامی راد، امیر؛ محرم زاده، مهرداد. (۱۳۸۷). بررسی تطبیق عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مدیران و دست اندرکاران ورزش ایران و استرالیا، مجله حرکت، شماره ۳۵، صص ۱۱۶ - ۹۹. ##محمودی یکتا، مهدی. (۱۳۸۷)، شناسایی عوامل جذب کننده و بازدارنده گردشگران ورزشی فعال سفر کننده به ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان. ##مجتبوی، کوروش؛ بهمن پور، هومن. (۱۳۸۷). توریسم ورزشی انتشارات کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران. صص ۱۷. ##معین فرد، محمدرضا. (۱۳۸۷). وضعیت صنعت گردشگری ورزشی و ارائه الگوی مناسب توسعه آن، رساله دکتری، رشته تربیت بدنی، دانشگاه تربیت معلم تهران. ##موسوی گیلانی، سید رضا؛ اسدی، حسن؛ سجادی، سید نصراله. (۱۳۹۰). بخش‌بندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی و ارائه مدل بازار هدف، مدیریت ورزشی، تهران، شماره ۱۲، صص ۵۹-۳۷. ##موسوی گیلانی سید رضا؛ اسدی، حسن؛ گودزی، محمود. (۱۳۹۱). بخش‌بندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی بر اساس ملیت و جاذبه‌های طبیعی - ورزشی و ارائه مدل بازار هدف، مجله مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۴، صص ۱۲۴-۱۰۷. ##هنرور، افشار؛ غفوری، فرزاد؛ شریفیان، اسماعیل؛ فرزاد، فرزاد. (۱۳۸۶). عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی ایران، فصلنامه المپیک، شماره ۴۰، صص ۴۴-۳۱. ##هنرور، افشار. (۱۳۸۸). تدوین استراتژی بازاریابی گردشگری ورزشی ایران. رساله دکتری، رشته تربیت بدنی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران. ##هنری، حبیب. (۱۳۹۰). نقش گردشگری ورزشی در اشتغال و درآمدزایی از دیدگاه گردشگران، مدیران و ذینفعان، پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، شماره ۸، صص ۱۰۳ - ۹۵. ##

- Ahvenainen, Jenni , (2013). "Sport Tourism and Destination Marketing,. Case: Innsbruck and Lahti", Degree Program in Tourism Thesis, Laurea University of Applied Sciences, Laurea Kerava.p54. ##Cave , P.Leader , C., (2003). "Sport Tourism: The case for a local Approach in Africa", Second Africans on peace Trough Tourism .p14. ##Crompton, J.I. (2003). "Tourism demand constraints, ASKING participation Annals of Tourism Research. Vol 21.Issue 4. PP 906-945. ##Crompton, J.L and Mckay, S.L. (2004). "Motives of visitors attending festival events, Annals of Tourism Research". Vol 24. No.2. PP:125-139. ##FIBA World Championship (2010), Turkey . [http://www. World of Basketball.Org/fiba-world-championship-2010-turkey.htm](http://www.WorldofBasketball.Org/fiba-world-championship-2010-turkey.htm) ##Funk, DC. Bruun, TJ. (2007). "The role of socio – psychological and culture – education motives in marketing international sport tourism: a cross –cultural perspective, Tourism Management", Vol. 28 (3), PP: 806-819. ##Hudsons, S., (2003). "Sport and adventure tourism", The Haworth Press ##Ko Sasi, V., (2005). "Sport tourism in India", Journal of Sport Tourism, 10(2), PP:135-138. ##Kozak, M., (2005). "Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destination", Tourism Management 23, PP: 22.239. ##World Tourism Organization (2001), "Sport and tourism shaping global culture". On www at [http// www.World-Tourism.Org](http://www.World-Tourism.Org) ##