

## قابلیت سنجی توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی

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

دانشیار اقتصاد، دانشگاه تبریز

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی 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>

Associate Professor in Economics, University of Tabriz

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 Azarbaijan Provence

### چکیده

هدف از این تحقیق، بررسی پتانسیل های گردشگری ورزشی و عوامل موثر بر توسعه آنها در استان آذربایجان شرقی است. از بین جامعه آماری مدیران و دست اندرکاران ورزش و گردشگری (شامل کلیه کارکنان اداره های کل و اداره های تربیت بدنی و میراث فرهنگی گردشگری) تعداد ۴۰ نفر به طور تصادفی به عنوان آزمودنی انتخاب شدند. جمع آوری داده ها 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 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 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.

### واژه‌های کلیدی

گردشگری، گردشگری ورزشی، توسعه گردشگری، قابلیت سنجی، آذربایجان شرقی

## مقدمه

امروزه گردشگری بعنوان یکی از بزرگترین و متنوع‌ترین صنایع دنیا به حساب می‌آید و بسیاری از کشورها، این صنعت پویا را بعنوان 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) صنعت گردشگری پس از صنعت نفت و خودروسازی به سومین صنعت درآمدزای جهان تبدیل شده است و تعداد گردشگران جهان سالانه 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، بصورت 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>۱</sup>، ۱۹۹۸). برآوردها نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۴ بیش از ۷۰ میلیون نفر در جهان به منظور شرکت در مسابقات ورزشی بویژه 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 (اصفهان، ۱۳۸۷، صص 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 استعدادهای 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 نگاهی ویژه به این بخش برای پیشبرد اهداف اقتصادی در ورزش و تغییر نگرش گردشگران ورزشی ضروری است.

لذا پژوهش حاضر برآن است که نقش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در قالب سه دسته عامل کلی "عوامل سوق‌دهنده، جلب‌کننده، و محدودکننده" را در استان آذربایجان شرقی از دیدگاه کارشناسان ورزش و گردشگری بررسی نماید. پیشینه تحقیق

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 حاصل از گردشگری را به مقدار چشمگیری افزایش داده‌اند. در پژوهش دیگری کرامپتون<sup>۵</sup> (۲۰۰۳) با تأکید بر نقش عوامل

3- Cave.P

4- Leader.C

5- Crompton, J.L

1 -World tourism organization

2-Hudsons.S

گردد. و هردوی این شهرها نیاز دارند تا در کنار بازار به توسعه ی گردشگری ورزشی و معرفی رویداد جدید ورزشی بپردازند. محققان کشورمان مطالعاتی در زمینه ی این موضوع داشته اند که در ذیل بدانها اشاره خواهد شد.

هنرور و همکاران (۱۳۸۶) در مقاله ای تحت عنوان عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران علاقه به فرهنگ، هنر، موسیقی، معماری و مکان های باستانی، انجام بازاریابی و خدمات مناسب آژانس های گردشگری، داشتن تفریحات شب هنگام، جشن ها و مراسم و برنامه های سنتی و دیگر برنامه های جانبی رویدادهای ورزشی، جشنواره ها و وجود مناظر، چشم اندازها و مکان های 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 دست اندر کاران ورزش کشور ایران و استرالیا پرداختند. براساس نتایج حاصله، یکی از مهم ترین دلایل موفقیت کشور استرالیا در جلب گردشگران ورزشی برای دیدار از رویدادهای ورزشی برگزار شده در این کشور، همکاری دقیق و برنامه ریزی شده سازمان های متولی گردشگری و سازمان های 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 تحقیق نشان داد که امکان گردشگران ورزشی فعال، برای بهبود وضعیت اقتصادی ورزشی کشور زمانی میسر است که همه مؤلفه های اثر گذار از جمله زیر ساخت، مدیریت، فرهنگ، جاذبه های 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 دست اندر کاران بخش ورزش و گردشگری و بدون ایجاد بستری مناسب برای ورود گردشگران امکان پذیر نیست و تحقق این امر مستلزم شناسایی عوامل جلب کننده و بازدارنده گردشگران و کار بر روی آنهاست. همچنین معین فرد (۱۳۹۰) در مقاله ای تحت عنوان «بررسی وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران» مؤلفه های هشت گانه توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور (مدیریت و هماهنگی، حمایت های سیاسی و قانونی، بازاریابی، زیرساخت ها و اماکن و تاسیسات، شناخت قابلیت ها و ظرفیت ها، تحقیقات و پژوهش، فرهنگ سازی و ایجاد انگیزش، آموزش و تعلیم نیروی انسانی) در وضعیت موجود و مطلوب مقایسه و اولویت بندی می کنند و ثابت می کنند که بین وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه های

سوق دهنده به عنوان یکی از عوامل مؤثر در جلب گردشگران ورزشی، شناسایی انگیزه های گردش و تفریح را که در انتخاب یک مقصد برای گردشگری تأثیر دارد، مهم قلمداد می نماید. در مطالعه ای کرامپتون و مک کای<sup>۱</sup> (۲۰۰۴)، با بررسی ۱۴۹۶ پرسشنامه تکمیل شده توسط گردشگرانی که از جشنواره ها و رویدادهای فستیوالی بازدید می کردند، برای شناسایی انگیزه های آنان برای حضور در این فعالیت ها، شش دسته انگیزه را که در جلب گردشگران تأثیر بسزایی داشتند، به عنوان عوامل جلب کننده معرفی کردند. کزاک<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر بر مسافرت گردشگران ورزشی با توجه به ملیت و مقصد آن ها پرداخت. نتایج تحقیق نشان داد امکانات اقامت، آب و هوا، سطح قیمت ها، 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>۳</sup> (۲۰۰۵) ورزش های زمستانی همانند اسکی و اسکیت در منطقه گلماج کشمیر، تپه نوردی، گذران اوقات فراغت در خانه های قایقی در منطقه دال لیک، گاری سواری و گلف را از مهمترین جاذبه های طبیعی ورزشی در هند ذکر می کند. در مطالعه دیگری فانک و برون<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) در بررسی انگیزه های گردشگران ورزشی که به یک مسابقه بزرگ دو مارا تن به استرالیا مسافرت کرده بودند، دریافتند که میزان پرداختن به ورزش و علاقه مند بودن به یک نوع خاص رویداد ورزشی سازماندهی شده می تواند گردشگر بالقوه را به تصمیم به مسافرت به مقصدی که آن رویداد را برگزار می کند، برانگیزد. از این رو تلاش های بازاریابی باید در جهت هدف گذاری بازارهایی باشد که بیشترین میزان پرداختن به ورزش و شرکت در رویداد را دارا هستند. آهویناین<sup>۵</sup> (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان گردشگری ورزشی و بازار مقصد مطالعه موردی اینسبورک و لاهتی<sup>۶</sup> اظهار می دارد که هر دوی این شهرها تأکید زیادی بر گردشگری ورزشی زمستانی دارند و با اینکه هردوی آن ها دارای موقعیت خوبی در کشورشان هستند اینسبورک در جذب گردشگر موفق تر بوده و دارای برند مشخص و بارزی است که لاهتی باید از این نظر تقویت

1- Crompton, J.L & MaCkay, SLI

2- Kozak, M.

3- Ko sasi

4- Funk, DC, Bruun, TJ.

5 -Ahvenainen, Jenni

6- Innsbruck

7- Lahti

هشتگانه صنعت گردشگری ورزشی کشور تفاوت معناداری وجود دارد و اینکه بین دیدگاه‌های پاسخ‌دهندگان با مدارک تحصیلی مختلف تفاوت معناداری 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 پیش‌نیازهایی همچون درک اهمیت توسعه این صنعت به دست مردم و مسئولان، شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها، توسعه زیرساخت‌ها، وجود نیروی انسانی متخصص و انجام تحقیقات بیشتر نیازمند است. در مطالعه‌ی دیگری زیتونلی (۱۳۹۰) در تحقیقی تحت عنوان «شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان» برای تجزیه تحلیل داده از آمار توصیفی و استنباطی (آزمون خی دو) بهره‌گرفته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که بین توانمندی‌های استان گلستان با توسعه گردشگری ورزشی و بین جاذبه‌های استان گلستان با توسعه گردشگری ورزشی رابطه معنی‌داری وجود دارد و اظهار می‌دارند 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 بین‌المللی و ملی سوارکاری برای توسعه انواع ورزش‌های سوارکاری، پیاده‌روی، چوگان، گلف، تیراندازی، دوچرخه سواری با ۷۷ درصد و توانمندی‌های تالاب‌های بین‌المللی، برکه‌ها و رودخانه‌ها، جنگل‌ها و کوه‌های البرز را 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 بخش بندی 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 چشم‌اندازهای 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 موثر 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 بدلیل 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 به تپه‌نوردی و طبیعت‌گردی در اولویت آخر جهت توسعه گردشگری ورزشی قرار دارد. بنظر می‌رسد که بهتر بود در این تحقیق با توجه به تاکید 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 می‌شوند، 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 سوق‌دهنده، (۲) عوامل جلب‌کننده و (۳) عوامل بازدارنده بررسی کند.

#### روش تحقیق

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 سازمان گردشگری و میراث فرهنگی شاغل در استان آذربایجان شرقی تشکیل شده است. ابزار تحقیق 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 تایید شده بعد از تکمیل توسط جامعه آماری مشخص، با استفاده از آزمون تحلیل عاملی، مورد

ای با متغیرهای نایسته است، می آرماید که در این پژوهش همواره آزمون بارتلت با مقدار (۰,۰۰۰) معنی دار است. نکته دیگری که در تحلیل عاملی باید مد نظر قرار گیرد، معیار استخراج تعداد عاملها است. بدین منظور ضوابطی وجود دارد که از آن جمله می توان به معیار مقدار ویژه<sup>۹</sup>، بدین معنی که در تحلیل مولفه های اصلی تنها عاملهایی که مقدار ویژه آنها بیشتر از ۱ باشد به عنوان عاملهای معنی دار در نظر گرفته می شود، معیار تست بریدگی<sup>۱۰</sup>، معیار پیشین<sup>۱۱</sup>، معیار درصد تجمعی واریانس که این معیار در تحقیقات غیر علوم انسانی ۹۵٪ و در تحقیقات علوم اجتماعی و انسانی ۶۰٪ از واریانس کل (در مواردی کمتر از ۶۰٪) متغیرها در نظر گرفته می شود و معیار سنگریزه کتل<sup>۱۲</sup> که در این پژوهش از معیار مقدار ویژه و معیار درصد تجمعی واریانس استفاده شده است.

محدوده مورد مطالعه

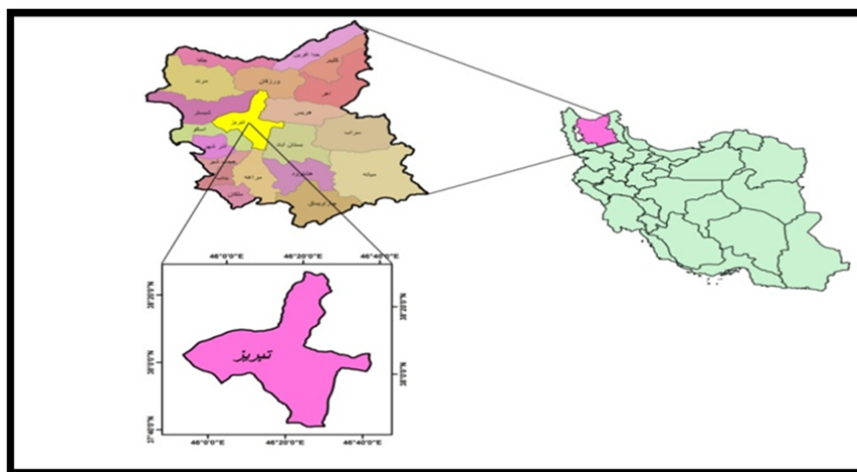
استان آذربایجان شرقی به دلیل موقعیت ویژه ی جغرافیایی از گذشته دور پل ارتباطی ایران با کشورهای منطقه قفقاز و اروپا بوده است. این استان با وسعت ۴۵۴۹۰/۸۸ کیلومتر مربع در شمال غرب ایران واقع شده است که ۲/۷ درصد از مساحت کشور را در برمی گیرد. آذربایجان شرقی از نظر موقعیت جغرافیایی بین مدارهای ۴۵ درجه و ۳۰ دقیقه تا ۴۷ درجه و ۴۳ دقیقه طول شرقی و ۳۶ درجه و ۴۷ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۴۲ دقیقه ی 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، ۱۹۹۰: ۱۰)

بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای آزمون پایایی پرسشنامه و هر یک از خرده مقیاس های آن از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. پرسشنامه تحقیق حاوی ۵۰ پرسش در مقیاس لیکرتی در قالب سه عامل کلی "عوامل سوق دهنده، جلب کننده و بازدارنده" بود. پرسشنامه تحقیق حاضر، متشکل از سه بخش اصلی، شامل پرسش های ۱-۱۸ مربوط به عوامل سوق دهنده، پرسش های ۴۰-۱۹ مربوط به عوامل جلب کننده و پرسش های ۵۰-۴۱ مربوط به عوامل بازدارنده یا محدودیت ها بود.

جهت تحلیل داده های مستخرج از پرسشنامه ها از نرم افزار آماری SPSS (با سطح اطمینان ۰/۰۵) بهره گرفته 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>۱</sup> و تحلیل مولفه های اصلی<sup>۲</sup> وجود دارد که محقق بسته به هدف خود یکی از آنها را بکار می گیرد که در این پژوهش از مدل تحلیل مولفه های اصلی استفاده شده است، همچنین برای استخراج عاملها دو روش وجود دارد. عاملهای متعامد<sup>۳</sup> و عاملهای متمایل<sup>۴</sup>، که چرخش متعامد به سه رهیافت عمده تقسیم می شود که عبارتند از: کواریماکس<sup>۵</sup>، واریماکس<sup>۶</sup> و اکوایماکس<sup>۷</sup> که در این پژوهش از چرخش واریماکس نرمال در استخراج داده ها استفاده شده است. اما آنچه که قبل از بکارگیری تحلیل عاملی باید مورد توجه قرار گیرد، تعیین و تشخیص مناسب بودن داده ها برای تحلیل عاملی می باشد که از آن جمله می توان به آزمون KMO و بارتلت<sup>۸</sup> اشاره کرد. آزمون KMO که مقدار آن همواره بین ۰ و ۱ در نوسان است در صورتی که مقدار آن کمتر از ۰.۵۰ باشد، داده ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود و اگر مقدار آن بین ۰.۵۰ تا ۰.۶۹ باشد می توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت. اما در صورتی که مقدار آن بزرگتر از ۰.۷۰ باشد همبستگی های موجود بین داده ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهند بود. آزمون بارتلت نیز این فرضیه را که ماتریس همبستگی های مشاهده شده، متعلق به جامعه

- 1 - Common Factor Analysis
- 2 - Principal Components Analysis
- 3 - Orthogonal Factors
- 4 - Oblique Factor
- 5 - Quartimax
- 6 - Varimax
- 7 - Equimax
- 8 - Kaiser - Meyer - Olkin & Bartlett Test

- 9 - Eigenvalue Criterion
- 10 - Scree Test Criterion
- 11 - A prior Criterion
- 12 - Cottell Scree



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی شهر تبریز در استان آ.ش

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 دکتری بوده اند (جدول ۳).

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

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

جدول ۲. سن پاسخ دهندگان (منبع: یافته‌های تحقیق)

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

### تحلیل یافته‌های تحقیق

#### عوامل سوق دهنده:

ماده‌های ذیل در تحقیق 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- رهایی 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 مسابقه‌ها.

#### عوامل جلب کننده:

ماده‌های 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 چشم‌اندازهای 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 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-

است. که بارهای عاملی بدست 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  $KMO=0,469$ ٪ از کل واریانس ( $KMO=0,570$ ) که از طریق چرخش واریماکس نرمال با سطح معناداری (۰,۰۰۰) و با آلفای کرونباخ ۰,۶۹۶ بدست آمد. همانطوریکه در جدول ۶ مشاهده می شود، مؤلفه کافی نبودن زمان اوقات فراغت با بار عاملی (0,847)، مؤلفه محدودیت زنان با بار عاملی (0,818) و مؤلفه عدم وجود جاذبه های ورزشی خاص با بار عاملی (0,817) به عنوان مهمترین عوامل بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی شناخته شده اند.

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
دکتر	1	2.5	2.5
جمع	40	100.0	100.0

تحلیل یافته های استنباطی

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

جدول ۴. رتبه بندی عوامل سوق دهنده گردشگری ورزشی

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

منبع: یافته های تحقیق

از میان عوامل جلب کننده در توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی شناخته شده اند.

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 خواسته های

نتایج استخراج عامل، کاهش اولیه نه عامل جلب کننده توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی به دو عامل، با مقدار  $KMO=0,510$  از کل واریانس ( $KMO=0,510$ ) که از طریق چرخش واریماکس نرمال با سطح معناداری (۰,۰۰۰) و با آلفای کرونباخ ۰,۸۹۹ بدست آمد. همانطوریکه در جدول ۵ 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 مهمترین مؤلفه ها،

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 جلب‌کننده و مؤلفه «کافی نبودن زمان اوقات فراغت» با بار عاملی  $0/847$  (جدول ۶) مهم‌ترین مولفه از عوامل محدودکننده است.

با توجه به نتایج پژوهش، در وضع فعلی نقش عوامل جلب‌کننده برای گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی تاثیر بسزایی دارد که امکان جذب گردشگران ورزشی را برای این استان فراهم آورده است که با نتایج مطالعه‌ی کرامپتون و مک کای (۲۰۰۴)، کزاک (۲۰۰۵)، محمودی یکتا (۱۳۸۷) و گیلانی و همکاران (۱۳۹۱) همخوانی دارد.

از نتایج به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت با بیش‌تر شدن عوامل بازدارنده، میزان مشارکت در فعالیت‌های ورزشی کاهش می‌یابد که با نتیجه مطالعه قهرمانی و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی دارد.

موفقیت توسعه گردشگری ورزشی استان وجود توافق نظر بین دست‌اندرکاران در این زمینه است. با توجه به نتایج این تحقیق به طور کلی به نظر می‌رسد که توسعه گردشگری استان آذربایجان شرقی، نیازمند توجه بیشتر دست‌اندرکاران این رشته به ایجاد بستر سازی در جهت گسترش عوامل جلب‌کننده و سوق دهنده است. با این حال به نظر می‌رسد که اطلاع‌رسانی 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.

گردشگری	
هتلها، رستوران ها و مراکز خرید	0.830
وجود مناظر و چشم اندازهای دیدنی	0.826
پایین بودن سطح کلی قیمت ها	0.825
وجود مراکز تفریحی زیاد در سطح شهر	0.703
نزدیک بودن فاصله جغرافیایی با شهر یا کشور میزبان	0.542
وضعیت حمل و نقل	0.886
سیاست ها و قوانین حاکم بر کشور میزبان	0.827

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج استخراج عامل، کاهش اولیه نه عامل بازدارنده توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی به سه عامل، با مقدار  $0/703$  از کل واریانس ( $KMO=0/570$ ) که از طریق چرخش واریماکس نرمال با سطح معناداری  $(0/000)$  و با آلفای کرونباخ  $0/696$  بدست آمد.

#### جدول (۶) - رتبه بندی عوامل بازدارنده

عوامل	بار عاملی
تصنصات مذهبی و نژادی	0.782
محدودیت زنان	0.818
کافی نبودن زمان اوقات فراغت	0.847
کافی نبودن زمان برای برنامه ریزی سفر به دلیل عدم تیلیفات	0.554
مشکلات ناشی از تدارکات بلیت	0.763
بدی آب و هوا	0.809
نداشتن مکان های مناسب ورزشی	0.776
نداشتن جاذبه های ورزشی خاص	0.817

منبع: یافته‌های تحقیق

همانطوریکه 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، جلب‌کننده، و محدودکننده" در استان آذربایجان شرقی بود که به صورت پیمایشی-تحلیلی و با استفاده از پرسش‌نامه محقق



## منابع

- مجتبیوی، کوروش و بهمن پور هومن (۱۳۸۷)، توریسم ورزشی انتشارات کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران . ص 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 و سجادی، سید نصراله، (۱۳۹۰)، بخش بندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی و ارائه مدل بازار هدف، مدیریت ورزشی، شماره ۱۲، ص ۵۹-۳۷، تهران.
- موسوی گیلانی، سید رضا ، اسدی حسن و محمود گودرزی (۱۳۹۱)، بخش بندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی بر اساس ملیت و جاذبه های طبیعی- ورزشی و ارائه مدل بازار هدف، مجله مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۴، صص ۱۰۷-۱۲۴.
- هنرور، افشار؛ غفوری، فرزاد؛ شریفیان، اسماعیل و فرزاد فرزاد (۱۳۸۶) ، "عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی ایران ، فصلنامه المپیک، شماره ۴۰، صص ۳۱-۴۴ .
- 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 ذی نفعان، پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، شماره ۸، صص ۱۰۳ - ۹۵.
- اسماعیلی، مهدی ، محمدی، محمدجواد ، محمدی، ولی، رضوی هریس، علی داریوش، باغبان خضولو ، پرویز، نجفی، نصرت الله و سعیده رحمان پور (۱۳۹۱)، استان شناسی آذربایجان شرقی، انتشارات سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی وزارت آموزش و پرورش، ص ۱۰.
- اصفهانی، نوشین، (۱۳۸۷). تحلیل عوامل مؤثر بر جهانگردی ورزشی و ارائه مدل برنامه ریزی استراتژیک. رساله دکتری، رشته تربیت بدنی، دانشگاه تهران، صص ۷۱- ۸۳ .
- زیتونلی، عبدالحمید (۱۳۸۶)، شناسایی توانمندیهای گردشگری ورزشی استان گلستان، مجله پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، سال اول، شماره ۱، صص ۷۱-۸۳.
- کارکن، لیلیا (۱۳۹۰)، نقش برگزاری رویداد اسپ دوانی در توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان، همایش ملی توسعه صنعت گردشگری با تاکید بر پارک های ملی و تالاب ها با محوریت استان گلستان، سال انتشار ۱۳۹۲، ص ۷
- فلاحی، احمد، حسنی، احسان و مهدی کروی (۱۳۹۲)، بررسی جاذبه های طبیعی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان، مطالعات مدیریت ورزشی (پژوهش در علوم ورزشی) شماره ۱۷ ، صص ۱۷۳ - ۱۵۹.
- عباسی، اعظم (۱۳۸۹). بررسی آمیخته های بازاریابی در صنعت گردشگری ورزشی ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، رشته علوم انسانی، دانشگاه تربیت معلم سبزوار.
- قیامی راد، امیر و محرم زاده، مهرداد (۱۳۸۷)، بررسی تطبیق عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مدیران و دست اندر کار ن ورزش ایران و استر الیا، مجله حرکت شماره ۳۵، صص ۱۱۶ - ۹۹.
- قهرمانی، جعفر، محرمزاده، مهرداد، سعیدی، شیدا (۱۳۹۲)، بررسی عوامل یازدارنده مؤثر بر میزان شرکت معلمان زن مقاطع سه گانه تحصیلی در فعالیت های ورزشی شهر مرنده، پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی، دوره ۲، شماره ۲، صص ۵۷-۶۶.
- محمودی یکتا، مهدی (۱۳۸۷)، شناسایی عوامل جذب کننده و باز دارنده گردشگران ورزشی فعال سفر کننده به ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان.

culture". On www at [http:// www.World-Tourism.Org](http://www.World-Tourism.Org)

## REFERENCES

- 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