

## مدل توسعه اکوتوریسم ورزشی فستیوال‌های ورزشی بومی و سنتی نوار ساحلی دریای خزر

حمیدرضا قزل‌سفلو<sup>۱\*</sup>، سیدمحمدحسین رضوی<sup>۲</sup>، معصومه کلاته سفیری<sup>۳</sup>

### چکیده

**مقدمه و هدف:** در مناطقی که ورزش و فعالیت‌های ورزشی بخشی از فرهنگ آنها را تشکیل می‌دهد، می‌توان مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بی‌شماری از جذب گردشگران محلی و بین‌المللی کسب نمود. هدف از تحقیق حاضر طراحی مدل توسعه اکوتوریسم ورزش‌های بومی و سنتی می‌باشد.

**روش شناسی:** نمونه آماری تحقیق حاضر شامل گردشگران، کارشناسان ورزشی و مدیران ستادی هیئت‌های ورزشی و کارشناسان میراث فرهنگی می‌باشد ( $n=263$ ). به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته اکوتوریسم ورزشی که بصورت مقیاس لیکرتی پنج ارزشی (۱: بسیار کم تا ۵: بسیار زیاد) و پرسشنامه رضایت‌مندی و تمایل به بازگشت شونک (۲۰۰۶)، استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار اسپاس در بخش آمار توصیفی و استنباطی و نرم افزار آموس جهت ترسیم تحلیل مسیر استفاده گردید.

**یافته‌ها:** نتایج تحلیل مسیر نشان داد که جاذبه‌های طبیعی مربوط به فعالیت‌های ورزشی آبی و ساحلی ( $\beta=0/83$ ) و جاذبه‌های طبیعی مرتبط به فعالیت‌های ورزشی طبیعی و جنگلی ( $\beta=0/78$ ) بیشترین تاثیر را بر رضایت‌مندی گردشگران دارند. همچنین گویه فوتبال و والیبال ساحلی، پیاده‌روی و کوهنوردی، کشتی سنتی، اسکی و برف‌نوردی و رالی موتور بیشترین تاثیر را ابعاد اکوتوریسم ورزشی داشتند.

**نتیجه گیری:** بر اساس نتایج تحقیق حاضر، می‌توان با ترکیب مناسبی از فستیوال‌های ورزش‌های بومی و محلی با ویژگی‌های منحصر به فرد استان‌های ساحلی شمالی زمینه توسعه گردشگری ورزشی را در این مناطق فراهم نمود.

**واژگان کلیدی:** اکوتوریسم، ورزش‌های بومی و سنتی، رضایت‌مندی، تمایل به بازگشت.

۱. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه گنبد کاووس (نویسنده مسئول: تلفن: \*\*\*\*\*)؛ پست الکترونیکی: H\_ghezel@yahoo.com

۲. استاد دانشگاه مازندران

۳. دانشیار دانشگاه مازندران

## ۱- مقدمه

از اوایل قرن بیستم استفاده از جشنواره‌های محلی به عنوان ابزاری برای توسعه گردشگری، به یک حرکت جهانی تبدیل شده است که علاوه بر افزایش تقاضا برای گردشگری محلی، سبب استقرار جشنواره‌ها در برنامه‌های اصلی گردشگری محلی می‌شود. در این راستا نمایندگان کمیته بین‌المللی المپیک<sup>۱</sup> (IOC) و اتحادیه گردشگری جهانی<sup>۲</sup> (UNWOT)، طی نشست مشترک، به بازنگری پتانسیل‌های منحصر به فرد رویدادهای ورزشی در توسعه و جذب گردشگران با هدف بهره‌مندی از مزایای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی تاکید داشته‌اند. به اعتقاد آنها به منظور توسعه بخش گردشگری رویدادای ورزشی، تمرکز در برگزاری رویدادهای ورزشی فصلی منظم<sup>۳</sup> و با میزبانی رویدادهای ورزشی در مقیاس کوچک<sup>۴</sup> راه کاری مناسب در توسعه بخش گردشگری ورزشی بوده و همچنین تبدیل این فستیوال‌ها و جشنواره‌های ورزشی به شکل گردشگری ورزشی پایدار<sup>۵</sup>، استراتژی کارا در جذب گردشگر می‌باشد (۱). گردشگری و بازی‌های سنتی دو مقوله درهم تنیده‌اند که از طریق آن می‌توان در مناطقی که ورزش و رویدادهای ورزشی بخشی از فرهنگ آن منطقه محسوب می‌شوند، تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی را که دارای علائق مشابه فرهنگی و ورزشی هستند را جلب نمود (۲). پرواضح‌ترین دلیل برای محبوبیت جشنواره‌های محلی به عنوان ابزار ارتقاء گردشگری، توانایی این فستیوال‌ها در افزایش تقاضا برای گردشگری محلی، استفاده از این جشنواره‌ها جهت تبدیل یک مکان ورزشی محلی به برند برتر مقصد گردشگری و در نهایت جایگزینی استراتژیک این جشنواره‌ها در برنامه اصلی گردشگری محلی جهت توسعه گردشگری فصلی می‌باشد (۳). در این بین جاذبه‌های ورزشی، جاذبه‌های طبیعی و جاذبه‌های فرهنگی سه عنصر مهم و بنیادی توسعه پایدار گردشگری شناخته شده‌اند که از بین آنها تحلیل و ارزیابی توانمندی‌ها و جاذبه‌های طبیعی ورزشی هر منطقه، اولین گام اساسی در توسعه و تبدیل مقاصد گردشگری به برند برتر گردشگری می‌باشد (۴). توجه به قابلیت‌های خاص فرهنگی و اقلیمی کشور و بویژه استان‌های شمالی در حوزه اکوتوریسم، این مناطق ساحلی را از دیرباز مورد توجه گردشگران بی‌شماری قرار داده است. در حقیقت محیط، جاذبه‌های گردشگری را به عنوان یکی از مهمترین عناصر صنعت گردشگری در مقاصد گردشگری تبدیل نموده است و مناطق برخوردار از جاذبه‌های طبیعی همگی می‌توانند منبع توسعه رویدادهای ورزشی باشند (۵). بنابراین برخورداری از ویژگی‌های متنوع در زمین، آب، هوا و فرهنگ‌های اصیل، علاوه بر ایجاد پتانسل‌های تازه‌ای از تجارب گردشگری ورزشی، سبب ایجاد ورزش‌های جدید و ورزش‌های باستانی می‌شود (۶). یافته‌های موجود بیانگر آن است که وجود جاذبه‌های طبیعی و طبیعت‌گردی<sup>۶</sup> سهم عمده‌ای از توسعه صنعت گردشگری را به خود اختصاص داده است (۷). بر اساس برآوردهای جامعه طبیعت-گردی (TES)، گردشگران طبیعت محور در دو گروه قرار می‌گیرند. گروه اول اکوتوریسم با هدف دیدار از مناطق بکر و گردشگری ورزشی، اغلب در دوره سنی کمتر از ۴۰ سال اقدام به مسافرت می‌نمایند. اما گروهی که با هدف لذت بردن از طبیعت و دیدار از حیات وحش، به طبیعت گردی می‌پردازند، در محدوده سنی ۳۵ تا ۵۴ سال قرار دارند (۶). هنرور و همکاران (۱۳۹۲)، در شناسایی اولویت‌های گردشگران ورزشی گزارش کردند که توسعه گردشگری ورزشی بر مبنای جاذبه‌های طبیعی، وجود طبیعت بکر و چشم اندازهای دیدنی، هسته مرکزی اکوتوریسم ورزشی را تشکیل

- 1 . International Olympic Committee
- 2 . United Nations World Tourism Organization
- 3 . seasonal sport events
- 4 . Small scale sport events
- 5 . Sustainable sport tourism
- 6 . Eco-tourism

می‌دهد که در آن تلفیق جذابیت‌های ساحلی و رویدادهای ورزشی، دو جاذبه اصلی گردشگری ورزشی محسوب می‌شود (۷). سازمان گردشگری جهانی نیز با اشاره به روند رو به رشد گردشگران بومی با تاکید بر استفاده از جذابیت‌های طبیعی و شرایط اقلیمی و تاثیرات ورود گردشگران بر ابعاد اقتصادی جوامع در سال اخیر (۲۰۱۵)، گزارش کرد که سهم قاره آسیا در بخش خاورمیانه در صنعت گردشگری بومی حدود ۸/۱۰ درصد می‌باشد. این در حالی است که قاره اروپا پیشرفتی ۵۲ درصدی در این حوزه داشته است (۸). حسنی مهر و کوهی (۱۳۹۰)، نیز ضمن تاکید بر برخورداری از جذابیت‌های طبیعت به عنوان پایه اصلی توسعه گردشگری، اکوتوریسم را مسافرتی مبتنی بر اصول پایداری به نواحی طبیعی به منظور ارضاء نیازهای روحی و روانی گردشگران می‌داند، به گونه‌ای که با شناخت و کسب آگاهی و احترام به نظام ارزش‌های مردم محلی توأم باشد و به محافظت از نواحی طبیعی و ارتقاء رفاه جامعه کمک کند (۹). بنابراین هر زمان که بتوان پیوندی منطقی بین فعالیت‌های ورزشی ناشی از آداب و رسوم جوامع با جذابیت‌های طبیعی بوجود آورد، می‌توان از مزایای حضور گردشگران جهت توسعه و بهبود سطح زندگی افراد بهره برد (۱۰). اما نبود زیرساخت‌های مناسب در بخش گردشگری ورزش‌های بومی و سنتی و عدم مسولیت-پذیری سازمانی مشخص، لطمات جبران ناپذیری را به پیکره این بخش از گردشگری ورزشی وارد نموده و سبب شده تا متخصصان اقتصادی علیرغم وجود پتانسیل‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی فراوان در این حوزه، توجه چندانی به این پدیده جدید در حوزه گردشگری ورزشی نداشته باشند (۲). لذا تحلیل و ارزیابی توانمندی‌ها و منابع طبیعی مرتبط با گردشگری، اولین گام اساسی در توسعه و مدیریت مقاصد گردشگری ورزشی می‌باشد که با توجه به مزایای بی‌شمار اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، یکی از دغدغه‌های اصلی سازمان‌دهندگان رویدادهای ورزشی، بالا بردن میزان استقبال بازدیدکنندگان و تماشاگران از رویدادهای ورزشی از طریق برنامه‌ریزی و شناسایی عواملی است که بر حضور گردشگران تاثیرگذار است (۶). نتایج تحقیقات انجام شده در کشورهای انگلیستان، ایالات متحده، استرالیا و کشورهای عربی نیز حاکی از ظرفیت بالای ورزش‌های سنتی در جذب گردشگر می‌باشد. برگزاری رویدادهای ورزشی از قبیل اسب‌سواری در این کشورها و کشتی محلی در کشورهایی از قبیل تاجیکستان، ترکمنستان، آذربایجان و روسیه به عنوان مقاصد برتر گردشگران ورزشی، سبب طراحی برنامه‌های استراتژیک سازمان‌های گردشگران ورزشی در این کشورها شده است که سبب جذب گردشگران زیادی در فصول مختلف سال می‌شود. به عنوان مثال مسابقات سالیانه اسب دونای کنتاکی و بیدر کاپ<sup>۱</sup> آمریکا، دو رویداد مهم فستیوال ورزش‌های سنتی این کشور محسوب می‌شوند (۴). با اینکه حمل و نقل، اسکان، تسهیلات، جاذبه‌ها و خدمات از عناصر اصلی گردشگری را تشکیل می‌دهند (۷)، بررسی برنامه‌های توسعه زیرساخت‌های کشورهای پیشرو در پدیده گردشگری موید آن است که وجود منابع طبیعی بالقوه و فراوان، توجه به ارزش‌های فرهنگی، برخورداری از مدیریت گردشگری کارا، ترویج و توسعه روح مهمان‌نوازی در مقاصد گردشگری (۸)، برخورداری از صنعت گردشگری نظام‌مند (وجود آژانس‌های مسافرتی فعال در طول سال، اقامتگاه‌های با کیفیت و فراوان، تبلیغات مناسب و راهنماهای محلی) و پویا، کیفیت حمل و نقل و ارتباطات، توسعه اقتصادی و ثبات ژئوپلیتیکی و سهولت در سفر خارجی مهمترین عوامل موثر بر توسعه گردشگری بین‌المللی می‌باشد (۱۱). نقوی و همکاران (۱۳۹۲)، با طراحی مدلی در توسعه گردشگری مناطق روستایی با بهره‌گیری از ورزش‌های بومی و سنتی و ارتباط آن با انگیزه‌ها و علائق گردشگران در تماشای جاذبه‌های طبیعی، این گروه از فعالیت‌های ورزشی را دارای کارکردهای جسمانی، شناخت هویت و تعاملات

اجتماعی می‌دانند. بر اساس مدل ارائه آنها توسعه اقتصادی، محیطی، اجتماعی و فرهنگی از مهمترین کارکردهای مدل ارائه شده می‌باشد (۱۲).

بنابراین در دهه اخیر گردشگری به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی جهان و ورزش به عنوان یکی از صنایع بزرگ و درآمدزا در دنیای کنونی مطرح می‌باشند که از تلفیق آنها یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت گردشگری ورزشی به وجود آمده است. بر اساس گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری (WTO) نیز بیش از ۳۰ درصد کل گردشگران را بازدیدکنندگان ورزشی و تفریحی تشکیل می‌دادند که میزان هزینه‌های انجام شده توسط گردشگران، ۳۲۴ تا ۴۳۰ میلیون دلار بوده است (۱۳). در این صنعت پر رونق، منابع و ساختارهای بنیادی توریسم و ورزش از قبیل جذابیت‌های محیط طبیعی<sup>۱</sup>، خدمات و میزبانی<sup>۲</sup>، حمل و نقل<sup>۳</sup> و تسهیلات سبب شده تا منابع اقتصادی گردشگری به صورت ویژه‌ای نمایان می‌شود که در آن علاوه بر درآمد ناشی از شرکت ورزشکاران و تیم‌های ورزشی در رویدادهای ورزشی، هزینه‌های ناشی از حضور طرفداران و حامیان ورزشکاران و تیم‌ها لزوم اهمیت این صنعت را بیش از پیش مورد توجه قرار دهد (۱۴). این موضوع سبب شده است تا در دهه اخیر، گردشگری ورزشی به عنوان درآمدزاترین حوزه صنعت گردشگری در بخش خدمات، تاثیر چشمگیری بر ساختار فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع داشته باشد و هرچه در این فستیوال‌های فرهنگی – ورزشی بیشتر بر قابلیت‌های طبیعت و ریشه‌های تاریخی تاکید گردد، می‌توان به نحو موفقیت‌آمیزی ترکیبی مناسبی از استراتژی اکوتوریسم ورزشی را با هدف توسعه گردشگری ورزشی ایجاد نمود (۱۵). اما علیرغم تاثیرات اقتصادی چشمگیر میزبانی رویدادهای ورزشی بزرگ<sup>۵</sup> در حوزه‌های مختلف جوامع، به نظر می‌رسد که برگزاری این رویدادهای ورزشی علاوه بر نیاز به تمهیدات مالی هنگفت و تامین منابع بودجه‌ای، با چالش‌هایی از قبیل تامین امنیت، مدیریت ترافیکی، توسعه زیرساخت‌ها در بخش تسهیلات فیزیکی و اثرات زیانبار زیست محیطی به همراه باشد (۱۵). لذا کارشناسان گردشگری ورزشی و میراث فرهنگی با تاکید بر گرایش و اشتیاق گردشگران برای بازدید و یادگیری فرهنگ سنتی و ارزش‌های تاریخی که ریشه در سبک‌های زندگی جوامع داشته و در زندگی مدرن امروزه به شکل فستیوال‌های ورزشی سنتی برگزار می‌گردد، حوزه جدیدی از فرصت‌های گردشگری ورزشی در قرن حاضر را شناسایی کرده‌اند (۱۶). به اعتقاد آنها استفاده از قابلیت‌های موجود در فرهنگ و میراث ملل برای توسعه گردشگری و ایجاد رابطه منطقی بین این موارد و بازی‌های بومی و سنتی که ریشه در سبک زندگی جوامع کهن دارد، به عنوان حوزه جدیدی از گردشگری در مناطق روستایی و حاشیه شهر، از پتانسیل‌های جدید در این حوزه می‌باشد (۱۲). هتر و همکاران (۲۰۱۲) در بررسی وضعیت صنعت گردشگری کشورهایی از قبیل ایتالیا و اسپانیا که با تلفیق جاذبه‌های طبیعی و برنامه‌های ورزشی سنتی، زمینه جذب بسیاری از گردشگران را فراهم نموده‌اند، گزارش کردند که برگزاری رویدادهای ورزشی کوچک و توجه به ارتباط بین فرهنگ و تمدن با فعالیت‌های ورزشی، که در قالب برگزاری جشنواره‌های ورزشی محلی و سنتی، ورزش درون مدرسه‌ای<sup>۷</sup> و فستیوال‌های ورزشی فصلی<sup>۸</sup> برگزار می‌گردد، به عنوان حوزه جدیدی از صنعت گردشگری ورزشی از طریق استفاده از ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی،

- 1 . World Tourism Organization
- 2 . Natural Environments
3. Services and hospitalist
- 4 . Transportation
- 5 . Hallmark or mega events
- 6 . Heather etal
- 7 . college-sports events
- 8 . Season sporting competitions

جایگزینی مناسب برای گردشگری ورزشی در حوزه روستایی، منطقه‌ای و استانی می‌باشد(۱). در این راستا اتحادیه اروپایی گردشگری با تاکید بر استفاده از این منابع جدید گردشگری، مدل LEADER<sup>۱</sup> را به عنوان یکی از مهمترین راهبردهای توسعه گردشگری بومی- سنتی ارائه داد. در این طرح فرصت‌های جدید گردشگری با تاکید بر جاذبه‌های طبیعی، افزایش تقاضا در بخش گردشگری و بهبود سطح کیفیت ساکنین با بهره‌وری از منافع اقتصادی گردشگری مورد توجه قرار گرفت(۴). در کشور آمریکا برگزاری این بخش از رویدادهای ورزشی به هیأت‌های ورزشی محلی<sup>۲</sup> واگذار شده است. لذا این هیأت‌های ورزشی نقش محوری در توسعه گردشگری ورزش‌های بومی و محلی و با تدارک شرایط حضور گردشگران بیشتر را فراهم می‌نماید. دامنه فعالیت این هیأت‌ها ممکن است در حوزه محلی، شهری و یا منطقه‌ای<sup>۳</sup> باشد که به صورت زیر مجموعه‌ای از سازمان‌های گردشگری و یا بصورت کمیته‌های غیرانتفاعی فعالیت نمایند. لذا در سال ۱۹۹۲، اتحادیه ملی هیأت‌های ورزشی(۴) (NASC) با عضویت ۱۳ نفر تشکیل گردید. اخیرا نیز تعداد ۵۰۰ نفر از این اعضاء در سازمان‌های کشورهای کانادا، پورتوریکو و ایالات متحده مشغول به سازماندهی برنامه‌های هیأت‌های ورزشی فعال در حوزه گردشگری ورزشی می‌باشند (۱).

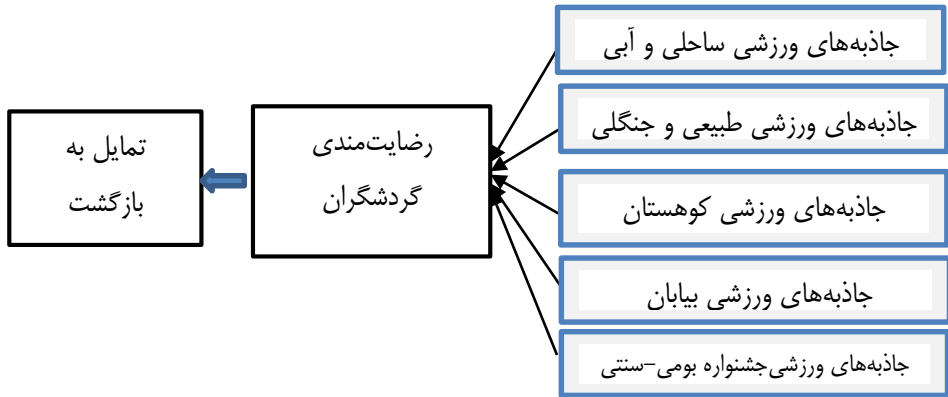
کشور ایران نیز یکی از کشورهای پیشرو در برخورداری از جذابیت‌های گردشگری است که در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از گردشگران قرار گرفته است که به لحاظ تنوع زیستی و جاذبه‌های طبیعی در رتبه پنجم دنیا قرار دارد که با داشتن جاذبه‌های مربوط به ساحل، کوهستان، دشت، بیابان، جنگل، تالاب و آبشارهای فراوان مورد توجه گردشگران بسیاری قرار گرفته است (۱۸ و ۱۷ و ۴). استان‌های شمالی ایران با برخورداری از جاذبه‌های طبیعی متنوع و همجواری منحصر به فرد ساحل و دریا و همچنین وجود فستیوال‌های ورزشی سنتی از قبیل اسب سواری و گودهای طبیعی برگزاری کشتی‌های سنتی، تلاش گسترده‌ای جهت احیاء و ترویج این اکوتوریسم ورزشی شده است. به عنوان مثال در استان گلستان همه ساله مسابقات اسبدوانی در قالب دو کورس بهاره و پاییزه ترکمن صحرا، همچنین برگزاری فستیوال بین المللی اسب ترکمن و کشتی‌های کوروش، آلیش و کشتی لوچو در استان مازندران که با بهره‌گیری از منطقه زیبای کوهستانی جواهرده برگزار می‌گردد، زمینه جذب تماشاگران داخلی و خارجی زیادی را فراهم می‌کنند. کبدی و پاراگرایدر از دیگر ورزش‌های بومی و سنتی استان گلستان، مازندران، گیلان، می‌باشد که اخیرا به دلیل شرکت تیم‌های ایران در مسابقات برون مرزی، جشنواره‌های منظمی در فصول معین برگزار می‌شود. بنابراین در تحقیق حاضر با ترسیم مدل ارائه شده در شکل ۱، توسعه اکوتوریسم ورزش‌های بومی و سنتی از طریق ترکیب جشنواره بازی‌های بومی سنتی با جاذبه‌های طبیعی- ورزشی استان‌های شمالی کشور، مورد بررسی قرار گرفته است.

1 . Laison Enter Actions de Development de Economic Rural

2 . Sports commissions

3 . State, county or city levels

4 . National Association of Sports Commissions



### نمودار ۱. مدل تفهیمی پژوهش (رابطه بین مولفه‌های اکتوریسم ورزشی با رضایت‌مندی و تمایل به بازگشت گردشگران)

#### روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی است که به صورت میدانی انجام شده است. هدف اصلی از تحقیق حاضر طراحی مدل توسعه اکتوریسم ورزش‌های بومی و سنتی استان‌های شمالی کشور با توجه به میزان رضایتمندی و در نهایت تمایل به بازگشت گردشگران می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل گردشگران ورزشی (تماشاگران و حامیان مالی) شرکت‌کننده در مسابقات اسب‌دوانی گنبدکاووس، جشنواره اسب اصیل ترکمن، جشنواره مسابقات سنتی کشتی گورش، کشتی آیش و کشتی گیله‌مردی، کشتی لوچو، ورزشکاران کبیدی و همچنین گردشگران حاضر در سایت پروازی پاراگرایدر ( $n=185$ )، کارشناسان ورزشی و مدیران ستادی هیئت‌های ورزشی اسب‌دوانی، پاراگرایدر، دوچرخه‌سواری، شنا و قایقرانی، گلف و ورزش روستایی و عشایری که در جریان برگزاری رویدادهای ورزشی استان گلستان، مازندران و گیلان حضور فعال داشته و از اعضای شورای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مسابقات بودند ( $n=65$ ) و کارشناسان میراث فرهنگی ( $n=13$ ) می‌باشد که به صورت هدفمند و در دسترس به صورت مساوی به عنوان نمونه آماری تحقیق نیز انتخاب شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته اکتوریسم ورزشی استفاده گردید. پرسشنامه مذکور از پنج مولفه جاذبه‌های ورزشی مرتبط با ساحل، جاذبه‌های ورزشی مرتبط با کوهستان، جاذبه‌های ورزشی مرتبط با جنگل، جاذبه‌های ورزشی مرتبط با بیابان و جاذبه‌های ورزشی مرتبط با ورزش‌های بومی و سنتی بصورت مقیاس لیکرتی پنج ارزشی (۱: بسیار کم تا ۵: بسیار زیاد)، پس از انجام مصاحبه با کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، مدیران ستادی سازمان‌ها مسوول برگزاری مسابقات و همچنین استفاده از نظرات اساتید مجرب گردشگری ورزشی که در حوزه جهانگردی و گردشگری تجربه مطالعه و تحقیق داشتند ( $n=35$ )، تهیه گردید. پس از تایید روایی صوری پرسشنامه توسط نمونه‌های آماری تحقیق، روایی درونی پرسشنامه نیز توسط محقق به روش آلفا کرونباخ ( $\alpha=0/68 - 0/88$ ) گزارش گردید (جدول شماره ۱). سطح رضایت-مندی و تمایل به بازگشت گردشگران نیز با پرسشنامه رضایت‌مندی و تمایل به بازگشت شونک (۲۰۰۸)، مورد

ارزیابی قرار گرفت (۱۹). معماری و همکاران (۱۳۹۲) روایی درونی این پرسش نامه را در بررسی تعیین میزان رضایت-مندی افراد شرکت کننده در مجموعه های ورزشی-تفریحی ( $\alpha = 0.72$ ) و بودت<sup>۱</sup> (۲۰۰۶)، در ارزیابی سطح رضایت مندی در یک باشگاه تندرستی و آمادگی جسمانی به میزان ( $\alpha = 0.83$ ) گزارش کردند (۲۱). برای تجزیه و تحلیل داده ها پس از اطمینان از توزیع طبیعی داده ها به استفاده از آزمون کالموگراف اسمیرنوف ( $P > 0.05$ ) (K-S) و تایید نکویی برازش مدل تفهیمی پژوهش با آزمون بارتلت برای متغیرهای تحقیق (جدول شماره ۱)، از نرم افزار اسپاس اس<sup>۲</sup> در بخش آمار توصیفی و استنباطی و نرم افزار آموس<sup>۳</sup> جهت ترسیم تحلیل مسیر استفاده گردید.

### جدول ۱. اطلاعات مربوط به پرسشنامه اکوتوریسم ورزشی و رضایتمندی و تمایل به بازگشت

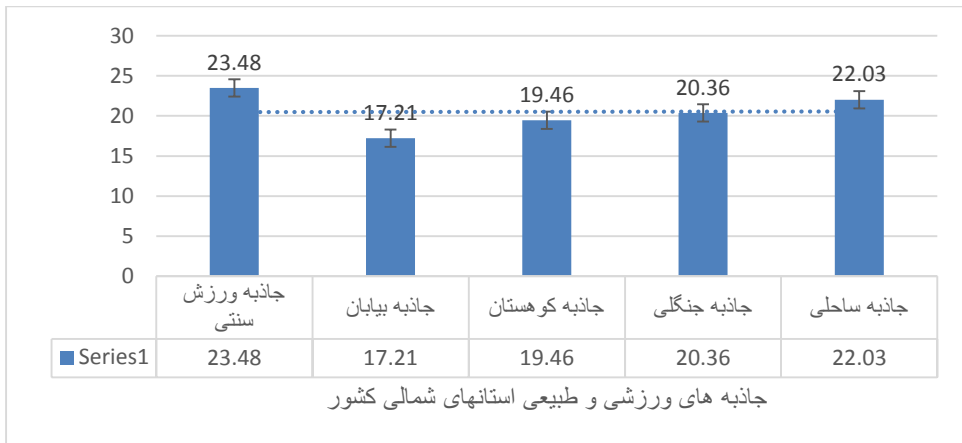
گردشگران						
متغیر	تعداد گویه ها	ابزار پرسشنامه	پایایی	شاخص آزمون KMO	سطح معناداری آزمون بارتلت	نتیجه
جاذبه های ورزشی- ساحلی	۵	پرسشنامه	۰/۸۸	۰/۷۳۹	*۰/۰۰۴	تایید
جاذبه های ورزشی- جنگلی	۵	اکوتوریسم ورزشی	۰/۸۲	۰/۸۴۱	*۰/۰۱۶	تایید
جاذبه های ورزشی- کوهستان	۵		۰/۷۶	۰/۸۵۶	*۰/۰۱۸	تایید
جاذبه های ورزشی بیابان	۵		۰/۶۸	۰/۷۵۱	*۰/۰۱۳	تایید
جاذبه های ورزشی بومی-سنتی	۵		۰/۸۳	۰/۸۳۷	*۰/۰۰۲	تایید
رضایت مندی	۱۲	پرسشنامه	۰/۸۱	۰/۷۹۶	*۰/۰۰۰	تایید
تمایل به بازگشت	۱۰	شونک (۲۰۰۶)	۰/۷۹	۰/۸۱۳	*۰/۰۰۴	تایید
سطح معناداری	* $P \leq 0.05$					

### نتایج تحقیق

در تحقیق حاضر دیدگاه های نمونه های آماری در سه گروه گردشگران ورزشی، کارشناسان ورزشی و کارشناسان فرهنگی مطالعه گردید. با توجه به هدف اصلی تحقیق که دستیابی به مدل توسعه اکوتوریسم گردشگری ورزش های بومی و سنتی به روش معادلات ساختاری می باشد برای هر یک از ابعاد پرسشنامه (پارامتر) باید تعداد ۱۵ داوطلب در تحقیق حضور داشته باشند که بر اساس هفت مولفه موجود در پرسشنامه ها، تعداد ۱۰۵ پرسشنامه باید مورد استفاده قرار می گرفت (۲۲) ولی از آنجایی که در استفاده از روش معادلات ساختاری و تحلیل مسیر، پایین بودن تعداد نمونه ها سبب دقت پایین پارامترها و افزایش خطای استاندارد می شود، با مراجعه به جدول مورگان و احتمال

1. Bodet  
2. SPSS  
3. AMOS

وجود پرسشنامه‌های خطا، تعداد ( $n=263$ ) پرسشنامه توزیع و پس از مطالعه و حذف پرسشنامه‌های ناقص، در نهایت ۲۴۷ پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی نشان داد که مولفه جاذبه‌های ورزشی بومی - سنتی ( $M=23 \pm 1/48$ )، جاذبه‌های ورزشی ساحلی و آبی ( $M=22 \pm 1/03$ ) و جاذبه‌های طبیعی و جنگلی ( $M=20 \pm 1/36$ ) مهمترین جاذبه‌های ورزشی تاثیرگذار بر رضایت‌مندی از دیدگاه گردشگران بود. بررسی گویه‌های مربوط به مولفه‌ها نیز بیانگر آن بود که در مولفه جاذبه‌های ورزشی ساحلی و آبی، گویه والیبال و فوتبال ساحلی ( $M=22 \pm 0/67$ )، در مولفه جاذبه‌های ورزشی بومی - سنتی، گویه کشتی سنتی ( $M=22 \pm 0/83$ ) و در مولفه جاذبه‌های ورزشی طبیعی و جنگلی، گویه پیاده‌روی و تپه نوردی ( $M=20 \pm 1/49$ ) از میانگین نمرات بالاتری برخوردار بودند (نمودار ۱).



نمودار ۱. مقایسه میانگین نمرات مولفه‌های جاذبه‌های ورزشی و طبیعی

نتایج تحلیل مسیر ساختاری<sup>۱</sup> داده‌ها به منظور تعیین بار عاملی<sup>۲</sup> هر یک از ابعاد پنج‌گانه پرسشنامه اکوتوریسم ورزشی بر رضایت‌مندی گردشگران که در این پژوهش بر اساس نمودار پیش‌بین شماره ۱ طراحی شده بود، با نرم افزار آموس<sup>۳</sup> صورت گرفت. نتایج آزمون بیانگر توزیع نرمال داده‌ها بصورت تک متغیره و چند متغیره بود. با توجه به داده‌های شاخص‌های تحلیل مسیر (درجه آزادی کمتر از ۵ و شاخص خی دو) و مقادیر CMIN (که معادل مقدار خی دو در SPSS می‌باشد)، CFI، NFI و RMSEA بیانگر آن است که مدل طراحی شده از سطح مطلوبی از برازش برخوردار بوده و توانایی مطلوب جهت پیش‌بینی تاثیر متغیر مستقل (ابعاد اکوتوریسم ورزشی) بر متغیر وابسته (رضایت‌مندی و تمایل به بازگشت) را دارا بوده و می‌توان بر اساس مسیرهای پیش‌بینی شده در این تحقیق، قصد رفتاری گردشگران را جهت تجربه مجدد فستیوال‌های ورزش‌های بومی و سنتی را فراهم نمود (جدول شماره ۲).

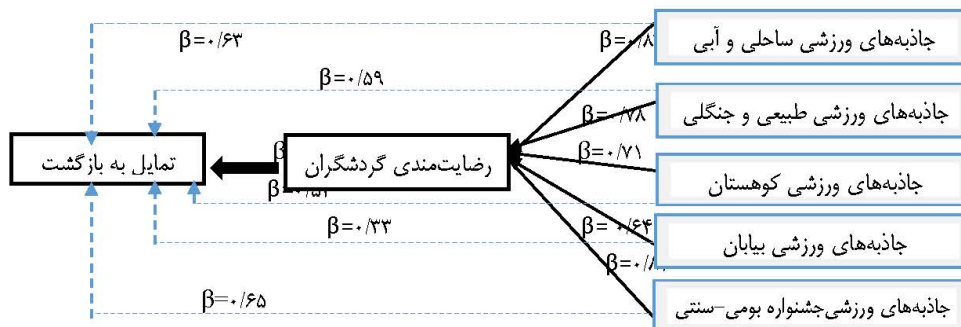
1 . Structural equation model  
2 . Factor loading  
3 . AMOS



جدول ۲. شاخص های نکویی برازش مدل قصد رفتاری گردشگران بر اساس مولفه های اکوتوریسم

ورزشی				
CFI	NFI	CMIN/DF	P-Value	RMSEA
۰/۸۶	۰/۹۱۴	۳/۷۱۹	*۰/۰۵	۰/۰۸۴

نتایج تحلیل مسیر مدل نشان داد که جاذبه های طبیعی مربوط به فعالیت های ورزشی آبی و ساحلی با بار عاملی ( $\beta = ۰/۸۳$ ) و جاذبه های طبیعی مرتبط به فعالیت های ورزشی طبیعی و جنگلی با بار عاملی ( $\beta = ۰/۷۸$ ) بیشترین تاثیر را بر رضایتمندی گردشگران دارند. همچنین جاذبه های طبیعی مربوط به فعالیت های ورزشی بیابان ( $\beta = ۰/۶۴$ ) کمترین تاثیر را بر رضایتمندی گردشگران داشتند و در نهایت سطح رضایتمندی گردشگران دارای بار عاملی چشمگیر ( $\beta = ۰/۷۳$ ) بر تمایل به بازگشت آتی گردشگران به جشنواره بازی های بومی و محلی بود. همچنین نتایج تحلیل مسیر مولفه های پنج گانه اکوتوریسم ورزشی بر تمایل به بازگشت گردشگران حاکی از تاثیر مستقیم جاذبه های ورزشی مرتبط با ورزش های بومی و سنتی ( $\beta = ۰/۶۵$ ) و جاذبه های ورزشی مرتبط با ساحل ( $\beta = ۰/۶۳$ ) بر تمایل به بازگشت گردشگران بود ( نمودار ۲).



نمودار ۲. ضرایب عاملی تحلیل مسیر تاثیر ابعاد اکوتوریسم ورزشی بر رضایتمندی و تمایل به بازگشت گردشگران

با توجه به اینکه هر یک از پنج مولفه اکوتوریسم ورزشی دارای گویه های ورزشی متفاوتی بودند. تحلیل مسیر برای هر یک از مولفه ها انجام گرفت. نتایج نشان داد که گویه فوتبال و والیبال ساحلی ( $\beta = ۰/۸۴$ )، پیاده روی و تپه نوردی ( $\beta = ۰/۸۲$ )، گویه اسکی و برف نوردی ( $\beta = ۰/۷۸$ )، گویه رالی موتور ( $\beta = ۰/۶۹$ ) و گویه کشتی بومی و سنتی ( $\beta = ۰/۸۹$ ) مهمترین گویه های تاثیرگذار بر ابعاد پنج گانه مولفه های جاذبه های ورزشی و طبیعی بودند (جدول ۳). نتایج آمار توصیفی برای هر یک از ابعاد رضایتمندی و تمایل به بازگشت گردشگران نیز در جدول شماره ۴ گزارش شده است. نتایج موید آن بود که در متغیر رضایتمندی گردشگران، ارائه خدمات تسهیلاتی با کیفیت مناسب که مربوط به گویه " خدمات جانبی در این مکان خوب و مناسب است (سرویس های بهداشتی، توفه، پارکینگ و ... " ( $M = ۴/۰۹ \pm ۱/۳۴$ ) و در متغیر تمایل به بازگشت گویه " در صورت افزایش بهای بلیط ورودیه، من باز هم به

دیدن جشنواره‌های ورزش بومی و سنتی در این مکان خواهیم آمد" ( $M=3/10 \pm 1/18$ ) از میانگین نمرات بالاتری برخوردار بودند (جدول ۴).

### جدول ۳. ماتریس اکوتوریسم ورزشی با تاکید بر جاذبه‌های طبیعی و ورزش های بومی - سنتی

بار عاملی مولفه‌ها (β)					
مولفه‌های اکوتوریسم ورزشی	مولفه ۱	مولفه ۲	مولفه ۳	مولفه ۴	مولفه ۵
جاذبه‌های ورزشی ساحلی و آبی	شنا، غواصی	۰/۸۱			
	قایقرانی و موج سواری	۰/۷۹			
	والیبال و فوتبال ساحلی	۰/۸۴			
	شاتل سواری و اسکی روی آب	۰/۷۳			
	ماهگیری	۰/۷۵			
جاذبه‌های ورزشی طبیعی و جنگلی	سوار کاری	۰/۷۹			
	پیاوه‌روی و تپه نوردی	۰/۸۲			
	گلف	۰/۶۱			
	دوچرخه سواری تفریحی	۰/۸۱			
جاذبه‌های ورزشی کوهستان	کوهنوردی و غارنوردی	۰/۶۳			
	پاراگرایدر و چتربازی	۰/۵۸			
	اسکی و برف نوردی	۰/۷۸			
	دوچرخه سواری کوهستان	۰/۷۲			
	شکار مجاز پرندگان و حیوانات	۰/۵۶			
جاذبه‌های ورزشی بیابان	شترسواری	۰/۵۴			
	رالی دوچرخه	۰/۶۷			
	رالی موتور	۰/۶۹			
	رالی ماشین	۰/۵۸			
جاذبه‌های ورزشی سنتی و سستی	سوار کاری	۰/۷۴			
	گلف	۰/۶۴			
	کبدی	۰/۸۱			
	کشتی بومی-سستی	۰/۸۹			

جدول ۴. اولویت بندی گویه های تاثیر گذار بر رضایت مندی و تمایل به بازگشت

رتبه	M(±SD)	گویه ها	متغیر
۳	۴/۴۰±۱/۰۰	مکان برگزاری جشنواره ورزش های بومی و سنتی تمیز و زیبا است.	رضایت مندی تماشاگران
۵	۳/۷۴±۱/۲۰	تجهیزات مورد استفاده برای تماشاگران از جمله صندلی ها راحت و مناسب هستند.	
۱۰	۳/۹۱±۰/۹۳	من از اینکه با سایر تماشاگران در این مکان هستم، احساس راحتی می کنم.	
۱۱	۳/۹۲±۰/۸۳	مسئولین برگزاری مسابقات با گردشگران برخوردی مودبانه دارند.	
۶	۳/۷۵±۱/۰۷	در این مکان، کادر اجرایی برای ارائه خدمات مناسب به گردشگران مشتاق هستند.	
۴	۳/۶۰±۱/۱۵	در این مکان، کادر اجرایی برای ارائه خدمات مناسب به گردشگران از مهارت لازم و کافی برخوردار هستند.	
۸/۵	۳/۸۱±۱/۰۲	امکان دسترسی به مکان برگزاری جشنواره سهل و آسان است.	
۱۲	۳/۹۸±۰/۸۲	زمان برگزاری مسابقات جشنواره ورزش های سنتی خوب و مناسب است.	
۸/۵	۳/۸۱±۱/۱۶	گنجایش مکان برگزاری جشنواره خوب و مناسب است.	
۷	۳/۷۷±۱/۱۹	تبلیغات مناسبی در خصوص مکان برگزاری جشنواره صورت می گیرد.	
۲	۴/۱۰±۱/۱۱	هزینه بلیط برای وارد شدن مکان برگزاری جشنواره خوب و مناسب است.	
۱	۴/۰۹±۱/۳۴	خدمات جانبی در این مکان خوب و مناسب است (سرویس های بهداشتی، بوفه، پارکینگ و ...).	
۸	۳/۹۳±۰/۹۴	برنامه ریزی کرده ام در مسابقات بعدی نیز که در این مکان است، شرکت نمایم.	تمایل به بازگشت
۶/۵	۳/۹۰±۱/۰۲	اگر سایر جشنواره ها نیز در این مکان انجام شود، باز هم در آن شرکت خواهم نمود.	
۶/۵	۳/۹۰±۰/۹۱	من سایر افراد را نیز برای دیدن جشنواره ها در این مکان ترغیب خواهم نمود.	
۱	۳/۱۰±۱/۱۸	در صورت افزایش بهای بلیط ورودیه، من باز هم به دیدن جشنواره های ورزش بومی و سنتی در این مکان خواهم آمد.	
۳	۳/۵۸±۱/۲۲	اگر رویدادی مشابه با برنامه های بهتر در سایر مناطق انجام شود، من باز هم این مکان و جشنواره های سنتی آن را ترجیح می دهم.	
۵	۳/۸۴±۱/۰۷	در صورت ارائه برنامه های ورزشی جدید در این مکان، من باز هم در آن شرکت خواهم نمود.	
۴	۳/۶۳±۱/۲۶	من علاقمند هستم تا زمان بیشتری از اوقات فراغت خود را در این مکان بگذرانم.	
۲	۳/۱۳±۱/۱۳	من خود را فردی وفادار به این جشنواره ها و مکان اجرای آن می دانم.	

نتایج آزمون ANOVA به منظور مقایسه دیدگاه های نمونه های آماری تحقیق، حاکی از آن بود که فقط در مولفه جاذبه های ورزشی مربوط به بیابان، تفاوت معناداری بین گردشگران ورزشی، کارشناسان ورزشی و کارشناسان فرهنگی وجود دارد (F=۲/۵۳ و Sig=۰/۰۷۲) و در سایر مولفه ها تفاوت معناداری مشاهده نگردید (P ≤ ۰/۰۵) (جدول ۵).

جدول ۵. نتایج آزمون ANOVA براساس دیدگاه نمونه‌های آماری تحقیق

Sig	F	میانگین رتبه	نمونه آماری	رتبه مولفه	مولفه‌ها
		۲۳/۴۵	گردشگران ورزشی		
*۰/۰۳۶	۳/۴۵	۲۱/۶۱	کارشناسان ورزشی	۴/۳۹	جاذبه‌های ورزشی مربوط به ساحل و دریا
		۲۰/۸۹	کارشناسان فرهنگی		
		۲۲/۵۸	گردشگران ورزشی		
*۰/۰۱۷	۲/۷۶	۲۱/۶۱	کارشناسان ورزشی	۴/۳۴	جاذبه‌های ورزشی مربوط به طبیعت و جنگل
		۲۱/۰۵	کارشناسان فرهنگی		
		۲۱/۸۲	گردشگران ورزشی		
*۰/۰۴۹	۳/۶۱	۲۲/۴۷	کارشناسان ورزشی	۴/۲۳	جاذبه‌های ورزشی مربوط به کوهستان
		۱۹/۳۹	کارشناسان فرهنگی		
		۱۸/۴۹	گردشگران ورزشی		
۰/۰۷۲	۲/۵۳	۱۸/۳۷	کارشناسان ورزشی	۳/۶۲	جاذبه‌های ورزشی مربوط به بیابان
		۱۷/۷۲	کارشناسان فرهنگی		
		۲۳/۸۴	گردشگران ورزشی		
*۰/۰۱۵	۲/۸۱	۲۲/۸۶	کارشناسان ورزشی	۴/۶۷	جاذبه‌های ورزشی مربوط به جشنواره‌های بومی و سنتی
		۲۳/۴۷	کارشناسان فرهنگی		
P ≤ ۰/۰۵ *					سطح معناداری

بحث و نتیجه‌گیری

بررسی آمار اقتصادی ارائه شده توسط سازمان‌های گردشگری و آژانس‌های مسافرتی کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری حاکی از آن است که در دهه اخیر، گردشگری رویدادهای ورزشی در بین سایر حوزه‌های گردشگری از قبیل گردشگری سلامت<sup>۱</sup>، گردشگری مذهبی<sup>۲</sup>، گردشگری تاریخی<sup>۳</sup>، گردشگری کشاورزی<sup>۴</sup>، گردشگری موسیقی<sup>۵</sup> و گردشگری فرهنگی<sup>۶</sup> بیش از پیش رشد یافته و با توجه به توانایی این پدیده در محو کردن تمام محدودیت‌های سنی، جنسی، طبقاتی و نژادی، مورد استقبال ویژه و بی‌نظیر گروه‌های مختلف گردشگران قرار گرفته است. همین امر سبب شده این صنعت به بزرگترین و مهمترین صنعت رشد یافته در اقتصاد جهانی تبدیل گردد (۲۳). در حقیقت پیوند میان ورزش و گردشگری، نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد کرده است که ضمن ایجاد منابع اقتصادی

1. Health tourism
2. Religious tourism
3. Historical tourism
4. Agritourist
5. Music tourism
6. Cultural tourism

بی‌شماره، ساختار جامعی را برای غنی‌سازی اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی را فراهم نموده است (۲۴). بنابراین توانایی بالقوه صنعت گردشگری برای جانشینی درسایر بخش‌های صنایع پیر و غیراقتصادی کشور با هدف غنی‌سازی چرخه اقتصادی کشورها، مهمترین دلیل توجه و توسعه این صنعت می‌باشد. اما از آنجایی که در سال‌های اخیر، طبق رویکرد نگاه خیره گردشگر<sup>۱</sup>، گردشگران در مقام یک مشارکت‌کننده فعال در خلق یک تجربه گردشگری مطرح می‌باشد، توجه به حوزه‌های جدیدی از گردشگری ورزشی و به خصوص گردشگری فستیوال‌های فرهنگی - ورزشی منعطف شده است (۸). گردشگری و بازی‌های سنتی دو مقوله درهم تنیده‌اند که از طریق آن می‌توان در مناطقی که ورزش و فعالیت‌های بدنی بخشی از فرهنگ آن منطقه محسوب می‌شوند، تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی را که دارای علائق مشابه فرهنگی و ورزشی هستند را جلب نمود (۲). لذا با توجه به قابلیت‌های خاص فرهنگی و اقلیمی کشور و بویژه استان‌های شمالی در حوزه اکوتوریسم که به دلیل برخورداری از ویژگی جذاب همجواری دریا و جنگل از یک سو و برگزاری فستیوال‌های متعدد ورزش‌های بومی و سنتی از سوی دیگر، این مناطق ساحلی از دیرباز مورد توجه گردشگران بوده و از پتانسیل بالایی در جذب گردشگران داخلی و خارجی برخوردار می‌باشد (۱۷). نتایج تحقیقات پیشین در خصوص جاذبه‌های طبیعی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی موید آن بود که دریا و جذابیت‌های مرتبط با آن در کنار مسابقات و رویدادهای ورزشی دو جاذبه اصلی برای گردشگران ورزشی محسوب می‌شود (۲۵). بنابراین در تحقیق حاضر رابطه توانمندی‌های ورزشی مرتبط با جاذبه‌های طبیعت استان‌های شمالی کشور در غالب پنج مولفه جاذبه‌های ورزشی مرتبط با ساحل و دریا، جاذبه‌های ورزشی مرتبط با جنگل و طبیعت، جاذبه‌های ورزشی مرتبط با کوهستان، جاذبه‌های ورزشی مرتبط با بیابان و جاذبه‌های مرتبط با فستیوال ورزش‌های بومی و سنتی بر اساس رضایت‌مندی و تمایل به حضور مجدد گردشگران در جشنواره‌های ورزش‌های بومی و سنتی از طریق تحلیل مسیر ساختاری مورد مطالعه قرار گرفته است. نتایج تحقیق نشان داد که جاذبه‌های ورزشی - طبیعی تاثیر معناداری بر تمایل به بازگشت و حضور مجدد گردشگران در فستیوال‌های ورزش‌های بومی و سنتی دارد ( $\beta=0/73$ ). کلیه مولفه‌های پنج‌گانه جاذبه‌های ورزشی - طبیعی از بار عاملی چشمگیری بر رضایت‌مندی گردشگران برخوردار بودند ( $\beta>0/60$ ). اما جاذبه‌های طبیعی مربوط با ورزش‌های بومی و سنتی ( $\beta=0/84$ )، جاذبه‌های طبیعی - ورزشی آبی و ساحلی با بار عاملی ( $\beta=0/83$ ) و جاذبه‌های طبیعی مرتبط به فعالیت‌های ورزشی طبیعی و جنگلی با بار عاملی ( $\beta=0/78$ ) بیشترین تاثیر را بر رضایت‌مندی گردشگران داشتند که با نتایج تحقیقات علی‌آبادی و حسامی (۱۳۹۳)، غفوری (۱۳۹۲)، شجاعی (۱۳۹۲)، فلاحی و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی داشت (۲۶، ۵، ۶، ۲). رضانی و فروغی (۱۳۸۸)، نیز در نتایج تحقیقات خود تحت عنوان شناخت پتانسیل اقلیمی توریسم ورزشی در نواحی ساحلی انزلی گزارش کردند که پتانسیل‌های موجود در زمینه فعالیت‌های ورزشی در مناطق ساحلی و نقش این رویدادهای ورزشی در توسعه این مناطق از طریق احیاء صنعت گردشگری ورزشی و برخورداری از سواحل شنی و پوشش جنگلی، چشم‌اندازهای طبیعی و شرایط مساعد آب و هوا در فصل‌های بهار و تابستان، زمینه‌ساز جذب گردشگران ورزش‌های از قبیل شنا، قایقرانی، چتربازی، دوی جاده‌ای و ورزش‌های هوایی می‌باشد (۱۷). هنرور و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهش خود اقدام به "طراحی الگوی بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران" نمود. نتایج حاکی از آن بود که دریا و سایر جذابیت‌های آبی به همراه شرکت در مسابقات و رویدادهای ورزشی دو جاذبه اول برای گردشگران ورزشی است (۷). یون و یای‌سل (۲۰۰۵)، وجود دریا

1. The tourist gaze

2. Yoon & Uysal

و برخورداری از مناطق دیدنی و چشم‌اندازهای طبیعی در مقاصد گردشگری را از عوامل مهم ترغیب‌کننده گردشگران در رویدادهای ورزشی می‌دانند که در راستای نتایج تحقیق حاضر می‌باشد (۲۷). اما ایکز و همکاران (۲۰۱۰)، ضمن تاکید بر قابلیت‌های بی‌نظیر مناطق ساحلی در توسعه گردشگری ورزشی، شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری ورزشی مقاصد گردشگری ساحلی را عامل مهمی در توسعه گردشگری ورزشی دانسته‌اند. در این بین کشورهایی از قبیل اتریش و سوئیس با طراحی برنامه جامع گردشگری در بخش ورزش‌های زمستانی از قبیل اسکی و یا کشور ترکیه با سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری مناطق ساحلی خود، گردشگران ورزشی زیادی را جذب نموده و از این طریق منابع اقتصادی سرشاری را به دست آورند (۲۸).

نتایج تحلیل مسیر برای مولفه‌های اکوتوریسم ورزشی نشان داد که گویه گویه کشتی بومی و سنتی (۰/۸۹)  $\beta=$ ، فوتبال و والیبال ساحلی (۰/۸۴)  $\beta=$ ، پیاده‌روی و تپه‌نوردی (۰/۸۲)  $\beta=$ ، گویه اسکی و برف‌نوردی (۰/۷۸)  $\beta=$  و گویه رالی موتور (۰/۶۹)  $\beta=$  مهمترین گویه‌های تاثیرگذار بر ابعاد پنج‌گانه مولفه‌های جاذبه‌های ورزشی و طبیعی بودند. در این راستا شجاعی (۱۳۹۱) برخورداری از جاذبه‌های طبیعی و محلی، دارا بودن پتانسیل شرکت در لیگ‌های ملی ورزشی، ارائه خدمات رفاهی، تفریحاتی و تسهیلاتی را به عنوان متغیرهای اثرگذاری می‌داند که استان‌های شمالی کشور واجد آنهاست و همچنین فراهم بودن زمینه برگزاری جشنواره‌های ورزشی بومی - محلی در استان، نشر اصول فلسفه اسلامی و آیین ایرانی متعاقب توسعه این صنعت، وجود ارتباط نزدیک با شهرها و همجواری با کشورهای حوزه دریای خزر جهت برقراری ارتباطات تعاملی، ایجاد اتحاد و شکل‌گیری هویت و عرق استانی در پی توسعه توریسم ورزشی استان به عنوان متغیرهایی محسوب می‌شوند که زمینه را برای توسعه توریسم ورزشی پایدار هموار می‌سازند (۲۶). رسولی و نارنجچی (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان بررسی پتانسیل جغرافیایی استان آذربایجان شرقی در جذب گردشگر ورزشی با استفاده از مدل کی و وмпلو<sup>۲</sup> گزارش کردند که برقراری ارتباط بین شرایط اکوتوریسمی با برنامه‌های ورزشی می‌تواند به عنوان استراتژی کارا جهت توسعه گردشگری استفاده گردد. نتایج تحقیقات آنها حاکی از آن بود که در ماه‌های اردیبهشت تا شهریور، شرایط مناسب اقلیم آسایش انسانی برای فعالیت‌های ورزشی مهیا است. در ماه‌های خرداد و تیر پرداختن به رشته‌های ورزشی شنا، فوتبال، دوچرخه‌سواری و ورزش‌های هوایی و ماه‌های تیر، مرداد و شهریور دارای اقلیم مناسب برای رشته‌های ورزشی شنا، فوتبال و ورزش سه‌گانه می‌باشد (۲۹). اما شهریار و همکاران (۱۳۹۴)، در پی به حداکثر رساندن کارآمدی سازمان‌های متولی صنعت گردشگری، به این نتیجه رسیدند که با توجه به وجود ظرفیت بالای گردشگری در استان‌های شمالی، تشکیل اتحادهای گردشگری می‌تواند تا حد زیادی رونق این صنعت را به همراه داشته باشد. نتایج تحقیقات آنها حاکی از بود اتحاد سرمایه‌گذاری، اتحاد مدیریت و اتحاد ساختاری، اتحاد پژوهش و توسعه به ترتیب مهمترین تاثیرات را بر توسعه گردشگری ورزشی استان‌های شمالی داشتند. که با توجه به جذابیت موجود در برگزاری مسابقات ورزشی از قبیل والیبال ساحلی، شنا، اسب‌سواری و ورزش‌های آبی و همچنین جاذبه‌های فرهنگی و ورزشی موجود در سه استان شمالی گیلان، مازندران و گلستان که دارای بیش از ۲۶۸۰۰۰ کیلومتر مربع از سواحل کشور را به خود اختصاص داده است، می‌توان از طریق تشکیل اتحادیه‌های گردشگری ورزشی، موجبات رونق صنعت گردشگری ورزشی را فراهم نمود که با یافته‌های تحقیق حاضر در خصوص تاثیر معنادار جاذبه‌های ورزشی ساحل و دریا بر قصد رفتاری گردشگران همخوانی داشت (۳۰).

1 . Icoz, et al

2 . Kay &amp; Vampelow

اما بررسی تحقیقات روند رو به رشد در کشورهایی از قبیل ترکیه، ایتالیا و مالزی که صنعت گردشگری ورزشی جزء ده صنعت اول و تاثیرگذار در حوزه اقتصاد این کشورها محسوب می‌شود، بیانگر آن است که بهره‌گیری از جذابیت‌های گردشگری نه تنها به عنوان مهمترین منبع درآمدزایی این جوامع، پیکره اصلی اقتصادی این کشورها را تشکیل می‌دهد، بلکه مولد اقتصاد در سایر بخش‌ها بوده و ایجادکننده فرصت‌های شغلی بسیار می‌باشد (۲۶). فراهانی و همکاران (۱۳۹۳)، در بررسی ویژگی‌های ابوظبی به عنوان یکی از مقاصد برتر گردشگری ورزشی گزارش کردند که امارات ابوظبی طی یک دهه اخیر با ایجاد تغییرات اساسی در زیرساخت‌های گردشگری از قبیل ساخت ۹۴ هتل و هتل آپارتمان برخوردار از امکانات ورزشی و رفاهی کامل، ظرفیت پذیرش دو میلیون گردشگر در سال را دارد. بررسی وضعیت رشته‌های ورزشی فعال در این منطقه بیانگر آن است که امکان استفاده از ورزش‌های متنوع میدانی، آبی، ساحلی و بیابانی در قالب بازی، تفریح، برگزاری مسابقات تدارکاتی، رویدادهای ورزشی منطقه‌ای، بین‌المللی و ملی سبب جذب گردشگران زیادی به صورت ورزشکار و یا تماشاگر شده است. لذا با توجه به شباهت‌های موجود بین استان‌های شمالی با ابوظبی، الگوی سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌سازی گردشگری را مشابهی را می‌توان در سواحل شمالی کشور ایجاد نمود (۳۱).

در بین کلیه مولفه‌های اکوتوریسم ورزشی، از دیدگاه گردشگران گویه کشتی بومی و سنتی ( $\beta = 0/۸۴$ ) مهمترین گویه‌های تاثیرگذار بر ابعاد پنج‌گانه مولفه‌های جاذبه‌های ورزشی و طبیعی بود. نتایج تحقیقات انجام شده در کشورهای انگلیستان، ایالات متحده، استرالیا و کشورهای عربی حاکم از ظرفیت بالای ورزش‌های سنتی در جذب گردشگر می‌باشد. برگزاری رویدادهای ورزشی از قبیل اسب سواری در این کشورها و کشتی محلی در کشورهای از قبیل تاجیکستان، ترکمنستان، آذربایجان و روسیه به عنوان مقاصد برتر گردشگران ورزشی، سبب طراحی برنامه‌های استراتژیک سازمان‌های گردشگران ورزشی در این کشورها به شمار می‌رود که سبب جذب گردشگران زیادی در فصول مختلف سال می‌شود. به عنوان مثال مسابقات سالیانه اسب دوانی کنتاکی و بیدر کاپ<sup>۱</sup> آمریکا، دو رویداد مهم ورزش‌های سنتی این کشور محسوب می‌شوند (۴). جووانا<sup>۲</sup> (۲۰۱۴)، مهمترین دلیل رونق اقتصادی مناطق حاشیه کشور ایتالیا و بویژه منطقه روستایی- ساحلی شیانتی<sup>۳</sup> را برگزاری رویدادهای محلی را می‌داند. برگزاری رویدادهای ورزشی مطابق با فرهنگ این منطقه سبب جذب گردشگران ورزشی بی‌شمار و در نهایت رونق اقتصادی منطقه ساحلی شیانتی شده است. به اعتقاد او علیرغم سادگی و نبود قوانین و مقررات رسمی در جریان برگزاری مسابقات، اما استقرار برنامه و طرحی جامع که برگرفته از رویدادهای ورزشی حرفه‌ای مشابه با این مسابقات ورزشی است و توجه به انگیزه‌های تفریحی گردشگران از طریق انجام تبلیغات و معرفی جاذبه‌های دیدنی و تفریحی، دلایل اصلی رونق گردشگری ورزشی این منطقه می‌باشد (۳۲). نتایج تحقیقات حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۳)، در بررسی موانع گردشگری ورزشی کشتی با چوخه با جاذبه‌های طبیعی ورزشی و گردشگری حاکم از پتانسیل بالای ورزش کشتی سنتی لوچو در جذب هزاران گردشگر داخلی و گردشگر خارجی از ترکمنستان و تاجیکستان و معرفی استان خراسان به عنوان قطب گردشگری ورزشی بومی ایران می‌باشد. نتایج تحقیقات آنها نشان داد که بهره برداری از گردشگری ورزش‌های بومی متکی به جاذبه‌های ورزشی و طبیعی، مدت زمان و طول و فصل زمان برگزاری رویداد می‌باشد (۳۳). استفانیا و دان<sup>۴</sup> (۲۰۱۵) پیوند جاذبه‌های طبیعت و جشنواره‌های بومی و

1 . Bider cup

2 . Giovanna

3 . Chianti

4 . Stefania & Dan

سنتی را شکل توسعه یافته و مدرن گردشگری ورزشی در کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری معرفی می‌کند. در این راستا سازمان‌های مسوول ورزش‌های بومی و سنتی در کشور دانمارک با تاسیس پارک ملی بازی‌های سنتی، پیوند قوی بین بازی‌های بومی - محلی و گردشگری ایجاد نمود. استقرار جذابیت‌های طبیعی مصنوعی بر اساس مدل‌های ترسیم شده در تاریخ این کشور، استفاده از شکل اولیه ابزار و وسایل بازی موجب جذابیت و جذب بسیاری از گردشگران از کشورهای مختلف دنیا شده‌اند (۳۴). بنابراین برگزاری جشن‌ها، فستیوال‌ها، جشنواره‌ها سنتی و همجواری آنها با جذابیت‌های طبیعی می‌تواند عامل سوق دهنده گردشگران ورزشی به سوی این رویدادهای ورزشی باشد که این یافته در راستای فرضیه اصلی تحقیق حاضر می‌باشد. کون‌کاو<sup>۲</sup> (۲۰۱۵). با معرفی کشور مالزی به عنوان درآمذاترین و کشوری فعال در حوزه گردشگری ورزشی، گزارش کرد که در این کشور به دلیل تلاش‌های انجام شده در خصوص حفظ و ترویج آداب و رسوم، سنت‌ها و جشن‌های سنتی و محلی در سال اخیر، ۷۸۴/۵۵ نفر گردشگر در حوزه‌های جشنواره‌های محلی جذب نموده و به اولین و مهمترین مقصد گردشگری در آسیای شرقی تبدیل شده است. حفظ ساختار قدیمی پارک‌های سنتی و طبیعی و ترکیب معماری جدید با ساختار اماکن قدیمی که بیانگر تمدن کهن بوده است و استفاده از این مناطق برای برگزاری بازی‌های بومی و جشنواره‌های سالیانه سبب جذب هزاران گردشگر در سال می‌شود (۳۵). جابر و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۵)، نیز در بررسی تاثیر رویدادهای ورزشی بر توسعه اقتصادی جوامع، تاکید داشتند که ایجاد رابطه بین رویدادهای ورزشی و جاذبه‌های طبیعت، از حیثه‌های جدید گردشگری ورزشی است که در سال‌های اخیر بسیار مورد توجه محققان قرار گرفته است (۱۶). در حقیقت پدیده گردشگری ورزشی طبیعت مدار برخلاف قرن نوزدهم که بیشتر به رویدادهای ورزشی بزرگ توجه داشتند، در اواخر قرن بیستم بسیار مورد توجه دولت‌های محلی در اروپا قرار گرفته است. نتایج تحقیقات آنها نشان داد که به منظور به حداکثر رساندن مزایای گردشگری ورزشی، توجه به تسهیلات رفاهی، توجه به ارزش‌های فرهنگی و تاریخی در کنار ایجاد تناسب بین رویدادهای ورزشی با تاریخ رویداد ورزشی مورد نظر با مکان برگزاری مسابقات ورزشی می‌تواند سبب جذب گردشگران ورزشی بیشتری می‌شود (۳۶). در تحقیق حاضر نیز گویه "خدمات جانبی در این مکان خوب و مناسب است (سرویس‌های بهداشتی، بوفه، پارکینگ و ...)" و گویه "در صورت افزایش بهای بلیط ورودیه، من باز هم به دیدن جشنواره‌های ورزش بومی و سنتی در این مکان خواهم آمد" مهمترین گویه‌های تاثیرگذار بر رضایتمندی و تمایل به حضور مجدد گردشگران داشت، که با نتیجه تحقیق هکتور و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۵) همخوانی داشت (۳۶).

در مولفه جاذبه‌های ورزشی مرتبط با جنگل و طبیعت، گویه پیاده‌روی و تپه‌نوردی ( $\beta = 0/۸۲$ ) از بار عاملی بالاتری برخوردار بود. علی‌آبادی و حسامی (۱۳۹۳) و رضوی و همکاران (۱۳۹۲) ضمن تاکید برقابلیت‌های منحصر به فرد گردشگری ورزشی که ترکیبی از دو صنعت جذاب ورزش و جاذبه‌های موجود در طبیعت می‌باشد، اظهار داشتند که محیط جاذبه‌های گردشگری را به عنوان یکی از مهمترین عناصر گردشگری تبدیل کرده است. در حقیقت مناطق طبیعی می‌توانند منبع قوی توسعه گردشگری ورزشی باشد. نتایج تحقیق آنها حاکی از تاثیر معنادار و تاثیرگذار جاذبه‌های کوه، مناطق حفاظت شده، قابلیت‌های گردشگری رودخانه و دریاچه از فعالیت‌های اصلی و مورد علاقه گردشگران ورزشی در اکوتوریسم ورزشی بود (۱۷ و ۱۶). طالقانی و غفاری (۲۰۱۴)، نیز با طراحی مدل

1 . Danmark International traditional Gam's park

2 . Kunkaew

3 . Gábor et al

4 . Hector et al



توسعه گردشگری ورزشی گزارش کردند که موانع فرهنگی، وجود مشکلات ساختاری در بخش گردشگری و جاذبه های گردشگری مهمترین متغیرهای توسعه این صنعت در ایران می باشد. اما جاذبه های مربوط به تپه نوردی (ضریب تاثیر ۰/۷۹)، بیابانگردی (ضریب تاثیر ۰/۷۵) و شرکت در فعالیت های مربوط به شکار (ضریب تاثیر ۰/۷۵) از مولفه های تاثیر گذار بر گردشگری ورزشی بودند (۳۷). موسوی گیلانی، اسدی و سجادی (۱۳۹۱)، با طراحی مدل شناسایی و بخش بندی بازار هدف برای گردشگران ورزشی، گزارش کردند که جاذبه های کوهستان و برف (با ضریب تاثیر ۶/۸۷)، جاذبه های مرتبط با ورزش های آبی و ساحلی (با ضریب تاثیر ۱/۸۵)، مسابقات و رویدادهای ورزشی (با ضریب تاثیر ۱/۴۲) و جاذبه های مرتبط با بیابان گردی و کویرنوردی (با ضریب تاثیر ۱/۱۹) اصلی ترین مولفه های مقاصد گردشگری گردشگران خارجی را تشکیل می دادند، که با نتایج تحقیق حاضر به لحاظ اولویت مولفه ها همخوانی نداشت (۳۸).

به دلیل اینکه هدف از تحقیق حاضر دستیابی به مدل توسعه گردشگری ورزش های بومی و سنتی بر اساس جاذبه های طبیعت می باشد، دیدگاه گروه سه گانه نمونه آماری مقایسه گردید. نتایج آزمون ANOVA نشان داد که فقط در مولفه جاذبه های ورزشی مربوط به بیابان تفاوت معناداری بین دیدگاه های کارشناسان ورزشی، کارشناسان فرهنگی با گردشگران ورزشی وجود دارد (۰/۷۲ و  $F=۲/۵۳$ ). بر اساس دیدگاه کارشناسان، جاذبه های ورزشی مرتبط با دریا، ساحل ( $MR=۴/۳۹$ ) و جاذبه های ورزشی فستیوال های بومی و سنتی ( $MR=۴/۶۷$ ) که همراه با برگزاری مراسم های سنتی مرتبط با آداب و سنن ساکنان از قبیل کشتی آیش و گروش، کبیدی و سوارکاری می باشند از اولویت اصلی گردشگری از دیدگاه گردشگران، کارشناسان ورزشی و کارشناسان تربیت بدنی می باشد. در این راستا، رضوی و همکاران (۱۳۹۲)، در تحقیقی تحت عنوان "بررسی جاذبه های طبیعی اثر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران" به این نتیجه رسیدند که جاذبه های طبیعی بر توسعه گردشگری ورزشی اثر گذار است؛ به طوریکه جاذبه های کوهنوردی با بار عاملی ۰/۸۲ و جاذبه های ورزش های تابستانی با بار عاملی ۰/۷۷ به ترتیب اولین اولویت و جاذبه های زمستانی با بار عاملی ۰/۷۵ پائین ترین اولویت را به خود اختصاص داده اند. از دیدگاه کارشناسان تربیت بدنی جاذبه های مربوط به ورزش های تابستانی و کوهنوردی دارای بیشترین میانگین بودند؛ اما کارشناسان گردشگری و مسئولین هیئت های ورزشی به ترتیب جاذبه های مرتبط با شکار و صید و ورزش های تابستانی را انتخاب نمودند (۱۸). فلاحی و همکاران (۱۳۹۲) و موسوی و همکاران (۱۳۹۲)، در مقایسه دیدگاه کارشناسان میراث فرهنگی، کارشناسان آژانس های مسافرتی و کارشناسان هیئت های ورزشی در خصوص بررسی جاذبه های طبیعی موثر بر توسعه گردشگری استان کردستان، ضمن تاکید بر توافق کارشناسان فرهنگی، ورزش و مسافرتی در مورد پتانسیل بالای جاذبه های طبیعت در جذب گردشگران ورزشی گزارش کردند که جاذبه های مربوط به کوه و غارنوردی و جاذبه های مربوط به ورزش های زمستانی از اولویت بالاتری در توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان برخوردارند (۳۸ و ۵).

## نتیجه گیری

با توجه به نتایج تحقیق حاضر که بیانگر پتانسیل بالای استان های شمالی کشور در توسعه اکوتوریسم ورزشی با تاکید بر ورزش های بومی و سنتی و جاذبه های طبیعی می باشد، می توان با مطالعه و توسعه زیرساخت های گردشگری ورزشی در این مناطق و همچنین احیاء و ترویج فستیوال های ورزش های بومی و سنتی، با ایجاد تجربه های

موفقیت‌آمیز برای گردشگران، نوار ساحلی کشور را به یک برند برتر مقصد گردشگری تبدیل نمود. همچنین نوار ساحلی کشور به دلیل برخورداری از جاذبه‌های طبیعی متعدد و بکر از قبیل ساحل، رشته کوه‌های طبیعی، مناطق حفاظت شده جنگلی، آبشارها، تالاب، مرداب، طبیعت خشک و بیابانی، جلگه و دشت و بسیاری دیگر از جاذبه‌های اکوتوریستی و همچنین برگزاری منظم جشنواره ورزش‌های سنتی متنوع از قبیل کشتی کوروش، آلیش، لوچو و کبدی، و فعال بودن صنعت پرورش اسب، و برخورداری از پیست پروازی بین‌المللی پاراگرایدر به قطب گردشگری ورزشی بومی کشور تبدیل شده است. بنابراین این پتانسیل وجود دارد که با تاسیس کمپ‌های اختصاصی ورزشی و ارائه تسهیلات بانکی به بنگاه‌های محلی و فدراسیون‌های ورزشی مسوول از یک سو و پیش‌بینی بسته ویژه گردشگری از قبیل تخفیف برای تورهای خانوادگی و یا تسهیلات ویژه درفصول معین و ایام غیرتعطیل، نه تنها زمینه جذب گردشگران ورزشی داخلی را فراهم نمود، بلکه همانند بسیاری از کشورهای پیشرو در گردشگری ورزشی، بستر برگزاری اردوهای تیم‌های ملی سایر کشورها و فستیوال‌های ورزشی بین‌المللی را فراهم نمود.

### منابع و مأخذ

1. Heather J. Gibson, Kyriaki. K, Sung. JK (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review* 15 (2012) 160–170.
2. Ghafouri. F (2015). Model of tourism development in base on traditional sports and games. *Sport management studies*. N 24, Pp: 153-174.
3. Tajzadeh.H, Hashemzadeh.J (2015). The role of Local festivals in tourism development in terms of viewer's perspective. *Sport management research*. N 26, V 8: 25-52.
4. Zeitounli. AH, Farahani. A, Asadi. H (2014). Economical tourism and long term economic effects. *New perspective in sport management*. V1, N 1: 9-18.
5. Fallahi. A, Hasani. E, Karubi. M (2014). Survey of effective natural attractions in sport tourism development in Kordestan province. *Sport management studies*. N 17, Pp: 159-174.
6. Aliabadi. S, Hesami. SH (2015). Feasibility study of Functional link between Ecotourism and Sport Tourism in Iran, Case Study (Kurdistan Province). *Applied Research of Sport Management*. Vol.3, No.3, P p: 43-50.
7. Honarvar. A, Ghanbari. AR, Khatibzadeh, M (2014). Demographic properties and priority of sport tourism in Iran. *Research in sport management*. V 2, N 5: 1-24.
8. Ionela. G, Paven. H (2015). Tourism opportunities for valorizing the authentic traditional rural space-Case study: Ampoi and Mures Valleys micro region, Alba County, Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 188 (2015) 111 – 115.
9. Hasani Mehr. S, Kuhi.SH (2012). Identifying internal potentials in river distinct as a proper places to tourist. *Environmental and Regional planning*. N 11, P p: 4-16.
10. Juan M. H, Rafael. SV, Yolanda. SJ (2016). The inter relationship between rural and mass tourism: The case of Catalonia, Spain. *Tourism management*. V 54, Pp: 43–57.

11. Veisi. H, Mehmandust. KH (2016). Survey challenges of international tourist development in Iran in based on in ported tourisms. Geopolitics' seasonal journal. V 4, N3, Pp: 135-156.
12. Naghavi. MR, Moridsadat. P, Fatahi. A, Ebadian. M (2014). Evaluation of traditional and local games in rural development. Planning and logistic space journal. V 17, N 4, 111-128.
13. Noorbaksh. M, moharamzadeh. M, Najafzadeh. F (2011). Major factors to attract and development of females sport tourism in Azerbaijan province in terms of environmental – sport attractions. 2 national congress of sport management. Shahroud University. Pp: 166-173.
14. Chunyang. W, Hailin. Q, Maxwell K. Hsu (2016). Toward an integrated model of tourist expectation formation and gender difference. Tourism Management. Volume 54, June 2016, Pages 58–7.
15. Getz, D, Stephen J. Page (2016). Progress and prospects for event tourism research. Tourism Management 52 (2016), 593-631.
16. Gábor. K, Károly. T, Zsolt. R. (2015).The Changing Role of Sports in Urban Development: A Case Study of Debrecen (Hungary). Sport tourism review. Volume: 117 Issue: 9. P p: 145- 161.
17. Ramezani. B, Forughi.P (2010). Identifying of sport tourism local potentials in Anzali beach district. Geography and regional development Journal. V1, N 2: 87-93.
18. Razavi.MH, Hosseini. E, Khajehpoor. A (2014). Survey of effective natural attractions on Mazndaran sport tourism development. Journal of Sport Management and motor behavior.V 9, N17: 15-26.
19. Shonk, D. J, Cheladurai. P (2008).Service quality, Satisfaction and intent to return in sport event tourism, Journal of sport management, 22: 587-602.
20. Memari. J, Abdollahi. M, Asghari, M (2013). Determining and modeling of major factors of consumer's satisfaction in private – entertainment sport collections: Modeling of method analysis. Sport management studies. N 18, Pp: 117-130.
21. Bodet G., (2006). Investigating Customer Satisfaction in a Health Club Context by an Application of the tetra-classes mode. Euro Sport Management Quarterly.6 (2): 149-165.
22. Human. HA (2010). Modeling of structural equation with Lissrel. The Samt publication. 3 edition. P 67.
23. Angelo. P, Lorn. S. (2013). Planning tourism through sporting events. International Journal of Event and Festival Management, Volume: 4 Issue: 2. P p: 56-71.
24. Andam.R, Montazeri.A, Feizi. S (2015). Survey of service quality dimensions in sport tourism. Journal of sport management research. N 26, P p: 15-36.
25. Causevic. S, Lynch, P. (2013). Political (in) stability and its influence on tourism development. Tourism Management Vol.34, pp. 145-157.
26. Shojai. V (2012). Strategic planning for Mazandaran's sport tourism. Geography position journal. V 12, N 39. Pp 173-194.

27. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, Vol. 26: 45–56.
28. Icoz, O, Gunlu, E, Oter. Z (2010). Sport tourism destinations as brand and factors affecting destination choices of soccer teams. 5th International congress on Business, economic and Management. Pp: 241-252.
29. Rasuli.S, Narenchi. F (2016). Geographical potential Azerbaijan province in sport tourism attraction. *Geographical district Season research*. N 51, Pp: 63-73.
30. Shahriari. B, hemmatinejad. MA, Malek akhlagh. E (2016). Identifying strategic alliances in Northern province sport tourism development. *Sport management studies*. N 30, Pp: 5-70
31. Farahani. A, Esfahani. N, Zarei. M, Khakeghi. H (2015). The role of tourist's destinations in sport tourism development for 5 period yearlong in Abuzabi. *Sport management journal*. V 6, N2, Pp: 215-230.
32. Giovanna. B (2014). Designing small-scale sport events in the countryside. *International Journal of Event and Festival Management*, Volume: 5 Issue: 2. P p: 214-235.
33. Hossein Poor.H, Adyan. H, Moghadam. R (2016). Survey of Chukhe wrestling's sport tourism problems in terms of naural attractions in Esferaien County. *Sport management research*. N 33, P P: 67-78.
34. Stefania. B, Dan Mihnea. D (2015). Tourism development after the implementation of sustainable strategies in Neamt County. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 188 (2015) 230 – 236.
35. Kun kaew. Khlaikaew (2015). The Cultural Tourism Management under Context of World Heritage Sites: Stakeholders'Opinions between Luang Prabang Communities, Laos and Muang-kaeo Communities, Sukhothai, Thailand. *Procedia Economics and Finance*. 23 (2015) 1286 – 1295.
- 23.
36. Héctor V. J, José Luis. C.P, Milagros. G., Mari. C.S (2015). Cost–benefit analysis of sport events: The case of World Paddle tour. *Investigations Europeans de Direction y Economic de la Empress* (2015). <http://dx.doi.org/10.1016/j.iedee.2015.04.001>.
37. Thaleghani, Gholamreza, Ghafari, Ali. (2014).Providing a management model for the development of sports tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 120, 289-298.
38. Musavi. R, Asadi. H, Sajadi. N (2011). Sectioning of Iran's sport tourism market for foreign tourists and planning object model. *Sport management model*. N 12, Pp: 37-59.

## Developments' model of traditional sports ecotourism in Khazar beach district

Hamid Reza Ghezelsefloo<sup>1\*</sup> - Mohammad Hossien Razavi<sup>2</sup> - Masoumeh Kalateh Seifari<sup>3</sup>

(Receive: 2016/03/06; Accept: 2018/02/28)

### Abstract

**Introduction & purpose:** The regions in which sport and athletic activities is a part of their culture can surely take various economic, social and cultural advantage of domestic and international tourists. The purpose of this research is developments' model of traditional sports ecotourism in Khazar beach district. **Methodology:** Sample size consist of sport tourists, sport experts of sport committees and tourism-cultural heritage managers of Northern provinces (n=263). To collect data, research regulated sport ecotourism questionnaire and shonk (2006) sport satisfaction and future intention questionnaire based upon the Likert's 5-item scale used. To data analysis, SPSS and AMOS test to designing of structural equation model was used. **Results:** Results of structural equation model showed that, natural attractions of sea and beach sport activities ( $\beta=0.83$ ) and natural sport attraction of Jungle and environment ( $\beta=0.78$ ) had most effect on tourist's satisfaction. Also beach football and beach volleyball, jacking and climbing, traditional wrestling, ski and snowboard, motor racing rally were more important effective elements of natural sport ecotourism's sub-scales. The findings of research show that based on sports experts, cultural- heritage managers and tourist's perspective, there were high potential in Northern Province to sport-ecotourism development. **Discussion & Conclusion:** Based on present study, with proper combination of local-rural and traditional sport festivals with unique geographical conditions in northern beach district, provide a powerful potential and logical field to sport tourism development.

### Key Words

Eco tourism, Traditional sports, Satisfaction, Future intention

1 . PhD student of sport management, University of Mazandaran (Corresponding Author : Email: H\_ghezel@yahoo.com ; Tel: .....)

2 . Associate Professor, University of Mazandaran

3 . Assistant Professor, University of Mazandaran