

بررسی جاذبه‌های طبیعی اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران

دکتر سید محمد حسین رضوی^۱، دکتر سید عماد حسینی*^۲، اکرم خواجه پور^۳

چکیده

مقدمه و هدف: امروزه جاذبه‌های طبیعی از مهمترین عوامل تأثیر گذار بر توسعه گردشگری هر استانی می‌باشد. هدف از این پژوهش، بررسی جاذبه‌های طبیعی اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران می‌باشد.

روش شناسی: روش انجام تحقیق حاضر، توصیفی از نوع زمینه یابی بوده که به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق را کارشناسان گردشگری و میراث فرهنگی، کارشناسان ورزشی اداره کل تربیت بدنی و روسای هیئت‌های ورزشی استان مازندران تشکیل می‌دهند که از بین آنها ۳۱۹ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که پس از تأیید روایی، پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ در سطح معنی داری $P \leq 0/05$ (برای جاذبه ها ۰/۹۳) به دست آمد. داده ها به روش تحلیل عاملی و آزمون کروسکال - والیس تجزیه و تحلیل شدند.

یافته ها: نتایج نشان داد که جاذبه‌های کوهنوردی با بار عاملی ۰/۸۲ و جاذبه‌های ورزش‌های تابستانی با بار عاملی ۰/۷۷ به ترتیب اولین اولویت و جاذبه‌های زمستانی با بارعاملی ۰/۷۵ پائین ترین اولویت را به خود اختصاص داده‌اند. از دیدگاه کارشناسان تربیت بدنی جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های تابستانی و کوهنوردی دارای بیشترین میانگین بودند اما کارشناسان گردشگری و مسئولین هیئت‌های ورزشی به ترتیب جاذبه‌های مرتبط با شکار و صید و ورزش‌های تابستانی را انتخاب نمودند.

بحث و نتیجه‌گیری: به طور کلی نتایج تحقیق نشان داد که جاذبه های طبیعی بر توسعه گردشگری ورزشی اثر گذار است، بنابراین برای توسعه گردشگری ورزشی استان لازم است که با آموزش نیروی انسانی، استخدام نیروی متخصص و تحصیل کرده، مدیریت صحیح، با تصمیمات و اقدامات مناسب در پیشبرد و توسعه این صنعت مهم گامی اساسی بر داشت.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری ورزشی، جاذبه‌های طبیعی، مازندران

۱. دانشیار دانشگاه مازندران

۲. استادیار دانشگاه شهید بهشتی تهران

۳. کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران

مقدمه

امروزه صنعت مسافرت و جهانگردی به عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا بوده و بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی مدنظر دارند. صنعت جهانگردی در سراسر دنیا، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، که شکل‌های دیگر اقتصادی مانند تولید یا استخراج منابع طبیعی به صرفه نیست، بسیار مورد توجه می‌باشد (۱). ورزش یکی از فعالیتهای مهم گردشگران در حین گردشگری است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش همراه است. گردشگری به عمل فردی که به مسافرت رفته و در آن مکان که خارج از محیط زندگی وی است برای مدتی کمتر از یکسال جهت تفریح، تجارت و دیگر اهداف اقامت نماید، گفته می‌شود (۲). و گردشگری ورزشی که از تلفیق ورزش و گردشگری بوجود آمده است با سرعت بالایی در حال رشد و تبدیل شدن به صنعتی بزرگ و مستقل است. در گذشته با گردشگری و ورزش به عنوان دو حوزه جداگانه برخورد می‌شد. اما امروزه ارتباط این دو حوزه به خوبی درک شده است (۳).

بیشترین رشد در صنعت گردشگری جهان به افرادی که در سفرهای بین‌المللی شرکت دارند، اختصاص می‌یابد. گردشگری ورزشی به سه دسته تقسیم می‌شود: ۱. افرادی که در سفرشان علاقه‌مند به شرکت در مسابقات غیر رسمی اند (۳۱/۴ درصد). ۲. افرادی که در مسابقات تیمی بازی می‌کنند در حالی که در حال سفرند (۲۸/۶ درصد) با توجه به تحقیقات دانشگاهی این افراد بیشتر به این گرایش دارند (که خارج از وطن خود) در فعالیتهایی که حالت فیزیکی داشته، در بازدید از پارک‌ها و نمایشگاه‌ها، در کنسرت‌های موسیقی، جشنواره‌ها و تماشای جاذبه‌ها، حتی در جشنواره‌های کم‌مدی و کلوپ شرکت نمایند. ۳. افرادی که در سفرهای خود در مسابقات ورزشی ملی و بین‌المللی شرکت می‌کنند (۳۲/۴ درصد) این افراد در فعالیتهای ورزشی، هم به عنوان تماشاگر و هم به عنوان شرکت‌کننده، در شاهکارهای هنری، در فعالیتهای تناسب اندام نیز شرکت می‌کنند. با توجه به تحقیقات انجام گرفته، مشخص شد که افراد بیشتر به منظور تماشای ورزش، و یا شرکت کردن در آن، به سفر کردن می‌پردازند. امروز ورزش و گردشگری در میان کشورهای پیشرفته ی جهان، از لحاظ فعالیتهای اقتصادی از اهمیت زیادی برخوردارند و البته آن را جزء «رویدادهای بی‌نظیر» به حساب می‌آورند (۴).

دیری و جاگو^۱ در تحقیق خود بیان می‌کنند، گردشگری ورزشی، نقش مهمی در اقتصاد ملی و محلی دارد و به نظر می‌رسد از توانایی بالقوه‌ای برای افزایش آن برخوردار است. سهم گردشگری ورزشی در استرالیا سالیانه حدود سه میلیارد دلار برآورد می‌شود (۵).

با توجه به برآوردهای به دست آمده میزان سفرهای بین‌المللی در سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۰ از ۷۳۰ میلیون به ۱/۵۶ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت. تأثیر صنعت گردشگری سال ۲۰۰۵ بیش از ۶ تریلیون دلار بوده است. در ایالات متحده، صنعت گردشگری ورزشی سالیانه بیش از ۲۷ میلیارد را به خود نیز اختصاص داده است و حتی در بسیاری از مناطق نیز به عنوان یکی از فعالیتهای مهم و اساسی اقتصادی نیز به شمار می‌رود (۶). آمار بدست آمده از پژوهشگاه گردشگری در جدول ۱ بیانگر تعداد گردشگر ورودی و درآمد حاصله از آن است.

جدول ۱. تعداد گردشگران ورودی (خارجی) در سال ۲۰۰۸-۲۰۰۷ (میلیون نفر) و درآمد حاصله

ردیف	کشور	آثار فرهنگی	تعداد گردشگران ورودی	درآمد به میلیارد دلار
۱	ایتالیا	۴۲	۴۳/۷	۴۲/۷
۲	اسپانیا	۳۷	۵۹/۲	۵۷/۸
۳	فرانسه	۳۱	۸۱/۹	۵۴/۳
۴	ایران	۹	۲/۲	۲/۲
۵	آمریکا	۸	۵۶	۹۶/۷

آنچه که در جدول ۱ نمایش داده شده است بیانگر این است که کشور ما با دارا بودن این همه امکانات طبیعی ورزشی، آب و هوای مساعد و ثبت ۹ اثر فرهنگی در فهرست میراث جهانی تا سال ۲۰۰۸ میلادی در ردیف هفدهم دنیا قرار دارد (بر مبنای درآمد با دارا بودن ۹ اثر فرهنگی می‌باشد که این لیست از پژوهشکده سازمان گردشگری کشور دریافت گردید). جالب است که آمریکا از لحاظ آثار طبیعی و شرایط آب و هوایی بعد از ایران بوده اما دارای درآمدی چندین برابر ایران است. در این میان آنچه که از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است، جاذبه‌های گردشگری بی‌شمار کشور ایران است که به گواهی همه کارشناسان گردشگری داخلی و خارجی، کشور ما را در ردیف ۱۰ کشور پر جاذبه دنیا قرار داده است و برگزاری تورنمنت‌های ورزشی رده‌های بالای جهانی می‌تواند کارکرد بسیار مؤثری در شناخته شدن هر چه بیشتر این جاذبه‌ها داشته باشد (۷).

جذب گردشگر جزء برنامه چشم انداز ۲۰ ساله کشور می‌باشد و چون گردشگری ورزشی از انواع گردشگری می‌باشد لذا توسعه گردشگری ورزشی یک ضرورت محسوب می‌شود که باعث افزایش درآمد و اشتغال‌زایی می‌گردد. یکی از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی منابع طبیعی است. فعالیتهای تفریحی ورزشی مانند اسکی و هاکی روی یخ در زمستان، کوهنوردی، صخره نوردی، ورزشهای آبی (غواصی و شنا)، دوچرخه سواری در تابستان و غیره را می‌توان در زمره منابع طبیعی جای داد. استان مازندران به عنوان یکی از زیباترین نقاط حاشیه جنوبی دریای خزر با قله‌های رفیع سلسله جبال البرز و چشمه سارها و رودهای پر جوش و خروش و جلگه‌های سرسبز و حاصلخیز که تنوع در خور اعتنایی از آثار و بناهای تاریخی و باستانی قبل و بعد از اسلام را در خود جای داده است و با دارا بودن منابع طبیعی زیاد، می‌تواند به عنوان یک ظرفیت بالا و چشم انداز روشنی از صنعت گردشگری این مرز و بوم را ترسیم نمایند و در اوج قله توجه به آن قرار گیرد. متأسفانه آمار دقیقی از گردشگران ورودی به استان اعم از داخلی و خارجی در دست نیست و آنچه به صورت عدد و ارقام وجود دارد فقط آمار ایام عید نوروز است. گردشگران ورودی به استان در تاریخ ۸۶/۱۱/۲۷ تا ۸۷/۱/۱۳؛ ۸۷/۱/۲۹۶؛ ۷۱۰/۲۹۶ نفر بود. گزارش‌ها حاکی از آن است که در ایام تعطیلات، مسافران نوروزی بیش از ۴۸۰ میلیارد تومان درآمد عاید استان کردند. (۸).

تحقیقات زیادی در مورد اثر جاذبه‌های طبیعی بر توسعه گردشگری ورزشی انجام شده است تمامی این تحقیقات انجام شده در داخل و خارج کشور، جاذبه‌های طبیعی را عامل مثبتی بر توسعه گردشگری ورزشی می‌دانند. تحقیقات (ادبی، ۱۳۸۵)، (فتح الهی، ۱۳۸۷)، (هنرور، ۱۳۸۳)، (دبری و جاگو، ۲۰۰۶)، (کزک، ۲۰۰۵) و (ماراکوداکیس، ۲۰۰۳) (۹) نشان می‌دهند که، مهمترین عامل توسعه گردشگری ورزشی را ورزشهای تابستانی ساحلی موجب شدند. تحقیق (کوساسی، ۲۰۰۵) (۱۰) ورزش‌های زمستانی را عامل مهمی در جذب گردشگری

می‌داند. همچنین در تحقیق (اندوزا و میراندا، ۲۰۰۵) (۱۱) بیان شد که ورزش‌های آبی و پیاده روی بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری ورزشی دارند.

با توجه به رشد سریع گردشگری ورزشی در ابعاد مختلف، وجود جوانان و علاقه مندان به ورزش و گردشگری ورزشی در مازندران، نقش گردشگری ورزشی در ایجاد اشتغال دائم، فصلی و درآمدهای ارزی که از این راه بدست می‌آید، تأثیر منابع طبیعی بر رشد و توسعه گردشگری ورزشی و اینکه بر حسب موقعیت جغرافیایی مناطق مختلف هر کدام از جاذبه‌های طبیعی اولویت متفاوتی دارند، ضرورت انجام تحقیق در زمینه گردشگری ورزشی کاملاً آشکار می‌گردد. بنابراین این امر محققین را برآن داشت تا به بررسی جاذبه‌های طبیعی اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران بپردازند و با توجه به یافته‌های تحقیق پیشنهاداتی را در پیشبرد و بهبود توسعه گردشگری ورزشی استان بیان نمایند.

روش شناسی

روش انجام تحقیق حاضر، توصیفی از نوع زمینه یابی بوده که به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق را کارشناسان گردشگری و میراث فرهنگی مازندران، کارشناسان ورزشی اداره کل تربیت بدنی استان و روسای هیئت‌های ورزشی استان مازندران تشکیل می‌دهند که با استفاده از جدول تعیین حجم نمونه مورگان تعداد ۱۵۳ نفر از کارشناسان گردشگری و میراث فرهنگی، ۱۲۱ نفر از کارشناسان ورزشی اداره کل تربیت بدنی و ۴۵ نفر از روسای هیئت‌های ورزشی به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند (جمعاً ۳۱۹ نفر). جهت انتخاب نمونه‌ها از جامعه آماری اول و دوم از روش نمونه‌گیری تصادفی هدفدار با توجه به ملاک‌های محدودیت نمونه استفاده گردید. (سابقه کار بیش از ۵ سال برای جامعه اول، تحصیلات دانشگاهی و سابقه کار بیش از یکسال برای جامعه دوم). ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه بود که روایی پرسشنامه به وسیله متخصصان مدیریت ورزشی مورد تأیید قرار گرفت. جهت بررسی پایایی پرسشنامه در یک مطالعه مقدماتی ۳۶ نفر از افراد جامعه آماری انتخاب شدند. که پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ در سطح معنی داری $P \leq 0.05$ ، برای جاذبه‌ها (کوهنوردی، تابستانی، زمستانی و صید و شکار) ۰.۹۳. محاسبه شد. این پرسشنامه از دو بخش، مشخصات فردی و سوالات اصلی تحقیق (عوامل جاذبه‌ها) تشکیل شده بود. برای جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه به صورت حضوری توسط محقق در اختیار نمونه‌های آماری قرار گرفت و در اکثر موارد برای تک تک افراد چگونگی تکمیل پرسشنامه توضیح داده شده که در نهایت ۳۰۹ پرسشنامه تکمیل شده و دریافت گردید. در رابطه با تکنیک‌های آماری، از آمار توصیفی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف استاندارد برای توصیف متغیرها و در بخش آمار استنباطی برای بررسی اولویت عوامل طبیعی اثرگذار بر گردشگری ورزشی از روش تحلیل عاملی (تحلیل مولفه اصلی) و برای مقایسه ۳ نمونه مورد نظر از آزمون کروסקال - والیس در سطح معناداری ۰.۵. $P \leq$ استفاده شد.

یافته‌های تحقیق

نتایج توصیفی تحقیق نشان داد، ۵۸ درصد آزمودنی‌های این تحقیق بین ۳۰ تا ۴۰ سال سن داشتند. ۳۶ درصد آنها کمتر از ۳۰ سال و تنها ۶ درصد آنها بیشتر از ۵۰ سال سن داشتند. ۶۱/۴ درصد از آزمودنی‌ها مرد و ۳۸/۶ درصد زن بودند. که نسبت زنان به مردان تقریباً ۲ به ۳ بود. بیشتر آزمودنی‌ها در این تحقیق دارای تحصیلات

کارشناسی بودند. نزدیک به ۱۲ درصد آنها نیز تحصیلات دانشگاهی نداشتند ولی سن و سابقه این کارکنان بالا بود که بیانگر میزان تجربه آنها می‌باشد که از کارکنان گردشگری بودند. تنها ۸/۶ درصد آنها دارای مدرک تحصیلات تکمیلی بودند (کارشناسان تربیت بدنی دارای مدرک دانشگاهی بودند). بیشتر آزمودنی‌های این تحقیق کارشناسان گردشگری بودند. مسئولین هیئت‌های ورزشی کمترین تعداد آزمودنی‌ها را تشکیل داده اند (کمتر از ۱۵ درصد). ۳۷ درصد آنها نیز کارشناسان اداره تربیت بدنی بودند. آزمودنی‌ها دارای میانگین سابقه بیش از ۱۰ سال بودند. کم سابقه‌ترین آزمودنی یک سال و پر سابقه‌ترین آزمودنی ۳۱ سال سابقه شغلی داشته‌اند.

در بخش آمار استنباطی نتایج بدست آمده از طریق طرح تحلیل عاملی در مورد جاذبه‌های طبیعی اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی نشان می‌دهد که: «جاذبه‌های مربوط به کوهنوردی، غارنوردی، تپه نوردی و طبیعت گردی» با بار عاملی (۰/۸۲)، «جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های تابستانی» با بار عاملی (۰/۷۷)، «جاذبه‌های مرتبط با شکار و صید» با بار عاملی (۰/۷۶) و «جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی با بار عاملی (۰/۷۵)، به ترتیب از بالاترین اهمیت در توسعه گردشگری ورزشی استان برخوردار هستند.

جدول ۲. نتایج آزمون طرح تحلیل عاملی در مورد جاذبه‌های طبیعی اثر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران

بار عاملی	جاذبه‌های طبیعی اثر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی
۰/۸۲	جاذبه‌های مربوط به کوهنوردی، غارنوردی، تپه نوردی و طبیعت گردی
۰/۷۷	جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های تابستانی
۰/۷۶	جاذبه‌های مرتبط با شکار و صید
۰/۷۵	جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی

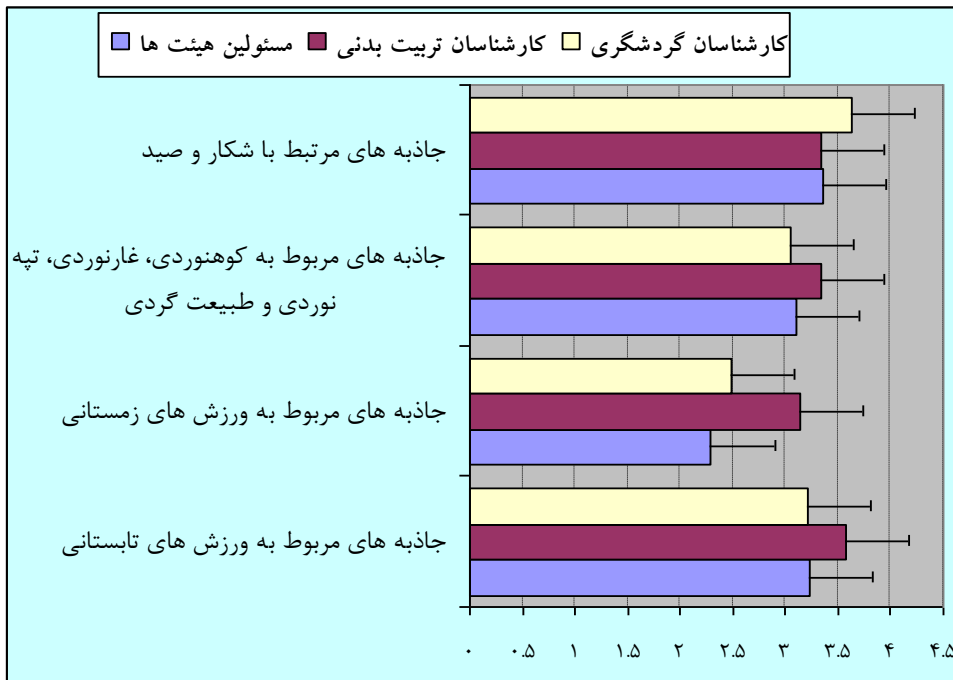
باتوجه به طرح تحلیل عاملی و پژوهش‌های انجام شده نتایج بدین صورت بوده است که استان مازندران به خاطر داشتن ویژگی‌هایی که در خود دارد از جمله، ۱. بزرگترین دریاچه خزر ۲. موقعیت قرار گرفتن مازندران در باریکه ساحلی کشور ۳. قرارگرفتن در دامنه‌های شمالی البرز و سواحل جنوبی خزر ۴. تنوع گسترده‌تر فعالیت‌های ورزشی نظیر شنا، غواصی، قایقرانی، اسکی روی آب، موج سواری، ورزش ساحلی، پیاده روی، دوی آرام، راهپیمایی، دوچرخه سواری، سوارکاری، گلف، تفریح در دامنه‌ها و تپه‌ها ۵. آب و هوای مناسب که مهمترین عامل در توسعه صنعت توریسم (مسافرت‌های گروهی و دسته جمعی با شرایط آب و هوایی پیوند می‌خورد) محسوب می‌شود. این‌ها مواردی بود که محقق را برآن داشت که عامل کوهنوردی و ورزش‌های تابستانی و ساحلی را جزو موارد اول و پر اهمیت قرار دهد.

برای مقایسه دیدگاه سه گروه کارشناسان در تأثیر جاذبه‌های طبیعی گردشگری بر توسعه گردشگری ورزشی از آزمون کروسکال والیس استفاده شده است که نتایج نشان داد بین دیدگاه مسئولین هیئت‌ها، کارشناسان تربیت بدنی و کارشناسان گردشگری پیرامون تأثیر جاذبه‌های طبیعی گردشگری بر توسعه گردشگری ورزشی تفاوت معناداری وجود دارد، اما این تفاوت در مورد جاذبه‌های مرتبط با شکار و صید معنادار نبود.

جدول ۳. مقایسه تاثیر جاذبه‌های طبیعی گردشگری بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مسئولین هیئت ها، کارشناسان تربیت بدنی و کارشناسان گردشگری

آزمون کروسکال والیس			انحراف معیار	میانگین	تعداد	گروه	شاخص ها متغیرها
Sig	df	خی دو					
*./۰.۲۹	۲	۷/۰.۶۲	۱,۱۳۶۴۱	۳,۲۳۵	۴۵	مسئولین هیئت ها	جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های تابستانی
			۱,۰۲۶۷۸	۳,۵۷۳	۱۱۵	کارشناسان تربیت بدنی	
			۱,۱۶۷۷۰	۳,۲۱۸	۱۴۹	کارشناسان گردشگری	
*./۰.۰۰۰	۲	۱۹/۱۰۹	۱,۲۴۹۷۴	۲,۲۹۵	۴۴	مسئولین هیئت ها	جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی
			۱,۳۹۴۵۴	۳,۱۴۰	۱۱۴	کارشناسان تربیت بدنی	
			۱,۲۴۸۰۵	۲,۴۸۶	۱۴۸	کارشناسان گردشگری	
*./۰.۲۵	۲	۷/۳۸۶	۰,۸۴۵۳۸	۳,۱۰۲	۴۵	مسئولین هیئت ها	جاذبه‌های مربوط به کوهنوردی، غارنوردی، تپه نوردی و طبیعت گردی
			۰,۸۰۵۱۸	۳,۳۴۵	۱۱۵	کارشناسان تربیت بدنی	
			۰,۸۹۱۳۰	۳,۰۴۴	۱۴۹	کارشناسان گردشگری	
۰/۲۱۸	۲	۳/۰.۴۴	۱,۰۵۵۰۵	۳,۳۵۵	۴۵	مسئولین هیئت ها	جاذبه‌های مرتبط با شکار و صید
			۱,۲۵۸۱۸	۳,۳۴۰	۱۱۱	کارشناسان تربیت بدنی	
			۰,۹۲۷۵۸	۳,۶۲۶	۱۴۸	کارشناسان گردشگری	

همانطور که در نمودار (۱) ملاحظه می‌گردد، از میان جاذبه‌های طبیعی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی، کارشناسان گردشگری و مسئولین هیئت‌ها جاذبه‌های مرتبط با شکار و صید را به عنوان اولین اولویت خود انتخاب کرده‌اند. جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های تابستانی نیز از دیدگاه کارشناسان تربیت بدنی بیشترین میانگین را دارا بود.



نمودار ۱. مقایسه تاثیر جاذبه‌های طبیعی گردشگری بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مسئولین هیئت‌ها، کارشناسان تربیت بدنی و کارشناسان گردشگری

بحث و نتیجه گیری

نتایج تحقیق نشان داد که جاذبه‌های مربوط به کوهنوردی، غارنوردی، تپه‌نوردی و طبیعت گردی از اولویت‌های مهم و اولیه اثر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران می‌باشد و فعالیت‌های کوهنوردی، کوهپیمایی، راه‌پیمایی و پیاده روی در دهه‌های اخیر مورد توجه گروه‌های زیادی از اقشار قرار گرفته است. که نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات (ادبی، ۱۳۸۵)، (فتح الهی، ۱۳۸۷)، (کریمی، ۱۳۸۷)، (هنرور، ۱۳۸۳)، (اندوزا و میراندا، ۲۰۰۵) و (ماراکوداکیس، ۲۰۰۳) با نتایج این تحقیق در تحلیل عاملی همخوانی دارد.

صید و شکار نیز جزء مواردی است که باعث جذب گردشگر می‌شود و افراد زیادی به این نوع ورزش علاقه مندند با وجود سد در مازندران، تالابها، دریاچه خزر که مکان‌هایی برای صید ماهی و شکار پرندگان می‌باشد مسئله ممنوعیت صید شکار و صید ماهی است که همیشه و در همه جا علاوه بر محدودیت زمانی با محدودیت مکانی نیز امکان پذیر نمی‌باشد.

یکی دیگر از عوامل توسعه گردشگری ورزشی استان، جاذبه‌های مربوط به ورزش زمستانی است که در این تحقیق، دارای کمترین میانگین می‌باشد. وجود مواردی مثل، تغییرات جوی و کاهش بارش برف مناسب، عدم شناسایی منابع و امکانات گردشگری ورزشی زمستانی در استان، کم بودن تعداد پیست‌های اسکی استاندارد و کمبود امکانات رفاهی مناسب و عدم دسترسی به پیست‌های اسکی موجود به هنگام فصل زمستان، باعث شده

که ورزش‌های زمستانی رونق کمتری در استان داشته باشد. نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیقات (ادبی، ۱۳۸۵)، (فتح الهی، ۱۳۸۷) و (ماراکوداکیس، ۲۰۰۳) همسو می‌باشد. اما با نتیجه تحقیق (کوساسی، ۲۰۰۵) همخوانی نداشته است.

با توجه به مطالعات انجام شده بر حسب موقعیت جغرافیایی مازندران و استقبال گردشگران، ورزش‌های تابستانی و جاذبه‌های کوهنوردی را اولویت اول عنوان کردند اما آنچه که در بررسی نظرات سه گروه آزمودنی‌ها به دست آمده است با توجه به نمودار بدین صورت است که، کارشناسان گردشگری و روسای هیئت‌های ورزشی جاذبه‌های صید و شکار را اولین عامل جذب و توسعه گردشگری ورزشی معرفی کرده‌اند اما جالب‌تر اینکه نتایج حاصله با نظرات کارشناسان تربیت بدنی همسو می‌باشد. احتمالاً یکی از دلایل آن نداشتن اطلاعات کارشناسان گردشگری درباره گردشگری ورزشی است و یا اینکه از رشته‌های ورزشی فعال و مناسب محیط طبیعی خبر ندارند و استعدادهای بالقوه استان را نمی‌شناسند و بعضی از مسئولین هیئت‌های ورزشی تبحری درباره گردشگری یا برعکس آشنایی نسبت به ورزش‌های دیگر رشته خود ندارند و یا خود آنها ورزشی نیستند و یا برحسب شرایط و بعضی مسائل دیگر مسولیت این رشته را بر عهده گرفته‌اند. اینها موارد خیلی مهمی است که باید مسئولین سازمانهای تربیت بدنی و گردشگری به آن اهمیت بدهند و آن را چیز جزئی ندانند تا وقتی که مسئولین مربوطه افرادی متخصص نباشند نباید انتظار پیشرفت این رشته را در داخل استان داشته باشیم.

لازم به ذکر است که جاذبه‌های ورزش‌های تابستانی از نظر کارشناسان گردشگری و مسئولین هیئت‌های ورزشی در ردیف دوم قرار دارد و از دیدگاه کارشناسان تربیت بدنی در ردیف اول می‌باشد که این براساس موقعیت جغرافیایی استان در نوار ساحلی که باعث جذب هرچه بیشتر گردشگر می‌شود و همچنین از نظر آزمودنی‌ها در بین عوامل جاذبه‌های ورزش‌های تابستانی، جاذبه‌های مرتبط با شنا و غواصی در سواحل دریا و رودخانه دارای بالاترین میانگین و جاذبه‌های مرتبط با والیبال ساحلی دارای کمترین میانگین بوده‌اند. همانطور که عنوان شد مازندران به لحاظ قرار گرفتن در نوار ساحلی گردشگران از سواحل دریا استقبال فراوانی می‌کنند مخصوصاً در فصل تابستان، والیبال ساحلی هم چون یک رشته ورزشی جدید و نو برای استان است که هنوز رشد چندانی نداشته و افراد شناخت زیادی از آن ندارند.

پیاده روی و راهپیمایی در دامنه کوه‌ها، دویدن آرام در کوه‌ها و صخره نوردی در بین جاذبه‌های کوهنوردی دارای بالاترین میانگین می‌باشد. مازندران به خاطر داشتن مناطق کوهستانی، جنگلی و مناطق همیشه سرسبز و آب و هوای مساعد در تمام فصول سال آماده پذیرایی از گردشگران می‌باشد. همچنین جاذبه‌های مرتبط با ورزش گلف در تفریح‌گاه‌ها دارای کمترین میانگین می‌باشد شاید یکی از علت‌های آن، این است که این رشته ورزشی برای قشر مرفه می‌باشد و در مکان‌های خاصی انجام می‌شود و احتمالاً چون هر فردی نمی‌تواند آزادانه وارد زمین گلف شود این رشته ورزشی دارای کمترین میانگین بوده و فقط برای یک سری افراد می‌باشد و شاید ورزش سرمایه داری می‌باشد، برای همین رشد چندانی نداشته است.

در بین جاذبه‌های صید و شکار، ماهیگیری در رودخانه و دریا دارای بالاترین میانگین و شکار دارای کمترین میانگین می‌باشد. همانطوری که عنوان شده شکار کردن و داشتن اسلحه شکاری باید دارای مجوز قانونی باشد و هر کسی نمی‌تواند این کار را انجام دهد علاوه بر این باید در زمانهای تعیین شده و مکان‌های خاصی که مشخص شده است این کار انجام شود.

آنچه که در این تحقیق مشاهده می‌شود این است که عدم آشنایی سه گروه آزمودنی مخصوصاً کارشناسان گردشگری و مسئولین هیئت‌های ورزشی با صنعت گردشگری ورزشی و رشته‌های ورزشی در مناطق طبیعی استان، عدم آشنایی سه گروه آزمودنی با قوانین وضع شده در کشور و استان در مورد رشته‌های ورزشی خاص، نو و جدید بودن بعضی از رشته‌های ورزشی در استان مثل والیبال ساحلی یا وجود بعضی از رشته‌های ورزشی که فقط برای یک سری افراد خاص و مرفه می‌باشد مثل گلف، و همچنین نداشتن الگوی مناسب برای ایجاد دهکده‌های توریستی، ناهموار بودن مسیرهای کوهستانی و صعب العبور بودن بعضی از مسیرهای بین‌راهی در محیط‌های کوهستانی و جنگلی و کمبود امکانات و خدمات بین راهی، عدم آشنایی گردشگران داخلی و خارجی با جاذبه‌های طبیعی و ورزشی مازندران، ضعف تورها و عدم آشنایی مدیران آژانس‌ها، هتل‌ها، کارکنان و راهنمایان با جاذبه‌های گردشگری ورزشی، عدم شناخت مسئولین با جاذبه‌های بالقوه استان و نامساعد بودن اوضاع فعلی مناطق گردشگری از لحاظ بهداشتی و خدمات دیگر است. اینها مواردی بود که در یافته‌های این تحقیق می‌باشد. همچنین عدم آشنایی بعضی هیئت‌های ورزشی با این رشته و اینکه اصلاً بعضی از این مسئولین اصلاً ورزشی و متخصص نیستند و بر حسب موقعیت شغلی در این سمت قرار گرفته اند اینها موارد خیلی مهمی است که در برنامه ریزی‌های آینده باید در نظر گرفته شود که از افراد تحصیل کرده دانشگاهی در رشته مربوطه در آن سازمان استفاده شود و گرنه پیشرفت چندانی نخواهیم داشت حتی اگر جاذبه‌های خیلی خوبی هم در استان داشته باشیم.

گردشگری ورزشی برای استانی نظیر مازندران می‌تواند به منبع کسب درآمد ارزی تبدیل شود، مشروط به اینکه برنامه‌ریزی صحیح و توأم با آینده نگری برای این صنعت تنظیم، ترسیم و سپس اجرا شود. اگر در زمینه جذب جهانگردان برنامه ریزی لازم صورت گرفته و موانع موجود رفع شود و همه به منابع اقتصادی و ماهیت اصیل صنعت پی ببرند ما به طور حتم شاهد حضور گردشگران خارجی در کشور در مقیاس بسیار بالا خواهیم بود و این یعنی درآمد ارزی چشمگیر برای کشور و این صنعت بعد از صنعت نفت مهمترین گزینه برای جایگزینی درآمدهای ارزی است، و استان مازندران دارای یک موقعیت استثنایی و ممتاز در سطح کشور و جهانی است و خیلی از کشورها آرزوی داشتن چنین شاخص‌هایی را در بعد گردشگری ورزشی و آثار تاریخی، جاذبه‌های و صنایع دستی در سر می‌پروراند.

برای توسعه گردشگری ورزشی استانی، شاید به علت عدم آشنایی کارشناسان گردشگری، کارشناسان تربیت بدنی و مسئولین هیئت‌های ورزشی با محیط‌های ورزشی و نداشتن اطلاعات کافی در مورد گردشگری ورزشی، باید در بخش گردشگری و مسئولیت هیئت‌های ورزشی آموزشهای لازم و تخصصی در مورد گردشگری ورزشی داده شود و افراد متخصصی که آگاهی کامل و تخصصی دارند و فارغ التحصیل دانشکده‌های گردشگری و رشته‌های ورزشی می‌باشند در این حوزه‌ها مشغول به فعالیت شوند.

از آنجا که مطالعه در باب میزان اختصاص اعتبارات گردشگری ورزشی هر استان، معمولاً زمان زیادی می‌برد، با تسهیل سرمایه گذاری بخش خصوصی، می‌توان در هر شهرستان، به ایجاد تعاونی گردشگری و گردشگری ورزشی همت گماشت و تجهیز فضاها و ایجاد امکاناتی چون هتل، زمین ورزشی، سونا و غیره را میسر ساخت. این امر علاوه بر رونق گردشگری ورزشی به عنوان یک سنت اجتماعی، به ترویج فرهنگ تعاون در بین مردم منجر می‌شود.

اغلب مسافران استان مازندران جذب دریا، سواحل دریایی و جنگل و کوه می‌شوند و آنچه که در این تحقیق پیشنهاد می‌شود ایجاد دهکده توریستی می‌باشد، ساخت مجموعه‌ای کوچک و ساده اقامتی در کنار تالابها، دریاچه‌ها و یا سایر منابع آبی است. در ساخت اینگونه واحدها کیفیت و فضاهای ساخت نسبت به کمیت و تعداد واحدها اهمیت بیشتری دارد و باید در نقطه ای دنج و آرام و به دور از شلوغی ساخته شود.

تالابها یکی از منابع مهم فعالیت‌های گردشگری ورزشی به شمار می‌آیند که در این استان چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرند. طرح توسعه مجموعه توریستی در کنار این تالابها اگرچه با طرح‌های ضربتی و کوتاه مدت امکان پذیر است، اما باید با طرح‌های وسیع تر از امکانات آن بهره مند شد. با وجود مناطق جنگلی کوهستانی و با گسترش صنعت گردشگری ورزشی، گردشگران گرایش زیادی برای اقامت در بیلاخاها به وجود خواهد آمد که تأسیسات ساده مانند اردوگاه‌های توریستی کوچک نمی‌تواند جوابگوی آن باشد.

در ارتفاعات استان مازندران تعداد زیادی غار وجود دارند که بخشی از این غارها از نظر مطالعات باستان‌شناسی و علمی بسیار حائز اهمیت هستند. با توسعه توریسم غارنوردی امکان ایجاد یک توریسم علمی- ورزشی و فرهنگی را در استان فراهم می‌سازد که می‌تواند در بین نسل جوان و علاقه مند به طبیعت و تاریخ مشتاقان فراوانی داشته باشد. به دلیل اینکه غارهای استان در نواحی دورافتاده و به دور از هر گونه امکانات رفاهی و ارتباطی هستند دسترسی به بسیاری از آنها در حال حاضر مشکل است. اما می‌توان در غارهایی که تاکنون شناسایی نشده‌اند، برخی تسهیلات اولیه مانند پناهگاه، سرویس بهداشتی، منبع آب و سایر امکانات اولیه احداث کرد.

همچنین در ارتفاعات کوهستانی مازندران محیط‌های مناسبی برای توسعه توریسم زمستانی وجود دارد. اما مشکل اصلی ناشناخته بودن این فعالیت‌ها و دشواری راه‌ها در استان است. توجه به این امر یکی از اصلی ترین راهکارهای کاهش وابستگی جریانهای توریستی به فصل تابستان است. جدید بودن و تازگی این فعالیت در استان، کنجکاوی افراد زیادی را در بر خواهد انگیخت و حتی آنهایی که با این ورزش آشنایی ندارند، برای تفریح و تفرج به نواحی کوهستانی در فصل زمستان روی خواهند آورد.

به طور کلی آنچه از نتایج این تحقیق بدست آمده این است که هنوز گردشگری ورزشی نه تنها در استان مازندران بلکه در کشور رشد چندانی نیافته است با اینکه گردشگری ورزشی جزء بخش‌های اصلی گردشگری در جهان است و بیشترین رشد گردشگری جهان در این حوزه می‌باشد اما هنوز در کشور ما رشد چندانی نداشته است چه رسد به استانها. این نکته خیلی مهم است که ایران از لحاظ میراث ثبت شده در جهان از خیلی از کشورها بالاتر است یا حتی از لحاظ وضعیت آب و هوا در حد کشورهای اروپایی است ولی به خاطر اینکه دارای قوانینی خاص برای گردشگران خارجی است احتمالاً با تبلیغات سویی که در مورد کشور ایران وجود دارد گردشگران زیاد وارد این کشور نمی‌شوند. اما لازم به ذکر است که وظیفه مسئولین استانی و کشوری با تبلیغات در مورد استان و معرفی کردن جاذبه‌های طبیعی استان چه از طریق شرکت در نمایشگاه‌های بین المللی یا از طریق اینترنت گردشگران خارجی و داخلی را به سمت این استان بکشانند و با اجازه سرمایه گذاری به گردشگران خارجی و داخلی باعث پیشرفت این صنعت در استان شوند.

همچنین برای توسعه گردشگری ورزشی استان علاوه بر اینکه جاذبه‌های طبیعی را باید حفظ کرد باید با حفاظت و مراقبت از جاذبه‌ها که سرمایه‌های اصلی گردشگری در استان به حساب می‌آیند آن را تقویت نمود. همچنین

آموزش نیروی انسانی، مدیریت صحیح، سیاست‌های تبلیغاتی، افزایش ظرفیت هتل‌ها، تجهیز تأسیسات فرسوده، تأمین سرمایه از نیازهای بخش توسعه گردشگری ورزشی استان است. در پایان با توجه به نتایج تحقیق حاضر و نتایج تحقیقات سایر محققین پیشنهاد می‌گردد با توسعه اردوگاه‌های تفریحی در محیط‌های طبیعی، ایجاد دهکده‌های توریستی با الگوهای معماری، ایجاد نمایشگاه‌های گردشگری ورزشی در استان و شرکت در نمایشگاه‌های کشوری و بین‌المللی، تقویت مناطق گردشگری پذیر در جاذبه‌های طبیعی، بهبود خدمات رسانی بین راهی، گسترش تورهای دسته جمعی، ایجاد واحدهای اطلاع رسانی در شهرها، تبلیغ جاذبه‌های گردشگری ورزشی استان، تربیت کادر ورزیده گردشگری استان اعم از مدیران آژانس‌ها، هتل‌ها، کارکنان و راهنمایان و ایجاد هماهنگی کامل بین سازمانها و نهادهای مختلف کشور و استان برای جذب گردشگر ورزشی خارجی به بهبود این صنعت مهم در کشور و استانها نائل شویم.

References

- 1- Gay, Chakvay (2003). Jhangrdrchshmandazyjam. Translation: Parsayyan, L.araby, MA. Vyrayshdvm, Thran.dftprzhvsh-Hayfrhngy.
- 2-World Tourism Organization(WTO)(2001). Sport and Tourism shaping global Culture. On <http://www.world-tourism.org>.
- 3- Frangialli, F(2004). Sport and Tourism: two living forces for mutual understanding, culture and development of society. International of Tourism Day.
- 4- Team Spirit(2009). Kingston Sport Tourism,Playing the fields.
- 5- Deery, M, & Jago, L(2006).The Management of Sport Tourism, in Heather Gibson (ed), Sport Tourism: Concepts and Theories, Routledge Taylor & Francis Group.
- 6- Ritichie .B,Small(2008). scale event tourism: the chaninging dynamics of the New Zeland Masters Games.
- 7- Rezvani, AA (2007). Geography and Tourism, Tehran, PNU, Seventh Edition.
- 8- Staff of the annual New Year travel Tourism Organization (2008), pp. 8, 87 March.
- 9- mechanic, Afshar (2004) .brsry Mvsrbrtvsh tourism-related factors Azbrgzary international sporting events in the country. Nam*Karshnasy the senior teacher Danshgahttrbyt Tehran.
- 10- Ko Sasi, V(2005). Sport tourism in India. Journal of Sport Tourism.
- 11- Andueza & Miranda(2005). The role of sport tourism destination chosen by tourisms visiting Spain. Journal of Sport Tourism.