

بررسی گردشگری ورزشی در مازندران

۱- سپیده گلی گرمستانی ۲- محراب رئیسین

کارشناس ارشد علوم سیاسی و پژوهشگر ۲- کارشناس ارشد حسابداری و پژوهشگر-1
(Sepideh_garmestani@yahoo.com) آدرس ایمیل نویسنده مسئول

چکیده:

گردشگری یکی از صنایع بزرگ در جهان است گردشگری ورزشی نیز بخشی از گردشگری به شمار می آید که تلفیقی از ورزش و گردشگری به وجود آمده است و با سرعت بالایی در حال رشد و تبدیل به صنعتی بزرگ و مستقل است. یکی از عواملی که بر توسعه گردشگری ورزشی اثر گذار است، جاذبه های طبیعی است. هدف از این مقاله بررسی گردشگری ورزشی در استان مازندران با تاکید بر جاذبه های طبیعی می باشد. جامعه هدف این تحقیق شامل سه گروه: کارشناسان گردشگری استان، کارشناسان تربیت بدنی و مسئولین هیئت های ورزشی استان بودند. برای این منظور با استفاده از منابع موجود پرسشنامه ای تهیه شد که پس از تایید روایی آن توسط متخصصان مدیریت ورزشی و پایانی آن از طریق روش آلفا کرونباخ در (برای جاذبه ها ۹۳/ و برای موانع ۹۲/) بررسی شد. نتایج نشان داد که جاذبه های کوهنوردی با $P > .$ سطح معنی داری ۵ بار عاملی ۸۲/ و جاذبه های تابستانی با بار عاملی ۷۷/ به ترتیب اولین اولویت و جاذبه های زمستانی با بار عاملی ۷۵/ پایین ترین اولویت را به خود اختصاص داده است. از دیدگاه آزمودنی موانع مربوط به ساختار و مدیریت بالاترین میانگین و موانع تبلیغات و بازاریابی در گردشگری ورزشی بطور قابل توجهی میانگین کمتری داشت. از دیدگاه کارشناسان تربیت بدنی جاذبه های مربوط به ورزش های تابستانی و کوهنوردی دارای بیشترین میانگین بودند کارشناسان گردشگری و مسئولین هیئت های ورزشی به ترتیب جاذبه های مرتبط با شکار و صید و ورزش های تابستانی را انتخاب نمودند. بنابراین برای توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران لازم است که با علاقمند کردن افراد به ورزش های طبیعی، آموزش نیروی انسانی نسبت به گردشگری ورزشی، استخدام نیروی متخصص تحصیلکرده مربوط به سازمان، سرمایه گذاری، ایجاد دهکده های توریستی، برنامه ریزی صحیح و ساماندهی گامی بلند برای توسعه این صنعت برداشته شود.

واژگان کلیدی: گردشگری ورزشی، جاذبه های طبیعی ورزشی، مازندران

کارشناس ارشد علوم سیاسی، ساری خ مازیار، خ امیرکبیر، شماره تماس: ۰۹۱۱۷۷۶۶۲۰۵، آدرس پست الکترونیکی-1
(sepideh_garmestani@yahoo.com)

کارشناس ارشد حسابداری، ساری، کمربندی غربی، کوی شهید باهنر، شماره تماس: ۰۹۱۱۸۵۱۵۹۱۵، آدرس پست الکترونیکی-2
(mehrabraeesiyan@yahoo.com)

Study sports tourism in Mazandaran

sepidehgoligarmestani 2-Mehrabraeesiyan1-

1-MA in Political Science and a researcher 2- MSc in Accounting and researcher

Corresponding Author Email Address(sepideh_gamestani@yahoo.com)

Review:

Tourism is a major industry in the world tourism Sport tourism is also part of theA fusion of sports and tourism, there is growing quickly turns into a big industrial and independent. One of the factors that influence the development of sports tourism, natural attractions. The purpose of this paper is to study sport tourism in the province with an emphasis on natural attractions. The aim of this study included three groups. Tourism experts, experts in physical education and sports authorities of the province. For this purpose, a questionnaire was prepared using available resources that the confirm its validity by experts in sports management and finish it by the significant level via Cronbach's alpha method 5./.>P (for attractions 93 / and for barriers 92 /) were investigated. The results showed that tourism attraction with a load factor of 82/77 loadings and attractions summer / winter time as the first priority and attractions 75 / lowest priority to be allocated. In terms of structure and. management subjects related barriers and obstacles highest average advertising and marketing in sport tourism considerably less on average. From the perspective of physical education experts and summer sports attractions of climbing the highest average was Tourism experts and officials Sports Bureau, respectively attractions related to hunting and fishing and summer sports were selected. So it is necessary for the development of sports tourism in Mazandaran province with interested people to exercise natural, manpower training to sports tourism, Well-educated professionals related to organized recruitment, investment, tourist villages, proper planning and organizing major step for the development of this industry be removed.

Keywords: sports tourism, sports and natural attractions, Mazandaran.

*MA in Political Science, Sari St. Maziar, St. Kabir, Tel: 09117766205, e-mail (Sepideh_garmestani@yahoo.com)

**Master of Accounting, Surrey, western belt, Cui martyr Bahonar, Tel: 09118515915, e-mail address (mehrabraeesiyan@yahoo.com)

گردشگری صفتی است که از دیر زمان یا اشکال خاص خود در جوامع انسانی وجود داشته و تدریجا، طی مراحل تاریخی سیر تکامل خود را تا عصر حاضر پیموده است. این پدیده عموماً بر بنیاد عامل اساسی سفر و جا به جایی قرار دارد که خود زاده نیازهای گوناگون روانی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی انسان است. در جهان امروزی که تکنولوژی مدرن همه جانبه ای را پدید آورده و ارتباطات، حمل و نقل بسیار پیشرفت کرده است. زندگی انسان به ویژه در جوامع شهری با مشکلات زیادی از جمله تقسیم کار، تولید انبوه، خستگی شدید و طاقت فرسا مواجه ساخته است، لذا مسافرت و تغییر مکان موقت برای رفع خستگی و تجدید قوای جسمی و روحی امری ضروری به نظر می رسد. چنین تحرکاتی در شکل جدیدی انجام می گیرد که تفاوت زیادی با گذشته دارد.

صنعت گردشگری امروزه به قدری در توسعه اقتصادی، اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاد دانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده اند. (رضوانی، ۱۳۸۶)

جانگردی و ورزش به انسان اجازه می دهد که جوامع مختلف انسانی را از مرزبندی معمول و گاه خصمانه در مرزهای جغرافیایی و از آن فراتر مرزهای فرهنگی یکدیگر به گردش در آیند، پیام آور صلح و دوستی باشند، جهانگردان و ورزشکاران بر فرهنگ یکدیگر و میزبانان خویش تاثیر میگذارند و از میزبانان خویش تاثیر می گذارند و از میزبانان تاثیر می پذیرند و بدین سان فرهنگی جهانی را پدید می آورند که جنگ و خشونت همواره از آفرینش آن بی خبر بوده است. ورزش و توریسم فعالیت است که می توانند مردم را دور هم جمع کنند و رابطه محکمی را بین آنها ایجاد کنند. (نیسیان، ۱۳۸۴).

صنعت گردشگری به عنوان سومین صنعت بعد از نفت و خودرو می باشد و درآمد هنگفتی از آن بدست می آید اما با همه درآمدهای ارزی که از این صنعت بدست می آید سهم استان از این درآمد بسیار ناچیز است با این حال استان مازندران علی رغم دارا بودن این همه نعمتهای طبیعی خدادادی می تواند در امر گردشگری ورزشی موفق باشد و چون محقق در مورد گردشگری ورزشی و جاذبه های طبیعی ورزشی استان مازندران به هیچ وجه پژوهشی دست پیدا نکرد، لذا محقق قصد دارد اثر گذاری عوامل جاذبه های طبیعی ورزشی بر توسعه گردشگری ورزشی و موانع موجود را در استان مازندران مورد بررسی قرار دهد.

استان مازندران با توجه به موقعیت جغرافیایی آن از امکانات و جاذبه های طبیعی و فرهنگی بسیاژ زیادی در زمینه توسعه صنعت توریسم برخوردار است که باعث توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی منطقه می شود. نیاز شهروندان استانهای مجاور و سایر مناطق کشور به گذراندن اوقات فراغت و سیر و سیاحت در نواحی جنگلی و سواحل زیبای مازندران، ضرورت توجه به توسعه صنعت توریسم و سرمایه گذاری در زمینه احداث مراکز سیر و سیاحت، آموزش نیروی انسانی متخصص و کارآمد برای کار در مراکز جهانگردی، ایرانگردی، اماکن، تاسیسات اقامتی و سایر زیر ساختها را افزایش می دهد. استان مازندران با بیش از ۲۳۷۵۶ هزار کیلومتر مربع وسعت و بالغ بر ۳ میلیون نفر جمعیت در حاشیه دریای خزر و در همسایگی با استانهای گیلان، گلستان، سمنان و تهران قرار گرفته و مشتمل بر ۱۹ شهرستان، ۵۲ شهر، ۴۰ بخش ۱۱۳ دهستان و ۳۶۹۷ آبادی است، که ۴۳ درصد شهرهای آن در طول نوار ساحلی قرار دارند.

در استان مازندران هیچ آمار ثبت شده ای از درآمد حاصله و اینکه چه تعداد گردشگر ورزشی یا غیر ورزشی وارد استان می شوند وجود ندارد.

حال پرسش اینجاست که با این همه امکانات و جاذبه های طبیعی موجود در استان مازندران ، کدام یک از عوامل تاثیر بیشتری بر توسعه گردشگری ورزشی دارد؟ و چه موانعی در توسعه گردشگری ورزشی استان وجود دارد؟ با توجه به مسائل ذکر شده محقق قصد دارد به این سوالات پاسخ دهد.

۱- اولویت عوامل جاذبه های طبیعی موثر بر گردشگری ورزشی کدامند؟

۲- اولویت موانع اثر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی کدامند؟

گردشگری در ایران به عنوان یک صنعت از ظرفیت های بسیار بالایی برای رشد و توسعه برخوردار است بر این اساس مهمترین محورهای توریستی محورهای توریستی - ساحلی کشور که در مازندران وجود دارند که باعث می شوند این استان از موقعیت استراتژی خوبی برخوردار باشد عبارتند از : محور رامسر - علم ده (رویان) نوار باریک ساحلی که ۱۲۰ کیلومتر طول و ۲۵۰۰ کیلومتر وسعت دارد به لحاظ نحوه توپوگرافی ، پوشش گیاهی هم جوارش با کوههای جنگلی پهنای این نوار ساحلی از ۳ کیلومتر در رامسر تا ۳۰ کیلومتر در تنکابن و ۵ تا ۱۰ کیلومتر در نوشهر و چالوس گسترده است.

محور علم ده (رویان) - بابلسر : به طول ۱۲۰ کیلومتر به وجود آورده است ساحل شنی آن به ارتفاع ۳ تا ۵ متر که در نوع خود از مرتفع ترین تپه های ساحلی اند.

محور بابلسر - فرح آباد و بهشهر: این محور ، ساحل و جلگه شرقی مازندران را از نکا و از شبه جزیره میانکاله تا خلیج گرگان و سواحل شرقی دریا را در بر می گیرد و دارای عناصر متعدد جذاب توریستی است . ساحل آن در بخش غربی (بابلسر، ساری، نکا) ماسه ای است.(راهنمای جامع ایرانگردی ، سایت آفتاب، ۱۳۸۷)

با توجه به اهمیت گردشگری ورزشی در جنبه های اقتصادی ، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و پژوهشهای انجام شده در این زمینه در داخل و خارج کشور و درآمد ناچیز ایران از این حوزه ، رتبه ایران از نظر جاذبه های گردشگری (در ردیف ۱۰ کشور برتر جهان) و اینکه مازندران یکی از استانهایی است که بجز بیابان گردی دارای همه موارد ذکر شده در گردشگری ورزشی است ، با توجه به رشد سریع گردشگری ورزشی در ابعاد مختلف ، وجود جوانان و علاقه مندان به ورزش و گردشگری ورزشی در مازندران و همچنین نقش گردشگری ورزشی در ایجاد اشتغال دائم ، فصلی و درآمدهای ارزی که این راه بدست می آید ، ضرورت انجام این تحقیق در زمینه گردشگری ورزشی را آشکار میسازد و علاوه بر این با توجه با اینکه منابع طبیعی عمل موثری بر رشد و توسعه گردشگری ورزشی می باشد و بر حسب موقعیت جغرافیایی مناطق مختلف هر کدام از جاذبه های طبیعی (تابستانی و ساحلی ، کوهنوردی، غارنوردی، تپه نوردی، صید و شکار و زمستانی) و موانع موجود (زیر ساخت ها ، ساختار و مدیریت ، سیاسی و فرهنگی، تبلیغاتی و بازاریابی) و میزان تاثیر هر کدام را در این صنعت بررسی نماییم .

سوالات تحقیق:

۱) بین اولویت تاثیر جاذبه های طبیعی بر گردشگری ورزشی تفاوت وجود دارد؟

۲) بین اولویت تاثیر موانع گردشگری بر گردشگری ورزشی تفاوت وجود دارد؟

۳) بین اولویت تاثیر جاذبه های طبیعی گردشگری بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه مسئولین هیئت ها ، کارشناسان

تربیت بدنی و کارشناسان گردشگری تفاوت وجود دارد؟

۴) بین اولویت تاثیر موانع گردشگری بر گردشگری ورزشی از دیدگاه مسئولین هیئت ها ، کارشناسان تربیت بدنی و کارشناسان

گردشگری تفاوت وجود دارد؟

مبانی نظری مرتبط با گردشگری ورزشی

هر نوع مسافرتی که به منظور فعالیتهای ورزشی باشد ، جهانگردی ورزشی نامیده می شود، مانند اسکی ، پیاده روی ، کوهپیمایی ، کوهنوردی ، دوچرخه سواری ، شکار ، قایقرانی ، شرکت در مسابقات ورزشی و تماشای مسابقات و امثال آن.

اینگونه مسافرتها ممکن است به صورت انفرادی و یا دسته جمعی صورت گیرد بسیاری از کشورها با تاسیس مجموعه های ورزشی مجهز و ایجاد تسهیلات در امر ورزش و شکار و غیره ، جهانگردان راغب به رشته را جذب می کنند. گردشگری ورزشی عبارت است از مسافرت با مقاصد غیر تجاری (تفریحی) و یا تجاری (غیر تفریحی) برای مشاهده یا شرکت در فعالیت ورزشی . (به نقل از ادبی) دیدگاه اقتصادی گردشگری ورزشی

گردشگری قبل از هر چیز یک مسئله اقتصادی است . سازماندهی فضای جغرافیایی در امر مبادله آزاد گردشگری ورزشی شکل گیرد و تجارت مسافرت بر پایه سرمایه داری و سودآوری انجام شود . از این رو گردشگری در فرایند عرضه و تقاضا جلوهایی از توسعه را نشان می دهد . کارشناسان اقتصادی با تاکید بر جنبه های مختلف گردشگری ورزشی نقش آن را در پویایی اقتصادی بسیار مهم دانسته اند و می کوشند تا با شناخت ابعاد اقتصادی گردشگری راههای توسعه را در افق بررسی کنند . شرایط اقتصادی کشورها در ایجاد تحرک و سرمایه گذاری در امر گردشگری ورزشی بسیار مهم است .

گردشگری ورزشی فعالیت های مرتبط با ورزش است و از آنجا که این بخش تنها در برگیرنده پیگیری حوادث و رویدادهای ورزشی نیست ، به گردشگری ورزشی نه فقط به عنوان تماشای یک حادثه ورزشی ، بلکه به عنوان عامل سفر نیز توجه می شود گردشگری ورزشی طیف گسترده ای از گردشگری ماجراجویانه تا گردشگری تفریحی را در بر می گیرد . از آنجا که گردشگری پسامدرن گونه ای حق گذران اوقات فراغت را در عصر فرا - پسامدرن شکل می دهد (یزدی و سقایی، ۱۳۸۲) گردشگری ورزشی نیز گونه ای از گردشگری پسامدرن محسوب می شود از این رو این دو مقوله گردشگری و ورزش از ارتباط متقابل ، تنگاتنگ و تاپیر گذاری سود می جویند ، به گونه ای که ورزش حجم قابل توجهی از افراد را به سفر وا می دارد و رویدادهای بزرگ ورزشی ، به خودی خود از مهمترین جاذبه های دوره ای کشورها به حساب آمده و تاثیر بسزایی در وجهه گردشگری کشورهای میزبان دارد علاوه بر آن فواید اقتصادی گردشگری ورزشی نیز یکی از دلایل توجه به گردشگری ورزشی می باشد. به گونه ای که گردشگری ورزشی یک تجارت چند میلیون دلاری است که دارای سریعترین رشد ، یعنی حدود ۴/۵ تریلیون دلار در سطح دنیا است رویدادهای ورزشی که در کشورهای دنیا برگزار می شود خود می تواند به عنوان جاذبه اصلی گردشگری ورزشی ، ضمن جذب گردشگران، سبب شکل گیری فواید اقتصادی بسیاری می گردد. گردشگری ورزشی در عصر پسامدرن یکی از اهرم های ژئوپلیتیک گردشگری برای کشورها در جذب سرمایه و درآمد است.(ویکی پدیا ، مازندران ، ۱۳۸۷) روش تحقیق :

روش انجام از نوع زمینه یابی می باشد و به صورت میدانی انجام شده است و محقق ، عوامل و موانع اثر گذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران را با تاکید بر جاذبه های طبیعی - ورزشی را از دیدگاه کارشناسان توصیف می کند. جامعه آماری این پژوهش از سه گروه کارشناسان بخش گردشگری و میراث فرهنگی ۲- کارشناسان ورزشی اداره کل ورزش و جوانان استان ۳- روسای هیئت های ورزشی استان مازندران .

شهرهایی چون رامسر ، نوشهر ، چالوس، رویان ، نور ، آمل ، ساری ، بابلسر ، و بهشهر انتخاب شدند دلیل ۱- احتمال بیشتر حضور گردشگر ۲- وجود عوامل و جاذبه های طبیعی بیشتر در این شهرستانها از دیگر شهرهای استان. از کل استان ۴۵۲ نفر بودند ، ۱۵۳ نفر از جامعه اول ، ۱۲۱ نفر از جامعه دوم و کل جامعه سوم به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند.

این مقاله بر اساس روش آلفا کرونباخ در سطح معنی داری $p < .05$ برای جاذبه ها ۹۳/ و برای موانع ۹۲/ به درصد محاسبه شد.

جدول شماره ۱، شاخص های توصیفی سن آزمودنی ها

گروه سنی	تعداد	درصد
کمتر از ۳۰ سال	۷۹	۳۶.۲
۳۱ تا ۴۰ سال	۸۴	۳۸.۵
۴۱ تا ۵۰	۴۱	۱۸.۸
بیشتر از ۵۰ سال	۱۴	۶.۴
مجموع	۲۱۸	۱۰۰.۰

در جدول شماره ۱ بیشتر آزمودنی ها 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.

جدول شماره ۲- شاخص های توصیفی جنسیت آزمودنی ها

جنسیت	تعداد	درصد
مرد	۱۲۹	۶۱.۴
زن	۸۱	۳۸.۶
مجموع	۲۱۰	۱۰۰.۰

در جدول شماره ۲- بیشتر آزمودنی ها مرد هستند نسبت زنان به مردان تقریباً ۲ به سه بود.

جدول شماره ۳- شاخص های توصیفی سطح تحصیلات آزمودنی ها

تحصیلات	تعداد	درصد
دیپلم	۲۶	۱۱.۷
فوق دیپلم	۵۹	۲۶.۵
لیسانس	۱۱۸	۵۳.۲
فوق لیسانس و دکتری	۱۹	۸.۶
مجموع	۲۲۲	۱۰۰.۰

در جدول شماره ۳ بیشتر آزمودنیها در این تحقیق دارای تحصیلات کارشناسی ارشد بودند. نزدیک به ۱۲ درصد آنها نیز تحصیلات دانشگاهی نداشتند. تنها ۸.۶ درصد آنها دارای مدرک تحصیلات تکمیلی بودند.

جدول شماره ۴، شاخص های توصیفی گروههای آزمودنی ها

گروهها	تعداد	درصد
مسئولین هیئت های ورزشی	۴۵	۱۴.۶
کارشناسان اداره ورزش و جوانان	۱۱۵	۳۷.۲
کارشناسان گردشگری	۱۴۹	۴۸.۲
مجموع	۳۰۹	۱۰۰.۰

در جدول شماره ۴ بیشترین آزمودنی های این تحقیق کارشناسان گردشگری بودند. مسئولین هیئت های ورزشی کمترین تعداد آزمودنی ها را تشکیل داده اند (کمتر از ۱۵ درصد) ۳۷.۲ درصد آنها کارشناسان تربیت بدنی بودند.

جدول شماره ۵، شاخص های توصیفی رشته تحصیلی آزمودنی ها

رشته تحصیلی	تعداد	درصد
تربیت بدنی	۲۹	۱۳.۵
غیر تربیت بدنی	۱۸۶	۸۶.۵
مجموع	۲۱۵	۱۰۰.۰

در جدول شماره ۵ بیشتر آزمودنی ها در رشته غیر تربیت بدنی تحصیل کرده اند. تنها ۱۳.۵ درصد آنها در رشته تربیت بدنی تحصیل کرده اند.

جدول شماره ۶، شاخص های توصیفی سابقه شغلی آزمودنی ها

شاخص ها	میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر
سابقه شغلی	۱۰.۷۶۷۲	۷.۷۶۹۹۱	۱.۰۰	۳۱.۰۰

در جدول شماره ۶، آزمودنی ها دارای میانگین سابقه بیش از ۱۰ سال بودند. کم سابقه ترین آزمودنی یک سال و پرسابقه ترین آزمودنی ۳۱ سال سابقه داشتند.

جدول شماره ۷، شاخص های توصیفی ارزیابی جذابیت های طبیعی مربوط به ورزش های تابستانی از دیدگاه آزمودنی ها

ردیف	گویه	خیلی کم (۱)	کم (۲)	متوسط (۳)	زیاد (۴)	خیلی زیاد (۵)	میانگین	اولویت
۱	جاذبه های مرتبط با شنا و غواصی در سواحل دریا و رودخانه	۳۴	۳۰	۶۷	۷۰	۱۰۶	۳.۵۹۹	۱
۲	جاذبه های مرتبط با قایقرانی در سواحل دریا و رودخانه و آبهای خروشان	۲۴	۴۰	۷۰	۹۵	۸۰	۳.۵۴۰۵	۲
۳	جاذبه های مرتبط با اسکی روی آب در سواحل دریا و رودخانه	۵۵	۳۷	۵۷	۷۲	۸۷	۳.۳۲۱۴	۳
۴	جاذبه های مرتبط با فوتبال ساحلی در سواحل دریا	۴۵	۵۲	۷۲	۸۵	۵۲	۳.۱۵۳۶	۴
۵	جاذبه های مرتبط با والیبال ساحلی دریا	۴۳	۶۰	۷۵	۷۲	۵۶	۳.۱۲۴۲	۵

در جدول شماره ۷ جاذبه های مرتبط با شنا و غواصی در سواحل دریا و رودخانه و جاذبه های مرتبط با قایقرانی در سواحل دریا و رودخانه و آبهای خروشان بترتیب بالاترین میانگین را در میان جاذبه های طبیعی مربوط به ورزش های تابستانی به

خود اختصاص داده اند جاذبه های مرتبط با والیبال ساحلی در دریا نیز آخرین اولویت را دارا می باشد . جاذبه های طبیعی که همان هیجان و فعالیت جسمانی بیشتری در آنها وجود دارد و ماجراجویی بیشتری در فعالیتهای مربوط به این جاذبه ها دیده می شود باعث توسعه بیشتر گردشگری ورزشی استان می شود و می تواند گردشگر ورزشی بیشتری را به استان وارد کند.

جدول شماره ۸، شاخص های توصیفی ارزیابی جاذبه های طبیعی مربوط به ورزش زمستانی از دیدگاه آزمودنی ها

ردیف	گویه	خیلی کم (۱)	کم (۲)	متوسط (۳)	زیاد (۴)	خیلی زیاد (۵)	میانگین
۱	جاذبه های مرتبط با برف نوردی در زمستان	۸۴	۴۸	۸۴	۵۵	۳۵	۲.۷۰۲۶

جدول شماره ۸ ، جاذبه های مرتبط با برف نوردی در زمستان به عنوان تنها گویه جاذبه های طبیعی مربوط به ورزش زمستانی دارای میانگین کمتر از میزان متوسط (۳) از دیدگاه آزمودنی ها بوده است.

ردیف	گویه	خیلی کم (۱)	کم (۲)	متوسط (۳)	زیاد (۴)	خیلی زیاد (۵)	میانگین	اولویت
۱	جاذبه های مرتبط با قله های کوه های استان مازندران	۲۴	۲۲	۱۱۶	۸۷	۵۸	۳.۴۳۳۲	۴
۲	جاذبه های مرتبط با صخره نوردی	۳۷	۴۱	۱۳۱	۵۹	۳۸	۳.۶۴۵	۲
۳	جاذبه های مربوط به یخ نوردی	۶۵	۶۲	۱۰۱	۴۲	۳۳	۲.۷۲۲۸	۸
۴	جاذبه های مرتبط با غارنوردی مازندران	۴۲	۵۳	۱۰۶	۶۹	۲۸	۲.۹۵۹۷	۷
۵	جاذبه های مرتبط با پیاده روی و راهپیمایی در دامنه ها	۱۴	۳۱	۶۱	۹۰	۱۱۰	۳.۸۲۰۳	۱
۶	جاذبه های مرتبط با دویدن آرام در دامنه های طبیعی و تفریحگاه	۱۶	۳۲	۷۱	۸۷	۹۵	۳.۷۰۷۶	۲
۷	جاذبه های مرتبط با دوچرخه سواری در دامنه ها و تفریحگاه ها	۲۴	۳۴	۸۶	۱۰۳	۵۹	۳.۴۵۴۲	۳

۶	۳۰۰۰۰۰	۳۴	۶۶	۱۰۱	۷۰	۳۲	جاذبه های مرتبط با موتور سواری در کوهستانها	۸
۵	۳.۲۶۳۰	۵۱	۸۵	۷۲	۷۳	۲۶	جاذبه های مرتبط با سواری (اسب سواری در دامنه ها و چمنزارها و صحراها)	۹
۹	۲.۲۶۳۰	۱۹	۳۶	۷۰	۶۵	۱۱۸	جاذبه های مرتبط با ورزش گلف در تفریحگاه ها	۱۰

جدول شماره ۹، جاذبه های مرتبط با پیاده روی و راهپیمایی در دامنه ها ، جاذبه های مرتبط با صخره نوردی و جاذبه های مرتبط با دوچرخه سواری در دامنه ها و تفریحگاه ها بترتیب برجسته ترین جاذبه های طبیعی مربوط به کوهنوردی ، غارنوردی، تپه نوردی، و طبیعت نوردی از دیدگاه آزمودنی ها بوده اند. جاذبه های مرتبط با ورزش گلف در تفریحگاه ها نیز کم اهمیت ترین جاذبه از دیدگاه آنها قلمداد شده است.

جدول شماره ۱۰

ردیف	گویه	خیلی کم (۱)	کم (۲)	متوسط (۳)	زیاد (۴)	خیلی زیاد (۵)	میانگین	الویت
۱	فقدان برنامه ریزی صحیح ، دقیق و علمی برای توسعه گردشگری در استان	۹	۱۱	۲۳	۹۹	۱۶۳	۴.۲۹۸۴	۱
۲	وجود سازمانهای موازی و نامشخص بودن حدود وظایف بخشهای مسئول در این حوزه	۴	۱۳	۴۳	۱۴۰	۱۰۶	۴.۸۱۷	۳
۳	کمبود متخصصان و نیروی انسانی آموزش دیده در بخش گردشگری ورزشی استان	۷	۱۴	۳۱	۱۳۷	۱۰۹	۴.۰۶۸۶	۴
۴	تفاوت در سیاست گذاریها ، رویه ها و نبود استراژی روشن در مورد گردشگری ورزشی مازندران	۵	۸	۵۲	۱۴۵	۹۵	۴.۰۳۹۳	۵
۵	عدم هماهنگی کافی بین سازمانها و وزارتخانه های دست اندرکار در گردشگری ورزشی استان	۵	۱۵	۴۵	۱۳۹	۱۰۱	۴.۰۳۶۱	۶
۶	مشکلات موجود در سرمایه گذاری	۱۰	۱۳	۳۸	۸۱	۱۶۲	۴.۲۲۳۷	۲

							بخش دولتی و خصوصی (در بخش گردشگری ورزشی) در استان	
۷	۳۹۰۱۶	۱۰۷	۱۱۱	۵۳	۱۸	۱۶	عدم کنترل و نظارت بر فعالیت واحدهای گردشگری و گردشگری ورزشی	۷

جدول شماره ۱۰، فقدان برنامه ریزی صحیح، دقیق و علمی برای توسعه گردشگری در استان، کمبود متخصصان و نیروی انسانی آموزش دیده در بخش گردشگری ورزشی در استان و مشکلات موجود در سرملیه گذاری بخش دولتی و خصوصی (در بخش گردشگری ورزشی) در استان برجسته ترین مانع مربوط به ساختار و مدیریت جهت توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه آزمودنی ها بوده است. عدم کنترل و نظارت بر فعالیت واحدهای گردشگری و گردشگری ورزشی نیز کم اهمیت ترین عامل از دیدگاه آنها قلمداد شده است.

جدول شماره ۱۱، شاخص های توصیفی ارزیابی موانع تبلیغات و بازاریابی از دیدگاه آزمودنی ها

ردیف	گویه	خیلی کم (۱)	کم (۲)	متوسط (۳)	زیاد (۴)	خیلی زیاد (۵)	میانگین	اولویت
۱	سیستم اطلاع رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف به گردشگران	۱۳	۲۰	۵۹	۱۰۷	۱۰۶	۳۸۹۵۱	۴
۲	کمبود اطلاعات در مورد نیازها و خواسته های گردشگران	۸	۱۸	۶۱	۱۲۳	۹۶	۳۹۱۳۸	۳
۳	تبلیغات رادیو تلویزیونی در مورد گردشگری	۱۳	۲۳	۴۹	۱۰۳	۱۱۷	۳۹۴۴۳	۱
۴	آشنایی کم و ناکافی گردشگران ورزشی در مورد جاذبه های طبیعی و منابع موجود در مازندران	۱۴	۲۲	۵۱	۱۰۳	۱۱۴	۳۹۲۴۳	۲

جدول شماره ۱۱، کمبود تبلیغات رادیو تلویزیونی در مورد گردشگری و آشنایی کم و ناکافی گردشگران ورزشی در مورد جاذبه های طبیعی و منابع موجود در مازندران بترتیب مهمترین موانع تبلیغات و بازاریابی از دیدگاه آزمودنی ها بوده است. سیستم اطلاع رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف به گردشگران نیز کم اهمیت ترین مانع از دیدگاه آنها قلمداد شده است.

بحث و نتیجه گیری:

آنچه در این تحقیق مشاهده میشود این است که عدم آشنایی کارشناسان مخصوصا کارشناسان گردشگری و مسئولین هیئت های ورزشی با صنعت گردشگری ورزشی و رشته های ورزشی در مناطق طبیعی استان ، عدم آشنایی کارشناسان با قوانین وضع شده در کشور در مورد رشته های خاص ، نو و جدید بودن بعضی از رشته های ورزشی، نداشتن الگوی مناسب برای ایجاد دهکده های توریستی ، ناهموار بودن مسیرهای کوهستانی و صعب العبور بودن بعضی از مسیرهای بین راهی در محیط های کوهستانی و جنگلی و کمبود امکانات و خدمات بین راهی ، عدم آشنایی گردشگران داخلی و خارجی با جاذبه های طبیعی و ورزشی مازندران و...

گردشگری ورزشی نه تنها در مازندران بلکه در کشور هم رشد چندانی نیافته است. با اینکه گردشگری ورزشی جزو بخشهای اصلی گردشگری جهان است و یا بیشترین رشد گردشگری جهان در این حوزه باشد هنوز در کشور ما رشد چندانی نداشته است چه رسد به استانها . وظیفه مسئولین استانی و کشوری این است که با تبلیغات در مورد استان مازندران و معرفی کردن جاذبه های طبیعی استان چه از طریق شرکت در نمایشگاههای بین المللی یا از طریق فضای مجازی 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.

در نهایت برای توسعه گردشگری ورزشی استان علاوه بر اینکه باید جاذبه های طبیعی را حفظ کرد باید تقویت نیز نمود که حفاظت و مراقبت از جاذبه ها که سرمایه های اصلی گردشگری در استان به حساب می آیند همچنین آموزش نیروی انسانی ، مدیریت ، سیاست های تبلیغاتی ، افزایش ظرفیت هتل ها ، تجهیز تاسیسات فرسوده ، تامین سرمایه از مهمترین نیازهای بخش توسعه گردشگری استان است.

منابع :

- ۱- ابراهیمی، علی رضا ، خسرویان ، محمدرضا(۱۳۸۴). عوامل موثر بر رشد و توسعه در استان مازندران
- ۲- ابره‌ری ، سید محمد علی ، (۱۳۷۶) جهانگردی در جمهوری اسلامی . مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی اسلامی ، جلد اول
- ۳- ادبی فیروزجاه ، جواد(۱۳۵۸) بررسی عوامل بر توسعه گردشگری ورزشی کشور با تاکید بر جاذبه های طبیعی ورزشی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران
- ۴- اسدی امیری، ته‌مینه(۱۳۸۶) استان مازندران
- ۵- اسماعیلی ، عنایت ا... (۱۳۸۳) عوامل موثر بر جذب توریسم و اثرات آن در مازندران، پایان نامه کارشناسی ، دانشگاه مازندران
- ۶- اشراقی ، حسام (۱۳۸۷). ورزش و گردشگری از دیدگاه مدیران ادارات تربیت بدنی استان اصفهان
- ۷- پاپلی یزدی، محمدحسین . سقایی ، مهدی (۱۳۵۸) گردشگری ماهیت و مفاهیم - تهران سازمان مطالعه و تدوین کتب علم انسانی دانشگاهها (سمت)
- ۸- پارکز، ژانت بی ، بیورلی آر. کی زنگر و جروم کوارترمن، ۱۳۸۲، مدیریت معاصر در ورزش ترجمع: محمد احسانی، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، چاپ اول

- ۱۰- حبیبی، فاتح و دکتر عباسی نژاد (۱۳۸۴)، تصریح و برآورد تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده های سری زمانی- مقطعی مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۷۰، پاییز، ص ۹۱-۱۱۵.
- ۱۱- جهانی شدن جهانگردی (۱۳۸۶) نشریه پیام یونسکو. ۳۵۰ ش، ص ۹.
- ۱۲- خبرگزاری طبرستان (۱۳۸۷) موقعیت جغرافیایی مازندران. سایت آفتاب
- ۱۳- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۶) جغرافیا و صنعت توریسم. تهران دانشگاه پیام نور. چاپ هفتم.
- ۱۴- صالحی، صادق (۱۳۸۴-۸۵) بررسی گردشگری در شهرستان بابلسر و ارائه راهکارهای مناسب در این زمینه. رساله دکتری تخصصی رشته مدیریت بازرگانی با گرایش بازاریابی بین المللی. دانشگاه آزاد اسلامی.
- ۱۵- صنعت گردشگری مازندران ۱۳۷۸. سایت آفتاب.
- ۱۶- طلوعی و همی نژاد ۱۳۵۸. بررسی چالش ها و راهکارهای موثر در توسعه توریسم ورزشی کوهنوردی و طبیعت گردی استان مازندران.
- ۱۷- قیامی راد، امیر. محرم زاده. ۱۳۸۷. رابطه دیدگاه مدیران ورزشی ومدیران گردشگری کشور و عوامل گردشگری ورزشی ایران.
- ۱۸- ناصر پور، نادر (۱۳۸۲) ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان
- ۱۹- نگاه اجمالی به گردشگران مازندران. ۴ فروردین (۱۳۸۸۹). سایت آفتاب
- ۲۰- هتور افشار (۱۳۸۳) بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین المللی در کشور. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت معلم تهران.
- ۲۱- نوبخت، فرزاد (۱۳۸۷) بررسی نقش موثر در توسعه گردشگری ورزشی در مازندران. مجموعه عملکرد ستاد سفرهای نوروزی سازمان گردشگری. نوروز ۹۵

22- aftab.ir, world tourism organization(1993)

23-Andueza & Miranda, (2005)," The role of sport tourism destination chosen by tourists visiting Spain", Journal of Sport Tourism.

24--Bhatia, A.K., 1995, " International Tourism: Fundamentals and Practices" , Sterling Publishers Private Limited, New Delhi, India .

25-Deery, M, &Jago, L, (2006)," The Management of Sport Tourism, in Heather Gibson (ed) ", Sport Tourism: Concepts and Theories, Routledge Taylor & Francis Group.

26--De Knop, P &Standven, J., 1998, "Sport Tourism: a new area of sport management", European Journal for Sport Management, vol. 5 NO.1

27-- Frangialli, F.,(2004), "Sport and Tourism: two living forces for mutual understanding, culture and development of society". International of Tourism Day.

28- Gibson, H.J.,(1998)," Sport tourism: A critical analysis of research". Sport Management Review.

29--Green ,B.C.&Chalip .,(1998), 'sport and tourism ' ,In C.Cooper.

30-Hinch, T &Higham, J.,(2003), " Sport Tourism development" , channel view publication, UK

31- Jolly and Curphey (1994), "Sport and Tourism an international Overview".

32-KoSasi, V,(2005), "Sport tourism in India", Journal of Sport Tourism.

- 33--Kozak,M.(2005)."Comparative analysis of Tourist motivations by nationality and destinations
'Tourism manegment 23,pp.22-232.)
- 34--Kurtzman J ,&Zahar,J,(1995),"Tourism Sport International Council" .Annals of Tourism research .
- 35-Maragoudakis, I., (2003), " Development of competitive sea tourism" , Presentation to 53rd Congress, AIEST, Athens, 7-11 September.
- 36--Pitts, B., 1999, " Sport Tourism and niche markets ", Journal of Vacation Marketing 5 (1),
- 37--Rick Gould & Jason Crawford (2006)," Sport Tourism a Big Deal in Sanata".
- 38--Ritichie .B,Small,(2008),"scale event tourism :the chaninging dynamics of the New Zeland Masters Games".
- 39-Team Spirit ,(2009),"Kingston Sport Tourism,Playing the fields".
- 40- World Tourism Organization (WTO), (2001), "Sport and Tourism shaping global Culture", On <http://www.world-tourism.org>.
- 41-
- World Tourism Oranization , "Global Tourism Forrecasts to the Year 2000 and Beyond (Madrid :WTO ,1995)",p.ix.
- 42--Yamaguchi , Y(2005).'Sport Tpurism ,sport volunteer and for all '.Assessing the validity of outdoor recreation constraints model for tourists to Florida;.Center for Tourism Research and Development.