

امکان‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی در اردبیل (مورد مطالعه: پیست اسکی آلوارس)

عیسی معصومی جناقرد^۱، نازنین تبریزی^{۲*}، مهدی رمضان‌زاده لسبویی^۳

- ۱- کارشناسی ارشد، جهانگردی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
۲- استادیار، جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، گروه جهانگردی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
۳- دانشیار، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جهانگردی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

پذیرش: ۹۷/۹/۵

دریافت: ۹۷/۴/۲۳

چکیده

هدف این پژوهش امکان‌سنجی توسعه گردشگری ورزشی در پیست اسکی آلوارس اردبیل از دیدگاه گردشگران است. روش انجام تحقیق توصیفی-تحلیلی و از نوع کاربردی بوده و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS صورت گرفته است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد، تمام شاخص‌های سنجش به خوبی تبیین‌کننده سازه پژوهش بوده و شاخص‌های مربوط به استفاده از فناوری‌های نوین (۰/۸۰۹)، وجود باشگاه‌ها و لیگ استانی (۰/۸۰۱)، برنامه‌های فرهنگی و جشنواره‌های بومی موجود در رویدادهای ورزشی (۰/۸۱۸)، تنوع محصولات و فعالیت‌های ورزشی (۰/۸۳۸) و وجود راهنما و مترجم در محل (۰/۸۱۴) دارای بیشترین قدرت تبیین در سازه را دارد. ضرایب مسیر متغیرهای پژوهش حاکی از برقراری ارتباط علی مستقیم میان متغیرهای پژوهش است و شدت این رابطه میان متغیر زیرساختی و متغیر توسعه گردشگری ورزشی (۰/۴۶۲) در مقایسه با سایر متغیرهای مکنون (متغیرهای محیطی و مدیریتی) بیشتر است. در نهایت باید ادعان داشت برازش مدل‌های اندازه‌گیری حاکی از آن است که امکان توسعه گردشگری ورزشی در اردبیل با توجه به شاخص‌های مورد مطالعه وجود دارد.

کلیدواژگان: امکان‌سنجی، گردشگری ورزشی، پیست اسکی آلوارس، اردبیل.

۱- مقدمه

صنعت گردشگری یکی از بااهمیت‌ترین بخش‌های اقتصادی در جهان است (ایرکا و همکاران، ۲۰۱۱؛ ناصر، ۲۰۱۷)؛ که در دهه‌های اخیر همراه با رشد بسیار سریع بوده است (بادولسکو و همکاران، ۲۰۰۸). رشد این صنعت در مقیاسی گسترده در دهه ۱۹۶۰ آغاز شد که به سرعت و به‌طور پیوسته در طول ۳۰ سال هم از نظر درآمد و هم تعداد افراد مسافرت کننده به کشورهای خارجی، رشد کرد؛ و همچنین ثابت شده که رشد این صنعت در زمان بحران‌های اقتصادی و اجتماعی دچار تزلزل نمی‌شود و روند ثابت خود را ادامه می‌دهد. آمار نشان می‌دهد، تعداد گردشگران بین‌المللی از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به بیش از ۲۷۸ میلیون نفر در سال ۱۹۸۰، ۶۷۴ میلیون در سال ۲۰۰۰ و یک میلیارد و ۲۳۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ افزایش یافته است. (UNWTO Tourism Highlights, 2017) طبق برآورد سازمان جهانی گردشگری، این آمار در سال ۲۰۲۰ به ۱/۵ میلیارد نفر گردشگر می‌رسد که این تعداد گردشگران سالانه حدود ۲ تریلیون دلار و روزانه ۵ میلیارد دلار هزینه می‌کنند. گردشگری علاوه بر منافع اقتصادی، در سایر زمینه‌ها نیز منافع قابل توجهی در بردارد. منافع همچون ایجاد مشوق‌های اقتصادی برای حفاظت از محیط‌های طبیعی، بازسازی بناهای فرهنگی و حفاظت از فرهنگ بومی؛ و بالاتر از همه این‌ها، می‌توان گفت گردشگری راهی است برای بازسازی روحی و فرار از استرس روزانه است (تئوبالد، ۲۰۰۵).

رشد فزاینده شهرنشینی در دهه‌های اخیر سبب شده است که توجه به صنعت گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت و نیز به عنوان هدفی قابل حصول در فرآیند توسعه پایدار، مورد توجه قرار گیرد (بزم آرا و همکاران، ۱۳۹۶: ۹۶). امروزه گردشگری از مهم‌ترین فعالیت‌های انسان معاصر است که همراه با به وجود آمدن تغییراتی شگرف در سیمای زمین و اوضاع سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، منش و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌سازد، ضمن این که تحولات بنیادی در اوضاع و شرایط اقتصادی، فرهنگی و آداب و رسوم مردم به وجود می‌آورد. اهمیت سیروسفر در تعالی فرهنگی و تفاهم بین‌الملل سبب شده است که مجمع عمومی سازمان ملل متحد روز ۲۹ سپتامبر (۵ مهر) هر سال را روز جهانی گردشگری اعلام کند. همچنین ورزش یکی از بزرگ‌ترین صنایع در جهان است که ترکیب آن با گردشگری منجر به یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی به نام گردشگری ورزشی شده است (عباسی و همکاران، ۲۰۱۴). گردشگری ورزشی از بزرگ‌ترین بخش‌های گردشگری است و به سرعت در حال رشد است (هریتز و راس، ۲۰۱۰). اغلب کشورها به ویژه کشورهایی که به



لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت برخوردارند، این فعالیت را در برنامه های توسعه ملی خود گنجانده اند. (مشکینی و همکاران، ۱۳۹۷)

گردشگری ورزشی با تمرکز بر چارچوب برنامه‌ریزی در کشورهای در حال توسعه، صنعتی نسبتاً جدید و حتی در حال رشد در صنعت گردشگری است. همچنین می‌توان گفت از دیدگاه اجتماعی و اقتصادی به بازسازی جوامع روستایی و شهری کمک می‌کند. گردشگری ورزشی با جذب گردشگر موجب افزایش کیفیت زندگی افراد و بهبود رفاه اقتصادی جامعه می‌شود. در قرن ۲۱ گردشگری ورزشی یکی از عوامل مهم رشد ملی و رشد درآمد کشورها قلمداد می‌شود (همافر و همکاران، ۲۰۱۱). در آمریکا رشد تعداد رویدادهای ورزشی سریع‌تر از رشد تعداد ورزشکاران شرکت‌کننده در آن است. میلر و واشنگتن گزارش کرده‌اند که در سال ۲۰۱۲ حدود ۴۴/۵ میلیارد دلار در آمریکا صرف سفرهای مرتبط با ورزش شده و تعداد افراد بزرگسال که در رویدادها و مسابقات ورزشی شرکت داشتند سالانه بالای ۵۰ میلیون نفر است. علاوه بر مسافرت‌های داخلی، مسافرت‌های بین‌المللی نیز افزایش چشمگیری داشته است. درحالی‌که رویدادهای بزرگ مانند جام جهانی فوتبال بازی‌های المپیک تعداد بی‌شماری بازدیدکننده بین‌المللی جذب می‌کنند، رویدادهای کوچکی نیز وجود دارد که گردشگران بی‌شماری از سراسر جهان جذب می‌کند (میلر و واشنگتن، ۲۰۱۳). عثمان گزارش می‌دهد اکثر بازدیدکنندگان از کشورهای امارات، هنگ‌کنگ، تایلند، چین، فیلیپین، تایوان، ژاپن و عربستان برای رویدادهایی مانند ماراتن جاکارتا و مارتن بالی بوده و بیش از ۱/۲ میلیون نفر در سال ۲۰۰۸ از مسابقات لیگ فوتبال انگلیس دیدن کردند (کوی و همکاران، ۲۰۱۶).

گردشگری زمستانی به‌ویژه گردشگری اسکی امروزه در مناطق کوهستانی کشورهای توسعه‌یافته، جایگاه ویژه‌ای یافته است و به دلیل طرفداران بسیار و بازتاب‌های فراوان اقتصادی در جهت بالا بردن مشاغل محلی و افزایش رفاه اقتصادی، به عنوان یک استراتژی رشد و توسعه اقتصادی در دستور کار برنامه‌های توسعه منطقه‌ای در جهان قرار گرفته است (جانباز قبادی و همکاران، ۱۳۹۳). بر اساس شاخص‌های اقلیمی احداث پیست‌های اسکی (وجود یک دوره سرد در یک منطقه کوهستانی که در آن طی مدت چهار ماه عمق برف از ۵۰ سانتی‌متر هرگز کاهش نیابد) در سراسر رشته‌کوه زاگرس و بیشترین بخش از رشته‌کوه البرز به‌ویژه بخش‌های مرکزی و غربی آن امکان ایجاد پیست‌های اسکی و گسترش ورزش‌های زمستانی وجود دارد. غنای محیط طبیعی، چشم‌اندازهای بدیع جغرافیایی و نیز جاذبه‌های مردم‌شناسی این مناطق

موجب می‌شود که حتی بتوان آن‌ها را از نظر توانمندی‌های بالقوه یکی از ایده آل ترین مناطق طبیعی جهان برای گسترش ورزش‌های زمستانی به شمار آورد (بنسبردی و همکاران، ۱۳۹۲). جذابیت‌های اقلیمی استان اردبیل در بهار و تابستان غنی‌تر از زمستان است همچنین از نظر مکان‌شناسی استان اردبیل دارای پتانسیل‌های بسیار قوی در بخش کوهستانی است. از نظر زمین‌شناختی فقط به غارشناسی در برخی از مناطق آن اشاره شده است. از نظر جذابیت‌های رودخانه‌ای و دریاچه و تالاب، اگرچه در برخی از مکان‌ها به زیبایی این جاذبه‌ها قابل‌درک هستند ولی نسبت به سایر جذابیت‌ها مثل جذابیت‌های مرتعی طبق تحقیقات انجام‌شده در طرح جامع گردشگری استان در وضعیت ضعیفی قرار گرفته‌اند. از نظر جذابیت‌های ورزش زمستانی و آب‌های معدنی وضعیت نسبتاً خوبی در این استان حاکم است و جهت استفاده از پتانسیل‌های استان اقدامات حساب‌شده‌ای برای ورزش‌های زمستانی لازم است؛ و در فصل تابستان طیف وسیعی از فعالیت‌های تفریحی ورزشی را می‌توان انجام داد. لذا استان اردبیل ظرفیت‌های فراوانی در زمینه جلب گردشگر به‌طور عام و گردشگری مرتبط با رویدادهای ورزشی به‌طور خاص دارد (نویخت و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین با توجه به احداث مجموعه تفریحی و پیست اسکی آلوارس سرعین در سال‌های اخیر، این پژوهش در جستجوی سنجش قابلیت‌ها و توانایی‌های استان اردبیل در ورزش‌های زمستانی و امکان‌سنجی توسعه آن از دیدگاه گردشگران، به خصوص گردشگران ورزشی است.

۲- ادبیات تحقیق

در حالی که رشد و اهمیت تاریخی گردشگری و ورزش به خوبی ثبت شده است، ولی اواخر قرن بیستم به عنوان نقطه ارتباط ذاتی ورزش و گردشگری شناخته شده است. در سال ۱۹۸۰ میلادی گلاپدیس و دی ناپ^۱ شروع به بررسی و نوشتن نقش ورزش در تعطیلات کردند که در درجه اول گردشگر را به عنوان شرکت‌کننده فعال مورد توجه قرارداد. از سال ۱۹۹۰ با چاپ و انتشار تحقیقات انجمن‌های ژاپنی، آمریکای شمالی، استرالیا و زلاند نو و همچنین اروپا ادبیات گردشگری ورزشی غنی‌تر شد (گیبسون، ۲۰۰۳). بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۶ مقالات برتری در گردشگری ورزشی چاپ شد که اکثراً با موضوع رفتار گردشگری ورزشی در ارتباط بوده و دیگر مقالات در سال‌های اخیر به بررسی رفتار مصرف‌کننده در گردشگری ورزشی اختصاص داشته

1. Glyptis and De Knop



است. بوچت^۱ و همکاران چارچوب مفهومی جامع برای مصرف گردشگری ورزشی ارائه می‌کنند که برگرفته از مفاهیم روانشناسی محیطی، مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی است. کیم و چالیپ مدل مفهومی عوامل مؤثر در علاقه‌مندی و تصمیم‌گیری شرکت در رویداد ورزشی را ارائه داده‌اند که شامل عوامل جذب مانند عوامل جمعیتی، سرگرمی برانگیزنده، انگیزه‌های سفر، واسطه مانند جاذبه‌ها و دافعه‌ها و عوامل نهایی مانند انگیزه‌های حضور است (گوی و همکاران، ۲۰۱۶).

همچنین از دلایل افزایش ناگهانی علاقه به تحقیقات و فعالیت‌های گردشگری ورزشی می‌توان به پنج اصل زیر اشاره نمود.

۱- افزایش قابل توجه محبوبیت رویدادهای ورزشی مانند المپیک و جام‌های جهانی در سطح ملی و بین‌المللی.

۲- وجود آگاهی گسترده از سلامتی و بهداشتی که از شرکت فعال در فعالیت‌های ورزشی به دست می‌آید.

۳- افزایش درک دولت‌ها و رهبران از ارزش‌های ورزش با ملاحظات اقتصادی و روابط ملی و بین‌المللی.

۴- وجود طیف گسترده‌ای از انواع رویدادهای ورزشی در طول سال که موجب فراهم شدن تماشاگران و شرکت‌کنندگان می‌شود.

۵- پیشرفت در تکنولوژی و زیرساخت‌های جهانی که موجب آشنایی و ارتباط بیشتر مردم جهان با تفکرات ورزشی شده است (گمون و رابینسون، ۲۰۰۳).

کورتزمن گردشگری ورزشی را استفاده از ورزش به عنوان وسیله‌ای برای فعالیت‌های گردشگری و حال آن را مسافرت با دلایل غیرتجاری برای شرکت یا مشاهده فعالیت‌های ورزشی به دور از منطقه زندگی تعریف می‌کنند (هینج و هایم، ۲۰۱۱). از مهم‌ترین و پردرآمدترین فعالیت‌های گردشگری می‌توان به گردشگری زمستانی-اسکی اشاره کرد که در سال‌های اخیر از انحصار قشر مرفه خارج شده و رواج بیشتری یافته است (جانباز قبادی و همکاران، ۱۳۹۳). ورزش اسکی به عنوان نماد ژئوتوریسم زمستانی یکی از راه‌های جذب گردشگر در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته دارای مناطق کوهستانی برف‌گیر است. تجربه کشورهای پیشرو در امر اسکی نشان می‌دهد راه‌اندازی و تجهیز پیست‌های اسکی در این کشورها نه تنها در زمینه توسعه امر ورزش، بلکه در افزایش درآمد ملی آن‌ها نقش مؤثری داشته است (یمانی و همکاران، ۱۳۹۳). در سال ۲۰۱۰-۲۰۰۹ بیش از ۲۳ میلیون نفر در فعالیت‌های ورزشی زمستانی در

1. Bouchet

امریکا شرکت کرده‌اند که ارزش افزوده‌ای برابر با ۱۲/۲ میلیون دلار در اقتصاد آن کشور ایجاد کرده است. همچنین ۵۹/۸ میلیون نفر از فعالیت‌های اسکی بازدید کردند و تخمین زده می‌شود ۱۴/۵ میلیون نفر از مسابقات اسنو موبیل (اتومبیل برفی) بازدید کرده‌اند. این فعالیت‌ها ۹۰۰،۲۱۱ استخدام به ارمغان آورده و موجب ایجاد ۷ میلیون دلار دستمزد شده است (بوراکووسکی و مگنسون، ۲۰۱۱). تجرو و همکاران بیان می‌کنند نیمی از گردشگران در فصل زمستان گردشگران اسکی هستند و صنعت گردشگری در نروژ با اتکا بر فعالیت‌های فصل زمستان و در چارچوب بازارهای هدف بین‌المللی ساخته شده است (توروه^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). قادری و همکاران (۱۳۹۰) در بیان عوامل مؤثر در توسعه گردشگری عنوان می‌کند رونق گردشگری در هر منطقه در گرو فراهم آمدن شرایط مناسب در دو قطب جغرافیایی و مراکز سکونت است. مقصد (عرضه‌کننده امکانات گردشگری) و مبدأ (عرضه‌کننده تقاضاکنندگان گردشگری) است. به منظور فراهم آمدن شرایط مناسب تحقق موارد زیر ضروری است.

(الف) در قطب عرضه‌کننده امکانات گردشگری (مقصدها).

- وجود جاذبه‌های گردشگری شامل جاذبه‌های طبیعی، آثار تاریخی و انسان‌ساخت‌ها.
 - وجود زیرساخت‌های مناسب شامل راه‌ها و آب و برق، تلفن و سیستم فاضلاب مناسب.
 - وجود عناصر خدماتی برای گردشگران شامل هتل‌ها و مراکز اقامتی مختلف، آژانس‌های خدماتی گردشگری و کلیه مؤسسات و مراکز ارائه‌کننده به گردشگران.
 - تبلیغات مناسب و معرفی شایسته امکانات و جاذبه‌های گردشگری.
 - سیاست‌گذاری مناسب و سیستم اداری کارآمد.
 - (ب) در قطب عرضه‌کننده متقاضیان گردشگری (مولد گردشگری).
 - بالا رفتن سطح درآمد و پس‌انداز مردم و فراهم شدن تسهیلات مالی جهت گردشگری.
 - بالا رفتن سطح آگاهی مردم و ارتقا فرهنگ گردشگری و سیاست.
 - وجود مراکز ارائه‌کننده خدمات گردشگری (آژانس‌های گردشگری).
 - وجود سیستم حمل‌ونقل مناسب در مبدأ.
- نتیجه این‌که رونق گردشگری مرهون تحقق این شرایط متقابل و دوطرفه است، وگرنه هیچ کدام دارای شرایط کامل نخواهند بود (قادری و همکاران، ۱۳۹۰).
- همچنین هینچ و هایم منابع مورد نیاز برای توسعه گردشگری ورزشی را به صورت جدول ۱ دسته‌بندی کرده‌اند.



جدول ۱ منابع مورد نیاز برای توسعه گردشگری ورزشی

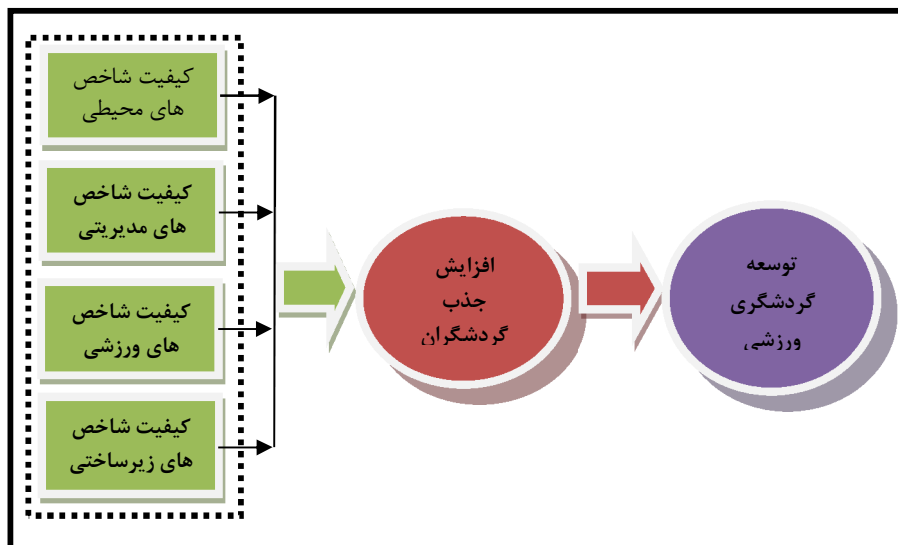
منابع مورد نیاز بخش ورزش	منابع مورد نیاز صنعت گردشگری
منابع طبیعی: پارک های ملی، فضاهای باز، پناهگاه های وحشی، مناطق جغرافیایی (کوه ها، سنگ ها، چشمه های معدنی، خطوط ساحلی، محیط های دریایی)	منابع طبیعی: پارک های ملی، مناظر، دریاچه ها، کوه ها، رودخانه ها، سواحل
امکانات و زیرساخت ها: استادیوم ها، فضاهای ورزشی، زیرساخت های حمل و نقل، غذاخوری، سرگرمی ها	امکانات و زیرساخت ها: خدمات حمل و نقل، مکان های اقامتی، غذاخوری، سرگرمی
تسهیلات رفاهی: توالتهای عمومی، پارکینگ، علائم راهنمایی، پناهگاه ها	تسهیلات رفاهی: توالت عمومی، پارکینگ ها، علائم راهنمایی، پناهگاه ها
خدمات ورزشی: مربیگری و سرپرستی، کرایه یا خرید وسایل یا لباس ورزشی، انبارداری و مدیریت، نظارت و امنیت، استخدام، عملیات، امکانات آموزشی، پیش گیری از آسیب و تجهیزات پزشکی، امکانات علوم و تحقیقات	خدمات اطلاع رسانی گردشگری: خدمات اطلاع رسانی بازدیدکنندگان، خدمات اطلاع رسانی مبتنی بر وب، خدمات رزرو صدور بلیط، آژانس های مسافرتی
سازمان های ورزشی: باشگاه های ورزشی، گروه های داوطلب و مردمی، دولت، توسعه امکانات، سرمایه گذاری، حمایت مالی، خدمات اطلاع رسانی، بازاریابی، تجارت	سازمان های گردشگری: برنامه ریزی و توسعه، برنامه ریزی راهبردی، تصویر مقصد، بازاریابی گردشگری، ارتقا محل، برنامه های بازدید رسانه، تحقیقات گردشگری، هماهنگی و ارتباط صنعت
خدمات حمل و نقل: جاده ای، ریلی، هوایی، دریایی (محلی و بین الملل)	خدمات حمل و نقل: جاده ای، ریلی، هوایی، دریایی (محلی و بین المللی) به علاوه سفر به مناظر طبیعی، قایق سواری، مسیرهای گردشگری، دوچرخه سواری و پیاده روی، مسیرهای تاریخی، تور، بالن سواری
سرگرمی ها و فعالیت ها: سالن های ورزشی و رینگ های یخ، مراکز تفریحی، ورزشگاه ها، استخرهای شنا، مسیرهای کوه نوردی و صخره نوردی، زمین های گلف، ساحل، موزه های ورزشی، مراکز خرید، سرگرمی های شبانه	سرگرمی ها و فعالیت ها: جاذبه ها، هتل ها، سینماها، باغ وحش ها، مراکز خرید، کلوپ ها و تفریحات شبانه

منبع: (هینچ و هایم، ۲۰۱۱)

عواملی همچون عوامل مدیریتی، محیطی و سیاسی در میزان رضایت گردشگران از مقاصد ورزشی زمستانی با اهمیت قلمداد می‌شود (مولر و همکاران، ۲۰۱۶). چرا که در دنیای کنونی هیچ فعالیتی بدون رعایت ضوابط نمی‌تواند ادامه یابد. در همین راستا فعالیت‌های گردشگری نیز نیازمند ارتقا کیفیت خدمات خود می‌باشند (صابری فر، ۱۳۹۷). زهر و همکاران عوامل ذهنی و عوامل عینی در رقابت میان مقاصد را باهم مقایسه و تفاوت بین این عوامل را میان شش مقصد زمستانی در منطقه آلپ تأیید کرده و توجه به مزیت رقابتی علاوه بر مزیت نسبی را در یک مقصد مورد تأکید قرار داده‌اند (زهر و همکاران، ۲۰۱۷). انبیهان و همکاران بیان می‌کنند که افزایش مهارت کاربران و افزایش سطح انتظار آن‌ها از کیفیت خدمات به همراه بهبود حمل و نقل و زیرساخت‌ها موجب افزایش گردشگران زمستانی به صورت بی‌سابقه می‌شود (انبیهان و همکاران، ۲۰۰۸). هالمن و همکاران در تحقیق خود به این نتیجه می‌رسد که از دیدگاه گردشگران زیرساخت، دسترسی، مهمان‌نوازی، ترکیب فعالیت‌های موجود در مقصد و تصویر مقصد از عوامل مهم برای درک رضایت گردشگران است (هالمن و همکاران، ۲۰۱۴). واسک و همکاران بیان می‌کنند گردشگران ورزش‌های زمستانی در سطح یک منطقه از بالاب و تله کابین‌های اسکی، دامنه کوه آماده شده برای ورزش، مسیرهای پیاده‌روی روی برف و سورت‌سوار، استخر شنا، امکانات حمل و نقل بین اقامتگاه و پیست اسکی، خدمات پزشکی استفاده می‌کنند (واسک و همکاران). از میان تحقیقات گردشگری ورزشی کوشچر معتقد است مقاصد کوهستانی واحدهای جغرافیایی، اقتصادی و اجتماعی هستند که زیرساخت‌های لازم برای بازدیدکنندگان کوهستانی را فراهم کرده‌اند. او مناظر طبیعی زیبا، زمین مناسب برای ورزش و آب هوای مطلوب را از عوامل کشش در جذب بازدیدکنندگان به مناطق کوهستانی قلمداد می‌کند (کوشچر^۱ و همکاران، ۲۰۱۷). بنر و برامول بیان می‌کنند که جذابیت‌های یک مقصد برای گردشگران عموماً به ویژگی‌های فیزیکی مقصد، ویژگی‌های محیطی و فرهنگی-اجتماعی مقصد یا به طور عمومی ویژگی محصولات اولیه مقصد بستگی دارد. ویژگی‌های فیزیکی و محیطی مقصد عبارت از شرایط آب و هوایی، چشم‌انداز و محیط زیست و ویژگی‌های فرهنگی اجتماعی شامل تاریخ، سیاست، هنر، فعالیت‌های اقتصادی، سبک زندگی، آثار تاریخی و بناهای فردی و ساختار محیط است (بنر و برامول، ۲۰۱۵). الون کشکولی بیان می‌کند قرار دادن مدیران مطلع از مسائل گردشگری در سطوح بالای امور اداری و سیاست‌گذاری، تبلیغات مناسب، بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل داخلی و خارجی، کاهش هزینه‌های گردشگران توسط ایجاد پایگاه‌های جامع اینترنتی، سازمان‌دهی تورهای گروهی، راه‌اندازی بانک اطلاعات،

1. Kuščer

استفاده از راهنمای تور و بهبود امکانات تفریحی و رفاهی و پروژه‌های ورزشی برای جذب توریست ورزشی همه از عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری هستند (الون کشکولی و همکاران، ۲۰۱۴). بلالی شناخت و بهره‌گیری از ورزش‌های بومی و محلی و برگزاری جشنواره‌های ملی را از مهم‌ترین فعالیت‌های موردنیاز در بخش شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها جهت توسعه صنعت گردشگری ورزشی بیان کرده است (بلالی و همکاران، ۱۳۹۱). در نهایت با توجه به مطالعات صورت گرفته شاخص‌های مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی در چهار دسته شاخص‌های محیطی، مدیریتی، ورزشی و زیرساختی قابل بررسی است (شکل ۱).



شکل ۱ شاخص‌ها و مدل مفهومی پژوهش

۳- روش تحقیق

هدف پژوهش حاضر سنجش قابلیت‌ها و توانایی‌های استان اردبیل در ورزش‌های زمستانی و امکان‌سنجی توسعه آن از دیدگاه گردشگران ورزشی است. فراخور موضوع، روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و به لحاظ قابلیت اجرا کاربردی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کارشناسان و گردشگران ورزشی است که در دوره موردنظر حداقل یک بار به این منطقه سفر کرده‌اند. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری از رابطه (۱) برای تعیین حجم نمونه استفاده

شده است. بدین ترتیب تعداد ۳۸۰ پرسش‌نامه تصادفی پخش شد که تعداد ۳۱۸ پرسش‌نامه مورد تأیید قرار گرفته و جهت تجزیه و تحلیل جمع‌آوری و مورد بررسی قرار گرفته است.

$$n = \frac{t^2 pq}{d^2} \quad (1)$$

روش گردآوری داده‌های مورد استفاده در پژوهش حاضر کتابخانه‌ای- میدانی بوده و ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه محقق ساخت هست. به منظور تعیین روایی پرسش‌نامه از نظرات استادان و کارشناسان حوزه گردشگری و ورزش بهره گرفته می‌شود و برای تعیین پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده می‌گردد. (جدول ۱)

جدول ۱ ضریب پایایی متغیرها

نام متغیر	تعداد سؤال	ضریب پایایی متغیر
عوامل زیرساختی	۲۰	۰,۹۵۰
عوامل ورزشی	۹	۰,۸۷۷
عوامل محیطی	۱۵	۰,۸۵۶
عوامل مدیریتی	۱۲	۰,۹۰۶

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها فراخور نوع داده و اهداف پژوهش از آزمون‌های آماری t و فریدمن برای تعیین وضعیت متغیرهای پژوهش و همچنین از آزمون‌های تحلیل معادلات ساختاری برای سنجش رابطه میان متغیرها و اندازه‌گیری مدل تحقیق با استفاده از نرم‌افزارهای اسپاس و smart pls استفاده شد. در این تحقیق متغیرهای مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی در پیست اسکی آلوارس شامل متغیرهای عوامل زیرساختی، عوامل محیطی، عوامل ورزشی و عوامل مدیریتی است که هر کدام از متغیرها شامل گروه شاخص‌ها هستند. جدول ۲ متغیرها و شاخص‌های مورد استفاده در پژوهش را نشان می‌دهد.



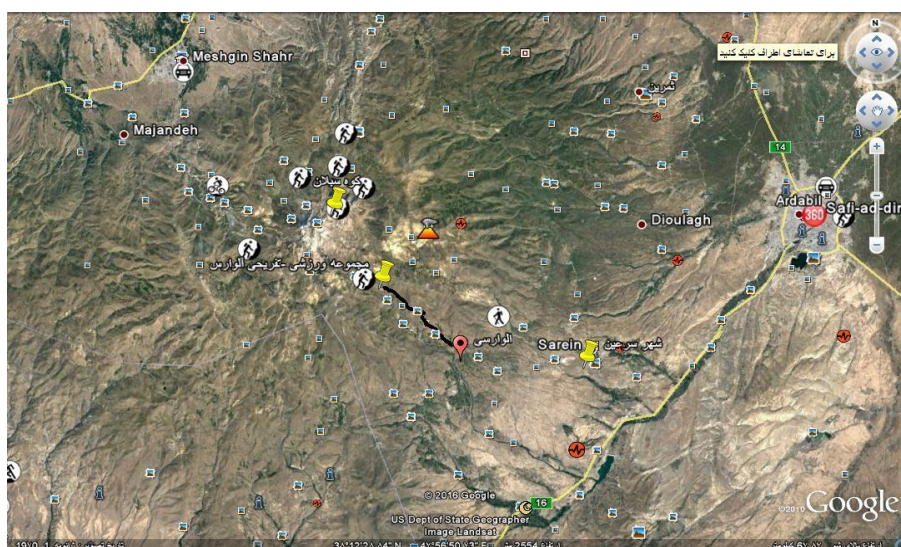
جدول ۲ تعریف عملیاتی متغیرها و شاخص های پژوهش

متغیر	شاخص
زیرساختی	وجود امکانات تفریحی، وجود جاذبه‌های مکمل، کیفیت حمل و نقل، اقامتگاه، فاصله پیست تا اقامتگاه، غذا و رستوران، پارکینگ، سرویس بهداشتی، امکانات تاسیساتی (آب، برق، گاز، تلفن)، اینترنت، رختکن و انبار، ایمنی، خدمات درمانی، خدمات بین راهی، فاصله از فرودگاه، طراحی و چیدمان، دسترسی به مکان های استراحتی، امکانات معلولین، تابلو واعلائم راهنمایی
ورزشی	سرعت باد، کیفیت بالابرها و تجهیزات پیست، فروشگاه‌های ورزشی، آموزش اسکی، تنوع محصولات و فعالیت های ورزشی، استفاده از فناوری های نوین، تبلیغات و بازاریابی ورزشی، باشگاه‌ها و لیگ استانی، برنامه‌های فرهنگی و جشنوارها بومی
محیطی	مناظر طبیعی و طبیعت، رودخانه و چشمه های آب گرم، آب وهوا، تمیزی محیط، فاصله تا مراکز جمعیتی، در دسترس بودن، مشارکت اجتماعی جامعه محلی، مهمان نوازی، تصویر مقصد، آلودگی صوتی، ازدحام جمعیت، ترافیک، غرفه و فروشگاه‌های تجاری، پوشش گیاهی و فضای سبز، تعصبات قومی
مدیریتی	آژانس‌های مسافرتی و تورگردان‌ها، عملکرد وتخصص مدیریت و کارکنان، بودجه، سرمایه‌گذاری، امنیت، مدیریت دفع زباله، خدمات راهنما و مترجم، فناوری اطلاعات و وب سایت، بسیط و قیمت ورودی، خدمات بانکی، سطح کلی قیمت ها، اقدامات برندسازی

۴- محدوده مورد مطالعه

حدود پژوهش مجتمع تفریحی- ورزشی آلوارس در شهرستان سرعین و استان اردبیل است. پیست اسکی آلوارس که از لحاظ وسعت بزرگ‌ترین پیست ایران است، در فاصله ۱۲ کیلومتری روستای آلوارس و ۲۴ کیلومتری غرب شهر سرعین واقع شده و در ارتفاع ۳۲۰۰ متری از سطح دریا قرار دارد. مختصات جغرافیایی این منطقه ۴۷ درجه و ۵۲ دقیقه طول شرقی و ۳۸ درجه و ۱۲ دقیقه عرض شمالی است (شکل ۲). این منطقه به دلیل برخورداری از بارش برف فراوان در طول پاییز و زمستان و دیر آب شدن آن حدود شش تا هشت ماه از سال مورد استفاده تعداد قابل توجهی از گردشگران و علاقه‌مندان به ورزش‌های زمستانی قرار گرفته است. تله سی یژ، پیست کارتینگ، پیست موتورسواری و پیست سرسره بازی از دیگر امکانات این مجموعه است. طول مسیر تله سی یژ آلوارس حدود ۱۲۰۰ متر بوده و امکان تماشای مناظر کوهستان را فراهم می‌نماید. علاوه بر این وجود انواع دیگری از جاذبه‌های گردشگری نظیر تپه باستانی آناهیتا، دهکده صخره‌ای باستانی ویند کلخوران، آبگرم‌ها و مجتمع‌های آب درمانی و مناظر طبیعی بکر و زیبا، موجب رونق گردشگری در این منطقه شده است.

اگرچه هنوز (زمان انجام پژوهش) سیستم آمارگیری دقیقی در منطقه جهت ثبت تعداد گردشگران وجود ندارد، اما با توجه به مصاحبه‌های انجام شده در پیست و مطالعات پیمایشی نگارندگان در چندین نوبت ۵۰۰ تا ۷۵۰ نفر در روز برای انجام فعالیت‌های ورزشی-تفریحی به پیست اسکی آلوارس مراجعه می‌نمایند.



شکل ۲ موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

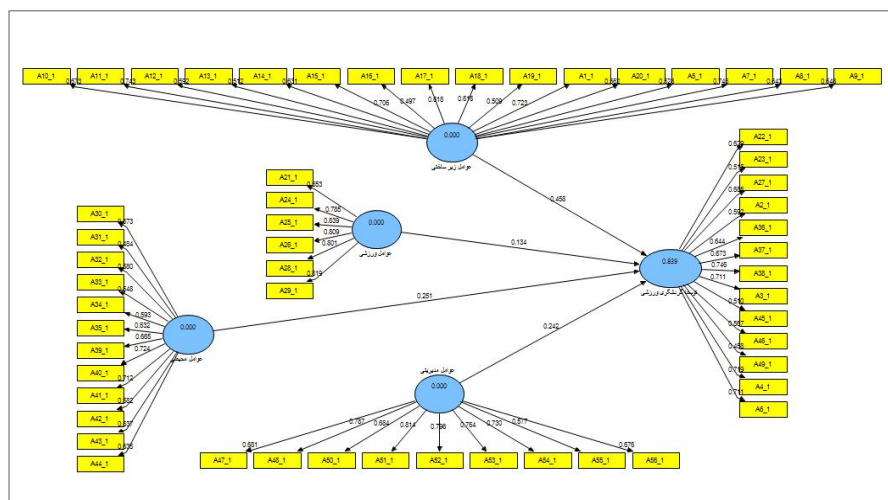
منبع: گوگل مپ، ۲۰۱۶

۵- یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی تحقیق نشان می‌دهد اکثر پاسخ‌دهندگان یعنی ۸۴/۶ درصد مرد بوده‌اند و افراد بارده سنی بین ۳۰-۴۰ با ۳۹/۶ درصد دارای بیشترین فراوانی هستند. غالب بازدیدکنندگان دارای تحصیلات در سطح کارشناسی با ۴۸/۱ درصد هستند و فراوانی افراد با مشاغل آزاد با ۴۰/۳ درصد بیشتر از سایر مشاغل است. همچنین سابقه ورزشی اکثر بازدیدکنندگان یعنی ۶۷/۳ کمتر از پنج سال بیان شده است. وسیله نقلیه مورد استفاده اکثر بازدیدکنندگان برای حضور در این منطقه با ۹۷/۵ درصد ماشین شخصی است و بیشتر بازدیدکنندگان در قالب گروهی دوستان به این منطقه مسافرت کرده‌اند (۳۰/۸ درصد). در میان بازدیدکنندگان ۵۴/۱ درصد افراد سابقه حضور بیش از چهار بار در منطقه مورد مطالعه را دارند.

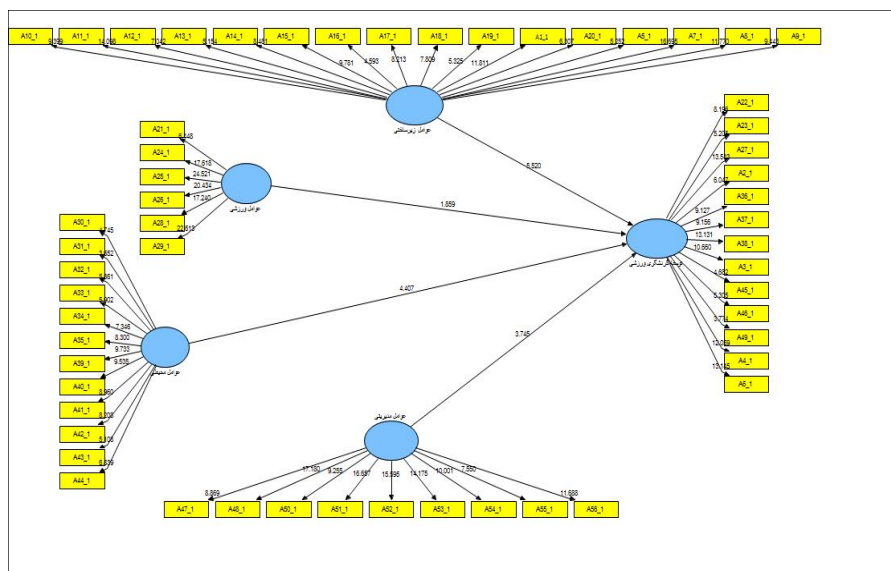


در بخش آمار استنباطی نتایج تحلیل بار عاملی نشان می‌دهد که همه شاخص‌های پژوهش حاضر به‌خوبی تبیین‌کننده سازه پژوهش هستند و شاخص‌های مربوط به استفاده از فناوری‌های نوین (۰/۸۰۹)، وجود باشگاه‌ها و لیگ استانی (۰/۸۰۱)، برنامه‌های فرهنگی و جشنواره‌های بومی موجود در رویدادهای ورزشی (۰/۸۱۸)، تنوع محصولات و فعالیت‌های ورزشی (۰/۸۳۸) و وجود راهنما و مترجم در محل (۰/۸۱۴) دارای بیشترین قدرت تبیین در سازه را دارند و دارای بیشترین اهمیت بوده و شاخص‌های فاصله از فرودگاه (۰/۴۹۶)، شاخص‌های ایمنی مجموعه (۰/۵۱۱)، تابلوها و علائم راهنمایی در منطقه (۰/۵۶۱)، وجود رختکن و انبار و سیستم گرمایشی (۰/۵۹۱) فاصله اقامتگاه با پیست اسکی (۰/۵۲۷) امکانات و تجهیزات در نظر گرفته شده برای معلولین (۰/۵۰۸)، سرعت باد در منطقه (۰/۵۵۱)، مناظر طبیعی و طبیعت (۰/۵۷۲)، وجود رودخانه و چشمه‌های آب گرم (۰/۴۸۳)، آب و هوای منطقه (۰/۵۸۰)، تمیزی محیط از نظر انباشت زباله (۰/۵۴۸) فاصله منطقه تا مراکز جمعیتی (۰/۵۹۲)، غرفه و فروشگاه‌های تجاری (۰/۵۸۱)، پوشش گیاهی و فضای سبز (۰/۵۳۶)، وجود فروشگاه‌های ورزشی (۰/۵۱۶)، خدمات آژانس‌های مسافرتی (۰/۵۱۰)، تخصص و عملکرد کارکنان (۰/۵۶۶)، سطح کلی قیمت‌ها (۰/۵۷۶) و امنیت (۰/۴۵۷) دارای کمترین قدرت تبیین سازه هستند.



شکل ۳ بارهای عاملی شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق

همچنین با توجه به نتایج به دست آمده ضریب مسیر در شکل ۳ به این نتیجه رسیده شد که بین متغیرهای مکنون تحقیق رابطه علی برقرار است و شدت این رابطه میان متغیر زیرساختی و متغیر توسعه گردشگری ورزشی (۰/۴۶۲) در مقایسه با سایر متغیرهای مکنون بیشتر است. برای سنجش میزان ارتباط میان متغیرهای پژوهش از آزمون معناداری و مقدار آماره تی به دست آمده استفاده شد که نتایج حاصله از شکل ۴ که نشان می‌دهد بین متغیر عوامل زیرساختی و متغیر توسعه گردشگری ورزشی، مقدار آماره تی برابر با (۵/۵۴) است و در نتیجه رابطه معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ و ۹۹٪ بین این دو متغیر وجود دارد. مقدار آماره تی به دست آمده بین دو متغیر عوامل ورزشی و متغیر توسعه گردشگری ورزشی عدد (۱/۸۵) است که نشان می‌دهد در سطح اطمینان ۹۰٪ ارتباط معناداری میان متغیر عوامل ورزشی و متغیر توسعه گردشگری ورزشی وجود دارد. مقدار آماره تی بین دو متغیر عوامل محیطی و توسعه گردشگری ورزشی عدد (۴/۴۰) است که گویای رابطه معنادار بین این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۵٪ و ۹۹٪ است. آماره تی به دست آمده میان دو متغیر عوامل مدیریتی و توسعه گردشگری ورزشی عدد (۳/۷۴) گزارش شده است که نشان‌دهنده ارتباط معنادار میان این دو متغیر در سطح معناداری ۹۵٪ و ۹۹٪ را نشان می‌دهد.



شکل ۴ مدل ساختاری تحقیق و ضرایب معناداری



جهت بررسی برازش مدل از برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش کلی مدل استفاده می‌کنیم. در برازش مدل اندازه‌گیری به بررسی ارتباط میان شاخص‌ها و متغیرهای پژوهش می‌پردازیم. در مدل ساختاری ارتباط میان متغیرها و در مدل کلی به بررسی ارتباط میان تمام شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق می‌پردازیم. برای سنجش برازش مدل اندازه‌گیری پژوهش به سنجش بار عاملی و پایایی ترکیبی و سپس روایی می‌پردازیم.

در شکل ۳ تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی آورده شده است و نتایج نشان می‌دهد همبستگی خوبی میان شاخص‌ها وجود دارد. نتایج آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی نیز در جدول ۳ آمده است که این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند و می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید نمود.

جدول ۳ آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پژوهش

متغیر	Composite Reliability	متغیر	Cronbachs Alpha
عوامل زیرساختی	۰/۹۱۰۵۳۸	عوامل زیرساختی	۰/۸۹۴۹۵۳
عوامل محیطی	۰/۸۷۴۸۵۱	عوامل محیطی	۰/۸۴۴۴۷۲
عوامل مدیریتی	۰/۹۰۸۹۲۱	عوامل مدیریتی	۰/۸۸۶۲۰۸
عوامل ورزشی	۰/۸۹۸۰۶۹	عوامل ورزشی	۰/۸۶۱۱۷۰

روایی همگرا نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود یا همبستگی بین هر سازه با شاخص‌های خود است. مقدار موردقبول برای AVE^1 ۰/۴ است که نتایج AVE برای متغیرهای مکنون در (جدول ۴) آورده شده است. با توجه به این نتایج می‌توان گفت همبستگی بین متغیر توسعه گردشگری ورزشی با شاخص‌های خود با میانگین واریانس (۰/۴) به اشتراک گذاشته شده است که نشانگر همبستگی مناسب است. مقدار AVE برای متغیر عوامل زیرساختی عدد ۰/۳ است که کمتر از میزان استاندارد برآورد شده است. AVE متغیر عوامل محیطی عدد ۰/۳ به دست آمده که پایین‌تر از میزان استاندارد برآورد شده است. عدد AVE متغیر عوامل مدیریتی و ورزشی هر دو با مقدار ۰/۵ بالاتر از مقدار استاندارد برآورد شده و نشان‌دهنده همبستگی قابل قبول بین این متغیرها با شاخص‌های خود هستند.

1. Average Variance Extraction

جدول ۴: نتایج روایی همگرا

متغیر	AVE
عوامل زیرساختی	۰/۳۹۲۸۰۷
عوامل محیطی	۰/۳۷۱۰۳۹
عوامل مدیریتی	۰/۵۲۸۲۴۳
عوامل ورزشی	۰/۵۹۸۷۳۴

برای سنجش برازش مدل ساختاری از معیار ضریب تعیین (R Squares یا R^2) استفاده می‌شود. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شود. مطابق با جدول ۵ مقدار R^2 برای سازه‌های درون‌زای پژوهش محاسبه شده است که مناسب بودن برازش مدل ساختاری را با توجه به مقدار ملاک تأیید می‌سازد.

جدول ۵: نتایج معیار R^2 برای سازه‌های درون‌زا

متغیرهای مکنون	R Square
توسعه گردشگری ورزشی	۰/۸۳۹۱۲۷

معیار دیگر برای برازش مدل ساختاری معیار Q^2 (Stone-Geisser Criterion) است. این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. مدل‌هایی که دارای برازش بخش ساختاری قابل قبول هستند باید قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را داشته باشند. نتایج جدول ۶ نشان از قدرت پیش‌بینی مناسب مدل در خصوص سازه‌های درون‌زای پژوهش دارد.

جدول ۶: نتایج معیار Q^2

Total	SSO	SSE	1-SSE/SSO
زیرساختی	۵۰۸۸/۰۰	۳۴۵۴/۱۹۲۵۵۵	۰/۳۲۱۱۱۰
محیطی	۳۸۱۶/۰۰	۲۸۱۸/۴۹۷۶۰۱	۰/۲۶۱۴۰۰
مدیریتی	۲۸۶۲/۰۰	۱۶۸۶/۰۱۳۸۳۷	۰/۴۱۰۸۹۷
ورزشی	۱۹۰۸/۰۰	۱۰۶۲/۴۹۹۳۹۵	۰/۴۴۳۱۳۴

برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این معیار از طریق رابطه (۲) محاسبه می‌گردد.

$$\text{فرمول معیار GOF} = \sqrt{\text{communalities}} \times \overline{R^2}$$

Communalities از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان پژوهش به دست می‌آید.
(جدول ۷)

جدول ۷ میزان Communalities و R² متغیرهای پژوهش

متغیرهای مکنون	communality	R ²
عوامل زیرساختی	۰/۳۹۲۸۰۷	۰/۰۰
عوامل ورزشی	۰/۵۹۸۷۳۴	۰/۰۰
عوامل محیطی	۰/۳۷۱۰۳۸	۰/۰۰
عوامل مدیریتی	۰/۵۲۸۲۴۳	۰/۰۰
توسعه گردشگری ورزشی	۰/۴۰۲۲۵۲	۰/۸۳۹۱۲۷

جدول ۸: نتایج معیار GOF

GOF	$\overline{R^2}$	Communalities
۰/۶۲	۰/۸۳۹۱۲۷	۰/۴۵۸۶۱۵

۶- بحث و نتیجه‌گیری

در نهایت یافته‌های پژوهش حاضر در چهار زمینه مورد مطالعه را می‌توان به صورت جدول ۹ خلاصه نمود. همان طور که در جدول ۹ نیز قابل مشاهده است، با توجه به وضعیت شاخص‌های بنیادی در توسعه گردشگری ورزشی (عوامل زیرساختی، محیطی، مدیریتی و ورزشی)، امکان توسعه گردشگری ورزشی در پیست اسکی آلوارس اردبیل وجود دارد.

جدول ۹ نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری شاخص‌های تحقیق

نتیجه آزمون	معناداری	ضریب مسیر	مسیر
تأیید	۵/۵۱	۰/۴۵۸	عوامل زیرساختی - توسعه گردشگری ورزشی
تأیید	۱/۸۵	۰/۱۳۴	عوامل ورزشی - توسعه گردشگری ورزشی
تأیید	۴/۴۰	۰/۲۵۱	عوامل محیطی - توسعه گردشگری ورزشی
تأیید	۳/۷۴	۰/۲۴۲	عوامل مدیریتی - توسعه گردشگری ورزشی

نتایج به دست آمده در رابطه با متغیر عوامل محیطی با توجه به مقدار ضریب مسیر نشان‌دهنده وجود رابطه علی مثبت این متغیر با متغیر توسعه گردشگری ورزشی است و می‌توان گفت این متغیر تأثیر مثبت بر متغیر وابسته خود دارد. از طرف دیگر سنجش بار عاملی شاخص‌های محیطی نیز نشان می‌دهد که تمام شاخص‌ها به خوبی بیان‌کننده سازه پژوهش هستند و شاخص‌های در دسترس بودن محل، آلودگی صوتی در منطقه، میزان ازدحام جمعیت و وضعیت ترافیک دارای بیشترین قدرت تبیین سازه در میان شاخص‌های محیطی هستند. مقدار ضریب مسیر به دست آمده برای متغیر عوامل ورزشی نشان می‌دهد بین این متغیر با متغیر توسعه گردشگری ورزشی رابطه علی مثبت و مستقیم برقرار است، همچنین مقدار معناداری ضریب مسیر نشان می‌دهد که ارتباط معناداری میان متغیر عوامل ورزشی و متغیر توسعه گردشگری ورزشی وجود دارد. سنجش بار عاملی شاخص‌های ورزشی نشان می‌دهد همه شاخص‌ها تبیین‌کننده سازه پژوهش هستند و علاوه بر آن شاخص‌های تنوع محصولات و فعالیت‌های ورزشی و گردشگری، برنامه‌های فرهنگی و جشنواره‌های استفاده از فناوری‌ها و تکنولوژی‌های نوین و وجود باشگاه‌های ورزشی و لیگ استانی دارای بیشترین قدرت تبیین سازه هستند. نتایج پژوهش برای عوامل زیرساختی نشان‌دهنده رابطه مستقیم و علی مثبت میان متغیر عوامل ورزشی و متغیر توسعه گردشگری ورزشی بوده و معناداری ضریب مسیر گویای رابطه معنادار بین این دو متغیر است. سنجش بار عاملی شاخص‌های زیرساختی نشان می‌دهد شاخص‌های دسترسی به اینترنت، وضعیت مجتمع‌های خدماتی بین‌راهی، وجود امکانات تفریحی و وضعیت امکانات تأسیساتی (آب-برق-گاز و تلفن) دارای بیشترین قدرت تبیین سازه و بیشترین اثربخشی هستند. مقدار ضریب مسیر به دست آمده برای متغیر عوامل مدیریتی نشان‌دهنده رابطه علی مثبت و مستقیم بین متغیر عوامل مدیریتی و متغیر توسعه گردشگری ورزشی است. سنجش بار عاملی شاخص‌های مدیریتی نشان می‌دهد شاخص‌های وجود راهنما و



مترجم در محل، فناوری اطلاعات و وبسایت پیست، سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته و بلیط و قیمت‌های ورودی دارای بیشترین قدرت تبیین سازه هستند.

بر این اساس با توجه به نتایج به دست آمده برازش مدل‌های اندازه‌گیری حاکی از آن است که امکان توسعه گردشگری ورزشی در اردبیل با توجه به شاخص‌های مورد مطالعه وجود دارد. از سوی دیگر نتایج پژوهش پیش‌رو با نتایج پژوهش‌های چنگ (۲۰۱۴)، روچ (۲۰۱۳)، هالمن (۲۰۱۴) و فالک (۲۰۱۵) و نوبخت و همکاران (۱۳۹۲) همسویی دارد.

در نهایت پیشنهادهایی نظیر حضور متمرکز در بازار تبلیغات و بازاریابی و معرفی قابلیت‌های منطقه مورد مطالعه، برگزاری رویدادهای ملی و بین‌المللی در منطقه، بهسازی مسیر دسترسی به پیست و ایجاد مراکز تجاری و تفریحی در طول مسیر دسترسی به منطقه ارائه می‌شود.

منابع

- بزم آرا بلشتی، مژگان، توکلی، مرتضی و کاوه جعفرزاده (۱۳۹۶). ارزیابی پهنه‌های مناسب توسعه اکوتوریسم در مناطق حفاظت شده مطالعه موردی: منطقه حفاظت شده خاییز، نشریه برنامه‌ریزی و آمایش فضا، (۲۱) ۳، صص ۹۵-۱۱۸.
- Bazm ara balshti, M, tavakoli, M. jaafarzade, K. (2017). Assessment of appropriate areas of ecotourism development in protected areas Case Study: Khaiiz Protected Area, *Space Planning and Design Journal*, 3 (1), pp 95-118. [in Persian]
- بلالی، مریم، معین فرد، محمدرضا، حامدی نیا، محمدرضا و ابولقاسم امیراحمدی (۱۳۹۱). بررسی ظرفیت‌های گردشگری ورزشی در استان خراسان رضوی، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، (۱۰) ۳، صص ۸۷-۱۰۰.
- Bilali, M. Moainfard, M. R., Hamedinia, M. R., Amir Ahmadi, A. (2012). Investigating Sports Tourism Capacity in Khorasan Razavi Province", *Journal of Arid Regions Geographical Studies*, 3 (10), pp. 100-87. [in Persian]
- بنسبردی، علی، رحیمی زاده، میثم، اسدی، حسن و احمد محمودی (۱۳۹۲). ارتباط بین انگیزه‌ها با رضایتمندی گردشگران پیست‌های اسکی استان تهران، مدیریت ورزشی، (۳) ۵، صص ۵۳-۶۹.

- Benesbordi, A. Rahimizadeh, M. Asadi, H. Mahmoodi, A. (2013). the Relationship between Tourists' Motivations and Satisfaction in Tehran Ski Resorts, Journal of Sport Management, 5(3), pp.53-69. [in Persian]
- جانباز قبادی، غلامرضا و شیبا نوروزی ورنکشی (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری زمستانی (مطالعه موردی: پیست اسکی دیزین)، اولین کنفرانس ملی، جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار، همدان، دبیرخانه دائمی کنفرانس.
- Janbaz Ghobadi, G. Nowrooz Varnkashi, S. (2014). Investigating the Affective Factors the Development of Winter Tourism (Case Study: Dizin Ski Resort), First National Conference, Geography, Tourism, Natural Resources and Sustainable Development, Hamedan, Permanent Secretariat of the Conference. [in Persian]
- صابری فر، رستم (۱۳۹۷). اولویت‌بندی نیازها و انتظارات گردشگران مناطق شهری (نمونه موردی: شهر مشهد)، نشریه برنامه ریزی و آمایش فضا، ۲(۲۲)، صص ۷۵-۹۳.
- Saberi far, R. (2018). Prioritizing the Needs and Expectations of Urban Tourists (Case Study: Mashhad City), Journal of Spatial Planning and Design, 2(22), pp 75-95. [in Persian]
- قادری، اسماعیل، عزتی، عزت اله و شکوفه حسین پور (۱۳۹۰). بررسی توسعه گردشگری روستایی در بخش آسارا شهرستان کرج، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، ۸(۳۱)، صص ۱۷-۳۰.
- Ghaderi, E. Ezati, E. Hossein Pour, S. (2011). the Study of Rural Tourism Development in Asara Area of Township Karaj, Territory, 8(31), pp. 17-30. [in Persian]
- مشکینی، ابوالفضل، بهنام مرشدی، حسن، مجتبی برغمندی (۱۳۹۷). تحلیل و سطح بندی فضایی محورهای گردشگری روزانه استان تهران بر مبنای خدمات و تسهیلات گردشگری، نشریه برنامه ریزی و آمایش فضا، ۲(۲۲)، صص ۹۵-۱۳۲.
- Meshkini, A., Behnam Morshedi, H., Barghmadi, M. (2018), Spatial Analysis and Spatial Dimensions of Daily Tourism in Tehran Based on



Tourism Services and Facilities, Journal of Spatial Planning and Design, 2(22). pp 95-132. [in Persian]

- نوبخت، فرزاد، اتقیاء، ناهید، امیری، مجتبی، قره خانی، حسن، نگار اشرفی (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در استان اردبیل و ارائه راهکارها، نشریه علمی پژوهشی، فصلنامه علوم ورزشی، (۱۳)، صص ۱۲۳-۱۰۳.
- Nobakht, F.; Etqiya, N.; Amiri, M.; Gharakhani, H.; Ashrafi, N. (2014). Investigating of Affective Factors the Development of Sport Tourism in Ardebil Province and Providing Strategies, Scientific Journal of Sport Sciences, 6 (13), pp. 123-103. [in Persian]
- یمانی، مجتبی، گورابی، ابولقاسم، شمس‌پور، علی اکبر، فاطمه مرادی‌پور (۱۳۹۳). ارزیابی ژئوکلیم بافت کوهستانی در راستای شناسایی مناطق ژئوتوریسم زمستانی (مطالعه موردی: استان لرستان)، فصلنامه علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۴، صص ۸۱-۹۴.
- Yamani, M.; Gorabi, A.; Shamsipour, A. A.; Moradipour, F. (2014). Assessment of mountain texture Geoclimate in order to identify the position of winter Geotourism (Case study: Lorestan province), Quarterly Journal of Regional Planning, 4, pp. 81-94. [in Persian]
- Abbasi, A.; Moeinfard, M.; Khabiri, M.; & Shooshinasab, P (2014). Marketing mix in Iran sport tourism industry, International Journal of Sport Studies, 4(11), pp.1336-1344.
- Badulescu, M. I., Octavian, A. B., & Dorin, B (2008). Qualitative and quantitative analysis of the sport tourism from the perspective of Romanian young adults. Retrieved from <https://mpira.ub.uni-muenchen.de>
- Benesbordi, Ali, Rahimizadeh, Meysam, Asadi, hasan, Mahmoodi, Ahmad, (2013). the Relationship between Tourists' Motivations and Satisfaction in Tehran Ski Resorts, Journal of Sport Management, 5(3), pp.53-69. [In persian]

- Bilali, Maryam, Moainfard, Mohammad Reza, Hamedinia, Mohammad Reza, Amir Ahmadi, Abolqasem (2012). Investigating Sports Tourism Capacity in Khorasan Razavi Province, Journal of Arid Regions Geographical Studies, 3 (10), pp. 100-87. [In Persian]
- Benur, A. M., & Bramwell, B (2015). Tourism product development and product diversification in destinations, Tourism Management, 50, pp. 213-224.
- Bouchet, P., Lebrun, A. M., & Auvergne, S (2004). Sport tourism consumer experiences: a comprehensive model, Journal of Sport & Tourism, 9(2), pp.127-140
- Burakowski, E., & Magnusson, M (2012). Climate impacts on the winter tourism economy in the United States, Natural Resources Defense Council.
- Choi, D. W. S., Shonk, D. J., Bravo, G., & Choi, D. W. S (2016). Development of a conceptual model in international sport tourism: Exploring pre-and post-consumption factors, International Journal of Sport Management Recreation and Tourism, 2(8), pp. 22-47.
- Eloon Kashkuli, Fatemeh, Moharramzadeh, Mehrdad, Ghalehgir, Sohrab (2014). the role of advertisement factors in development of sport tourism industry of Fars province, Physical education of students, 18(3), pp. 61-66.
- Gammon, S., & Robinson, T (2003). Sport and tourism: A conceptual framework. Journal of Sport Tourism, 8(1), pp. 21-26.
- Ghaderi, Esmail, Ezati, Ezatollah, Hossein Pour, Shokofeh (2011). he Study of Rural Tourism Development in Asara Area of Township Karaj, Territory, 8(31), pp. 17-30. [in Persian]



- Gibson, H. J (2003). Sport tourism: An introduction to the special issue, *Journal of Sport Management*, 17(3), pp. 205-213.
- Hallmann, K., Müller, S., & Feiler, S (2014). Destination competitiveness of winter sport resorts in the Alps: how sport tourists perceive destinations?, *Current Issues in Tourism*, 17(4), pp. 327-349.
- Hinch, T., & Higham, J (2011). Sport tourism development, Vol. 13, Channel view publications.
- Homafar, F., Honari, H., Heidary, A., Heidary, T., & Emami, A (2011). the role of sport tourism in employment, income and economic development, *Journal of Hospitality Management and Tourism*, 2(3), pp.34-37.
- Hritz, N., & Ross, C (2010). the perceived impacts of sport tourism: an urban host community perspective, *Journal of Sport Management*, 24(2), pp. 119-138.
- Iarca, I., Lupu, E., Stanescu, D. M., & Mocanu, D. L (2011). the psycho-social impact of the Olympic Winter Games organization on the Romanian tourism", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30, pp. 1806-1810.
- Janbaz Ghobadi, Gholamreza, Nowrooz Varnkashi, Shiba (2014). Investigating the Affective Factors the Development of Winter Tourism (Case Study: Dizin Ski Resort), First National Conference, Geography, Tourism, Natural Resources and Sustainable Development, Hamedan, Permanent Secretariat of the Conference. [in Persian]
- Kuščer, K., Mihalič, T., & Pechlaner, H (2017). Innovation, sustainable tourism and environments in mountain destination development: a comparative analysis of Austria, Slovenia and Switzerland, *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), pp. 489-504.

- Lotfi Khachki, Behnam (2008). Tourism as an Industry, *Rahbord*, 1(2), pp. 171-206. [in Persian]
- Muller, S., Hallmann, K., & Brother, G (2016). Stakeholder perceptions on the interdependencies of destination competitiveness and satisfaction in sport destinations. Retrieved from <https://scholarworks.umass.edu/ttra>.
- Nasr, N. E. S (2017). Raising competitiveness for the Travel and Tourism Industry (the Case of Egypt), *International Journal of Heritage, Tourism, and Hospitality*, 10(2/2).
- Nobakht, Farzad, Etqiya, Nahid, Amiri, Mojtaba, Gharakhani, Hasan, Ashrafi, Negar (2014). Investigating of Affective Factors the Development of Sport Tourism in Ardebil Province and Providing Strategies, *Scientific Journal of Sport Sciences*, 6 (13), pp. 123-103. [in Persian]
- Roche, S., Spake, D. F., & Joseph, M. (2013). A model of sporting event tourism as economic development, *Sport, Business and Management: an International Journal*, 3(2), pp. 147-157
- Theobald, W. F. (Ed.) (2005). *Global tourism*. United Kingdom, York: Routledge.
- Tjørve, E., Lien, G., & Flognfeldt, T (2015). Properties of first-time vs. repeat visitors: lessons for marketing Norwegian ski resorts, *Current Issues in Tourism*, pp. 1-25.
- Unbehaun, W., Pröbstl, U., & Haider, W (2008). Trends in winter sport tourism: challenges for the future, *Tourism Review*, 63(1), pp. 36-47.
- UNWTO Tourism Highlights (2017).
- Wäsche, H., Dickson, G., & Woll, A (2013). Quality in regional sports tourism: a network approach to strategic quality management", *Journal of Sport & Tourism*, 18(2), pp. 81-97.



- Yamani, Mojtaba, Gorabi, Abolghasem, Shamsipour, Ali Akbar, Moradipour, Fatemeh (2014). Assessment of mountain texture Geoclimate in order to identify the position of winter Geotourism (Case study: Lorestan province), Quarterly Journal of Regional Planning, 4, pp. 81-94. [in Persian]
- Zehrer, A., Smeral, E., & Hallmann, K (2017). Destination Competitiveness—A Comparison of Subjective and Objective Indicators for Winter Sports Areas, Journal of Travel Research, 56(1), pp. 55-66.

Feasibility of Developing Sport Tourism in Ardabil (Case Study: Alvares Ski Resort)

Issa Masoumi Jenagard

MA in Tourism, University of Mazandaran, Babulsar, Iran

Nazanin Tabrizi*

Assistant Prof., Geography and Urban Planning, Department of Tourism,
University of Mazandaran, Babulsar, Iran

Mehdi Ramezanzade lasbouie

Associate Prof., Geography and Rural Planning, Department of Tourism,
University of Mazandaran, Babulsar, Iran

Extended Abstract:

Introduction

Winter sports tourism is a key economic factor in many mountainous regions worldwide. This type of tourism is considered to be one of the most important and profitable that has become more popular in recent years. Ski resorts in the present era have become one of the areas of tourism planning and management. In other words, this kind of tourism has helped create local businesses due to its many enthusiasts and has turned into a strategy for economic growth and development. Iran's Ardabil province is in a relatively good position in terms of winter sports and mineral waters attractions. The authorities need to use these potentials for developing winter sports. The aim of this study is to measure sports tourism development with recreational complex and ski resort of Alvares Sarein from the perspective of tourists.

Methodology

The statistical population of this study is sports and non-sports tourists who traveled to the area at least once, as well as tourism and sports experts in the province of Ardebil. Due to the limited statistical population, Morgan Table was used to determine the sample size. A total of 380 questionnaires were distributed in which 318 questionnaires were approved and were collected for analysis. The data collection method was library and a researcher-made questionnaire. In order to determine the validity of the questionnaire, the views of professors and experts in the field of tourism and sports were taken. To determine the reliability of the questionnaire, Cronbach's alpha coefficient was used. In order to analyze the data and research objectives, structural analysis equations for measuring variables



were used in the smart pls software environment. In this research, effective variables for the development of sport tourism in the Alvares ski resort included infrastructure, environmental, sports factors and management factors, each of which includes a group of indices.

Results and Discussion

The results of load factor analysis show that all of the indices are well explained by the research structure. Indices related to the use of modern technologies (0.809), the existence of clubs and provincial league (0.801), cultural programs and native festivals in sports events (0.818), variety of products and sports activities (0.838) and the presence of a guide and translator on site (0.814) have had the most explanatory power in the structure. Whereas distance indices from the airport (496/0), safety (511/0), signs and indications for guidance (561/0), locker room and storage and heating system (591/0), distance to the ski resort (527/0). Facilities and equipment intended for the disabled (0.508), wind speed in the region (0.551), natural landscapes (0.772), rivers and hot springs (0.483), the climate of the region (0.580), cleanliness from the point of view of waste accumulation (0.548), distance to centers (0.592), booths and commercial stores (0.881), vegetation and green spaces (536/0), the presence of sports shops (516/0), travel agency services (0/510), staff specialization and performance (0.566), the overall level of prices (0.7766) and security (0.445) have the least power of structural explanation. Also, the results of their path coefficient showed that there is a causal relationship between variables of the research. The intensity of this relationship between the infrastructure variable and the variable of sport tourism development (0.446) is more than other variables. T-value was used to measure the relationship between the variables. The results show that there is a significant relationship between infrastructure factors and the variable of sport tourism development at the 95% and 99% confidence level. The amount of the T-value between the two variables of sports factors and sport tourism development is (1.85), which shows that at 90% confidence level, there is a significant relationship between the two. The amount of T-value between environmental factors and sport tourism development is (4.40), which shows a significant relationship between the two at 95% and 99% confidence level. Also, T-value between managerial factors and development of sport tourism is (3.74) which show a significant relationship at a confidence level of 95% and 99%, respectively.

Conclusion

The results obtained through the analysis of structural equations show that all indicators measuring the variables well explained the research structure and the indices related to the use of new technologies (0.809), the existence of clubs and provincial league (0.801), cultural programs and

festivals, the native sporting events (0.818), the variety of products and activities (0.838), and the presence of local guidance and translator (0.814) had the most explanatory power in the structure. The path coefficients of the research variables indicate a direct causal relationship between the variables of research and the intensity of this relationship between the infrastructure variable and the variable of sport tourism development (0.446) is more than other variables. The fitting of measurement, structural and general models also confirms the conceptual model of research.

Keywords: Feasibility; Sports Tourism; Alvares Ski Resort; Ardabil.