

بررسی جاذبه‌های زیست محیطی در توسعه گردشگری ورزشی استان خراسان جنوبی

کاظم چراغ بیرجندی^۱، محدثه شیخی^۲، محمدعلی دادگر^۳

^۱ استادیار گروه علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بیرجند، بیرجند، ایران

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

^۳ کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی، دانشگاه پیام نور تهران.

نویسنده مسئول:

کاظم چراغ بیرجندی

شماره ۲۳ / بهار ۱۴۰۰ / ص ۳۷-۳۰
مجله علمی پژوهش در روانشناسی، علوم تربیتی و علوم اجتماعی (سال هفتم)

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی جاذبه‌های زیست محیطی در توسعه گردشگری ورزشی استان خراسان جنوبی می‌باشد. جامعه آماری شامل کلیه کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و صنایع دستی، کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان، کارشناسان هیئت‌های ورزشی و مدیران آژانس‌های گردشگری استان می‌باشد؛ که مجموعاً ۱۶۲ نفر جامعه آماری این تحقیق را تشکیل می‌دادند. نمونه تحقیق کل شمار و برابر با جامعه تحقیق بود. برای جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته که پرسشنامه بومی‌سازی شده و به‌طور مشابه در تحقیق حاضر استفاده شد که پرسشنامه شامل سؤالات بسته که دارای پاسخ‌های ۵ گزینه‌ای به سبک لیکرت بود. آلفای کرونباخ آن محاسبه و مورد تأیید قرار گرفت. در راستای تحلیل داده‌های این تحقیق، از روش تحلیل عاملی تأییدی و با استفاده از نرم‌افزار لیزرل نسخه ۸/۸ انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد جاذبه‌های مرتبط با بیابان‌گردی با میانگین رتبه ۴/۸۹ بهترین وضعیت را دارد. همچنین جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی ۴/۸۳، جاذبه‌های سیاحتی زیارتی با رتبه ۴/۷۹، جاذبه‌های مربوط به شکار و صید با ۴/۶۹، جاذبه‌های مرتبط با آب گرم و طبیعت درمانی با ۴/۳۰، جاذبه‌های مربوط به تپه نوردی و طبیعت‌گردی با ۳/۷۷، جاذبه‌های طبیعی ورزشی مربوط به ورزش‌های آبی و تابستانی با ۳/۳۲، جاذبه‌های مرتبط به غار نوردی و کوه نوردی با رتبه ۳/۳۰ سایر رتبه‌ها را در اختیار داشتند.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری ورزشی، جاذبه‌های گردشگری، زیست محیطی.

مقدمه

گردشگری یکی از پدیده‌های جهانی است که ترکیب امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را به خوبی نمایش می‌دهد [۱۱]. گردشگری ورزشی یکی از گونه‌های رو به رشد گردشگری است که در آن مسابقات و رویدادهای ورزشی تعداد زیادی از گردشگران را جلب می‌کند [۴]. در دهه‌های اخیر اهمیت گردشگری در سطح بین‌المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی همواره و به‌طور بی‌سابقه‌ای در حال افزایش بوده است [۶]. گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده‌های اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت سفید بیش از هر زمان دیگر جایگاه خود را به عنوان پدیده‌های چند بعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها، با سرمایه‌گذاری فراوان، فواید و اثرات این صنعت را خوب درک کرده و به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، افزایش اشتغال، درآمد، توسعه زیرساخت‌ها، افزایش شهرت و برندسازی مقصد درآورده‌اند [۸]. رشد روزافزون و شتابنده گردشگری موجب شده است بسیاری از صاحب‌نظران قرن ۲۰ را «قرن گردشگری» بنامند. این صنعت بر حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مانند مبادلات خارجی، درآمد، اشتغال، قیمت‌ها، توزیع درآمدها، مهاجرت، تقسیم کار، آداب و رسوم و هنرها مؤثر است [۱۶].

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین و متنوع‌ترین صنایع درآمدزا در دنیا مطرح است و با نرخ رشدی شتابان منبع درآمد قابل ملاحظه‌ای برای بسیاری از دولت‌هاست. درعین حال از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان حائز اهمیت ویژه‌ای می‌باشد [۹]. گردشگری بین‌المللی و داخلی به عنوان یک فعالیت رو به رشد شناخته می‌شود و بیشتر آن در ساحل متمرکز شده است. مناطق ساحلی از دیرباز مورد توجه گردشگران بوده و از قابلیت‌های بالقوه گردشگری می‌باشد و توانایی جذب گردشگران را از نقاط دور و نزدیک دارند [۷]. با رونق و گسترش جهانی این صنعت، تعداد فزاینده‌ای از مناطق در کشورهای در حال توسعه اهمیت گردشگری را به‌منزله عاملی مهم در توسعه اقتصاد منطقه‌ای درک کرده‌اند. شناخت قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری، در راستای توسعه شهری و ارتقاء حضور گردشگران، حائز اهمیت می‌باشد [۱۰].

ایشرو همکاران^۱ (۲۰۱۶) معتقدند که امروزه تمرکز اصلی سرمایه‌گذاران، بازاریابی مؤثر بر روی گردشگری ورزشی و هم روی مشارکت‌های محلی در ورزش، به‌منظور افزایش اثربخشی گردشگری ورزشی در توسعه اقتصاد محلی است [۱۷]؛ با توجه به نظرهای می‌توان گفت که گردشگری ورزشی بخش در حال توسعه گردشگری است که با توجه به آمار، حدود ۳۲ درصد از توفیقات و دستیابی‌های جهانی گردشگری را به خود اختصاص داده است [۱۳]. گردشگری ورزشی عامل مؤثری در تجدید ساختار اقتصادی و اجتماعی در کشورهای در حال توسعه است ازاین‌رو رشد گردشگری ورزشی می‌تواند نقش بسیار مهمی را در توسعه اقتصادی ایفا کند [۱].

امروزه گردشگری، یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی، اجتماعی و رفاهی است و به همین دلیل مسئولان امور گردشگری در پی ارتقا و گسترش آن برآمده‌اند؛ اما این ارتقا و گسترش خود مستلزم ایجاد شرایط ویژه ساختاری، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است [۱۴]. امروزه صنعت گردشگری ورزشی از جمله صنایع پردرآمد و درعین حال سالم و پاک برای اقتصاد هر کشور محسوب می‌گردد [۳].

استان خراسان جنوبی با دارا بودن موقعیت‌های جغرافیایی طبیعی، کوهستانی سرد و خشک، بیابان‌های خشک، رودهای کم آب جزء استان‌های ضعیف کشور در بخش طبیعت‌گردی و اکوتوریسم به شمار می‌رود. ازاین‌رو محقق قصد دارد تأثیر جاذبه‌های زیست محیطی در توسعه گردشگری ورزشی استان خراسان جنوبی را مورد بررسی قرار دهد؛ ضمن اینکه با توجه به پیگیری‌های صورت گرفته، چنین نتیجه حاصل شد که تحقیقی در این موضوع صورت نگرفته است؛ بنابراین گردشگری مانند بسیاری از صنایع بزرگ دنیا مثل حمل‌ونقل، توریسم، اتومبیل‌سازی و غیره به صنعتی مجزا و مهم تبدیل شده است و بر ماست تا با انجام تحقیقات گسترده در این زمینه به تحقق چنین هدفی در کشور خود، جامعه عمل بپوشانیم. در سایر کشورها توجه خاص و ویژه‌ای به تفریح و گذران اوقات فراغت می‌شود و به عنوان بخشی از برنامه زندگی افراد جامعه است. ورزش‌های تفریحی موجب سلامت روحی، جسمی و اجتماعی و فرهنگی می‌شود و در دنیای امروز به عنوان یکی از فعالیت‌های پرطرفدار بوده که تعداد زیادی از عموم مردم را به طرف خود جذب نموده است. این ورزش چون در محیط‌های طبیعی برگزار می‌گردد، باعث نشاط و شادابی و فراغت خوب برای افراد می‌شود؛ اما اینکه از این سرمایه ملی و ارزشمند خدادادی به چه نحو استفاده می‌شود و چگونه می‌توان بهتر استفاده نمود، موضوع حائز اهمیتی است که سؤالات مختلفی را در اذهان محققان علاقه‌مند مطرح می‌سازد. ازاین‌رو محقق قصد دارد تا با بررسی جاذبه‌های زیست محیطی مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی استان خراسان جنوبی را مورد بررسی و به سؤال زیر پاسخ دهد: کدامیک از جاذبه‌های محیطی در توسعه گردشگری ورزشی استان خراسان جنوبی مؤثر است و در اولویت قرار دارد؟

¹ Aicher et al

پیشینه پژوهش

علامه و همکاران^۱ (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر قصد گردشگران ورزشی در بازگشت مجدد: نقش و تصویر، کیفیت و ارزش درک شده و رضایت از مقصد گردشگری»، نشان دادند که ادراک گردشگران ورزشی از تصویر مقصد، کیفیت درک شده و ارزش درک شده تحت تأثیر رضایت بوده و سبب بازگشت مجدد شده است [۱۹]. یکی از شاخص‌های مهم پایداری اقتصادی، بهبود توزیع درآمد است. گردشگری از کانال‌های گوناگونی بر توزیع درآمد مؤثر است؛ از آنجا که گردشگری صنعتی کاربر و یکی از بهترین راه‌ها برای افزایش اشتغال است، علاوه بر اشتغال مستقیم، زمینه فعالیت‌های دیگر مرتبط با گردشگری را برای افراد بومی فراهم می‌کند و می‌تواند مشکل بیکاری را برای گروه‌های پایین درآمدی به نحو مؤثر برطرف کند و زمینه بهبود توزیع درآمد را فراهم آورد (آلام و پاراماتی^۲، ۲۰۱۶) [۱۸]. پزولی و همکاران^۳ (۲۰۱۳) مهم‌ترین عوامل مؤثر در آسایش حرارتی ورزشکاران در محیط‌های باز را به ترتیب، دما، سرعت باد، رطوبت نسبی و مه معرفی کردند [۲۱]. محققان بیان می‌کنند که میزبانی رویدادهای ورزشی می‌تواند از طریق افزایش و توسعه تصویر مقصد و ایجاد فرصت‌هایی برای درآمد مبتنی بر گردشگری، برای مقاصد گردشگری ورزشی سودمند باشد؛ چه از طریق کسانی که وابسته به رویداد هستند و چه از طریق تماشاگران خارجی که برای دیدن رویداد سفر می‌کنند (پاندر و همکاران^۴، ۲۰۱۸).

باوش و انسلد^۵ (۲۰۱۷) در پژوهش خود بیان کردند که گردشگری ورزش‌های زمستانی عامل کلیدی اقتصادی در بسیاری از مناطق کوهستانی سراسر جهان است [۲۰]. به واسطه‌ی نیاز روحی - روانی انسان، امروز به تفریح در طبیعت و ورزش‌هایی که در عرصه طبیعی قابل انجام است، بهتر است با برنامه‌ریزی حساب شده ضمن بهره‌گیری از استعداد مناطق مختلف و لحاظ کردن شرایط مختلف، در پیشبرد اهداف توسعه گردشگری زیست محیطی گام برداشت و محیط‌های مناسبی برای گردشگران به وجود آورد. برنامه‌ریزی روی این جاذبه‌ها و هدایت گردشگران ورزشی به سمت جاذبه‌های گردشگری کمتر شناخته شده موجود در کشورمان بسیار مفید و مؤثر خواهد بود [۱۲].

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی-مقایسه‌ای است که به شکل میدانی انجام شد. جامعه آماری در تحقیق حاضر با توجه به قلمرو زمانی و مکانی انجام تحقیق، جامعه آماری تحقیق عبارت‌اند از کلیه کارشناسان:

- ۱- کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و صنایع دستی استان
- ۲- کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان استان و شهرستان‌های تابعه استان
- ۳- کارشناسان هیئت‌های ورزشی (کوهنوردی، قایقرانی، شنا، سوارکاری، دوچرخه‌سواری، تیراندازی، ورزش‌های همگانی) استان
- ۴- مدیران آژانس‌های گردشگری استان

که کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و صنایع دستی استان در سال جاری شامل ۲۵ نفر و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان استان و شهرستان‌های تابعه استان شامل ۶۵ نفر و کارشناسان هیئت‌های ورزشی استان شامل ۳۵ نفر و مدیران آژانس‌های مسافرتی ۳۷ نفر بودند که مجموعاً ۱۶۲ نفر جامعه آماری این تحقیق را تشکیل می‌دادند. نمونه تحقیق کل شمار و برابر با جامعه تحقیق بود. در این پژوهش با توجه به اهداف تحقیق و در جهت جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز از پرسشنامه محقق ساخته بر گرفته از تحقیق قربانی حسن آبادی (۱۳۹۱) استفاده می‌شود که پرسشنامه ایشان بومی‌سازی شده و به‌طور مشابه در تحقیق حاضر استفاده شد. پرسشنامه شامل سؤالات بسته که دارای پاسخ‌های ۵ گزینه‌ای به سبک لیکرت انجام خواهد شد؛ و در ۸ حوزه جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های آبی و تابستانی، جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی، جاذبه‌های مرتبط با آب گرم و طبیعت‌درمانی، جاذبه‌های مرتبط با بیابان‌گردی، جاذبه‌های مرتبط به غار نوردی و کوه‌نوردی، جاذبه‌های مربوط به شکار و صید، جاذبه‌های مربوط به تپه نوردی و طبیعت‌گردی و جاذبه‌های سیاحتی و زیارتی بود که آلفای کرونباخ (۰/۸۲) آن محاسبه و مورد تأیید قرار گرفت.

در قسمت روش‌های آماری اطلاعات توسط پرسشنامه در اختیار محقق قرار گرفت. در تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق در سطح آمار توصیفی، برای مشخصات افراد جامعه‌ی آماری مانند سن، جنسیت، میزان تحصیلات و سابقه‌ی فعالیت، از شاخص‌های گرایش مرکزی (نم، میانه و میانگین)، شاخص‌های پراکندگی (دامنه تغییرات، واریانس و انحراف معیار) و شاخص‌های توزیع (خطای معیار، ضریب کجی و ضریب کشیدگی) استفاده شد. به‌منظور سازمان دادن نمرات خام و نمایش و توصیف آن‌ها از جداول توزیع فراوانی و درصد و نمودار ستونی استفاده

¹ Allameh

² Alam & Paramati

³ Pezzoli

⁴ Pounder, Clark & Fenich

⁵ Bausch & Unseld

شد. در راستای تحلیل داده‌های این تحقیق در سطح آمار استنباطی، از آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی عوامل هشت گانه توسعه گردشگری ورزشی استفاده شد.

یافته‌ها

توزیع فراوانی گروه نمونه بر حسب مدرک تحصیلی نشان داد که مدرک تحصیلی ۴/۵ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش دیپلم ۱۷/۳ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش فوق‌دیپلم، ۶۶/۴ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش لیسانس و ۱۱/۸ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش فوق‌لیسانس و بالاتر بود.

در یافته‌های استنباطی از آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی عوامل هشت گانه توسعه گردشگری ورزشی خراسان جنوبی برای گویه‌ها استفاده شد.

جدول (۱): نتایج آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی عوامل هشت گانه توسعه گردشگری ورزشی

رتبه عامل	بالاترین رتبه	پایین‌ترین رتبه	میانگین رتبه	جاذبه‌های طبیعی ورزشی
۷	۳/۳۵	۲/۴۳	۳/۳۲	جاذبه‌های طبیعی ورزشی مربوط به ورزش‌های آبی و تابستانی
۲	۱/۵۴	۱/۴۶	۴/۸۳	جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی
۵	۱/۵۵	۱/۴۵	۴/۳۰	جاذبه‌های مرتبط با آب گرم و طبیعت درمانی
۱	۴/۲۴	۲/۶۰	۴/۸۹	جاذبه‌های مرتبط با بیابان گردی
۸	۲/۱۶	۱/۸۸	۳/۳۰	جاذبه‌های مرتبط به غار نوردی و کوه نوردی
۴	۲/۳۸	۱/۵۳	۴/۶۹	جاذبه‌های مربوط به شکار و صید
۶	۳/۹۶	۳/۲۴	۳/۷۷	جاذبه‌های مربوط به تپه نوردی و طبیعت‌گردی
۳	۳/۴۵	۲/۶۴	۴/۷۹	جاذبه‌های سیاحتی زیارتی

جدول (۲): مقادیر شاخص‌های آزمون فریدمن

۱۱۰	تعداد نمونه آماری
۱۰۲/۹۳۴	کای اسکوئر
۷	درجات آزادی
۰/۰۰۱	سطح معناداری

با توجه به نتایج جداول (۱) نتایج آزمون فریدمن معنادار است و جاذبه‌های مرتبط با بیابان گردی با میانگین رتبه ۴/۸۹ بهترین وضعیت را دارد. همچنین جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی ۴/۸۳، جاذبه‌های سیاحتی زیارتی با رتبه ۴/۷۹، جاذبه‌های مربوط به شکار و صید با ۴/۶۹، جاذبه‌های مرتبط با آب گرم و طبیعت درمانی با ۴/۳۰، جاذبه‌های مربوط به تپه نوردی و طبیعت‌گردی با ۳/۷۷، جاذبه‌های طبیعی ورزشی مربوط به ورزش‌های آبی و تابستانی با ۳/۳۲، جاذبه‌های مرتبط به غار نوردی و کوه نوردی با رتبه ۳/۳۰ سایر رتبه‌بندی‌ها نیز در جدول فوق نشان داده شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد جاذبه‌های مرتبط با بیابان گردی با میانگین رتبه ۴/۸۹ بهترین وضعیت را دارد. همچنین جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی ۴/۸۳، جاذبه‌های سیاحتی زیارتی با رتبه ۴/۷۹، جاذبه‌های مربوط به شکار و صید با ۴/۶۹، جاذبه‌های مرتبط با آب گرم و طبیعت درمانی با ۴/۳۰، جاذبه‌های مربوط به تپه نوردی و طبیعت گردی با ۳/۷۷، جاذبه‌های طبیعی ورزشی مربوط به ورزش‌های آبی و تابستانی با ۳/۳۲، جاذبه‌های مرتبط به غار نوردی و کوه نوردی با رتبه ۳/۳۰ سایر اولویت‌ها را در استان خراسان جنوبی دارد. نظری و همکاران (۱۳۹۸) با تحلیل روند محیط شناسی راهبردی گردشگری ورزشی بیان کردند از مهم‌ترین عوامل اجتماعی: افزایش سهم گردشگری ورزشی در اوقات فراغت مردم با توجه به علاقه آنان به گردشگری ورزشی؛ فناوری: استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی در توسعه گردشگری ورزشی؛ اقتصادی: سعی در جهت افزایش سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی؛ بوم شناسی: توسعه گردشگری ورزشی در جهت بهبود وضعیت محیط زیست؛ از لحاظ سیاسی: تلاش در جهت بهبود وضعیت در مجامع بین‌المللی و ارزش‌ها: استفاده از فرهنگ و هویت شهر جهت افزایش انگیزه ورزشکاران در گردشگری ورزشی است [۱۵]. همچنین رستم‌کلایی و همکاران (۱۳۹۸) عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی را بررسی کردند و دریافتند بین دیدگاه سه گروه مورد مطالعه از نظر رتبه‌بندی، جاذبه‌های طبیعی/ ورزشی بر توسعه گردشگری ورزشی استان البرز تفاوت معناداری وجود نداشت. همچنین از میان جاذبه‌های طبیعی/ ورزشی استان البرز برای توسعه گردشگری، جاذبه‌های مرتبط با ورزش‌های زمستانی و جاذبه‌های مرتبط با تپه نوردی و طبیعت گردی به ترتیب در اولویت اول و دوم و جاذبه‌های مربوط بیابان گردی در اولویت آخر قرار داشتند [۲]. نتایج تحقیق همسو با نتایج تحقیقات نظری و همکاران (۱۳۹۸) رستم‌کلایی و همکاران (۱۳۹۸) است.

با بررسی مبانی نظری می‌توان گفت وجود مناطق بیابانی و کویری نادر و جذاب در ایران و امکان بهره‌مندی به شکل طبیعت گردی، پرداختن به مبحث توسعه طبیعت گردی بیابان را پراهمیت و ضروری ساخته است. با وجود محدودیت‌های زیستی، چشم‌اندازهای ویژه زیبا و خیره‌کننده این نواحی می‌تواند به عنوان نقاط مهم جذب کننده گردشگر امروزی مطرح گردد و فواید اقتصادی و اجتماعی حاصل از آن، به توسعه بهتر شرایط زیستگاهی این مناطق بیانجامد. اکوتوریسم بیابان با رویکرد توسعه پایدار، از یک سو به عنوان موتور محرکه اقتصاد مناطق بیابانی و کویری، اقتصاد محلی را تنوع بخشیده و وضع اقتصادی ساکنان نواحی بیابانی را اعم از شهرنشینان، عشایر و روستائیان متحول می‌نماید و از دیگر سو تأثیرات فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی مطلوبی را به همراه دارد (دلبری و بارانی، ۱۳۹۴). گردشگری ورزشی پدیده‌ای است که در ۲۰ سال اخیر مورد توجه زیادی قرار گرفته است و محققان و صاحب‌نظران زیادی به بحث در مورد جنبه‌های گوناگون آن پرداخته‌اند. هرکدام از این کارشناسان جنبه‌های مختلف گردشگری ورزشی را مورد توجه قرار داده و تعریف و دسته‌بندی‌های گوناگونی را از آن ارائه داده‌اند. بعضی از آن‌ها گردشگری ورزشی را فقط مرتبط با رویدادهای ورزشی می‌دانند که در آن افراد فقط به عنوان تماشاچی و بازدیدکننده به شمار می‌آیند و در مدت سفر گردشگری ورزشی خود از رویدادهای ورزشی و موزه‌های ورزشی دیدن می‌کنند و باعث شکل‌گیری محصول گردشگری می‌شوند؛ و گروهی دیگر دامنه گسترده‌ای از فعالیت‌های انسانی را در رده گردشگری ورزشی قرار می‌دهند که در آن افراد خودشان به‌طور فعال به انجام ورزش و فعالیت‌های تفریحی ورزشی می‌پردازند. این گروه از فعالیت‌ها مرتبط با تفریح، تندرستی و تناسب اندام، ماجراجویی ورزشی و استراحت و بازپروری جسمی و روحی را در برمی‌گیرد. تعداد زیادی از این فعالیت‌ها با استفاده از جاذبه‌های طبیعی ورزشی انجام می‌گیرد. هراندازه منطقه‌ای از این جاذبه‌ها به میزان بیشتری برخوردار باشد امکان توسعه این شکل از گردشگری ورزشی برای آن منطقه بیشتر فراهم می‌شود. چشم‌اندازهای طبیعی حاصل از آب و هوا، پوشش گیاهی و ناهمواری‌ها جذابیت‌های عمده‌ای را برای گردشگران ورزشی پدید می‌آورند. در این ارتباط استان خراسان جنوبی به دلیل برخورداری از اقلیم‌های متنوع از امکان گسترش فعالیت‌های گردشگری ورزشی متناسب با این شرایط برخوردار است. چنین تنوعی امکان فعالیت گردشگران ورزشی را در طول فصل‌های مختلف سال فراهم می‌آورد. از بین این جاذبه‌ها، جاذبه‌های طبیعی ورزشی مربوط به ورزش‌های آبی و تابستانی، جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی و جاذبه‌های سیاحتی زیارتی از مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی ورزشی استان برای جذب گردشگران ورزشی هستند. در مجموع باید گفت که گردشگری ورزشی پدیده‌ای چند بعدی است که موفقیت در بهره برداری از آن مستلزم بهبود شرایط عمومی استان و تقویت زمینه‌های مربوط به گردشگری ورزشی است، از جمله آن می‌توان به گسترش و توسعه تفریحگاه‌های ورزشی، ایجاد تسهیلات ورزشی مناسب و استاندارد در محل جاذبه‌های طبیعی ورزشی کشور، برگزاری جشنواره‌های بازی‌های بومی محلی در دامنه‌های طبیعی، ارتقای سطح کیفی خدمات در این مراکز ورزشی اشاره کرد. آنچه از این نتایج استنباط می‌گردد با توجه به فرصتی که در محیط پیرامونی شناسایی شده استفاده از منابع و ظرفیت‌های گردشگری ورزشی شهر به عنوان مهم‌ترین راهبرد می‌تواند در نظر گرفته شود. کاربست مدیریت واحد در سیاست‌گذاری گردشگری ورزشی راهبرد مناسبی است که می‌تواند در کل هم‌افزایی ایجاد نماید و نهایتاً این هم‌افزایی منجر به محقق شدن چشم‌انداز در منظر در حوزه گردشگری استان گردد.

سپاسگزاری

نویسندگان از تمامی افرادی که در مراحل مختلف پژوهش یاری رساندند، کمال تشکر و امتنان را دارند و از خداوند منان برای آنان توفیق خدمت روزافزون به جامعه تربیت‌بدنی کشور را خواستارند.

منابع

- [۱]. آهنگری، نوید، حسین زاده، فخر الدین، حاجی نژاد، صادق. (۱۳۹۸). برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی با استفاده از مدل ترکیبی SWOT و VIKOR (مورد مطالعه: استان آذربایجان غربی). پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، ۱۱(۴)، ۹۱-۱۰۶.
- [۲]. امین رستم‌کلایی، نگار، پورسلطانی زرنندی، حسین. (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی استان البرز. فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۸(۲)، ۱۰۹-۱۱۶. doi: 10.30473/arsm.2020.6456
- [۳]. پاشایی، سجاد، عسکریان، فریبا، روزافزون، عبدالرضا. (۱۳۹۸). بررسی نقش میانجیگری عوامل نهادی در تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی، محیطی بر توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد ماکو. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۴(۴۵)، ۵۷-۸۰. doi: 10.22054/tms.2019.20248.1561
- [۴]. خسروی مهر، حمیده، قدیری معصوم، مجتبی، رضوانی، محمدرضا. (۱۳۹۵). ارائه راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی شهرستان مینودشت). فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۵(۳)، ۱۰۵-۱۱۵.
- [۵]. دلبری سیدمهدی، بارانی حسین (۱۳۹۴). پتانسیل‌های گردشگری و توسعه پایدار اکوتوریسمی زیست بوم بیابانی ایران. فضای گردشگری، ۴(۱۶)، ۲۳-۳۴.
- [۶]. دیوسالار، اسداله. (۱۳۹۲). بررسی نقش ژئوتوریسم در توسعه پایدار فرهنگی شهرهای ساحلی مورد مطالعه: شهرستان‌های نوشهر و چالوس. مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال سوم، شماره ۴.
- [۷]. رمضان‌زاد، یاسر. عبدالرضا رکن الدین افتخاری و مهدی پورطاهری. (۱۳۹۵). سنجش نگرشی اثرات گردشگری ساحلی بر توسعه پایدار روستاهای ساحلی استان گیلان. مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ششم، شماره ۲۰.
- [۸]. زیتونی، عبدالحمید، هنری، حبیب، فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۱). شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان. پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی، ۱۱(۱)، ۷۱-۸۳.
- [۹]. شمس‌الدینی، علی. زهرا امینی و الناز پیروزی و مریم رضایی. (۱۳۹۵). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری در شهرستان کازرون (با استفاده از روش‌های سوات و باتلر). مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ششم، شماره ۲۲.
- [۱۰]. شهریار، سید کمال الدین، کریم زاده، علی، شهریار، شهرزاد. (۱۳۹۹). اولویت‌بندی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در محدوده‌های بازآفرینی شده تاریخی (مطالعه موردی: محدوده تاریخی زندیه شیراز). هویت شهر، ۱۴(۱)، ۶۱-۷۴.
- [۱۱]. علی اکبری، اسماعیل، پوراحمد، احمد، جلال آبادی، لیلا. (۱۳۹۷). شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی. گردشگری و توسعه، ۷(۱)، ۱۵۶-۱۷۸.
- [۱۲]. مرتضایی، لیلا، کلاته سیفری، معصومه. (۱۳۹۹). توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر مناطق پنهان. فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۸(۴)، ۷۵-۸۶. doi: 10.30473/arsm.2020.680686-75
- [۱۳]. معین فرد، محمدرضا، شوشی نسب، پروین، کاظم‌نژاد، انوشیروان. (۱۳۹۳). راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی تفریحی در ایران. مدیریت و توسعه ورزش، ۳(۲)، ۱-۱۷.
- [۱۴]. وارثی، حمیدرضا، تقوایی، مسعود، شاه‌یونیدی، احمد. (۱۳۹۰). تحلیلی بر وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهر اصفهان (با تأکید بر هتل‌ها). مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۲(۴)، ۱۱۲-۹۱.
- [۱۵]. نظری، رسول، یزدانی، حسین، تابش، سعید. (۱۳۹۸). تحلیل روند محیط‌شناسی راهبردی گردشگری ورزشی اصفهان بر اساس مدل STEEPV. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۱۵(۳۰)، ۴۳۳-۴۴۷. doi: 10.22080/jsmb.2020.12988.2710
- [۱۶]. نظم‌فر، حسین، محمدی، چنور. (۱۳۹۸). ارزیابی زیرساخت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در منطقه اورامانات استان کرمانشاه. برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، ۹(۴)، ۴۳-۱۱۴۸۹۲. doi: 10.22108/sppl.2019.114892.133866-43

- [17]. Aicher Tj, Karadakis K, Eddosary MM. (2015). Comparison of sport tourists and locals motivation to participate in a running event. International Journal of Event and Festival Management. 16 (3): 15-234.
- [18]. Alam, M, S & Paramati, S.R (2016). The impact of tourism on income inequality in developing economies: Does Kuznets curve hypothesis exist? Annals of tourism research 61,111-126.
- [19]. Allameh SM, Khazaei PJ, Jaber A, Salehzadeh R, Asadi H. (2015). Factors influencing sport tourists' revisit intentions: The role and effect of destination image, perceived quality, perceived value and satisfaction. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. 27 (2): 191-207
- [20]. Bausch, T., and Unseld, C. (2017). Winter tourism in Germany is much more than skiing! Consumer motives and implications to Alpine destination marketing. Journal of Vacation Marketing. Vol (1): 1-15.

- [21]. Pezzoli, A., Cristofori, E., Moncalero, M., Giacometto, F. and Boscolo. A. (2013). Climatologic analysis, weather forecast and sport performance: Which are the connections? *Int. J. Climatology & Weather Forecasting*, 1: 10-21.
- [22]. Yang, Yang & Fik, Tim, (2014). Spatial effects in regional tourism growth, *Annals of Tourism Research*, 46 (2014), PP 144–162.