

## بررسی رضایتمندی گردشگران ورزشی استان آذربایجان شرقی و ارتباط آن با مشکلات گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: تماشاگران بازی فوتبال دو تیم تراکتورسازی و سایپا)

سلمان جعفری<sup>۱</sup>؛ علی محمدی<sup>۲</sup>؛ عباس خدایاری<sup>۳</sup>

### چکیده

**هدف:** امروزه در فضای رقابتی صنعت توریسم، شناسایی متغیرهایی که بر رضایتمندی گردشگران تأثیر گذارند، از اهمیت بالایی برخوردار است. بنابراین هدف از اجرای این تحقیق بررسی رضایتمندی گردشگران ورزشی استان آذربایجان شرقی و ارتباط آن با مشکلات گردشگری ورزشی بود.

**روش شناسی:** تحقیق حاضر از نوع توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش در بخش رضایتمندی گردشگران ورزشی را کلیه تماشاگران بازی فوتبال بین دو تیم تراکتورسازی و سایپا (۴۰۰۰۰ نفر) و در بخش مشکلات گردشگری ورزشی را اساتید تربیت بدنی دانشگاه‌های استان، کارشناسان اداره‌های میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، راهنمایان تورهای گردشگری، کارشناسان تربیت بدنی اداره‌های تربیت بدنی و آموزش و پرورش استان (۱۳۷ نفر) تشکیل داده بودند. نمونه تحقیق در بخش مشکلات گردشگری ورزشی، از روش سرشماری استفاده شد، اما در بخش رضایتمندی گردشگران ورزشی ۵۱۰ نفر به صورت نمونه در دسترس انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های بنسپردی (۱۳۹۳) و محمدی (۱۳۸۸) استفاده گردید. برای تحلیل داده‌ها نیز از ضریب همبستگی پیرسون و فریدمن استفاده شد.

**یافته‌ها:** بین رضایتمندی گردشگران ورزشی و مشکلات گردشگری ورزشی همبستگی منفی و معناداری وجود دارد. همچنین بین اولویت‌بندی مشکلات گردشگران ورزشی و رضایتمندی گردشگران ورزشی تفاوت معناداری وجود دارد.

**نتیجه‌گیری:** به منظور کسب رضایتمندی گردشگران ورزشی، توجه بیشتری باید به مشکلات گردشگری ورزشی شود.

**واژه‌های کلیدی:** استادبوم، تماشاگران فوتبال، رضایتمندی گردشگران، گردشگری ورزشی، مشکلات گردشگری

*Archive of SID*

امروزه گردشگری به عنوان یک صنعت قوی شناخته شده است که در تغییر شرایط اقتصادی سراسر دنیا تأثیر چشمگیری دارد (۱). طبق پیش بینی های صورت گرفته، تقاضا برای گردشگری بین المللی تا سال ۲۰۲۰، به ۱/۶ میلیارد نفر در سال و درآمد حاصل از آن، به حدود دو هزار میلیارد دلار خواهد رسید؛ به همین دلیل، بیش از هر زمان دیگری جایگاه خود را به عنوان پدیده‌های چند بعدی در جوامع بشری باز کرده است و به عنوان موضوعی مهم و اساسی در تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها محسوب می‌شود (۲). از طرفی ورزش نیز یکی از صنایع مهم در دنیا و یکی از متداولترین عوامل ایجاد انگیزه برای گردشگران است. ورزش این توانایی را دارد که گردشگران زیادی را به خود جلب کند؛ بنابراین رویدادهایی که دربردارنده ورزش هستند خود، نوعی جذابیت به شمار می‌آیند و به عنوان یک عامل جلب کننده گردشگری به شهر یا کشور مقصد عمل می‌کنند (۳). پیوند میان گردشگری و ورزش، نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد کرده است که ساختار جدید و جامعی برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی انسان به وجود آورده است (۴). گیسون گردشگری ورزشی را مسافرت از محل اقامت به مکان مورد نظر به منظور شرکت در یک فعالیت ورزشی رقابتی، فعالیت ورزشی به منظور پر کردن اوقات فراغت، دیدن از فعالیت‌های ورزشی یا شرکت در جذابیت‌های ورزشی تعریف می‌کند (۵). گردشگری ورزشی، تجارتی چند بلیون دلاری است که سریعترین رشد را با ۴/۵ تریلیون دلار در صنعت گردشگری در سطح دنیا دارد و به دلیل نقش مهمی که از لحاظ اقتصادی و سیاسی ایفا می‌کند، به موضوع بسیار راهبردی مبدل شده است (۶).

در دنیای کنونی نیز گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده‌ای اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت سفید بیش از هر زمان دیگری جایگاه خود را به عنوان پدیده‌ای چند بعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها، با سرمایه گذاری فراوان، فواید و اثرات این صنعت را خوب درک کرده و به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (۷) افزایش اشتغال، درآمد، توسعه زیرساخت‌ها (۸)، افزایش شهرت و برندسازی مقصد خود درآورده اند (۹). انجمن مسابقات المپیک بین‌المللی و سازمان گردشگری جهانی گزارش داده‌اند که گرایش به ورزش در سال‌های اخیر افزایش یافته است. این منابع خبری مدارک قاطعی را ارائه می‌دهند که نشان می‌دهد سفرهای به قصد مسابقات ورزشی، همچنان در حال رشد و گسترش می‌باشد و توسعه گردشگری ورزشی و برگزاری رویدادهای مهم ورزشی و رشد آن علاقه تعداد زیادی از کشورها و مقامات را برانگیخته است (۱۰) که بازاریاب‌های مقاصد گردشگری بر توسعه گردشگری ورزشی و میزبانی رویدادهای مهم ورزشی به عنوان یک استراتژی مهم جهت توسعه مقاصد گردشگری تمرکز دارند. میزبانی بازی‌های المپیک و جام جهانی فوتبال و توسعه گردشگری ورزشی را یک فرصت منحصر به فرد و مزیت بالقوه اقتصادی برای جذب تعداد کثیری از تماشاگران و توریست‌ها به شهر میزبان می‌دانند (۱۱).

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته و اثبات شده، کشور ایران یکی از ده کشور اول جهان از نظر جذابیت‌های گردشگری است و از لحاظ تنوع زیستی و تنوع جاذبه‌های طبیعی رتبه پنجم را در جهان دارا می‌باشد. در این میان، استان‌هایی مانند استان آذربایجان شرقی که در یک منطقه طبیعی، بکر، جنگلی و کوهستانی قرار دارند و دارای جاذبه‌های گردشگری ورزشی خاص هستند، می‌توانند مورد توجه ورزشکاران و گردشگران

واقع شده و به عنوان مقصدی برای گذران اوقات فراغت با انگیزه تفریح و استراحت انتخاب شوند و در دوره زمانی خاص، تعداد کنیری از گردشگران را به خود جلب کنند. از خصوصیات مهم این استان از نظر گردشگری ورزشی، می‌توان به وجود باشگاه‌های ورزشی فوتبال تراکتورسازی و گسترش فولاد، باشگاه ورزشی والیبال شهرداری تبریز، وجود انواع پیست‌های دوچرخه سواری، وجود انواع غارهای بکر و طبیعی و کوه‌های متنوع همچون سهند و ... اشاره نمود که از پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل گردشگری ورزشی در استان و کشور حتی در جهان برخوردار است (۱۲).

از منظر مقاصد گردشگری بررسی انگیزه‌های مسافران از آن رو اهمیت دارد که به برنامه‌ریزان و سیاستگذاران اطلاع می‌دهد که مقصد گردشگری کجاست و چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد. به این ترتیب مدیریت مقاصد گردشگری خواهد توانست بازار هدف خود را به گونه‌ای مناسب در جهت پاسخگویی به نیازهای بازار هدف تجهیز کند. این تنها راه واقعی موفقیت در جلب رضایت مشتریان و توسعه گردشگری در مقصد است، زیرا تأمین انتظارات مشتری یا عمل کردن فراتر از این انتظارات به معرفی مقصد یا جلوه‌ای مناسب نزد گردشگران می‌انجامد و آنها نه فقط تکرار سفر به این مقصد را در برنامه قرار خواهند داد، بلکه عاملی مؤثر در تبلیغ برای مقصد مورد نظر خواهند بود (۱۳). یکی از عوامل مؤثر در موفقیت سازمان‌های خدماتی، نیل به جلب رضایتمندی مشتری از طریق بهبود کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان و توجه به نیازها و خواسته‌های آنان است. رضایتمندی مشتری، ارزیابی مشتریان از خدمات، بعد از دریافت خدمت در مقایسه با انتظارات آنها می‌باشد (۱۴). فان ویل (۱۹۹۷) خاطر نشان کرده است که افزایش رضایتمندی مشتریان، تنها راه کسب و کار موفق است. رضایتمندی مشتری مستقیماً تمایل به خرید یا استفاده‌ی مجدد از خدمات را تحت تأثیر قرار می‌دهد که این امر، برای سودآوری بلند مدت و موفقیت مؤسسه بسیار حائز اهمیت است (۱۵).

مشکلات گردشگری ورزشی نیز عواملی هستند که مانع از شرکت و حضور گردشگران در فعالیت‌های مربوطه می‌شود (۱۶). در تحقیقات مختلف، این مشکلات به دسته‌های گوناگونی تقسیم می‌شوند. در تحقیق حاضر، مشکلات گردشگری ورزشی بر اساس پرسشنامه بنسبردی (۱۳۹۳) به سه دسته‌ی مشکلات مرتبط به مدیریت، مشکلات فرهنگی در گردشگری ورزشی و مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها تقسیم شده است (۱۷).

در مورد رابطه‌ی بین بررسی رضایتمندی گردشگران ورزشی و ارتباط آن با مشکلات گردشگری ورزشی پژوهش‌های متعددی انجام شده است. فانولانت و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) عنوان می‌کنند که موفقیت پیست‌های اسکی، تا حد زیادی به بررسی رضایتمندی و وفاداری گردشگران و ایجاد تصویر ذهنی مثبت در گردشگران وابسته است. نتایج تحقیق آنان نشان داد که بالاترین سطح وفاداری در پیست‌هایی مشاهده گردید که بیشترین سطح رضایتمندی و بالاترین سطح تداعی را داشتند (۱۸). لی<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) به بررسی مشکلات و رضایتمندی دانش‌آموزان از فعالیت‌های اوقات فراغت آنها پرداخت. نتایج تحقیق او نشان داد که همبستگی منفی بین مشکلات و رضایتمندی آنان وجود داشت (۱۹). چن<sup>۳</sup> (۲۰۰۵) به مطالعه‌ی مشکلات و رضایتمندی معلمان مدارس ابتدایی چانگ هوآ کانتی در مورد فعالیت‌های اوقات فراغت آنها پرداخت. نتایج تحقیق او نشان داد که وقتی مشکلات بین فردی، مشکلات ساختاری و مجموع مشکلات در سطح پایینی بودند، رضایتمندی آنان بالا

۱- Fan vile

2- Faullant et al

3- Lee

بود. همچنین نتایج نشان داد که بین مشکلات و رضایتمندی معلمان همبستگی منفی و معناداری وجود دارد (۲۰). تیسنگ (۲۰۰۶) به تحقیق در مورد انگیزه‌ها، رضایتمندی و مشکلات شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های ورزشی پرداخت. نتایج تحقیق او نشان داد که بین انگیزه‌های مشتریان و رضایتمندی آنان، همبستگی مثبتی وجود داشت. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که بین انگیزه‌ها و مشکلات شرکت‌کنندگان، رضایتمندی و مشکلات آنان همبستگی منفی وجود داشت (۲۱). وی (۲۰۰۸) به تحقیق در مورد انگیزه‌ها، رضایتمندی و مشکلات گردشگران ورزش‌های آبی پرداخت. نتایج تحقیق او نیز نشان داد که بین مشکلات و رضایتمندی گردشگران، همبستگی منفی وجود دارد (۲۲). بر اساس تحقیقات دری و جاگو (۲۰۰۶) نیز مشکل اصلی مدیریت گردشگری ورزشی در بیشتر کشورهای جدا بودن و مدیریت مجزای دو حوزه گردشگری و ورزشی است. همچنین در مقوله موانع و مشکلات گردشگری ورزشی عدم مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی و مناسب و عدم ادراک نگرش و احساس سیاست‌گذاران شناسایی شده است (۲۳). جان شانک (۲۰۰۹) پژوهشی با عنوان تبیین مدل میزان رضایت‌مندی از ادراک کیفیت خدمات بر گردشگران ورزشی را انجام داد. در مدل ارائه شده به این نتیجه رسید که دسترسی نسبت به دیگر عوامل تأثیر کمتری در رضایت‌مندی گردشگران ورزشی از کیفیت خدمات ارائه شده دارد (۲۴).

با توجه به موارد بیان شده، به نظر می‌رسد بررسی رضایتمندی گردشگران ورزشی و ارتباط آن با مشکلات گردشگری ورزشی می‌تواند به مسئولین امر کمک کند تا در توسعه و جذب گردشگران ورزشی در استان آذربایجان شرقی پیش‌موفق باشند. و لذا محقق در تحقیق حاضر بر آن است تا رضایتمندی گردشگران ورزشی استان آذربایجان شرقی و ارتباط آن با مشکلات گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: تماشاگران بازی فوتبال دو تیم تراکتورسازی و سایپا) را بررسی کند و به این سوالات پاسخ دهد که آیا بین رضایتمندی گردشگران ورزشی استان آذربایجان شرقی با مشکلات گردشگری ورزشی ارتباط معناداری وجود دارد؟ بین اولویت‌بندی رضایتمندی گردشگران ورزشی تفاوت معناداری وجود دارد؟ و بین اولویت‌بندی مشکلات گردشگران ورزشی تفاوت معناداری وجود دارد؟

### روش تحقیق

روش پژوهش حاضر از شاخه پیمایشی و از نوع توصیفی - همبستگی است و از نظر هدف، کاربردی بوده و اطلاعات به صورت میدانی گردآوری شدند. جامعه آماری این پژوهش در بخش رضایتمندی گردشگران ورزشی را کلیه تماشاگرانی تشکیل داده بودند که برای تماشای بازی فوتبال بین دو تیم تراکتورسازی تبریز و سایپا به ورزشگاه یادگار امام تبریز آمده بودند و تعداد کل آنها تقریباً ۴۰۰۰۰ هزار نفر بودند و جامعه آماری در بخش مشکلات گردشگری ورزشی را اساتید تربیت بدنی دانشگاه‌های استان، کارشناسان اداره‌های میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، راهنمایان تورهای گردشگری، کارشناسان تربیت بدنی اداره‌های تربیت بدنی، کارشناسان تربیت بدنی اداره‌های آموزش و پرورش تشکیل داده بودند که تعداد آنها ۱۳۷ نفر بودند. در این پژوهش به علت محدود بودن جامعه آماری در بخش مشکلات گردشگری ورزشی از روش سرشماری استفاده شد. یعنی نمونه آماری برابر جامعه آماری در نظر گرفته شد. ولی برای نمونه‌گیری در بخش رضایتمندی گردشگران ورزشی (تماشاگران) ۵۱۰ نفر به صورت نمونه در دسترس انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بود که برای

جمع‌آوری داده‌های رضایتمندی گردشگران ورزشی در بین تماشاگران ورزشی از پرسشنامه بنسب‌ردی (۱۳۹۳) استفاده گردید که سؤالات این پرسشنامه بر اساس مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت تهیه و تنظیم شده بودند. این پرسشنامه از سه خرده‌مقیاس تشکیل شده است. الف) محیط: این بخش از پرسشنامه شامل ۵ سؤال در مورد (منظره ی استادیوم، آب و هوا، راه‌های ارتباطی به استادیوم و...) بود. ب) کیفیت کلی خدمات: این بخش از پرسشنامه نیز شامل ۵ سؤال در مورد (برخورد کارکنان، تعامل با اطرافیان، هزینه‌ها و...) بود. ج) تجربه روحی و روانی فرد: این بخش از پرسشنامه نیز شامل ۷ سؤال در مورد (حضور مجدد در ورزشگاه، احساس اعتماد بنفس از نگاه کردن به فوتبال، احساس لذت و شادمانی از نگاه کردن به فوتبال و...) بود. پایایی این پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ  $0/79$  درصد تعیین شد و روایی صوری آن نیز توسط ۱۱ نفر از اساتید دانشگاه تایید شده بود. برای گردآوری داده‌های مشکلات ورزشی از کارشناسان و مسئولان، از پرسشنامه محمدی (۱۳۸۸) استفاده گردید که سؤالات این پرسشنامه نیز بر اساس مقیاس پنج‌ارزشی لیکرت تهیه و تنظیم شده بودند (۲۵). این پرسشنامه نیز از سه خرده‌مقیاس تشکیل شده بود: الف) مشکلات مربوط به مدیریت: که شامل ۷ سؤال در زمینه‌های (عدم هماهنگی کافی بین سازمان‌ها، وجود سازمان‌های موازی، کمبود متخصصان و نیروی انسانی آموزش دیده، تفاوت در سیاست‌گذاری‌ها، فقدان برنامه‌ریزی صحیح و...) بود. ب) مشکلات فرهنگی در گردشگری ورزشی: که شامل ۷ سؤال در مورد (تنگناهای ایدئولوژیک، دیدگاه منفی و تلقی نادرست نسبت به گردشگران ورزشی، آشنایی کم و ناکافی گردشگران ورزشی، سیستم اطلاع‌رسانی ناقص، وجود دیدگاه منفی و...) بود. ج) مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها: که شامل ۶ سؤال در مورد (ضعف تکنولوژی و دانش نظری، کمبود تأسیسات اقامتی، عدم وجود امکانات، ضعف در سیستم حمل و نقل و...) بود. پایایی این پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ  $0/78$  درصد تعیین شد و روایی صوری آن نیز توسط ۱۱ نفر از اساتید دانشگاه تایید شده بود. از آمار توصیفی برای تعیین میانگین، انحراف معیار، فراوانی‌ها، درصدها و رسم نمودار استفاده گردید. برای بررسی توزیع طبیعی متغیرها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف، و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و آزمون فریدمن استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز توسط نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۰ در سطح آماري  $(\alpha=5\%)$  انجام شد.

### نتایج و یافته‌های تحقیق

آمودنی‌های تحقیق حاضر را ۱۳۷ نفر از کارشناسان حوزه گردشگری و تربیت‌بدنی، و ۵۱۰ نفر از گردشگران ورزشی که به تماشای بازی دو تیم تراکتورسازی و سایپا به استادیوم یادگار امام آمده بودند، تشکیل می‌دادند. داده‌های تحقیق در دو بخش توصیفی و استنباطی مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در بخش توصیفی برخی ویژگی‌های انسانی گردشگران ورزشی (تماشاگران فوتبال) و کارشناسان و مسئولان گردشگری و تربیت‌بدنی نشان داده شده است که در جداول ۱ و ۲ می‌توان آنها را ملاحظه نمود. در جدول ۱ توزیع فراوانی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان پرسشنامه‌های گردشگران ورزشی آورده شده است. همانطور که مشاهده می‌شود بیشتر گردشگران ورزشی که به تماشای بازی فوتبال دو تیم تراکتورسازی و سایپا آمده بودند، در محدوده سنی ۲۱ تا ۳۰ سال قرار داشتند (۴۶ درصد). ۳۳۰ نفر آنها دارای مدرک لیسانس بودند (۶۵ درصد). ۱۸۰ نفر آنها در محدوده درآمد ماهیانه ۱ تا ۱/۵ میلیون تومان در ماه قرار داشتند (۳۵ درصد). ۲۷۰ نفر آنها سالی ۲ تا ۵ بار به

تماشای بازی فوتبال به استادبوم یادگار امام تبریز می‌روند (۵۳ در صد). و ۴۲۰ نفر از گردشگران ورزشی که به تماشای بازی فوتبال به استادبوم رفته بودند، از داخل استان آذربایجانشرقی بودند (۸۲ درصد).

**جدول (۱) توزیع فراوانی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان گردشگران ورزشی (تماشاگران فوتبال)**

درصد	فراوانی	متغیرها	
		آماره	
۱۱	۵۵	کمتر از ۲۰ سال	سن
۴۶	۲۳۵	۲۱ تا ۳۰ سال	
۲۳	۱۲۰	۳۱ تا ۴۰ سال	
۱۵	۷۵	۴۱ تا ۵۰ سال	
۵	۲۵	۵۱ سال به بالا	
۵	۲۵	دیپلم و کمتر از دیپلم	مدرک تحصیلی
۲۰	۱۰۵	فوق دیپلم	
۶۵	۳۳۰	لیسانس	
۱۰	۵۰	فوق لیسانس و بالاتر	میزان درآمد ماهیانه
۵	۲۵	کمتر از ۵۰۰ هزار تومان	
۱۹	۹۵	۵۰۰۰۰ تا ۱۰۰۰۰۰ تومان	
۳۵	۱۸۰	۱۰۰۰۰۰ تا ۱۵۰۰۰۰ تومان	
۲۵	۱۳۰	۱۵۰۰۰۰ تا ۲۰۰۰۰۰ تومان	
۱۶	۸۰	بیشتر از ۲۰۰۰۰۰ تومان	تعداد مراجعه در سال به ورزشگاه
۱۰	۵۰	۱ بار در سال	
۵۳	۲۷۰	۲ تا ۵ بار در سال	
۲۸	۱۴۵	۵ تا ۱۰ بار در سال	
۹	۴۵	بیشتر از ۱۰ بار در سال	محل اقامت
۸۲	۴۲۰	داخل استان	
۱۸	۹۰	خارج از استان	

در جدول ۲ نیز توزیع فراوانی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان پرسشنامه‌ی مشکلات گردشگری ورزشی آورده شده است. همانطور که مشاهده می‌شود ۱۱۲ نفر از کارشناسان حوزه گردشگری و تربیت‌بدنی، که به عنوان آزمودنی در این تحقیق انتخاب شدند مرد بودند (۸۲ درصد). ۴۵ نفر آنها در محدوده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار داشتند (۳۲ درصد). ۹۲ نفر آنها دارای مدرک لیسانس بودند (۶۷ درصد). ۴۴ نفر آنها در محدوده ۱۱ تا ۱۵ سال سابقه‌ی شغلی قرار داشتند (۳۲ درصد).

**جدول (۲) توزیع فراوانی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان مشکلات گردشگری ورزشی (کارشناسان و مسئولان تربیت‌بدنی)**

درصد	فراوانی	متغیرها	
		آماره	
۸۲	۱۱۲	مرد	جنسیت
۱۸	۲۵	زن	
۱۱	۱۱	۲۰ تا ۳۰ سال	

درصد	فراوانی	متغیرها	
		آماره	سن
۳۲	۴۵	۳۱ تا ۴۰ سال	سن
۳۱	۴۳	۴۱ تا ۵۰ سال	
۲۲	۳۱	۵۱ تا ۶۰ سال	
۵	۷	۶۱ سال به بالا	مدرک تحصیلی
۶	۸	دیپلم و کمتر از دیپلم	
۱۷	۲۳	فوق دیپلم	
۶۷	۹۲	لیسانس	
۱۰	۱۴	فوق لیسانس و بالاتر	سابقه شغلی
۷	۱۰	کمتر از ۵ سال	
۱۵	۲۱	۶ تا ۱۰ سال	
۳۲	۴۴	۱۱ تا ۱۵ سال	
۱۸	۲۴	۱۶ تا ۲۰ سال	
۱۷	۲۳	۲۱ تا ۲۵ سال	
۸	۱۱	۲۶ تا ۳۰ سال	
۳	۴	۳۰ سال به بالا	

در جدول ۳ نیز میانگین و انحراف استاندارد پاسخ های شرکت کنندگان در تحقیق را در مورد متغیرهای پژوهش نشان می دهد.

جدول (۳) میانگین و انحراف استاندارد پاسخ های شرکت کنندگان

متغیر	خرده مقیاس	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
رضایتمندی گردشگران ورزشی	محیط	۳/۱۱	۰/۵۳	۳/۴۰	۰/۶۸
	کیفیت کلی خدمات	۳/۳۸	۰/۷۲		
	تجربه روحی-روانی	۳/۷۳	۰/۸۰		
مشکلات گردشگران ورزشی	مدیریت	۳/۵۱	۰/۷۳	۳/۲۲	۰/۷۱
	فرهنگی	۳/۲۲	۰/۶۶		
	زیرساخت	۳/۲۳	۰/۷۵		

در بخش آمار استنباطی نیز به منظور انتخاب آزمون های آماری مناسب جهت بررسی توزیع طبیعی داده ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شد و محاسبات انجام شده نشان داد که توزیع پراکنده گی متغیرها طبیعی بود ( $P \leq 0/05$ ). همچنین از آزمون لوین برای بررسی همگنی واریانس ها استفاده شد و نتایج این آزمون نیز نشان داد که واریانس همه متغیرها همگن بود. در ادامه به بررسی فرضیه های تحقیق می پردازیم. به منظور بررسی رابطه بین رضایتمندی گردشگران ورزشی با مشکلات گردشگری ورزشی، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول (۴) نتایج تحلیل رابطه بین رضایتمندی گردشگران ورزشی با مشکلات گردشگری ورزشی

مشکلات گردشگری	مدیریت	فرهنگی	زیر ساخت	مجموع مشکلات گردشگری
رضایتمندی گردشگران محیط	-۰/۶۶۴**	-۰/۱۹۶	-۰/۲۵۶	-۰/۲۵۳



مشکلات گردشگری	مدیریت	فرهنگی	زیر ساخت	مجموع مشکلات گردشگری
رضایتمندی گردشگران	کیفیت کلی خدمات	تجربه روحی-روانی	مجموع رضایتمندی گردشگران	
۰/۱۹۶	۰/۸۲۴**	۰/۲۸۹	۰/۷۴۴**	۰/۷۴۴**
۰/۲۵۶	۰/۲۸۹	۰/۷۵۴**	۰/۷۷۴**	۰/۷۷۴**
۰/۲۵۳	۰/۷۴۴**	۰/۷۴۴**	۰/۷۷۴**	۰/۸۹۶**

\*\* ارتباط  $P \leq 0.05$  معنادار است.

با توجه به جدول ۴، نتایج حاصل از آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین رضایتمندی گردشگران ورزشی با مشکلات گردشگری ورزشی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. برای آزمون این فرضیه که بین اولویت بندی رضایتمندی گردشگران ورزشی تفاوت وجود دارد، از آزمون فریدمن استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۵ درج شده است.

جدول (۵) آزمون فریدمن برای تعیین تفاوت اولویت بندی رضایتمندی گردشگران ورزشی

ردیف	رضایتمندی گردشگران ورزشی	میانگین رتبه	خی دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱	نگاه کردن به بازی فوتبال اعتماد به نفس مرا افزایش می‌دهد	۱۱/۲۷	۶۶۴/۴۰۶	۱۶	۰/۰۰۱
۲	نگاه کردن به بازی فوتبال حس کمال و موفقیت را در من ایجاد می‌کند	۱۰/۲۷			
۳	در فرآیند نگاه کردن به بازی فوتبال احساس شادمانی می‌کنم	۱۰/۱۸			
۴	در مجموع بازی نگاه کردن به بازی فوتبال تجربه‌ی خوبی برای من است	۹/۹۹			
۵	تمام مدت حضورم در اینجا پر از لذت و شادی است	۹/۸۸			
۶	در مدت حضورم در استادیوم تعامل خوبی با اطرافیان و دوستانم دارم	۹/۷۹			
۷	استادیوم یادگار امام آماده برای فوتبال بازی کردن است	۹/۵۳			
۸	مهارت‌های تازه‌ای در بازی فوتبال فرا می‌گیرم	۹/۵۱			
۹	آب و هوا برای فوتبال بازی کردن مناسب است	۹/۵۰			
۱۰	با حضور در استادیوم مهارتم در فوتبال بازی کردن افزایش پیدا می‌کند	۹/۰۶			
۱۱	به فکر تعطیلات بعدی برای حضور دوباره در استادیوم یادگار امام هستم	۸/۷۳			
۱۲	نگاه کردن به بازی فوتبال به من آرامش می‌دهد	۸/۶۸			
۱۳	منظره‌ی استادیوم یادگار امام بسیار زیباست	۸/۴۳			
۱۴	برخورد کارکنان استادیوم مناسب است	۷/۹۴			
۱۵	هزینه‌ها، در حد قابل قبولی است	۶/۹۷			
۱۶	استادیوم یادگار امام بی‌نظیر است	۶/۶۵			
۱۷	راه‌های ارتباطی به استادیوم مناسب است	۶/۶۱			

با توجه به نتایج بدست آمده بین میانگین رتبه‌های اولویت بندی رضایتمندی گردشگران ورزشی اختلاف

معنی داری وجود دارد ( $p < 0/001$  و  $\chi^2 = 666/406$ ). بنابراین فرضیه‌ی حکم مبنی بر تفاوت در اولویت‌بندی رضایتمندی گردشگران ورزشی تایید می‌گردد. اولویت‌بندی رضایتمندی گردشگران ورزشی، به صورت جدول ۵ می‌باشد. بین ابعاد موجود، بعد "نگاه کردن به بازی فوتبال اعتماد به نفس مرا افزایش می‌دهد" با میانگین رتبه (۱۱/۲۷) بیشترین رتبه را از دیدگاه گردشگران ورزشی (تماشاگران فوتبال) دارد و بعد "راه‌های ارتباطی به استادیوم مناسب است" با میانگین رتبه (۶/۶۱) کمترین رتبه را داشت. همچنین برای آزمون این فرضیه که بین اولویت بندی مشکلات گردشگران ورزشی تفاوت وجود دارد، از آزمون فریدمن استفاده گردید که نتایج آن در جدول ۶ درج شده است.

جدول (۶) آزمون فریدمن برای تعیین تفاوت اولویت بندی مشکلات گردشگران ورزشی

ردیف	مشکلات گردشگران ورزشی	میانگین رتبه	خی دو	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱	فقدان برنامه‌ریزی صحیح، دقیق و علمی	۱۲/۵۱	۸۵/۰۷۸	۱۹	۰/۰۰۱
۲	کمبود متخصصان در بخش گردشگری ورزشی	۱۲/۵۰			
۳	مشکلات موجود در سرمایه‌گذاری (بخش دولتی و خصوصی)	۱۲/۳۴			
۴	عدم هماهنگی کافی بین سازمان‌ها و وزارتخانه‌های دست‌اندرکار	۱۱/۶۴			
۵	سیستم اطلاع‌رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف با گردشگران	۱۱/۶۱			
۶	کمبود تأسیسات اقامتی و هتل‌های استاندارد در سطح بین‌المللی برای اقامت گردشگران	۱۱/۰۵			
۷	کمبود اطلاعات در مورد نیازها و خواسته‌های گردشگران	۱۰/۸۸			
۸	آشنایی کم و ناکافی گردشگران ورزشی در مورد جاذبه‌های	۱۰/۸۴			
۹	عدم وجود امکانات و تأسیسات تفریحی ورزشی استاندارد	۱۰/۶۶			
۱۰	تفاوت در سیاست‌گذاری‌ها و رویه‌ها در مورد گردشگری ورزشی	۱۰/۵۵			
۱۱	عدم کنترل و نظارت بر فعالیت واحدهای گردشگری	۱۰/۲۴			
۱۲	ضعف تکنولوژی و دانش نظری و علمی در بخش گردشگری ورزشی	۱۰/۰۲			
۱۳	قوانین مختلف دست و پاگیر در مورد صدور ویزا، گمرکات و مدت اقامت گردشگران	۹/۹۸			
۱۴	وجود سازمان‌های موازی و نامشخص بودن حدود وظایف	۹/۷۵			
۱۵	عدم ارائه‌ی امکانات و خدمات رفاهی مناسب به گردشگران به هنگام اقامتشان	۹/۴۷			
۱۶	تنگناهی‌های ایدئولوژیک و عدم انطباق آن با فرهنگ گردشگران	۹/۳۵			
۱۷	وجود تلقی نادرست نسبت به گردشگران خارجی	۹/۲۴			
۱۸	وجود دیدگاه منفی در مورد آ.شرقی	۹/۱۹			
۱۹	ضعف در سیستم حمل و نقل زمینی، هوایی و ریلی	۹/۱۸			
۲۰	برخورد نامناسب با گردشگران و فقدان امنیت در برخی از مناطق استان برای گردشگران	۹/۰۰			

با توجه به نتایج بدست آمده بین میانگین رتبه‌های اولویت‌بندی مشکلات گردشگران ورزشی اختلاف

معنی‌داری وجود دارد ( $p < 0/001$  و  $X^2 = 85/078$ ). بنابراین فرضیه‌ی حکم مبنی بر تفاوت در اولویت‌بندی مشکلات گرد شگران ورزشی تأیید می‌گردد. اولویت‌بندی مشکلات گرد شگران ورزشی، به صورت جدول ۶ می‌باشد. بین ابعاد موجود، بعد "فقدان برنامه‌ریزی صحیح، دقیق و علمی با میانگین رتبه (۱۲/۵۱) بیشترین را از دیدگاه کارشناسان و مسئولان تربیت بدنی دارد و بعد "برخورد نامناسب با گردشگران و فقدان امنیت در برخی از مناطق کشور برای گردشگران" با میانگین رتبه (۹/۰۰) کمترین رتبه را داشت.

همچنین برای تعیین تفاوت اولویت‌بندی خرده مقیاس‌های رضایتمندی گردشگران ورزشی و مشکلات گردشگری ورزشی نیز از آزمون فریدمن استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۶ درج شده است.

جدول (۷) آزمون فریدمن برای تعیین تفاوت اولویت‌بندی خرده مقیاس‌های رضایتمندی گردشگران ورزشی و مشکلات گردشگری ورزشی

متغیر	خرده مقیاس‌ها	میانگین رتبه	خی دو	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
رضایتمندی گردشگران ورزشی	تجربه روحی-روانی	۲/۸۷	۶۰۷/۲۹۱	۲	۰/۰۰۱
	کیفیت کلی خدمات	۱/۶۴			
	محیط	۱/۴۹			
مشکلات گردشگران ورزشی	مشکلات مربوط به مدیریت	۲/۵۷	۸۳/۸۱۳	۲	۰/۰۰۱
	مشکلات فرهنگی در گردشگری ورزشی	۲/۱۰			
	مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها	۱/۳۳			

با توجه به نتایج بدست آمده بین میانگین رتبه‌های اولویت‌بندی خرده مقیاس‌های رضایتمندی گردشگران ورزشی اختلاف معنی‌داری وجود دارد ( $p < 0/001$  و  $X^2 = 607/291$ ). بنابراین فرضیه‌ی حکم مبنی بر تفاوت در اولویت‌بندی خرده مقیاس‌های رضایتمندی گردشگران ورزشی تأیید می‌گردد. اولویت‌بندی خرده مقیاس‌های رضایتمندی گرد شگران ورزشی، به صورت جدول ۷ می‌باشد. بین خرده مقیاس‌های رضایتمندی گرد شگران ورزشی، تجربه روحی-روانی با میانگین رتبه (۲/۸۷) بیشترین و محیط با میانگین رتبه (۱/۴۹) کمترین رتبه را دارند. همچنین با توجه به نتایج بدست آمده بین میانگین رتبه‌های اولویت‌بندی خرده مقیاس‌های مشکلات گرد شگران ورزشی اختلاف معنی‌داری وجود دارد ( $p < 0/001$  و  $X^2 = 83/813$ ). بنابراین فرضیه‌ی حکم مبنی بر تفاوت در اولویت‌بندی خرده مقیاس‌های مشکلات گردشگران ورزشی تأیید می‌گردد. اولویت‌بندی خرده مقیاس‌های مشکلات گردشگران ورزشی، به صورت جدول ۶ می‌باشد. بین خرده مقیاس‌های مشکلات گردشگران ورزشی، مشکلات مربوط به مدیریت با میانگین رتبه (۲/۵۷) بیشترین و مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها با میانگین رتبه (۱/۳۳) کمترین رتبه را دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رضایتمندی گردشگران ورزشی استان آذربایجان شرقی و ارتباط آن با مشکلات گردشگری ورزشی صورت گرفت. شناسایی مشکلات گردشگری ورزشی استان و تلاش در جهت برطرف کردن آنها می‌تواند به جذب گردشگران ورزشی کمک شایانی کند. با توجه یافته‌های بخش اول می‌توان گفت زمانی که مشکلات گردشگران ورزشی پایین است، رضایتمندی آنان بالاست. بر اساس این نتیجه می‌توان عنوان داشت که حضور در استادیوم فوتبال یادگار امام دارای مزایایی است که سبب رضایتمندی گردشگران شده است. مزایایی نظیر افزایش احساس شادمانی از طریق نگاه کردن به فوتبال، افزایش اعتماد به نفس، افزایش حس کمال و موفقیت و ... را می‌توان نام برد. رضایتمندی گردشگران و کسب مزایای ذکر شده سبب افزایش علاقه‌ی گردشگران به ورزش فوتبال و افزایش احتمال حضور آنان در استادیوم یادگار امام می‌شود. بنابراین، کاهش مشکلات گردشگری می‌تواند سبب افزایش رضایتمندی گردشگران شده و رضایتمندی آنان باعث افزایش علاقه، غلبه بر مشکلات گردشگری و حضور بیشتر آنان در استادیوم یادگار امام شود. در واقع این حالت مانند چرخه‌ای است که هرچه مشکلات گردشگری کمتر شود، رضایتمندی افزایش می‌یابد و هر چه رضایتمندی افزایش یابد، علاقه به حضور بیشتر شده و تلاش در جهت از میان برداشتن مشکلات گردشگری بیشتر می‌شود. نتایج این بخش از تحقیق با یافته‌های لی (۲۰۰۵)، چن (۲۰۰۵)، تیسنگ (۲۰۰۶) و وی (۲۰۰۸) همسو است. لی (۲۰۰۵) به بررسی مشکلات گردشگری و رضایتمندی دانش‌آموزان از فعالیت‌های اوقات فراغت آنها پرداخت. نتایج تحقیق او نشان داد که همبستگی منفی بین مشکلات گردشگری و رضایتمندی آنان وجود داشت که این یافته‌ی او با نتایج تحقیق حاضر هم‌سو است. وی (۲۰۰۸) به تحقیق در مورد انگیزه‌ها، رضایتمندی و مشکلات گردشگری گردشگران ورزشی‌های آبی پرداخت. نتایج تحقیق او نشان داد که بین مشکلات گردشگری و رضایتمندی گردشگران همبستگی منفی وجود داشت. لی (۲۰۰۵) و چن (۲۰۰۵) نیز در تحقیقات خود همبستگی منفی را بین مشکلات گردشگری و رضایتمندی شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های اوقات فراغت گزارش کرده‌اند که با یافته‌های این پژوهش هم‌سو هستند. با توجه به اهمیت نقش مشکلات گردشگری گردشگران، مدیران استادیوم‌ها باید از مشکلات گردشگری و سطح انتظارات مشتریان خود آگاهی کسب کنند و خدمات کارکردی و فنی خود را به گونه‌ای طراحی کنند که با کاهش مشکلات گردشگری گردشگران و بالاتر بردن کیفیت خدمات از سطح انتظارات مشتریان بتوانند رضایتمندی آنان را فراهم کنند.

یافته‌های دیگر تحقیق نیز حاکی از آنست که در بین ابعاد رضایتمندی گردشگران، بعد تجربه روحی-روانی با میانگین ۲/۸۷ در رتبه نخست قرار داشت. این یافته نشان می‌دهد که بیشتر گردشگران ورزشی استادیوم یادگار امام به دنبال محیطی هستند که اوقات فراغت خود را همراه با احساس شادمانی، افزایش اعتماد به نفس، لذت بردن از تماشای فوتبال و ... سپری کنند. کیفیت کلی خدمات دومین رتبه را در بین ابعاد رضایتمندی گردشگران برای مراجعه به استادیوم یادگار امام تبریز داشت. این نکته اهمیت این موضوع را نشان می‌دهد که بیشتر گردشگرانی که به استادیوم آمده بودند از برخورد کارکنان، هزینه‌ها، تعامل با اطرافیان و ... راضی بودند. بعد محیط سومین رتبه را در بین ابعاد رضایتمندی گردشگرانی که به استادیوم آمده بودند را داشت. شاید یکی از عواملی که باعث شده تا گردشگران از بعد محیط کمتر راضی باشند بحث راه‌های ارتباطی به استادیوم و به اصطلاح حمل و نقل آن باشد که در پرسشنامه مربوطه هم همین گزینه راه‌های ارتباطی به استادیوم رتبه آخر را در بین سوالات موجود کسب کرده بود. این نکته بیانگر این مطلب است که مسئولین استانی و مربوطه باید توجه

ویژه‌ای به این امر یعنی بهبود راه‌های ارتباطی به استادیوم را داشته باشند تا ضمن کسب رضایت گردشگران ورزشی، تعداد گردشگران را نیز به استادیوم افزایش دهند.

گردشگران از کسب مهارت‌های جدید، افزایش اعتماد به نفس و احساس کمال و موفقیت در استادیوم احساس رضایت داشتند. این امر اهمیت گردشگری فعال ورزشی را بیش از پیش نمایان می‌سازد. افراد با پرداختن به فعالیت‌های ورزشی در تعطیلات و زمان استراحت خود احساس خوبی به دست می‌آورند و آماده کار و تلاش دوباره می‌شوند.

نتایج دیگر پژوهش حاضر نشان داد که مشکلات مربوط به مدیریت با میانگین ۲/۵۷ مهمترین مشکل گردشگران ورزشی از دیدگاه کارشناسان و مسئولان بود. مشکلات مربوط به مدیریت، مشکلاتی هستند است که به سبب نبود تخصص و دانش مناسب در انجام فعالیت برای گردشگران ایجاد می‌شود. از دید محقق، شاید فراهم نبودن شرایط برای حضور افراد متخصص و شایسته در سطوح مختلف مدیریت ورزشی استان دلیل این امر باشد. این نتیجه لزوم توجه مدیران به فراهم آوری شرایط لازم برای حضور تمام افراد متخصص در زمینه مدیریت در ادارات مربوط به گردشگری ورزشی استان را نشان می‌دهد. این یافته‌ی تحقیق با نتایج تحقیق وی (۲۰۰۸) هم‌سو است، ولی با نتایج تحقیق گیلبرت (۲۰۰۰) و تیسنگ (۲۰۰۶) همخوانی ندارد. وی (۲۰۰۸) در تحقیق خود مشکلات بین فردی را مهمترین مشکلات گردشگران ورزش‌های آبی معرفی می‌کند که با نتایج تحقیق حاضر هم‌سو است. تیسنگ (۲۰۰۶) مشکلات درون فردی را مهمترین مشکل شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های ورزشی معرفی می‌کند. شاید دلیل عدم همخوانی نتایج تحقیق او با یافته‌های این تحقیق در نوع فعالیت مورد بررسی باشد. گیلبرت (۲۰۰۰) نیز عنوان می‌کند که برای اسکی‌بازان مشکلات ساختاری، مهمترین مشکل حضور در پیست‌های اسکی است، اما برای افرادی که تجربه‌ی زیادی در ورزش اسکی ندارند، مشکلات درون فردی از اهمیت بیشتری برخوردار است.

بعد از مشکلات مربوط به مدیریت، مشکلات فرهنگی در گردشگری ورزشی با میانگین رتبه ۲/۱۰ و مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها با میانگین رتبه ۱/۳۳ قرار داشت. مشکلات فرهنگی در گردشگری ورزشی همان مشکلات مربوط به سیستم اطلاع‌رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف با گردشگران، کمبود اطلاعات در مورد نیازها و خواسته‌های گردشگران و آشنایی کم و ناکافی گردشگران ورزشی در مورد جاذبه‌های طبیعی و ورزشی استان بود. مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها هم ناشی از عواملی همچون کمبود تأسیسات اقامتی و هتل‌های استاندارد در سطح بین‌المللی برای اقامت گردشگران، عدم وجود امکانات و تأسیسات تفریحی ورزشی استاندارد و ضعف تکنولوژی و دانش نظری و علمی در بخش گردشگری ورزشی استان را شامل می‌شد. هر چند در این تحقیق، این دسته از مشکلات در رده‌ی آخر قرار گرفته‌اند، اما نباید از اهمیت کاهش آنها برای جذب و حفظ گردشگران غافل شد. فراهم آوری امکانات مناسب ورزشی و تفریحی در استادیوم‌ها و ایجاد استادیوم‌های ایمن با مشکلات کمتر می‌تواند در حضور مجدد گردشگران مؤثر باشد. نتایج تحقیقات مختلف مانند تحقیق گیلبرت (۲۰۰۰) و پنینگتون (۲۰۰۲) اهمیت کاهش این مشکلات برای جذب گردشگران را نشان می‌دهد (۲۶).

در مجموع می‌توان گفت که کاهش مشکلات گردشگران، هم به صورت مستقیم و هم به واسطه‌ی ارتباطی که با سطح رضایتمندی گردشگران دارد، باید مورد توجه مدیران استادیوم‌ها و مسئولان مربوطه برای حفظ و جذب گردشگران ورزشی قرار گیرد. به همین منظور قرار دادن امکانات رفاهی مناسب در استادیوم‌ها، فراهم آوری

استراحتگاه های مناسب برای گردشگران غیر بومی، برقراری تعامل و ارتباط خوب کارکنان با گردشگران و... می تواند در افزایش رضایتمندی گردشگرانی که به استادیوم یادگار امام می آیند مؤثر باشد. همچنین ایجاد راه های ارتباطی مناسب به استادیوم، برقراری سیستم اطلاع رسانی خوب و روابط عمومی مناسب با گردشگران، کاهش هزینه های اقامتی در استادیوم و... نیز باعث کاهش مشکلات این گردشگران ورزشی (تماشاگران فوتبال) خواهد شد. در آخر پیشنهاد می شود به منظور افزایش رضایتمندی گردشگران ورزشی، مسئولان استانی و مربوطه توجه بیشتری باید به مشکلات گردشگران ورزشی ذکر شده در این تحقیق (مشکلات مربوط به مدیریت، مشکلات فرهنگی در گردشگری ورزشی و مشکلات مربوط به زیرساخت ها) را داشته باشند و تمام سعی و تلاش خود را انجام دهند تا آنها را برطرف نمایند.

#### References:

1. Prayag, G., Ryan, C. (2011). The relationship between the 'push' and 'pull' factors of a tourist destination: the role of nationality- an analytical qualitative research approach. *Current issues in tourism*, 14(2): 121-143.
2. Isfahani, N. (2012). *Sports tourism. The second edition*, Tehran, Hatmi publications, p 62-68. [Persian]
3. Ranjbaran, B., Zahedi, M. (2003). *Tourism Marketing. First edition*, publications Chahar Bagh, p: 86-124. [Persian]
4. Chalip, L., Costa, C. (2003). Building sport event tourism into the destination brand: foundation for a general theory. In H. Gibson (Ed). *Sport tourism: Paradigms and theories*. London: Routledge, P: 21-37.
5. Gibson, H., Attle, S., Yiannokis, A. (1998). Segmenting the sport tourist market: a life span perspective. *Journal of vacation marketing*, 4: 52-64.
6. Esfahani, N. (2008). Analysis of the Factors affecting the development of sports tourism industry and providing strategic planning model. Phd Thesis, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Tehran University, p 18. [Persian]
7. Emery, P. (2010). past, present, future major sport event management practice: the practitioner perspective. *Sport management review*, 13: 158-170.
8. Higam, J., & Hinch, T. (2006). Sport and Tourism Reserch: A Geographic Approach. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1): 31-49.
9. Vanderzee, E. (2011). Image improvement as a tangible legacy of Hallmark events; the case of the 2010 World Cup in South Africa. *Research Master Human Geography and planning Faculty of Geosciences*, p 140.
10. Kamilla, S., Urmilla, B. (2007). The eluding link: Toward developing a national sport tourism strategy in South Africa beyond 2010. *Politikon*, 34 (3): 373-391.
11. Solberg, H., & Preuss, H. (2007). Major sport events and long-term tourism impacts. *Journal of sport Management*, 21: 213-234.
12. Zeytoonli, A. (2007). Identify the capabilities of sports tourism in Golestan province. Master Thesis, Faculty of Physical Education, Pnu Tehran, p 24. [Persian]
13. Mousavi Gilani, SR. (2011). Sport Tourism market segmentation of foreign tourists and provide a model for target markets. Phd Thesis, Faculty of physical education, Tehran University, PP: 3-5. [Persian]
14. Devesa, M. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Journal of Tourism Management*, 31: 547-552.
15. Liu Yi, Ch. (2008). An analysis service quality, customer satisfaction and customer loyalty of commercial swim club in Taiwan. Phd dissertation, Faculty of the U.S sport academy, PP: 12.

16. Yu Kyóum, K., Galen, T. (2010). Constraints and Motivators: A New Model to Explain Sport Consumer Behavior. *Journal of Sport Management*, 24: 190-210.
17. Bansbordy, A., Moeinfard, M.R, Mahmoudi, A. (1393). Satisfaction with their relationship problems tourists. *Sports Management Studies*, 23: 147-162.
18. Faulant, R., Kurt, M., Johann, F. (2008). The impact of satisfaction and image on loyalty: The case of Alpine ski resorts. *Journal of managing service quality*, 18(2): 163- 178.
19. Lee, Z. (2005). The fifth and sixth grades students leisure participation, leisure constraint and leisure satisfaction in elementary schools in Taichung County. Master's thesis, Taichung College of Education, Taichung City, PP: 1-5.
20. Chen, M. (2005). A study of teachers' leisure constraint and leisure satisfaction in elementary schools - An example in Changhua County. Master's thesis, DaYeh University, Changhua County, PP:7-8.
21. Tseng, C. (2006). Research on consumers motivation, satisfaction and constraints in dance in Taipei City. Master's thesis, Taipei Municipal University of Education, Taipei City, PP: 5.
22. Wei-Ku, Y.(2008). The investigation of tourists' motivation, satisfaction and constraint factors on snorkeling holiday of marine leisure and tourism at Renting in Taiwan. Ph. D Thesis, U. S Sports Academy, Daphne, Alabama, PP: 4.
23. Deery, M., Jago, L. (2005). The management of sport tourism. *Sport in society*; 8(2): 378-389.
24. Shonk, D., Chelladurai, P. (2008). Service quality, satisfaction and intent to return in event sport tourism. *Journal of sport management*, 22(5): 587-602.
25. Mohammadi, Sh. (2009). Factors affecting the development of sport tourism with an emphasis on natural attractions, sport (the case of .A.gh). Thesis Master, Faculty of Humanities, University of Tehran, p 45. [Persian]
26. Pennington-Gray, L., Kerstetter, D. (2002). Testing a Constraints Model within the Context of Nature-Based Tourism. *Journal of Travel Research*, 40: 416-423.