

طراحی مدل تمایل بازگشت رفتاری گردشگران ورزش‌های بومی و سنتی بر اساس قابلیت‌های اکوتوریسمی

حمیدرضا قزلسفلو^{۱*}، محمدحسین رضوی^۲، معصومه کلاته سیفری^۳، نوشین اصفهانی^۴

تاریخ پذیرش: ۹۵/۰۶/۱۴

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۰/۳۰

چکیده

هدف: شناخت توانمندی‌ها و جذابیت‌های طبیعی و فرهنگی برجسته در مقاصد گردشگری ورزشی مهم‌ترین عامل در توسعه گردشگری ورزشی می‌باشد. هدف از پژوهش حاضر طراحی مدل توسعه گردشگری ورزش‌های بومی و سنتی بر اساس قابلیت‌های اکوتوریسمی می‌باشد

روش‌شناسی: نمونه آماری تحقیق شامل گردشگران ورزشی (ورزشکاران و حامیان مالی) ($n=105$)، کارشناسان ورزشی هیئت‌های ورزشی ($n=45$) و کارشناسان میراث فرهنگی ($n=13$) استان گلستان می‌باشد. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه تمایل رفتاری یوشیدا و جیمز (۲۰۱۰) و پرسشنامه محقق ساخته اکوتوریسم ورزشی استفاده گردید.

یافته‌ها: نتایج تحلیل مسیر مدل نشان داد که جاذبه‌های طبیعی مربوط به فعالیت‌های ورزشی آبی و ساحلی با بار عاملی ($\beta=0/81$) و جاذبه‌های طبیعی مرتبط به فعالیت‌های ورزشی طبیعی و جنگلی با بار عاملی ($\beta=0/72$) بیشترین تأثیر را بر قصد رفتاری تجربه مجدد گردشگران دارند. همچنین گویه فوتبال و والیبال ساحلی ($\beta=0/87$)، گویه سوارکاری ($\beta=0/83$)، گویه اسکی و برف‌نوردی ($\beta=0/73$)، گویه رالی موتور ($\beta=0/73$) و گویه مسابقات سوارکاری ($\beta=0/91$) مهم‌ترین گویه‌های تأثیرگذار بر ابعاد پرسشنامه اکوتوریسم ورزشی بودند

نتیجه‌گیری: با توجه به شرایط جغرافیایی ویژه استان‌های شمالی و بهره‌وری از جذابیت‌های ساحل و جنگل و تلفیق مناسب آن با ورزش‌های بومی و سنتی، می‌توان زمینه توسعه گردشگری ورزشی را در این مناطق به وجود آورد.

واژه‌های کلیدی: اکوتوریسم، ورزش بومی و سنتی، تمایل رفتاری، جاذبه‌های ساحلی

۱. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه گنبد کاووس

۲. دانشیار دانشگاه مازندران

۳. استادیار دانشگاه مازندران

۴. استادیار دانشگاه الزهرا

* نشانی الکترونیک نویسنده مسئول: h_ghezel@yahoo.com

مقدمه

که گردشگری نه تنها به عنوان مهمترین منبع درآمدزایی این جوامع، پیکره اصلی اقتصادی این کشورها را تشکیل می‌دهد، بلکه مولد اقتصاد در سایر بخش‌ها بوده و ایجادکننده فرصت‌های شغلی بسیار می‌باشد. (شجاعی، ۱۳۹۱). گردشگری ورزشی بخش توسعه یافته گردشگری است که سهم ۳۲ درصدی در جایگاه صنعت گردشگری را به خود اختصاص داده است (علی-آبادی و حسامی، ۱۳۹۳) که در آن دامنه گسترده فعالیت‌ها و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورزشی و توانایی بالقوه این صنعت برای جایگزینی در سایر بخش‌های صنایع پیر و غیراقتصادی کشور با هدف غنی‌سازی چرخه اقتصادی کشورها و خروج از صنعتی تک محصولی، سبب توجه بیش از پیش به این پدیده شده است (چون‌یانگ و همکاران^۱، ۲۰۱۶). ساختار این صنعت شامل مجموعه‌ای از امکانات، تسهیلات و قوانین، عناصر خدماتی (اقامتی، پذیرایی، آژانس‌های مسافرتی، فروش و ...)، حمل و نقل، شرکت‌ها، سازمان‌های گردشگری است که به همراه جاذبه‌های طبیعی و توجه به ارزش‌های زیست محیطی به عنوان عامل عرضه، سیستم گردشگری یک مکان را تشکیل داده و نیازهای گردشگران در یک مکان را برآورده می‌سازد (محبوب‌فر و همکاران، ۱۳۹۰). از سوی دیگر با توجه به سهم بسیار پایین ولی تاثیرگذار ورزش در تولید ناخالص ملی، به رغم دارا بودن پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های ورزشی فراوان و همچنین تنوع آب و هوایی و اقلیمی، که چیزی در حدود یک الی دو درصد محصول ناخالص

گرایش و اشتیاق گردشگران برای بازدید و یادگیری فرهنگ سنتی و ارزش‌های تاریخی که ریشه در سبک‌های زندگی جوامع داشته و در زندگی مدرن امروزه به شکل فستیوال‌های ورزشی نوین برگزار می‌گردد، به نسخه جدید از فرصت‌های گردشگری ورزشی در قرن حاضر تبدیل شده است (جابر و همکاران^۱، ۲۰۱۵). در حقیقت جاذبه‌های ورزشی، جاذبه‌های طبیعی و جاذبه‌های فرهنگی سه عنصر مهم و بنیادی توسعه پایدار گردشگری می‌باشند، که از بین آنها تحلیل و ارزیابی توانمندی‌ها و جاذبه‌های طبیعی ورزشی هر منطقه، اولین گام اساسی در توسعه و تبدیل مقاصد گردشگری به برند برتر گردشگری می‌باشد (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۲). این موضوع سبب شده است تا در دهه اخیر، گردشگری ورزشی به عنوان درآمدزاترین حوزه صنعت گردشگری در بخش خدمات، تاثیر چشمگیری بر ساختار فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع داشته است و هرچه در این فستیوال‌های فرهنگی - ورزشی بیشتر بر قابلیت‌های طبیعت و ریشه‌های تاریخی تاکید گردد، می‌توان به نحو موفقیت‌آمیزی ترکیبی مناسبی از استراتژی اکوتوریسم ورزشی را با هدف توسعه گردشگری ورزشی ایجاد نمود (گنز و استفان^۲، ۲۰۱۶). از سوی دیگر بررسی تحقیقات روند رو به رشد در کشورهایی که صنعت گردشگری و بویژه گردشگری ورزشی جزء ده صنعت اول و تاثیرگذار در حوزه اقتصاد این کشورها محسوب می‌شود، بیانگر آن است

- 1 . Gabor et al.
- 2 . Getz & Stephan

بی‌شمار، ساختار جامعی را برای غنی‌سازی اوقات فراغت و تفریح همراه با نشاط روحی و جسمی را فراهم نموده است (اندام و همکاران ۱۳۹۳). در این صنعت پر رونق، منابع و ساختارهای بنیادی توریسم و ورزش از قبیل جذابیت‌های محیط طبیعی^۱، خدمات و میزبانی^۲، حمل و نقل^{۱۱} و تسهیلات سبب شده تا منابع اقتصادی گردشگری به صورت ویژه‌ای نمایان می‌شود که در آن علاوه بر درآمد ناشی از شرکت ورزشکاران و تیم‌های ورزشی در رویدادهای ورزشی، هزینه‌های ناشی از حضور طرفداران و حامیان ورزشکاران و تیم‌ها لزوم اهمیت این صنعت را بیش از پیش مورد توجه قرار دهد (چون‌یانگ و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۶). بنابراین هر زمان که بتوان پیوندی منطقی بین فعالیت‌های ورزشی ناشی از آداب و رسوم جوامع با جذابیت‌های طبیعی بوجود آورد، می‌توان از مزایای حضور گردشگران جهت توسعه و بهبود سطح زندگی افراد بهره‌بردار (جووان و رافائل^{۱۳}، ۲۰۱۶). لذا تحلیل و ارزیابی توانمندی‌ها و منابع طبیعی مرتبط با گردشگری، اولین گام اساسی در توسعه و مدیریت مقاصد گردشگری ورزشی می‌باشد که با توجه به مزایای بی‌شمار اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، یکی از دغدغه‌های اصلی سازمان‌دهندگان رویدادهای ورزشی، بالا بردن میزان استقبال بازدیدکنندگان و تماشاگران از رویدادهای ورزشی از طریق برنامه‌ریزی و شناسایی عواملی است که بر حضور گردشگران تاثیرگذار است. یافته‌های موجود بیانگر آن است

ملی کشورهای صنعتی را تشکیل می‌دهد، سهم گردشگری از سود ناخالص ملی ایران از بین ۷۴ کشور دنیا، رتبه ۸۶ و در منطقه کشورهای حاشیه خلیج فارس بعد از بحرین و قطر جایگاه سوم را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که به لحاظ سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری در دنیا در جایگاه ۱۷۲ و در میان کشورهای خاورمیانه در رتبه آخر قرار گرفته است (محمدی و همکاران، ۱۳۹۳). بررسی آمار اقتصادی ارائه شده توسط سازمان‌های گردشگری کشورهای مختلف و آژانس‌های مسافرتی نیز حاکی از آن است که در دهه اخیر گردشگری رویدادهای ورزشی در بین سایر حوزه‌های گردشگری از قبیل گردشگری سلامت^۱، گردشگری مذهبی^۲، گردشگری تاریخی^۳، گردشگری کشاورزی^۴، گردشگری موسیقی^۵ و گردشگری فرهنگی^۶ بیش از پیش رشد یافته و با توجه به توانایی این پدیده در محو کردن تمام محدودیت‌های سنی، جنسی، طبقاتی و نژادی، مورد استقبال ویژه و بی‌نظیر گروه‌های مختلف گردشگران قرار گرفته است، که همین امر سبب شده این صنعت به بزرگترین و مهمترین صنعت رشد یافته در اقتصاد جهانی تبدیل گردد (آنجلو و لورن^۷، ۲۰۱۳؛ هیگام و هینچ^۸، ۲۰۰۲). در حقیقت پیوند میان ورزش و گردشگری، نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد کرده است که ضمن ایجاد منابع اقتصادی

- 9 . Natural environments
10. Services and hospitalist
- 11 . Transportation
- 12 . Ghunyang, Hailin & Maxwell
- 13 . Juan & Rafael

- 1 . Health tourism
- 2 . Religious tourism
- 3 . Historical tourism
- 4 . Agritourist
- 5 . Music tourism
- 6 Cultural tourism
- 7 . Angelo & lorn
- 8 . Higham & Hinch

محسوب می‌شود (۱۳۹۲: ۵). نتایج تحقیقات انجام شده در کشورهای پیشرو در پدیده گردشگری موید آن است که برخورداری از منابع طبیعی بالقوه و فراوان، توجه به ارزش‌های فرهنگی، برخورداری از مدیریت گردشگری کارا، وجود روح مهمان‌نوازی در مقاصد گردشگری (ایونا^۴، ۲۰۱۵)، برخورداری از صنعت گردشگری نظام‌مند (وجود آژانس‌های مسافرتی فعال در طول سال، اقامتگاه‌های با کیفیت و فراوان، تبلیغات مناسب و راهنماهای محلی) و پویا، کیفیت حمل و نقل و ارتباطات، توسعه اقتصادی و ثبات ژئوپلیتیکی و سهولت در سفر خارجی مهمترین عوامل موثر بر توسعه گردشگری بین‌المللی می‌باشد (ویسی و مهماندوست، ۱۳۹۴). اما علیرغم کسب سود اقتصادی و منابع مالی هنگفت ناشی از گردشگری در رویدادهای ورزشی بزرگ^۵، تامین منابع بودجه‌ای و همچنین تاثیرات مخرب اجتماعی و زیست‌محیطی ناشی از حضور گردشگران با ملیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف به مکان برگزاری رویدادهای ورزشی به چالش اصلی سازمان‌ها و مسولین برگزاری مسابقات تبدیل شده است (هکتور و همکاران^۶، ۲۰۱۵؛ ایونا^۷، ۲۰۱۵). لذا در چند سال اخیر حوزه جدیدی از توریسم ورزشی تحت عنوان توریسم سنتی^۸ با هدف برگزاری رویدادهای ورزشی در مقیاس کوچک^۹ با استفاده از قابلیت‌های موجود در جاذبه‌های طبیعی^{۱۰} و جذابیت‌های فرهنگی و تاریخی که

که وجود جاذبه‌های طبیعی و طبیعت‌گردی^۱ سهم عمده‌ای از توسعه صنعت گردشگری را به خود اختصاص داده است (علی‌آبادی و حسامی، ۱۳۹۳). متخصصان ورزشی معتقدند چنانچه جریان برگزاری رویدادهای ورزشی بتواند تجربه موفقیت‌آمیزی را برای گردشگران ایجاد نماید، می‌توان پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی طولانی مدتی را در سطح بین‌المللی، ملی و حتی منطقه‌ای ایجاد نمود (خور و لیم‌کینگ^۲، ۲۰۱۳). حسنی‌مهر و کوهی، ضمن تاکید بر برخورداری از جذابیت‌های طبیعت به عنوان پایه اصلی توسعه گردشگری، اکوتوریسم را مسافرتی مبتنی بر اصول پایداری به نواحی طبیعی به منظور ارضاء نیازهای روحی و روانی گردشگران می‌داند، به گونه‌ای که با شناخت و کسب آگاهی و احترام به نظام ارزش‌های مردم محلی توأم باشد و به محافظت از نواحی طبیعی و ارتقاء رفاه جامعه کمک کند. جاذبه‌های طبیعی زیباترین بخش دیدنی گردشگری را تشکیل می‌دهند که چشم‌اندازها و منظر طبیعی از کانون‌ها و جاذبه‌های توریسم پذیر در صنعت ژئوتوریسم^۳، به عنوان گرایش جدید در اکوتوریسم مطرح می‌باشد (۱۳۹۲: ۶). هنرور و همکاران، معتقد است که توسعه گردشگری ورزشی بر مبنای جاذبه‌های طبیعی، وجود طبیعت بکر و چشم‌اندازهای دیدنی، هسته مرکزی اکوتوریسم ورزشی را تشکیل می‌دهد که در آن تلفیق جذابیت‌های ساحلی و رویدادهای ورزشی، دو جاذبه اصلی گردشگری ورزشی

- 4 . Ionela
- 5 . Mega events
- 6 . Hector etal
- 7 . Ionela
- 8 . Traditional tourism
- 9 . Small-scale sport tourism
- 10 . Eco-tourism

- 1 . Eco-tourism
- 2 . Khor & lim Khong
- 3 . ژئوتوریسم نوعی توریسم فرهنگی- زیست محیطی است که با ایجاد رابطه ای پویا بین فرهنگ و محیط زیست در گردشگری مطرح می باشد.

این کشورها به شمار می‌رود که سبب جذب گردشگران زیادی در فصول مختلف سال می‌شود. به عنوان مثال مسابقات سالیانه اسب‌دوانی کنتاکی و بیدر کاپ^۴ آمریکا، دو رویداد مهم ورزش های سنتی این کشور محسوب می‌شوند (زیتونلی و همکاران ۱۳۹۲). بنابراین استفاده از جشنواره‌های محلی در کنار توجه به پدیده اکوتوریسم به عنوان چهره جدیدی از گردشگری ورزشی، به صورت ابزاری برای توسعه گردشگری به یک حرکت جهانی تبدیل شده است که علاوه بر افزایش تقاضا برای گردشگری محلی، سبب استقرار جشنواره‌ها در برنامه‌های اصلی گردشگری محلی می‌شود. در این راستا، نمایندگان کمیته بین‌المللی المپیک^۵ (IOC) و اتحادیه گردشگری جهانی^۶ (UNWOT) نیز در نشست مشترک در فوریه سال ۲۰۱۰، با بازنگری قابلیت‌های رویدادهای ورزشی در توسعه و جذب گردشگران با هدف بهره‌مندی از مزایای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی تاکید داشته‌اند. به اعتقاد آنها به منظور توسعه بخش گردشگری رویدادای ورزشی، تمرکز در برگزاری رویدادهای ورزشی فصلی منظم و یا میزبانی رویدادهای ورزشی در مقیاس کوچک استراتژی مثبت در توسعه بخش گردشگری ورزشی و همچنین تبدیل این فستیوال‌ها به جشنواره‌های ورزشی متداوم در جذب گردشگر می‌باشد (هتر و همکاران^۷، ۲۰۱۲). بر اساس برآوردهای جامعه طبیعت-گردی (TES)، گردشگران طبیعت محور در دو

ریشه در ورزش‌های سنتی و بومی جوامع دارد، مورد توجه مدیران و متخصصان صنعت گردشگری قرار گرفته است (جووان و رافائل^۱، ۲۰۱۶؛ چون‌یانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۶). این گروه از فعالیت‌های ورزشی به دلیل ارتباط تنگاتنگی که با فرهنگ و آداب و رسوم هر منطقه دارد، به شکل بازی‌ها و ورزش‌های خاص هر منطقه در داخل کشور رواج و عمومیت بیشتری یافته و به لحاظ تنوع و تناسب با امکانات ساده و موجود در جوامع روستایی، به بهترین شکل ممکن قشر عظیمی از گردشگران را در سنین مختلف تحت پوشش قرار دهد (غفوری، ۱۳۹۳). سازمان گردشگری جهانی نیز با اشاره به روند رو به رشد گردشگران بومی با تاکید بر استفاده از جذابیت‌های طبیعی و شرایط اقلیمی و تاثیرات ورود گردشگران بر ابعاد اقتصادی روستاها در سال اخیر (۲۰۱۵)، گزارش کرد که سهم قاره آسیا در بخش خاورمیانه در صنعت گردشگری روستا حدود ۱۰/۸ درصد می‌باشد. این در حالی است که قاره اروپا پیشرفتی ۵۲ درصدی در این حوزه داشته است (ایونا^۳، ۲۰۱۵) نتایج تحقیقات انجام شده در کشورهای انگلیستان، ایالات متحده، استرالیا و کشورهای عربی حاکمی از ظرفیت بالای ورزش‌های سنتی در جذب گردشگر می‌باشد. برگزاری رویدادهای ورزشی از قبیل اسب-سواری در این کشورها و کشتی محلی در کشورهای از قبیل تاجیکستان، ترکمنستان، آذربایجان و روسیه به عنوان مقاصد برتر گردشگران ورزشی، سبب طراحی برنامه‌های استراتژیک سازمان‌های گردشگران ورزشی در

4 . Bider cup

5 . International Olympic Committee

6 . United Nations World Tourism

Organization

7 . Heather, Gibson & Sung

1 . Juan & Rafael

2 . Ghunyang etal

3 . Ionela

لطمات جبران ناپذیری را به پیکره این بخش از گردشگری ورزشی وارد نموده و سبب شده تا متخصصان اقتصادی علیرغم وجود پتانسیل‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی فراوان در این حوزه، توجه چندانی به این پدیده جدید در حوزه گردشگری ورزشی نداشته باشند. به عنوان مثال در کشور آمریکا برگزاری این بخش از رویدادهای ورزشی به هیات‌های ورزشی محلی^۱ واگذار شده است. لذا این هیئت‌های ورزشی نقش محوری در توسعه گردشگری ورزش‌های بومی و محلی و یا تدارک شرایط حضور گردشگران بیشتر را فراهم می‌نماید. دامنه فعالیت این هیئت‌ها ممکن است در حوزه محلی، شهری و یا منطقه‌ای^۲ باشد که به صورت زیر مجموعه‌ای از سازمان‌های گردشگری و یا بصورت کمیته‌های غیرانتفاعی فعالیت نمایند. لذا در سال ۱۹۹۲، اتحادیه ملی هیئت‌های ورزشی^۳ (NASC) با عضویت ۱۳ نفر تشکیل گردید. اخیراً نیز تعداد ۵۰۰ نفر از این اعضاء در سازمان‌های کشورهای کانادا، پورتوریکو و ایالات متحده مشغول به سازماندهی برنامه‌های هیئت‌های ورزشی فعال در حوزه گردشگری ورزشی می‌باشند^۴ (هتر و همکاران^۵، ۲۰۱۲). لذا با توجه به قابلیت‌های خاص فرهنگی و اقلیمی کشور و بویژه استان‌های شمالی در حوزه اکوتوریسم که به دلیل برخورداری از ویژگی جذاب همجواری

گروه قرار می‌گیرند. گروه اول اکوتوریسم با هدف دیدار از مناطق بکر و گردشگری ورزشی، اغلب در دوره سنی کمتر از ۴۰ سال اقدام به مسافرت می‌نمایند. اما گروهی که با هدف لذت بردن از طبیعت و دیدار از حیات وحش، به طبیعت گردی می‌پردازند، در محدوده سنی ۳۵ تا ۵۴ سال قرار دارند (علی‌آبادی و حسامی، ۱۳۹۳). کشور ایران نیز یکی از کشورهای پیشرو در برخورداری از جذابیت‌های گردشگری است که در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از گردشگران قرار گرفته است که به لحاظ تنوع زیستی و جاذبه‌های طبیعی در رتبه پنجم دنیا قرار دارد که با داشتن جاذبه‌های مربوط به ساحل، کوهستان، دشت، بیابان، جنگل، تالاب و آبشارهای فراوان مورد توجه گردشگران بسیاری قرار گرفته است (زیتونی و همکاران، ۱۳۹۲؛ کارکن و همکاران ۱۳۹۲). در حقیقت بازی‌های بومی و محلی به عنوان بخش مهمی از اوقات فراغت و ورزش، مدتی است که مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته است. کشورهایی مانند چین، ژاپن و کره توانسته‌اند با احیاء و توسعه این فستیوال‌های ورزشی، وارد حیطه جدیدی از گردشگری ورزشی در حیطه بین-المللی شوند (غفوری، ۱۳۹۳). پرواضح‌ترین دلیل برای محبوبیت جشنواره‌های محلی به عنوان ابزار ارتقاء گردشگری، توانایی این فستیوال‌ها در افزایش تقاضا برای گردشگری محلی، استفاده از این جشنواره‌ها جهت تبدیل یک مکان ورزشی محلی به برند برتر مقصد گردشگری و در نهایت جایگزینی استراتژیک این جشنواره‌ها در برنامه اصلی گردشگری محلی جهت گسترش فصلی گردشگری می‌باشد (تاج‌زاده و هاشم‌زاده، ۱۳۹۳). اما عدم مسولیت‌پذیری سازمانی مشخص،

- 1 . Sports commissions
- 2 . State, county or city levels
- 3 . National Association of Sports Commissions

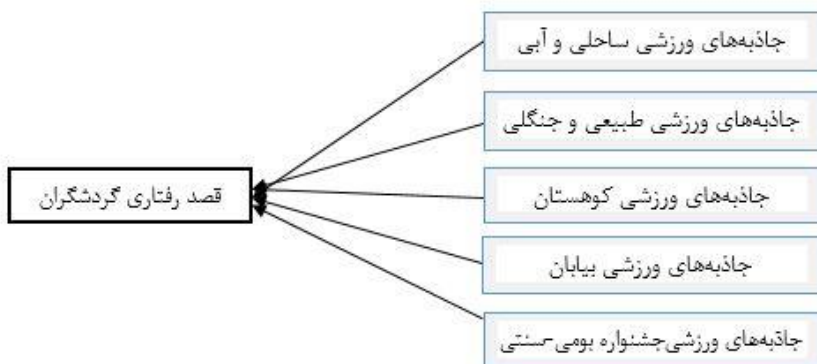
۴ . جهت کسب اطلاعات بیشتر در خصوص فعالیت این

انجمن به سایت (www.sportscommissions.org) مراجعه شود.

- 5 . Heather, Gibson & Sung

های ورزشی فعال در این حیطه از قبیل فدراسیون ورزش‌های زورخانه‌ای، فدراسیون ورزش همگانی و فدراسیون ورزش‌های روستایی و عشایری، این حوزه جدید از گردشگری ورزشی را توسعه و رونق داد. وجود انواع متفاوتی از ورزش‌های بومی و محلی از قبیل کشتی‌های سنتی آلیش و کورش، کبیدی، اسب دوانی در استان گلستان، کشتی لوچو در قسمت‌های مختلف خراسان، کشتی گیله مردی در استان گیلان، کشتی سنتی کولشمه در آذربایجان و بسیاری دیگر از فستیوال‌های ورزش‌های بومی و سنتی همگی ادعایی بر قابلیت توسعه این حوزه جدید از گردشگری ورزشی در ایران می‌باشد. در واقع تدوین یک برنامه جامع و منسجم که ضمن مشخص کردن جایگاه و وضعیت این صنعت، بتواند راه‌کارها و راهبردهای مناسبی را برای رسیدن به وضعیت مطلوب ترسیم نماید، ضروری به نظر می‌رسد.

دریا و جنگل از یک سو و برگزاری فستیوال‌های ورزش‌های بومی و سنتی از سوی دیگر، این مناطق ساحلی از دیرباز مورد توجه گردشگران بوده است. محدوده‌های ساحلی با تلفیق از دریا، ساحل، کوه و جنگل توانایی جذب گردشگران داخلی و خارجی زیادی را فراهم می‌کند. تمایز (رمضانی و فروغی، ۱۳۸۸). استان گلستان نیز به دلیل دارا بودن پدیده‌های طبیعی فراوان از قبیل دریا، جنگل، کوه، تالاب، آبشارهای طبیعی و مناطق حفاظت شده از پتانسیل بالایی در جذب گردشگر برخوردار بوده و به یکی از مهمترین قطب‌های گردشگری کشور تبدیل گشته است (کارکن و همکاران، ۱۳۹۲) و به نظر می‌رسد با توجه به رشد چشمگیر توریسم تاریخی و سنتی، بتوان از طریق تلفیق جاذبه‌های طبیعی به عنوان مولفه اصلی تاثیرگذار بر حضور گردشگران با فستیوال‌های ورزش‌های بومی و سنتی (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۲)، ضمن استقرار برنامه‌های استراتژیک بر مبنای نیازسنجی انگیزش حضور گردشگران داخلی و خارجی با همکاری سازمان‌های متولی و مسوول در بخش توسعه گردشگری ورزشی از قبیل سازمان میراث فرهنگی، سازمان گردشگری، وزارتخانه ورزش جوانان، فدراسیون-



شکل ۱. مدل مفهیمی پژوهش: ابعاد اکوتوریسم ورزشی و قصد رفتاری گردشگران

میراث فرهنگی ($n=13$) می‌باشد که به صورت هدفمند و در دسترس به عنوان نمونه آماری تحقیق نیز انتخاب شدند. فستیوال اسب اصیل ترکمن همه ساله با حضور کشورهای فعال در حوزه پرورش اسب به صورت یک فستیوال ورزش‌های بومی و سنتی در حوزه‌های متفاوت پرورش اسب و اصلاح نژاد با هدف معرفی اسب اصیل ترکمن و همچنین اجرای ورزش‌های سنتی از قبیل کشتی گورش و کشتی آلیش در روستای صوفیان استان گلستان برگزار می‌گردد به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه تمایل رفتاری یوشیدا و جیمز^۱ (۲۰۱۰: ۳۵۳) و پرسشنامه محقق ساخته گردشگری ورزشی طبیعت استفاده گردید. نیکلاس و همکاران^۲، در نتایج تحقیق خود روایی درونی پرسشنامه قصد رفتاری را به میزان ($\alpha=0/83$) گزارش کردند (۲۰۱۳: ۹۱). این پرسشنامه بر اساس مقیاس لیکرتی پنج ارزشی با دامنه (۱: بسیار کم تا ۵: بسیار زیاد) تنظیم گردید. روایی صوری و محتوایی گویه‌های پرسشنامه در جامعه‌ی

روش‌شناسی پژوهش

هدف اصلی از تحقیق حاضر تحلیل مسیر تاثیر جاذبه‌های طبیعی مرتبط با ورزش بر قصد بازگشت رفتاری گردشگران جهت حضور در رویدادهای آبی استان گلستان با تاکید بر جشنواره بازی‌های بومی و سنتی می‌باشد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی است که به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل گردشگران ورزشی (ورزشکاران و حامیان مالی) ($n=105$) شرکت کننده در مسابقات اسب دوانی گنبدکاووس، جشنواره اسب اصیل ترکمن، جشنواره مسابقات سنتی کشتی گورش، آلیش، مسابقات کبده مردان و زنان و همچنین گردشگران حاضر در سایت پروازی پاراگرایدر، کارشناسان و مسوولین ورزشی هیئت‌های ورزشی اسب‌دوانی، پاراگرایدر، دوچرخه‌سواری، شنا و قایقرانی، گلف و ورزش روستایی و عشایری که در جریان برگزاری رویدادهای ورزشی استان گلستان حضور فعال داشته و از اعضای شورای برنامه‌ریزی و سیاست- گذاری مسابقات بودند ($n=45$) و کارشناسان

1 .Yoshida & James
2 . Nicholas etal

مقدار شاخص KMO حاصل از تحلیل عاملی تأییدی و سطح معناداری آزمون بارتلت برای متغیرهای تحقیق در جدول شماره ۱ آورده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها پس از اطمینان از اعتبار پرسشنامه‌ها و همچنین توزیع طبیعی داده‌ها با استفاده از آزمون کالموگراف اسمیرنوف (K-S) ($P > 0.05$) از نرم افزار SPSS در بخش آمار توصیفی و استنباطی برای آزمون پیرسون و آزمون رگرسیون خطی و نرم افزار AMOS جهت ترسیم تحلیل مسیر استفاده گردید.

آماري پژوهش، پس از انجام مصاحبه با کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، مدیران ستادی سازمان‌ها مسوول برگزاری مسابقات و همچنین استفاده از نظرات اساتید دانشگاه که در حوزه جهانگردی و گردشگری تجربه مطالعه و تحقیق داشتند ($n=35$)، به روش آلفا کرونباخ ($\alpha=0.68 - 0.88$) گزارش گردید (جدول شماره ۱). پس از انجام هماهنگی‌های مربوطه، پرسشنامه‌ها توسط محقق در هتل محل اقامت گردشگران و یا هنگام برگزاری رویداد ورزشی توسط محقق و همکاران توزیع و جمع‌آوری گردید. به منظور تعیین روایی سازه گویه‌ها از تحلیل عاملی تأییدی^۱ استفاده شد و ابعاد اصلی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت.

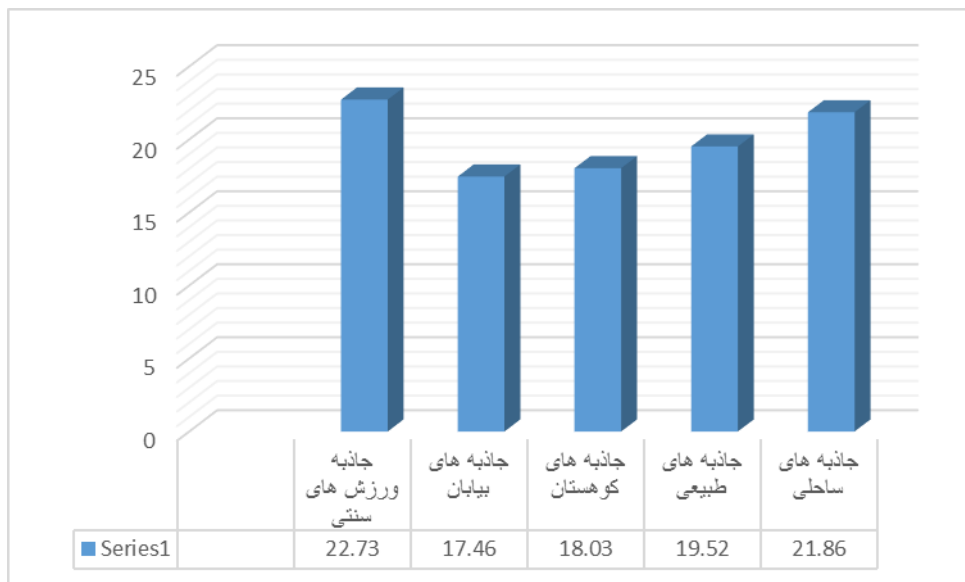
جدول ۱. اطلاعات مربوط به پرسشنامه اکتوریسم ورزشی

نتیجه	سطح معناداری آزمون بارتلت	شاخص آزمون KMO	پایایی	ابزار پرسشنامه	تعداد گویه‌ها	متغیر
تایید	*0/004	0/739	0/88	پرسشنامه	5	جاذبه‌های ورزشی - ساحلی
تایید	*0/016	0/841	0/82	اکتوریسم ورزشی	5	جاذبه‌های ورزشی - جنگلی
تایید	*0/018	0/856	0/76		5	جاذبه‌های ورزشی - کوهستان
تایید	*0/013	0/751	0/68		5	جاذبه‌های ورزشی بیابان
تایید	*0/002	0/837	0/83		5	جاذبه‌های ورزشی بومی-سنتی
* $P \leq 0.05$						سطح معناداری

یافته های پژوهش

نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی نشان داد که جاذبه‌های ورزشی ساحلی و آبی ($M=21 \pm 1/86$) و جاذبه‌های طبیعی و جنگلی ($M=19 \pm 1/52$) مهمترین جاذبه‌های ورزشی طبیعی و جنگلی از دیدگاه گردشگران بود. اما بر اساس گزارش گردشگران مولفه جاذبه‌های ورزشی بومی - سنتی ($\pm 0/73$) $M=22$) جذاب‌ترین رویداد ورزشی استان گلستان می‌باشد. بررسی گویه‌های مربوط به

مولفه‌ها نیز بیانگر آن بود که در مولفه جاذبه‌های ورزشی ساحلی و آبی، گویه والیبال و فوتبال ساحلی ($M=23 \pm 1/09$)، در مولفه جاذبه‌های ورزشی طبیعی و جنگلی گویه پیاده‌روی و تپه نوردی ($M=21 \pm 1/24$) و در مولفه جاذبه‌های ورزشی بومی - سنتی، گویه سوارکاری ($M=23 \pm 0/63$) از میانگین نمرات بالاتری برخوردار بودند(نمودار ۱).



نمودار ۱. اولویت‌بندی مولفه‌های گردشگری با تاکید بر جاذبه‌های طبیعی - ورزشی

صورت گرفت. البته به منظور اطمینان از توزیع طبیعی داده‌ها، آزمون KMO استفاده گردید که نتایج آزمون بیانگر توزیع نرمال داده‌ها بصورت تک متغیره و چند متغیره بود. لذا نتایج آزمون با توجه به داده‌های شاخص‌های تحلیل مسیر(درجه آزادی کمتر از ۵ و شاخص خی دو) و مقادیر CMIN (که معادل مقدار خی دو در

به منظور تعیین بار عاملی هر یک از ابعاد پنج‌گانه پرسشنامه اکوتوریسم ورزشی بر قصد رفتاری گردشگران که در این پژوهش بر اساس نمودار پیش‌بین شماره ۱، تحلیل مسیر ساختاری^۱ داده‌ها با استفاده از نرم افزار آموس^۲

1 . Structural equation model
2 . AMOS

وابسته (قصد رفتاری) را دارا بوده و می توان بر اساس مسیرهای پیش بینی شده در این تحقیق، قصد رفتاری گردشگران را جهت تجربه مجدد فستیوال های ورزش های بومی و سنتی را فراهم نمود (جدول شماره ۲).

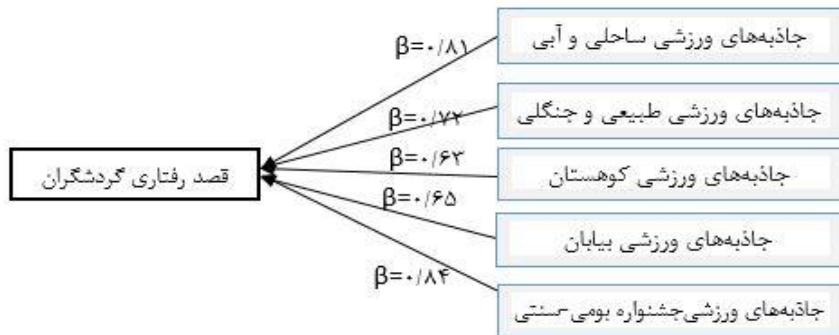
SPSS می باشد)، CFI، NFI و RMSEA بیانگر آن است که مدل طراحی شده از سطح مطلوبی از برازش برخوردار بوده و توانایی مطلوب جهت پیش بینی تاثیر متغیر مستقل (ابعاد اکوتوریسم ورزشی) بر متغیر

جدول ۲. شاخص های نکویی برازش مدل قصد رفتاری گردشگران بر اساس مولفه های اکوتوریسم ورزشی

CFI	NFI	CMIN/DF	P-Value	RMSEA
۰/۸۹	۰/۹۳	۳/۸۲۹	*۰/۰۵	۰/۰۷۹

را بر قصد رفتاری تجربه مجدد گردشگران دارند. همچنین جاذبه های طبیعی مربوط به فعالیت های ورزشی کوهستان ($\beta = ۰/۶۳$) کمترین تاثیر را بر قصد رفتاری گردشگران داشتند (نمودار ۲).

نتایج تحلیل مسیر مدل نشان داد که جاذبه های طبیعی مربوط به فعالیت های ورزشی آبی و ساحلی با بار عاملی ($\beta = ۰/۸۱$) و جاذبه های طبیعی مرتبط به فعالیت های ورزشی طبیعی و جنگلی با بار عاملی ($\beta = ۰/۷۲$) بیشترین تاثیر



شکل ۲. نتایج تحلیل مسیر تاثیر ابعاد اکوتوریسم ورزشی بر قصد رفتاری گردشگران

کارشناسان فرهنگی وجود دارد دیدگاه های نمونه های آماری تحقیق، حاکی از آن بود که فقط در مولفه جاذبه های ورزشی مربوط به بیابان، تفاوت معناداری بین گردشگران ورزشی، کارشناسان ورزشی و

نتایج آزمون ANOVA به منظور مقایسه دیدگاه های نمونه های آماری تحقیق، حاکی از آن بود که فقط در مولفه جاذبه های ورزشی مربوط به بیابان، تفاوت معناداری بین گردشگران ورزشی، کارشناسان ورزشی و

جدول ۳. نتایج آزمون ANOVA براساس دیدگاه نمونه‌های آماری تحقیق

Sig	F	میانگین رتبه	نمونه آماری	رتبه مولفه	مولفه‌ها
		۲۳/۴۵	گردشگران ورزشی		
*۰/۰۳۶	۳/۴۵	۲۱/۶۱	کارشناسان ورزشی	۴/۳۹	جاذبه‌های ورزشی مربوط به ساحل و دریا
		۲۰/۸۹	کارشناسان فرهنگی		
		۲۲/۵۸	گردشگران ورزشی		
*۰/۰۱۷	۲/۷۶	۲۱/۶۱	کارشناسان ورزشی	۴/۳۴	جاذبه‌های ورزشی مربوط به طبیعت و جنگل
		۲۱/۰۵	کارشناسان فرهنگی		
		۲۱/۸۲	گردشگران ورزشی		
*۰/۰۴۹	۳/۶۱	۲۲/۴۷	کارشناسان ورزشی	۴/۲۳	جاذبه‌های ورزشی مربوط به کوهستان
		۱۹/۳۹	کارشناسان فرهنگی		
		۱۸/۴۹	گردشگران ورزشی		
۰/۰۷۲	۲/۵۳	۱۸/۳۷	کارشناسان ورزشی	۳/۶۲	جاذبه‌های ورزشی مربوط به بیابان
		۱۷/۷۲	کارشناسان فرهنگی		
		۲۳/۸۴	گردشگران ورزشی		
*۰/۰۱۵	۲/۸۱	۲۲/۸۶	کارشناسان ورزشی	۴/۶۷	جاذبه‌های ورزشی مربوط به جشنواره‌های بومی و سنتی
		۲۳/۴۷	کارشناسان فرهنگی		
P≤۰/۰۵*					سطح معناداری

$\beta=$ و گویه سوارکاری ($\beta= ۰/۹۱$) مهمترین گویه‌های تاثیرگذار بر ابعاد پنج‌گانه پرسشنامه جاذبه‌های ورزشی و طبیعی بود (جدول ۴).

همچنین گویه فوتبال و والیبال ساحلی ($۰/۸۷$) $\beta=$ ، گویه سوارکاری ($\beta= ۰/۸۳$)، گویه اسکی و برف‌نوردی ($\beta= ۰/۷۳$)، گویه رالی موتور ($۰/۷۳$)

جدول ۴. ماتریس اکتوریسم ورزشی با تاکید بر جاذبه‌های طبیعی و ورزش های بومی - سنتی

بار عاملی مولفه‌ها (β)					مولفه‌های اکتوریسم ورزشی	جاذبه‌های ورزشی
مولفه ۵	مولفه ۴	مولفه ۳	مولفه ۲	مولفه ۱		
				۰/۸۴	شنا، غواصی	جاذبه‌های ورزشی
				۰/۸۲	قایقرانی و موج سواری	
				۰/۸۷	والیبال و فوتبال ساحلی	
				۰/۷۵	شاتل سواری و اسکی روی آب	

ماهگیری	۰/۷۷
سوارکاری	۰/۸۳
پیااده روی و تیه نوردی	۰/۷۲
گلف	۰/۵۸
دوچرخه سواری تفریحی	۰/۷۴
کوهنوردی و غارنوردی	۰/۶۱
پاراگرایدر و چتربازی	۰/۵۹
اسکی و برف نوردی	۰/۷۳
دوچرخه سواری کوهستان	۰/۶۸
شکار مجاز پرندگان و حیوانات	۰/۵۳
شترسواری	۰/۶۲
رالی دوچرخه	۰/۷۱
رالی موتور	۰/۷۳
رالی ماشین	۰/۵۳
سوارکاری	۰/۹۱
گلف	۰/۶۹
کبدی	۰/۸۷
کشتی آلیش و گوروش	۰/۸۹

گردشگران با کلیه ابعاد امنیت گردشگری وجود دارد ($P \leq 0/05$). از بین کلیه مولفه‌ها، مولفه جاذبه های مربوط به ورزش بومی و سنتی ($\text{sig} = 0/004$ و $r = 0/58$) و جاذبه های مربوط به ورزش های ساحلی و آبی ($\text{sig} = 0/019$) و $r = 0/51$) رابطه معنادار و قوی با قصد رفتاری گردشگران داشتند ($P \leq 0/05$). (جدول ۵).

پس از استفاده از آزمون کالموگراف اسمیرنف (K-S) و اطمینان از توزیع طبیعی داده ها ($P > 0/5$)، آزمون ضریب همبستگی پیرسون جهت شناسایی رابطه درونی بین مولفه های اکوتوریسم ورزشی با قصد رفتاری گردشگران استفاده گردید نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که رابطه معناداری بین قصد رفتاری

جدول ۵. نتایج آزمون پیرسون بین ابعاد اکوتوریسم ورزشی و قصد رفتاری گردشگران

جاذبه ورزش سنتی	جاذبه بیابان	جاذبه کوهستان	جاذبه طبیعی	جاذبه ساحلی	قصد رفتاری
*0/51	*0/23	*0/21	*0/38	*0/58	قصد رفتاری
۱	0/19	*0/25	*0/31	*0/36	جاذبه ورزش سنتی
	۱	0/18	*0/19	0/16	جاذبه بیابان
		۱	*0/22	*0/26	جاذبه کوهستان
			۱	*0/34	جاذبه طبیعی
				۱	جاذبه ساحلی
$P \leq 0/05^*$					سطح معناداری

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری و بازی های سنتی دو مقوله درهم تنیده‌اند که از طریق آن می‌توان در مناطقی که ورزش و فعالیت های بدنی بخشی از فرهنگ آن منطقه محسوب می‌شوند، تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی را که دارای علائق مشابه فرهنگی و ورزشی هستند را جلب نمود (غفوری، ۱۳۹۳). از سوی دیگر توجه به قابلیت‌های خاص فرهنگی و اقلیمی کشور و بویژه استان‌های شمالی در حوزه اکوتوریسم، این مناطق ساحلی را از دیرباز مورد توجه گردشگران قرار داده است. در حقیقت محیط، جاذبه‌های گردشگری را به عنوان یکی از مهمترین عناصر صنعت گردشگری در مقاصد گردشگری تبدیل نموده است و مناطق برخوردار از جاذبه‌هی طبیعی همگی می‌توانند منبع توسعه رویدادهای ورزشی باشند. بنابراین برخورداری از ویژگی‌های متنوع در زمین، آب، هوا و فرهنگ‌های اصیل، علاوه بر ایجاد پتانسل‌های تازه‌ای از تجارب ورزشی، سبب ایجاد ورزش‌های جدید و ورزش‌های باستانی می‌شود (علی‌آبادی، حسامی، ۱۳۹۳). نتایج تحقیقات پیشین در خصوص جاذبه‌های طبیعی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی موید آن است که دریا و جذابیت‌های مرتبط با آن در کنار مسابقات و رویدادهای ورزشی دو جاذبه اصلی برای گردشگران ورزشی محسوب می‌شود (کوسویچ، لینچ^۱، ۲۰۱۳). بنابراین در تحقیق حاضر رابطه توانمندی‌های ورزشی مرتبط با جاذبه‌های طبیعت استان گلستان در غالب پنج مولفه جاذبه‌های ورزشی مرتبط با

ساحل و دریا، جاذبه‌های ورزشی مرتبط با جنگل و طبیعت، جاذبه‌های ورزشی مرتبط با کوهستان، جاذبه‌های ورزشی مرتبط با بیابان و جاذبه‌های مرتبط با فستیوال ورزش‌های بومی و سنتی با قصد رفتاری گردشگران جهت تجربه مجدد شرکت در جشنواره‌های ورزش‌های بومی و سنتی از طریق تحلیل مسیر ساختاری مورد مطالعه قرار گرفته است. نتایج تحقیق نشان داد که کلیه ابعاد پنج‌گانه جاذبه‌های طبیعی مرتبط با فعالیت‌های ورزشی از بار عاملی چشمگیری بر قصد رفتاری ورزشکاران برخوردارند ($\beta=0/84$ - (۱۳۹۳). غفوری (۱۳۹۲)، شجاعی (۱۳۹۲)، فلاحی و همکاران (۱۳۹۲)، همخوانی داشت. نتایج تحلیل مسیر داده‌ها نشان داد که جاذبه‌های ورزشی مرتبط با دریا و ساحل با بار عاملی ($\beta=0/81$) و جاذبه‌های طبیعی مرتبط به فعالیت‌های ورزشی طبیعی و جنگلی با بار عاملی ($\beta=0/72$) بیشترین تاثیر را بر قصد رفتاری تجربه مجدد گردشگران دارند. همچنین جاذبه‌های ورزشی مرتبط با جاذبه‌های کوهستان ($\beta=0/65$) و جاذبه‌های ورزشی مرتبط با بیابان ($\beta=0/63$) علیرغم قرار گرفتن در اولویت‌های آخر، از بار عاملی قابل توجهی برخوردار بودند که این موضوع بیانگر وجود قابلیت‌های فراوان در بخش اکوتوریسم ورزشی کوهستان و اکوتوریسم ورزشی بیابان در توسعه گردشگری استان گلستان می‌باشد. ایکز و همکاران^۲، شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری ورزشی مقاصد گردشگری ساحلی را عامل مهمی در توسعه گردشگری ورزشی

ومیلو^۲ گزارش کردند که برقراری ارتباط بین شرایط اکوتوریسمی با فعالیت های ورزشی می واند به عنوان استراتژی کارا جهت توسعه گردشگری استفاده گردد. نتایج تحقیقات آنها حاکی از آن بود که در ماه های اردیبهشت تا شهریور، شرایط مناسب اقلیم آسایش انسانی برای فعالیت های ورزشی مهیا است. در ماه های خرداد و تیر پرداختن به رشته های ورزشی شنا، فوتبال، دوچرخه سواری و ورزش های هوایی و ماه های تیر، مرداد و شهریور دارای اقلیم مناسب برای رشته های ورزشی شنا، فوتبال و ورزش سه گانه می باشد (۱۳۹۴: ۶۱). اما شهریار و همکاران، در پی به حداکثر رساندن کارآمدی سازمان های متولی صنعت گردشگری، به این نتیجه رسیدن که با توجه به وجود ظرفیت بالای گردشگری در استان های شمالی، تشکیل اتحادهای گردشگری می تواند تا حد زیادی رونق این صنعت را به همراه داشته باشد. نتایج تحقیقات آنها حاکی از بود اتحاد سرمایه گذاری، اتحاد مدیریت و اتحاد ساختاری، اتحاد پژوهش و توسعه به ترتیب مهمترین تاثیرات را بر توسعه گردشگری ورزشی استان های شمالی داشتند. که با توجه به جذابیت موجود در برگزاری مسابقات ورزشی از قبیل والیبال ساحلی، شنا، اسب سواری و ورزش های آبی و همچنین جاذبه های فرهنگی و ورزشی موجود در سه استان شمالی گیلان، مازندران و گلستان که دارای بیش از ۲۶۸۰۰۰ کیلومتر مربع از سواحل کشور را به خود اختصاص داده است، می توان از طریق تشکیل اتحایه های گردشگری ورزشی،

دانسته اند. در این بین کورهایی از قبیل اتریش و سوئیس با طراحی برنامه جامع گردشگری در بخش ورزش های زمستانی از قبیل اسکی و یا کشور ترکیه با سرمایه گذاری در بخش گردشگری مناطق ساحلی خود، گردشگران ورزشی زیادی را جذب نموده و از این طریق منابع اقتصادی سرشاری را به دست آورد (۲۰۱۰: ۱۴۵). شجاعی برخوردار از جاذبه های طبیعی و محلی، دارا بودن پتانسیل شرکت در لیگ های ملی ورزشی، ارائه خدمات رفاهی، تفریحاتی و تسهیلاتی با قیمت مطلوب را به عنوان متغیرهای اثرگذاری می داند که استان های شمالی کشور واجد آنهاست و همچنین فراهم بودن زمینه برگزاری جشنواره های ورزشی بومی- محلی در استان، نشر اصول فلسفه اسلامی و آیین ایرانی متعاقب توسعه این صنعت، وجود ارتباط نزدیک با شهرها و همجواری با کشورهای حوزه دریای خزر جهت برقراری ارتباطات تعاملی، ایجاد اتحاد و شکل گیری هویت و عرق استانی در پی توسعه توریسم ورزشی استان به عنوان متغیرهایی محسوب می شوند که زمینه را برای توسعه توریسم ورزشی پایدار هموار می سازند (۱۳۹۱: ۱۷۱). یون و یای سل^۱، وجود دریا و برخوردار از مناطق دیدنی و چشم اندازهای طبیعی در مقاصد گردشگری از عوامل مهم ترغیب کننده گردشگران در رویدادهای ورزشی می باشد (۲۰۰۵: ۵۱).

رسولی و نارنجچی، در پژوهشی با عنوان بررسی پتانسیل جغرافیایی استان آذربایجان شرقی در جذب گردشگر ورزشی با استفاده از مدل کی و

(۱۳۹۳: ۲۴) و رضوی و همکاران (۱۳۹۲: ۲۴) ضمن تاکید بر قابلیت‌های منحصر به فرد گردشگری ورزشی که ترکیبی از دو صنعت جذاب ورزش و جاذبه‌های موجود در طبیعت می باشد، اظهار داشتند که محیط جاذبه‌های گردشگری را به عنوان یکی از مهمترین عناصر گردشگری تبدیل کرده است. در حقیقت مناطق طبیعی می توانند منبع قوی توسعه گردشگری ورزشی باشد. نتایج تحقیق آنها حاکی از تاثیر معنادار و تاثیرگذار جاذبه‌های کوه، مناطق حفاظت شده، قابلیت‌های گردشگری رودخانه و دریاچه از فعالیت‌های اصلی و مورد علاقه گردشگران ورزشی در اکوتوریسم ورزشی می‌باشد. اما جاذبه‌های ورزشی مرتبط با فستیوال-های ورزش بومی و سنتی از بالاترین بار عاملی برخوردار بود ($\beta = 0.184$). استفانیا و دان^۱ پیوند جاذبه‌های طبیعت و جشنواره‌های بومی و سنتی را شکل توسعه یافته و مدرن گردشگری ورزشی در کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری معرفی می‌کند. در این راستا سازمان‌های مسوول ورزش‌های بومی و سنتی در کشور دانمارک با تاسیس پارک ملی بازی‌های سنتی، پیوند قوی بین بازی‌های بومی و محلی و گردشگری ایجاد نمود. استقرار جذابیت‌های طبیعی مصنوعی بر اساس مدل‌های ترسیم شده در تاریخ این کشور، استفاده از شکل اولیه ابزار و وسایل بازی موجب جذابیت و جذب بسیاری از گردشگران از کشورهای مختلف دنیا شده‌اند. بنابراین برگزاری جشن‌ها، فستیوال‌ها، جشنواره‌ها سنتی و همجواری آنها با جذابیت‌های طبیعی می‌تواند عامل سوق دهنده گردشگران

موجبات رونق صنعت گردشگری ورزشی را فراهم نمود که با یافته‌های تحقیق حاضر در خصوص تاثیر معنادار جاذبه‌های ورزشی ساحل و دریا بر قصد رفتاری گردشگران همخوانی داشت (۱۳۹۴: ۶۵). فراهانی و همکاران، در بررسی ویژگی‌های ابوظبی به عنوان یکی از مقاصد برتر گردشگری ورزشی گزارش کردند که امارات ابوظبی طی یک دهه اخیر با ایجاد تغییرات اساسی در زیرساخت‌های گردشگری از قبیل ساخت ۹۴ هتل و هتل آپارتمان برخوردار از امکانات ورزشی و رفاهی کامل، ظرفیت پذیرش دو میلیون گردشگر در سال را دارد. بررسی وضعیت رشته‌های ورزشی فعال در این منطقه بیانگر آن است که امکان استفاده از ورزش‌های متنوع میدانی، آبی، ساحلی و بیابانی در قالب بازی، تفریح، برگزاری مسابقات تدارکاتی، رویدادهای ورزشی منطقه‌ای، بین-المللی و ملی سبب جذب گردشگران زیادی به صورت ورزشکار و یا تماشاگر شده است. لذا با توجه به شباهت‌های موجود بین استان‌های شمالی با ابوظبی، الگوی سرمایه‌گذاری و ظرفیت‌سازی گردشگری را مشابهی را می‌توان در سواحل شمالی کشور ایجاد نمود (۱۳۹۳: ۲۲۶). در تحقیق حاضر نیز گویه فوتبال و والیبال ساحلی ($\beta = 0.187$) مهمترین گویه تاثیرگذار بر جاذبه‌های ورزشی مرتبط با ساحل و دریا بود که در راستای نتایج تحقیقات هنرور، قنبری و خطیب‌زاده (۱۳۹۲: ۱۷)، شهریاری و همکاران (۱۳۹۳: ۶۷) و فراهانی و همکاران (۱۳۹۳: ۲۲۹) بود.

جاذبه‌های مرتبط با کوهستان از دیگر مولفه‌های تاثیرگذار بر قصد رفتاری گردشگران در پژوهش حاضر بود ($\beta = 0.163$). علی‌آبادی و حسامی

1 . Stefania & Dan

2 . Danmark International Gam,s park

ورزشی به سوی این رویدادهای ورزشی باشد که این یافته در راستای فرضیه اصلی تحقیق حاضر می‌باشد (۲۰۱۵: ۲۳۵). کون کاو^۱، با معرفی کشور مالزی به عنوان درآمدزاترین و کشوری فعال در حوزه گردشگری ورزشی، گزارش کرد که در این کشور به دلیل تلاش‌های انجام شده در خصوص حفظ و ترویج آداب و رسوم، سنت-ها و جشن‌های سنتی و محلی در سال اخیر ۷۸۴/۵۵ نفر گردشگر در حوزه‌های جشنواره-های محلی جذب نموده و به اولین و مهمترین مقصد گردشگری در آسیای شرقی تبدیل شده است. حفظ ساختار قدیمی پارک‌های سنتی و طبیعی و ترکیب معماری جدید با ساختار اماکن قدیمی که بیانگر تمدن کهن بوده است و استفاده از این مناطق برای برگزاری بازی‌های بومی و جشنواره‌های سالیانه سبب جذب هزاران گردشگر در سال می‌شود (۲۰۱۵: ۱۲۹۱). جابر و همکاران^۲، نیز در بررسی تاثیر رویدادهای ورزشی بر توسعه جوامع، تاکید داشتند که ایجاد رابطه بین رویدادهای ورزشی و جاذبه‌های طبیعت، از حیثه‌های جدید گردشگری ورزشی است که در سال‌های اخیر بسیار مورد توجه محققان قرار گرفته است. در حقیقت پدیده گردشگری ورزشی طبیعت مدار برخلاف قرن نوزدهم که بیشتر به رویدادهای ورزشی بزرگ توجه داشتند، در اواخر قرن بیستم بسیار مورد توجه دولت‌های محلی در اروپا قرار گرفته است. نتایج تحقیقات آنها نشان داد که به منظور به حداکثر رساندن مزایای گردشگری ورزشی، توجه به تسهیلات رفاهی، توجه به ارزش‌های فرهنگی و تاریخی در کنار ایجاد تناسب بین

از بین گویه‌های ورزش‌های بومی و سنتی، گویه اسب سواری و سوارکاری بیشترین بار عاملی ($\beta=0/۸۷$) به خود اختصاص داده بود. نتایج تحقیقات انجام شده در کشورهای انگلیستان، ایالات متحده، استرالیا و کشورهای عربی حاکم از ظرفیت بالای ورزش‌های سنتی در جذب گردشگر می‌باشد. برگزاری رویدادهای ورزشی از قبیل اسب سواری در این کشورها و کشتی محلی در کشورهایی از قبیل تاجیکستان، ترکمنستان، آذربایجان و روسیه به عنوان مقاصد برتر گردشگران ورزشی، سبب طراحی برنامه‌های استراتژیک سازمان‌های گردشگران ورزشی در این کشورها به شمار می‌رود که سبب جذب گردشگران زیادی در فصول مختلف سال می‌شود. به عنوان مثال مسابقات سالیانه اسب دوانی کنتاکی و بیدر کاپ^۳ آمریکا، دو رویداد مهم ورزش‌های سنتی این کشور محسوب می‌شوند (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۲). از دیگر یافته‌های تحقیق حاضر عدم وجود تفاوت معنادار در دیدگاه‌های سه گروه جامعه آماری حاضر در تحقیق در خصوص توانمندی‌های جاذبه‌های طبیعی مرتبط با ورزش در قصد رفتاری مجدد گردشگران بود. بر اساس نتایج تجزیه داده‌ها، جاذبه‌های ورزشی مرتبط با دریا، ساحل ($MR^۴=۴/۳۹$) و جاذبه‌های ورزشی فستیوال‌های بومی و سنتی ($MR=۴/۶۷$) که همراه با برگزاری مراسم‌های

3 . Bider cup
4 . Mean of Ranking

1 . Kunkaew
2 . Gábor et al.

جووانا^۱، مهمترین دلیل رونق اقتصادی مناطق حاشیه کوشوره ایتالیا و بویژه منطقه روستایی شیانتی^۲ را برگزاری رویدادهای محلی را می-داند. برگزاری رویدادهای ورزشی مطابق با فرهنگ این منطقه سبب جذب گردشگران ورزشی زیاد و در نهایت رونق اقتصادی منطقه شیانتی شده است. به اعتقاد او علیرغم سادگی و نبود قوانین و مقررات رسمی در جریان برگزاری مسابقات، اما استقرار برنامه و طرحی جامع که برگرفته از رویدادهای ورزشی حرفه‌ای مشابه با این مسابقات ورزشی است و توجه به انگیزه‌های تفریحی گردشگران از طریق انجام تبلیغات و معرفی جاذبه‌های دیدنی و تفریحی، دلایل اصلی رونق گردشگری ورزشی این منطقه می باشد (۲۰۱۴: ۲۳۱). طالقانی و غفاری، نیز با طراحی مدل توسعه گردشگری ورزشی گزارش کردند که موانع فرهنگی، وجود مشکلات ساختاری در بخش گردشگری و جاذبه‌های گردشگری مهمترین متغیرهای توسعه این صنعت در ایران می باشد. اما جاذبه‌های مربوط به تپه نوردی (ضریب تاثیر ۰/۷۹)، بیابانگردی (ضریب تاثیر ۰/۷۵) و شرکت در فعالیت‌های مربوط به شکار (ضریب تاثیر ۰/۷۵) از مولفه‌های تاثیرگذار بر گردشگری ورزشی بودند (۲۰۱۴: ۲۹۵).

بنابراین با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر به نظر می‌رسد که استان گلستان نیز به دلیل برخورداری از جاذبه‌های طبیعی از قبیل ساحل، رشته کوه‌های طبیعی، مناطق حفاظت شده جنگلی، آبشارها، تالاب، مرداب، طبیعت خشک و بیابانی، جلگه و دشت و بسیاری دیگر از

سنتی مرتبط با آداب و سنن ساکنان استان گلستان از قبیل کشتی آلیش و گوروش، کبدی و سوارکاری می‌باشند از اولویت اصلی گردشگری از دیدگاه گردشگران، کارشناسان ورزشی و کارشناسان تربیت بدنی می‌باشد. در این راستا، رضوی و همکاران، در تحقیقی تحت عنوان "بررسی جاذبه‌های طبیعی اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران" به این نتیجه رسیدند که جاذبه‌های طبیعی بر توسعه گردشگری ورزشی اثر گذار است؛ به طوریکه جاذبه‌های کوهنوردی با بار عاملی ۰/۸۲ و جاذبه‌های ورزش‌های تابستانی با بار عاملی ۰/۷۷ به ترتیب اولین اولویت و جاذبه‌های زمستانی با بار عاملی ۰/۷۵ پائین ترین اولویت را به خود اختصاص داده اند. از دیدگاه کارشناسان تربیت بدنی جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های تابستانی و کوهنوردی دارای بیشترین میانگین بودند؛ اما کارشناسان گردشگری و مسئولین هیئت‌های ورزشی به ترتیب جاذبه‌های مرتبط با شکار و صید و ورزش‌های تابستانی را انتخاب نمودند (۱۳۹۲: ۲۳). موسوی گیلانی و همکاران، نیز با طراحی مدل شناسایی و بخش بندی بازار هدف برای گردشگران ورزشی، گزارش کردند که جاذبه‌های کوهستان و برف (با ضریب تاثیر ۶/۸۷)، جاذبه‌های مرتبط با ورزش‌های آبی و ساحلی (با ضریب تاثیر ۱/۸۵)، مسابقات و رویدادهای ورزشی (با ضریب تاثیر ۱/۴۲) و جاذبه‌های مرتبط با بیابان گردی و کویرنوردی (با ضریب تاثیر ۱/۱۹) اصلی ترین مولفه‌های مقاصد گردشگری گردشگران خارجی را تشکیل می‌دادند (۱۳۹۱: ۵۶)، که با نتایج تحقیق حاضر به لحاظ اولویت مولفه‌ها همخوانی نداشت.

1 . Giovanna
2 . Chianti

- رسولی، سوسن، نارنجچی شتربانی، فهیمه (۱۳۹۴). بررسی پتانسیل جغرافیایی استان آذربایجان شرقی در جذب گردشگر ورزشی. فصلنامه فضای جغرافیایی، شماره ۵۱، صص ۶۳-۷۳.
- رضوی، محمدحسین، حسینی، سیدعماد، خواجه پور، اکرم (۱۳۹۲). بررسی جاذبه‌های طبیعی اثرگذار بر توسعه گردشگری ورزشی استان مازندران، پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دانشگاه مازندران، سال ۹، شماره ۱۷، صص ۱۵-۲۶.
- رمضانی، بهمن، فروغی، پریسا (۱۳۸۸). شناخت پتانسیل اقلیمی توریسم ورزشی در نوار ساحلی انزلی. فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیط گروهی جغرافیا. سال اول. شماره ۲. صص ۹۳-۸۷.
- رنجبران، بهرام، خزائی، جواد، بالوئی جام‌خانه، هادی (۱۳۹۲). تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای گردشگری استان اصفهان با استفاده از تکنیک فرایند تحلیل سلسله مراتبی. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. سال اول، شماره ۱، صص ۳۴-۱۳.
- زیتونلی، عبدالحمید، فراهانی، ابوالفضل، اسدی، حسن (۱۳۹۲). گردشگری اقتصادی و اثرات بلند مدت اقتصادی. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، شماره ۱، صص ۱۸-۹.
- شجاعی، وحید (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی راهبردی توریسم ورزشی استان مازندران. فصلنامه علمی - پژوهشی فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر، سال ۱۲، شماره ۳۹، صص ۱۷۳-۱۹۴.
- شهریاری، بهمن، مهرعلی، همتی‌نژاد، ملک‌اخلاق، اسماعیل (۱۳۹۴). شناسایی اتحادهای استراتژیک در توسعه گردشگری استان‌های شمالی ایران. مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۳۰، صص ۷۰-۵۵.

جاذبه‌های اکوتوریستی و همچنین برگزاری منظم جشنواره ورزش‌های سنتی متنوع از قبیل کشتی، کبدی، اسبدوانی و پاراگرایدر به قطب گردشگری ورزشی بومی کشور تبدیل شده است و به علت گستردگی قابلیت‌های گردشگری در حوزه اکوتوریسم و رویدادهای ورزشی، کمتر از پدیده فصلی بودن تاثیر گرفته و در تمامی طول سال با توجه به تنوع اقلیمی، امکان فعالیت‌های گردشگری ورزشی را فراهم نماید. همچنین فعال بودن صنعت پرورش اسب، وجود پیست پروازی پاراگرایدر در کنار قطب والیبال کشور، وجود ریشه‌های تاریخی ورزش‌هایی از قبیل کبدی و کشتی آلیش و گوروش در این مناطق که پیوند بین ورزش قهرمانی و ورزش سنتی به یک فرهنگ بومی تبدیل شده است، بسترساز جذب گردشگران بین‌المللی و ملی بوده و علاوه بر ایجاد رونق اقتصادی، سطح زندگی ساکنین را ارتقاء داد.

منابع

- اندام، رضا، منتظری، امیر، فیضی، سمیرا (۱۳۹۳). بررسی ابعاد کیفیت خدمات در گردشگری ورزشی. مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۶، صص ۳۶-۱۵.
- تاج‌زاده نمین، هاشم زاده، ژاله (۱۳۹۳). نقش جشنواره‌های محلی در توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران بالقوه، مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۸، شماره ۲۶، صص ۵۲-۲۵.
- حسینی‌مهر، صدیقه، کوهی، شهربانو (۱۳۹۰). شناسایی توانایی‌های بالقوه حوزه رودخانه‌ای به عنوان مکان‌های مناسب طبیعت‌گردی. برنامه‌ریزی محیطی و منطقه‌ای، شماره ۱۱، صص ۱۶-۴.

- الگوی هدف. مدیریت ورزشی، شماره ۱۲، ص ۳۷-۵۹.
- وبسی، هادی و مهماندوست، خدیجه (۱۳۹۴). بررسی موانع توسعه گردشگری بین المللی به ایران با تاکید بر گردشگری ورودی. فصلنامه ژئوپلیتیک. شماره اول، بهار ۱۳۹۴. ص ص ۱۵۶-۱۳۵.
- هنرور، ا فشار. قنبری فیروزآبادی، علیرضا، خطیبزاده، مهدی. (۱۳۹۲). ویژگی‌های جمعیت شناختی و اولویت های گردشگران ورزشی در ایران. فصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبایی دوره ۲، شماره ۵، صص ۱-۲۴.
- Angelo Prezenza, Lorn Sheehan. (2013). Planning tourism through sporting events. *International Journal of Event and Festival Management*, Volume: 4 Issue: 2. P p: 56-71.
- Causevic. S, Lynch, P. (2013). Political (in) stability and its influence on tourism development. *Tourism Management Vol.34*, pp. 145-157.
- Chunyang Wang, Hailin Qu, Maxwell K. Hsu (2016). Toward an integrated model of tourist expectation formation and gender difference. *Tourism Management*. Volume 54, June 2016, Pages 58-7.
- Gábor. K, Károly. T, Zsolt. R. (2015). The Changing Role of Sports in Urban Development: A Case Study of Debrecen (Hungary). *Sport tourism review*. Volume: 117 Issue: 9. P p: 145- 161.
- Getz, D, Stephen J. Page (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management* 52 (2016), 593-631.
- علی‌آبادی، سمیرا، حسامی، شیما (۱۳۹۳). امکان‌سنجی پیوند عملی اکوتوریسم و توریسم ورزشی. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال ۳. شماره سه. ص ص ۵۰-۴۳.
- غفوری، فرزاد (۱۳۹۳). الگوی توسعه گردشگری بر مبنای بازی های بومی و محلی کشور. مطالعات مدیریت ورزشی. شماره ۲۴. شهریور و مرداد ۱۳۹۳. ص ص ۱۷۴-۱۵۳.
- فراهانی، ابوالفضل، اصفهانی، نوشین، زارعی، محسن، خالقی آرانی، حسین (۱۳۹۳). نقش مقاصد در توسعه گردشگری ورزشی در یک دوره پنج ساله در ابوظبی. مدیریت ورزشی، دور ۶، شماره ۲، ص ص ۲۳۰-۲۱۵.
- فلاحی، احمد، حسنی، احسان، کروی، مهدی (۱۳۹۲). بررسی جاذبه‌های طبیعی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان، مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۱۷، ص ص ۱۷۴-۱۵۹.
- کارکن، لیلا، اسدی، حسن، زیتونلی، عبدالحمید (۱۳۹۲)، تاثیر رویداد ورزشی اسب دوانی بر توسعه توریسم ورزشی استان گلستان. مطالعات مدیریت ورزشی، دور ۱، شماره ۲، ص ص ۱۷-۹.
- محبوب‌فر، محمدرضا، شفقی، سیروس، زنگی-آبادی، علی (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی و توان‌سنجی گردشگری در کاشان. مجله برنامه ریزی فضایی. سال اول، شماره دوم، ص ص ۱۳۲-۱۰۹.
- محمدی‌ترکمانی، احسان، گودرزی، محمود، جعفری، افسر، جاوید، مجید (۱۳۹۳). بررسی اثرات تور بین‌المللی دوچرخه‌سواری آذربایجان بر استان‌های شمال غرب کشور. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. سال ۱۰، شماره ۲۰. ص ص ۵۴-۴۵.
- موسوی گیلانی، رضا، اسدی، حسن، سجادی، نصراله (۱۳۹۱). بخش‌بندی بازار گردشگری ورزشی ایران برای گردشگران خارجی و ارائه

- Juan M. Hernández, Rafael Suárez-Vega, Yolanda Santana-Jiménez. (2016). The inter-relationship between rural and mass tourism: The case of Catalonia, Spain. *Tourism management*. Volume 54, June 2016, Pages 43–57.
- Khor Poy Hua, Lim Khong Chiu. (2013). Multiculturalism: Issues of Malaysian Female Sport Tourists' In Event-Based Sport Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 91 (2013) 270 – 287.
- Kunkaew Khlaikaew (2015). The Cultural Tourism Management under Context of World Heritage Sites: Stakeholders' Opinions between Luang Prabang Communities, Laos and Muang-kao Communities, Sukhothai, Thailand. *Procedia Economics and Finance* 23 (2015) 1286 – 1295.
- Nicholas D., Kostas. A, Nikolaos.T, Serafim. K (2013). Predicting spectators' behavioral intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport Management Review* 16 (2013) 85–96.
- Stefania. B, Dan Mihnea. D (2015). Tourism development after the implementation of sustainable strategies in Neamt County. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 188 (2015) 230 – 236.
- Thaleghani, Gholamreza, Ghafari, Ali. (2014). Providing a management model for the development of sports tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 120, 289-298.
- Giovanna. Bertella. (2014). Designing small-scale sport events in the countryside. *International Journal of Event and Festival Management*, Volume: 5 Issue: 2. P p: 214-235.
- Heather J. Gibson, Kyriaki. K, Sung. JK (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review* 15 (2012) 160–170.
- Héctor V. J, José Luis. C.P, Milagros. G., Mari. C.S (2015). Cost–benefit analysis of sport events: The case of World Paddle tour. *Investigations Europeans de Dirección y Economía de la Empresa* (2015). <http://dx.doi.org/10.1016/j.iedee.2015.04.001>.
- Icoz,O .; Gunlu, E.; & Oter,Z.(2010). Sport tourism destinations as brand and factors affecting destination choices of soccer teams. 5th International congress on Business, economic and Management. Pp: 241-252.
- Ionela. G, Paven. (2015). Tourism opportunities for valorizing the authentic traditional rural space- Case study: Ampoi and Mures Valleys micro region, Alba County, Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 188 (2015) 111 – 115.
- James Higham, Tom Hinch (2002). Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management* 23 (2002) 175–185.

- 39. Yoshida, M., & James, J. (2010). Customer satisfaction with game and service experience: Antecedents and consequences. *Journal of Sport Management*, 24, 338–361.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, Vol. 26: 45–56.



Designing model of traditional and local sport tourist's behavioral future intention, based on ecotourism's capabilities

Ghezselfloo H.R.^{1*}, Razavi M.H.², Kalateh seifari. M.³, Esfahani. N.⁴

Received: Jan 20, 2016

Accepted: Sep 4, 2016

Abstract

Objective: Identifying dominant natural attractions and cultural capacities of sport tourist destinations, is a more important factor in sport tourism development. The main purpose of this research is designing model of traditional and local sport tourist's behavioral intention based on ecotourism's capabilities.

Methodology: Sample size consist of sport tourists (Athletes and Sponsors) (n=105), sport experts of sport committees (n=45) and cultural heritage experts (n=13) of Golestan province. To collect data, Youshida and James (2010) behavioral intention questionnaire and research-regulated sport ecotourism questionnaire were used.

Results: Results of structural equation model showed that, natural attractions of sea and beach sport activities ($\beta=0.81$) and natural sport attraction of Jungle and environment with loading factor level ($\beta=0.72$) had significant effect on tourist's behavioral intention. Also beach football and beach volleyball element ($\beta= 0.87$), horse riding ($\beta= 0.83$), ski and snowboard ($\beta= 0.73$), motor racing rally ($\beta= 0.73$) and horse racing ($\beta= 0.91$) were more important effective elements of sport ecotourism's sub-scales.

Conclusion: With consider to unique geographical condition of Northern provinces and efficiency of beach attraction and proper combining with local and traditional sport, we can provide the basis of sport tourism development.

Keywords: Ecotourism, local and traditional sports, Behavioral intention, Beach attraction.

1. Assistant professor University of Gonbad Kavoos

2. Associated professor, University of Mazandaran

3. Assistant professor University of Mazandaran

4. Assistant professor University of AL Zahra

*Email: h_ghezel@yahoo.com