

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی

دوره ۹، شماره ۳۵، زمستان ۱۴۰۰

ص: ۸۳-۱۰۲

بررسی نقش گردشگری رویدادهای ورزشی بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان

(مطالعه موردی: مسابقات اسب دوانی)

محبوبه نقوی^{۱*} - امیررضا خادم^۲

۱. استادیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه هنر، تهران، ایران ۲. استادیار، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شهید

بهشتی، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۰۵، تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۰۴/۱۲)

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش گردشگری رویدادهای ورزشی بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان بود. پژوهش با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها آمیخته و از نوع اکتشافی متوالی بود. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در مرحله کیفی، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۱۹ نفر از مدیران اداره‌ها و اداره کل تربیت بدنی استان گلستان، رؤسا و نایب رؤسای هیئت‌های سوارکاری استان گلستان، مدیر و معاون اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گلستان، مربیان، چاپک‌سواران و مسئولین برگزاری مسابقات اسب‌دوانی استان گلستان بود. نمونه پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و قضاوتی انتخاب شده‌اند. در مرحله کیفی داده‌ها، از طریق روش کدگذاری در سه مرحله باز، محوری و انتخابی تجزیه و تحلیل و یافته‌ها شامل ۸۱ نشان در کدگذاری باز، در کدگذاری محوری در قالب ۱۳ مفهوم طبقه‌بندی شدند. در مرحله کدگذاری انتخابی به مدل‌سازی مؤلفه‌های گردشگری ورزشی که نقش مؤثری بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا پرداخته شده است. در مرحله کمی نمونه پژوهش شامل ۲۶۰ نفر که به صورت تصادفی، طبقه‌بندی شده، انتخاب شدند. ابزار پژوهش در مرحله کمی تحقیق، پرسشنامه محقق‌ساخته بود. از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی با استفاده از نرم‌افزار ۲۰ Spss و AMOS جهت ارزیابی مدل پژوهش استفاده شده است. نتایج نشان داد: مؤلفه‌های کارآفرینی، درآمدزایی، بازاریابی، سرمایه‌گذاری، رسانه و تبلیغات، مردم محوری، پدیده‌های اجتماعی - فرهنگی، جشنواره‌ها، منابع انسانی، الگوی بومی، طرح آمایش سرزمین، زیرساختی - رفاهی و جاذبه‌ها در توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا تأثیر معنی‌داری داشته‌اند. با توجه به اهمیت گردشگری ورزشی، مدیران و برنامه‌ریزان بخش گردشگری ورزش استان باید اهتمام لازم را در جهت توسعه و بالندگی این صنعت از خود نشان دهند.

واژه‌های کلیدی

اسب‌دوانی، اقتصاد، ترکمن صحرا، گردشگری، گلستان.

مقدمه

امروزه گردشگری گستره‌ای جهانی یافته است و یکی از پدیده‌های برآمده از توسعه همه‌جانبه نوآوری‌های فناوری در دوران نوین به شمار می‌رود. آنچه گردشگری را به عاملی در روند توسعه مبدل کرده است، جریان‌های سرمایه، فرهنگ و اطلاعات در یک همپوشی با عواملی چون افزایش درآمد، سطح رفاه، اوقات فراغت بیشتر و بهبود ارتباطات است (۲۱). گردشگری یکی از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی است که به‌تازگی نقش بسیار مهمی در توسعه پایدار محلی پیدا کرده است. این صنعت از طریق ترکیب و استفاده هم‌زمان از منابع داخلی و خارجی به مزایای زیادی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، محیطی و فرهنگی دست یافته است. بر همین اساس گردشگری می‌تواند به‌عنوان اهرمی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی در مناطق لحاظ گردد (۳۴). همچنین یکی از مؤلفه‌های تعیین‌کننده در صنعت گردشگری، توجه به ورزش و توسعه و تقویت آن و برگزاری مسابقات در سطوح مختلف داخلی و بین‌المللی است. نقش ورزش در بسیاری از زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، لزوم سرمایه‌گذاری در این مقوله است و نگاهی اقتصادی به ورزش، امروز ضروری به نظر می‌رسد. امروزه گردشگری یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت کشور است و هیچ‌کس در مورد اهمیت ورزش در زمینه اقتصاد شکی ندارد (۱۰).

گسترش مجموعه‌ای از فعالیت‌های متناسب با شرایط منطقه که حضور پیوسته گردشگران را تضمین کند عنصر کلیدی برای توسعه گردشگری ورزشی و تأثیر اقتصاد پایدار ناشی از آن است. همچنین گرایش مردم جهان به یافتن آسان‌ترین راه برای گفتگوها و تبادلات فرهنگی سبب شده تا نقش ورزش و گردشگری روزبه‌روز حیاتی‌تر جلوه کند (۱۵). بیشتر شهرهای ایران از نظر گردشگری از قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بی‌شماری برخوردار هستند. در صورت

شناخت این قابلیت‌ها و استفاده در مسیر صحیح می‌توانند در زمینه جذب گردشگر داخلی و خارجی مؤثر شوند. از آنجاکه گردشگری ورزشی فعالیتی است که پیامدهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در تحولات مناطق به همراه دارد و در سال‌های اخیر نه تنها در سطوح فراملی، بلکه در سطوح ملی منطقه‌ای و محلی مورد توجه قرار گرفته است. بسیاری از مدیران در کشورهای توسعه‌یافته برای شکوفایی و توسعه گردشگری ورزشی درصدد توسعه بیشتر نواحی تحت نظارت خود و افزایش زیرساخت‌های گردشگری ورزشی و بهینه کردن خدمات گردشگری ورزشی در جهت افزایش ارزش افزوده این فعالیت هستند (۶). در واقع صنعت گردشگری، دارای آثار اقتصادی گسترده‌ای است. ایجاد اشتغال و دستیابی به درآمد ارزی پایدار و مناسب (۲۴)، افزایش اشتغال و تنوع فعالیت‌های اقتصادی، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم‌درآمد، ارتقای سطح زندگی مردم، بهبود زیرساخت‌ها و امکانات موجود از مهم‌ترین تأثیرات مثبت اقتصادی توسعه گردشگری به شمار می‌روند (۱۲). عوامل اقتصادی مربوط به رویدادهای ورزشی یکی از دلایلی هستند که تمایل مسئولان شهرهای مختلف را برای برگزاری رقابت‌های ورزشی برمی‌انگیزند. (۲۷). گردشگری در استان گلستان به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی می‌تواند جایگزین اقتصاد تک‌محصولی (کشاورزی) استان گلستان (منطقه ترکمن صحرا) شود و شیوه‌ای مهم در حصول توسعه منطقه‌ای محسوب می‌شود. یکی از ویژگی‌های مهم اقتصادی صنعت گردشگری، مصرف درآمدهای حاصل از مناطق گردشگری در همان مناطق است (۱). بنابراین، گسترش گردشگری در منطقه ترکمن صحرای وسیله‌ای برای انتقال منابع عظیم درآمدی از کشورهای مبدأ به مناطق مقصد و پذیرای گردشگر است. منطقه ترکمن صحرا با وجود بهره‌گیری از جاذبه‌های تاریخی و

طبیعی فراوان دارای پتانسیل بالقوه‌ای برای جذب گردشگران داخلی و خارجی است. در کنار این همه جاذبه گردشگری، منطقه دارای جاذبه‌ای فراموش شده یا در حال فراموشی است که توجه به آن می‌تواند صنعت گردشگری در این منطقه را احیا کند. این جاذبه چیزی نیست جز علاقه مردم این منطقه به اسب و پرورش آن و برگزاری مسابقات سوارکاری در دو فصل پائیز و بهار که ده‌ها هزار نفر در مسابقات حاضر شده و با علاقه‌ای خاص پیگیر این مسابقات هستند. در ترکمن صحرا سه پیست بزرگ اسبدوانی برای برگزاری مسابقات سوارکاری وجود دارد که از میان آن‌ها پیست اسبدوانی گنبد شهرت جهانی دارد و سبب شده است تا این شهر و منطقه ترکمن صحرا به عنوان پایتخت سوارکاری خاورمیانه لقب بگیرد. برگزاری مسابقات اسبدوانی یکی از جاذبه‌های قدرتمندی است که در استان گلستان وجود دارد، به عقیده پیردوکس^۱ (۲۰۰۰) به سه عنصر آثار فرهنگی و مراکز دیدنی، گردشگران و خدمات ارائه شده تحت عنوان مثلث گردشگری به عنوان عوامل مؤثر در رونق این صنعت اشاره می‌کند (۳۵). همچنین ورزش‌هایی که سنت یک کشور به شمار می‌آیند، برای گردشگران پرجاذبه هستند (۲۶). که می‌تواند هرساله انبوهی از گردشگران داخلی و خارجی افراد زیادی را به شوق تماشای مسابقات، شرط بندی روی اسب‌ها، عکاسی با اسب‌ها و تجربه سوارکاری به سمت گلستان و به ویژه منطقه ترکمن صحرا را به همراه داشته باشد. گردشگری در حال حاضر روند رو به رشدی را در مباحث اقتصادی و اجتماعی در کشورهای مختلف دارد؛ از سوی دیگر گردشگری یکی از راه‌های ترویج رفاه برای عموم مردم و کمک به بهبود کیفیت زندگی آنان است (۳۳). با وجود اینکه حضور انبوه گردشگر در این منطقه می‌تواند نقش بسزایی در تأمین معیشت مردمان این مرزوبوم ایفا کند. اما متأسفانه به دلیل

فقدان شناخت کافی، عدم مدیریت و نبود راهبردهای مدون و مشخص تاکنون از نقش مقوله گردشگری ورزشی در توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا غفلت شده و فرصت‌های بسیاری در این صنعت از دست رفته است و عمده این سوء مدیریت بیشتر به دلیل نبود آگاهی از چگونگی توسعه گردشگری ورزشی و بهره‌برداری فرهنگی و اقتصادی از ظرفیت‌های موجود در زمینه گردشگری در مسابقات اسبدوانی است. قزلسفلو و همکاران (۱۳۹۴) معتقدند؛ توجه به انتخاب مناسب مکان رویدادهای ورزشی به لحاظ ارائه و وجود تسهیلات خدماتی و برگزاری فستیوال‌های بومی ورزشی در زمان فراغت ورزشکاران و گردشگران ورزشی از مهم‌ترین راهکارهای جذب گردشگر ورزشی در استان گلستان است (۱۹). پروینی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری جامعه میزبان با تأکید بر بعد اقتصادی پرداخته‌اند، نتایج نشان داد؛ جشنواره‌های ورزشی بر ابعاد سیاسی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی توسعه صنعت گردشگری استان مؤثر بوده، اما منافع اقتصادی قابل توجهی برای جامعه میزبان نداشته است (۴). نتایج پژوهش شربتی (۱۳۹۴) نشان داد؛ گردشگری در ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، توسعه صنایع دستی، افزایش درآمد ساکنین، بهبود کیفیت زندگی، کاهش نرخ بیکاری و توسعه بازارهای محلی در مناطق مرزی استان گلستان تأثیر مثبت داشته است (۱۶). اشتغال نیروی انسانی در این صنعت فراوان است؛ از این رو توسعه گردشگری در مکان‌های مختلف زمینه‌های ایجاد اشتغال دائم و فصلی و پاره‌وقت را برای نیروی انسانی با تخصص و آموزش متوسط فراهم می‌آورد و نرخ بیکاری را کاهش می‌دهد (۲۰). سوادی (۱۳۹۶) بر این باور است که اقدامات و راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی را می‌توان در چهار منظر و سطح متوالی شامل محیطی، مدیریت،

منابع و مشارکت چارچوب‌بندی کرد. استراتژی‌های محیط شامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، استراتژی-های مدیریت شامل حقوقی، اجرایی و ارتباطی، استراتژی مشارکت شامل فردی، تعاملی و ساختاری و استراتژی منابع شامل منابع انسانی، مالی، امکانات و فناوری است (۱۵). رضوانی و همکاران (۱۳۹۶) بیان کردند؛ که صنعت گردشگری یکی از شاخه‌های مهم اقتصادی در رقابت با سایر محصولات تجاری هر کشور محسوب می‌شود و به‌عنوان یکی از منابع درآمدی و گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان جایگاه ویژه‌ای دارد (۹). مهم‌ترین متغیرهایی که تحت تأثیر آثار اقتصادی گردشگری قرار دارند، هدف‌های اصلی سیاست‌های کلان اقتصادی یک کشور، یعنی رشد اقتصادی، اشتغال کامل و حفظ تراز پرداخته است (۸). همچنین توزیع متعادل زیرساخت‌ها و تعدیل نابرابری در نواحی مختلف، از اقدامات اساسی توسعه گردشگری است (۶) همچنین نتایج پژوهش پروین و همکاران (۱۳۹۸) نشان داد؛ گردشگری و منابع درآمدی حاصل از این صنعت می‌تواند یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در توسعه اقتصادی و پایداری درآمدی باشد. همچنین توسعه صنعت گردشگری متأثر از عواملی نظیر زیرساخت‌ها و تسهیلات، اطلاع‌رسانی و تبلیغات است (۳). پاشایی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود اظهار نموده‌اند؛ تمامی مؤلفه‌های مشارکت جامعه محلی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی بر توسعه گردشگری ورزشی تأثیر معنی‌داری دارند و بین این ابعاد، عامل اجتماعی بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری ورزشی دارد (۲). جانی و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر صنعت گردشگری بر اشتغال استان‌های کشور با رویکرد اقتصادی پرداختند، نتایج حاکی از آن بود؛ گردشگری دارای تأثیرات معنی‌داری

بر اشتغال دارد. توسعه آن علاوه بر اینکه اشتغال را در استان‌های هدف افزایش می‌دهد، بلکه منجر به افزایش اشتغال در استان‌های مجاور نیز می‌شود (۵). قزل‌سفلو و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی عنوان کردند؛ برگزاری جشنواره‌های سنتی از طریق به نمایش گذاشتن و تبادلات ارزش‌های فرهنگی جوامع میزبان باعث توسعه گردشگری ورزشی می‌شوند (۱۸). هینگتن^۱ و همکاران (۲۰۱۵) نشان داد؛ یکی از پتانسیل‌های گردشگری توسعه کارآفرینی است که شامل؛ تولید محصولات خلاقانه، بهبود دسترسی اینترنتی، توسعه تأمین مالی و آموزش تجارت است و کارآفرینی موجبات خصوصی‌سازی را فراهم می‌کند (۲۹). خوشکام^۲ و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهش خود بیان کردند؛ گردشگری اغلب به‌منظور بهبود کیفیت زندگی در جوامع محلی به میزان زیادی موردتوجه قرار گرفته و در فرایند جهانی‌شدن اهمیت روزافزونی یافته است و همچنین پویایی اقتصاد را به ارمغان می‌آورد (۳۱). از سوی دیگر یکی از شاخص‌های مهم پایداری اقتصادی، بهبود توزیع درآمد است. گردشگری از کانال‌های گوناگونی بر توزیع درآمد مؤثر است؛ از آنجاکه گردشگری صنعتی 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 کم‌درآمد به نحو مؤثر برطرف کند و زمینه بهبود توزیع درآمد را فراهم آورد (۲۵). کوین^۳ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی اظهار نموده‌اند؛ گردشگری از طریق کمک به کاهش فقر، به‌کارگیری نیروی کار، سرمایه‌گذاری، توسعه فناوری، درآمدزایی موجبات رشد اقتصادی را فراهم می‌کند (۳۰). جوامع و دولت‌ها به‌طور فزاینده از رویدادهای ورزشی، تفریحی و جشنواره‌ها به‌عنوان محرک‌های رشد اقتصادی

3. Kevin

1. Hingtgen

2. Khoshkam

استان شکل بگیرد. تا به این ترتیب بستر بهره‌برداری از ظرفیت‌های ویژه اقتصادی موجود در این حوزه در راستای توسعه اقتصادی استان گلستان و تبدیل شدن به قطب برتر گردشگری ورزشی را برای سیاست‌گذاران و نهادهای متولی صنعت گردشگری ورزشی فراهم نمایند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به روش انجام پژوهش، روش آمیخته از نوع اکتشافی متوالی (ابتدا روش کیفی و سپس روش کمی) بود. برای ساخت مدل مفهومی پژوهش در ابتدا از تحلیل محتوا (مصاحبه کیفی با افراد متخصص) و (مطالعه مقالات، اسناد و مدارک و ابزار مصاحبه) استفاده شد. در بخش کیفی، نمونه تحقیق به روش نمونه‌گیری هدفمند و قضاوتی انتخاب شده‌اند، که شامل؛ ۱۹ نفر از مدیران اداره‌ها و اداره کل تربیت‌بدنی استان گلستان، روسای و نایب روسای هیئت‌های سوارکاری استان گلستان، مدیر و معاون اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گلستان، مربیان، چاپک‌سواران و مسئولین برگزاری مسابقات اسب‌دوانی می‌باشند. در مرحله کمی به منظور ارزیابی مدل ارائه شده در تحقیق، بیشترین توجه در مباحث مرتبط با حجم نمونه به پیچیدگی مدل اختصاص یافته است. در مباحث مرتبط با پیچیدگی مدل توجه اصلی، عمدتاً مربوط به تعداد متغیرهای مشاهده شده یا معرف‌ها، تعداد سازه‌ها یا عامل‌ها و تعداد پارامترهای آزاد برای برآورد است. در تحقیق با توجه به تعداد پارامترهای موجود در مدل، به ازای هر پارامتر ۲۰ نمونه انتخاب شده- اند (۳۲). تعداد نمونه تحقیق با توجه به تعداد پارامترهای موجود ۲۶۰ نفر که شامل؛ مدیران اداره‌ها و اداره کل تربیت‌بدنی استان گلستان، روسای و نایب روسای هیئت‌های سوارکاری استان گلستان، مدیر و معاون اداره

در مناطق مختلف استفاده می‌کنند. اما یک چالش اساسی ارزیابی و اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری در تسهیلات و خدمات برای این نوع رویدادها است. برای دولت محلی و جوامع دشوار است که دقیقاً کدامیک از فرصت‌های گردشگری را دنبال کنند، زیرا مسائلی از جمله هزینه‌های کلان در تأمین زیرساخت‌ها، حفظ تسهیلات و رویدادهای میزبانی، رقابت از دیگر مراکز، انواع امکانات ورزشی و تفریحی و موارد دیگر وجود دارد (۳۶). گایتین ناکس و لوید^۱ (۲۰۲۰) در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند؛ توسعه گردشگری ورزشی عمدتاً از طریق ایجاد امکانات لوکس و تأمین زیرساخت‌های ورزشی باکیفیت است (۲۸).

مرور تحقیقات پیشین نشان می‌دهد؛ ظرفیت اقتصادی مشابه و پنهان در گردشگری ورزش استان گلستان وجود دارد. این ظرفیت‌ها شامل: برگزاری جشنواره بین‌المللی اسب ترکمن در منطقه صوفیان کلاله که هر ساله در اردیبهشت ماه با حضور تعداد زیادی از کشورهای فعال در صنعت اسب از قبیل ترکمنستان، آذربایجان، عربستان، پاکستان و حتی حضور گردشگرانی از کشورهای اروپایی از قبیل آلمان که دارای مشترکات فرهنگی و تاریخی با ساکنان این منطقه می‌باشند، برگزار می‌شود. جشنواره کبدی، کشتی سنتی آلیش و گورش در منطقه ترکمن صحرا و وجود دو پیست بین‌المللی کورس اسب‌دوانی گنبد کاووس و بندر ترکمن است (۱۸). با توجه به اهمیت گردشگری ورزشی و علیرغم مطالعات زیادی که در زمینه گردشگری در این استان انجام شده است، نبود پژوهشی در زمینه بررسی نقش گردشگری ورزشی با تأکید بر مسابقات اسب‌دوانی در اقتصاد استان گلستان از مهم‌ترین خلأهای موجود در این بخش است که در تحقیق حاضر سعی شده است با تکیه به اهمیت صنعت گردشگری در سراسر جهان، نگاه ویژه‌ای به مسابقات اسب‌دوانی در سطح

استان گلستان است. با توجه به متفاوت بودن گروه‌های موجود در جامعه آماری، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی استفاده شده است (جدول، ۱).

کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان گلستان، مربیان، چابک‌سواران و مسئولین برگزاری مسابقات اسبدوانی و کارشناسان سازمان‌ها و مؤسسات بخش‌های دولتی و خصوصی فعال در حوزه گردشگری

جدول ۱: نمونه آماری تحقیق در بخش کمی

گروه	فراوانی	درصد
مدیران و معاونین گردشگری و تربیت‌بدنی استان گلستان	۱۰	(۳/۸٪)
روسای و نایب روسای هیئت‌های سوارکاری استان گلستان	۱۰	(۳/۸٪)
معاونت فرهنگی - ورزشی شهرداری‌های منطقه ترکمن‌صحرا (آق‌قلا، گنبد، بندر ترکمن)	۵	(۱/۹٪)
مربیان و چابک‌سواران	۵۰	(۱۹/۲۳٪)
کارکنان برگزاری کورس اسبدوانی استان گلستان	۱۰۰	(۳۸/۴۶٪)
مدیران و کارکنان گردشگری (دفاتر خدمات مسافرتی)	۸۵	(۳۲/۶۹٪)
جمع	۲۶۰	۱۰۰

اسبدوانی ترکمن‌صحرا) پرداخته شده‌است. نشان‌ها در قالب ۱۳ مفهوم که شامل؛ کارآفرینی؛ درآمدزایی؛ (مشارکت محوری)؛ بازاریابی؛ اجتماعی - فرهنگی؛ جشنواره‌ها؛ رسانه و تبلیغات؛ توسعه منابع انسانی؛ طرح آمایش سرزمین؛ زیرساختار - رفاهی؛ جاذبه‌ها؛ مالی و سیاسی - اداری طبقه‌بندی شدند (جدول ۲).

به‌منظور گردآوری داده‌ها در مرحله کمی تحقیق، از پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از مفاهیم بخش کیفی استفاده شده است. این پرسشنامه شامل گویه‌های هم‌وزن بود که با استفاده از مقیاس پنج ارزشی (خیلی کم تا خیلی زیاد) طراحی شده بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط مدیران و متخصصین حوزه گردشگری ورزشی استان تأیید شده است. پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ ارزیابی محاسبه و میزان ($\alpha=0/873$) گزارش شده است. در مرحله کمی تحقیق از تحلیل عاملی اکتشافی و سپس تأییدی با استفاده از نرم‌افزار Spss ۲۰ و نرم‌افزار AMOS جهت بررسی مدل ساختاری متغیرهای پژوهش و ارزیابی مدل پژوهش استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

فرایند تحلیل اطلاعات در نظریه‌پردازی داده بنیاد مبتنی بر سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. در کدگذاری باز مصاحبه‌ها تجزیه و تحلیل، نکات کلیدی مصاحبه‌ها استخراج و کدگذاری شدند و در مرحله دوم به تحلیل مفاهیم، نشان‌ها و کدگذاری گزینشی بر اساس نقش گردشگری ورزشی بر توسعه اقتصادی استان گلستان (مطالعه موردی: مسابقات

جدول ۲: کدگذاری باز و محوری (شناسایی مفاهیم و مقوله‌ها)

مقوله	مفهوم	نشان
نقش گردشگری ورزشی بر توسعه اقتصاد منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان	کارآفرینی	اشتغال‌زایی توسعه صنایع مربوط به پرورش اسب ترویج ظرفیت‌های بومی تنوع سازی محصولات داخلی فراهم شدن امکان اشتغال برای بیکاران فصلی و جذب نیروهای مازاد سایر بخش‌ها افزایش اشتغال موقت، پاره‌وقت و فصلی در زمان برگزاری کورس بهاره و پاییزه تنوع فرصت‌های شغلی رونق و احیای صنایع دستی مردم ترکمن صحرا ایجاد فرصت‌های شغلی غیر کشاورزی افزایش میزان اشتغال در زمینه خدماتی
	درآمدزایی	افزایش تولید و فروش صنایع دستی و محصولات بومی توسعه ظرفیت‌های بومی اقتصادی بهبود درآمد مردم منطقه ایجاد درآمد ارزی در زمینه پرورش اسب افزایش تقاضا و بالا رفتن قیمت صنایع دستی ترکمن تغییر نوع تولیدات برای فروش به گردشگران توسعه صنایع سودآور محلی کمیت و کیفیت صنایع دستی ترکمن خرید سوغات و محصولات صنایع دستی افزایش سودآوری کسب‌وکارها و مشاغل مردم محلی توسعه صنایع وابسته به پرورش اسب
	مردم محوری	نقش محوری مردم در توسعه گردشگری مشارکت جامعه محلی در طرح‌ها و برنامه‌های توسعه گردشگری آشنا کردن مردم منطقه با ابعاد و آثار گردشگری ورزشی فراهم بودن زمینه مشارکت نیروهای داوطلبی متخصص حفظ نیروهای داوطلب به منظور برگزاری منظم رویدادهای گردشگری ورزشی - بومی و محلی ایجاد تشکیلات مناسب برای جذب داوطلبین تهیه بانک اطلاعات از نیروهای متخصص در گردشگری ورزشی - بومی و محلی بهره‌گیری از توان خیرین به منظور ساخت اماکن ورزشی در راستای توسعه رشته سوارکاری
	(مشارکت محوری)	
نقش گردشگری ورزشی بر توسعه اقتصاد منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان	بازاریابی	ایجاد فرصت بین‌المللی در زمینه برگزاری مسابقات اسبدوانی عرضه قالی و قالیچه ترکمن به دیگر استان‌های و ایجاد بازارهایی در شهرهای مختلف استان برای فروش محصولات رقابت در بازارهای گردشگری بین‌المللی شهرت ملی و بین‌المللی منطقه گردشگری ایجاد بازارهای جدید برای محصولات کشاورزی و تولیدان محلی منطقه ترکمن صحرا
	اجتماعی	بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی جهت شناساندن فرهنگ و آداب و رسوم ترکمن تبلیغ مراسم اجتماعی (عروسی، عزاداری و ...) به عنوان جاذبه گردشگری افزایش سطح علاقه‌مندی و مشارکت مردم منطقه در انواع فعالیت‌های وابسته به رویداد ورزشی سبک زندگی، هنر، موسیقی و رقص خنجر مردم ترکمن صحرا پوشش خاص زنان و مردان ترکمن تنوع قومی و روحیه مهمان‌نوازی ترکمن صحرا فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزه در مردم بومی باهدف جذب گردشگر برگزاری مسابقات اسبدوانی همراه با فعالیت‌های تفریحی در منطقه ترکمن صحرا تأمین امنیت و آرامش خاطر خانواده‌ها از حضور در میدان‌های اسبدوانی سرگرمی‌های هم‌زمان با برگزاری کورس اسبدوانی توسعه شبکه‌های ارتباطات اجتماعی حفظ و اشاعه‌ی هنرهای سنتی و آداب و رسوم باستانی ارتقاء شناخت بین‌المللی از منطقه و ارزش‌های آن فرهنگ پذیرش گردشگر در استان
	فرهنگی	
	-	

جشنواره-ها	برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های ملی و بین‌المللی باهدف معرفی توانمندی‌های گردشگری برگزاری جشنواره زیباترین اسب ترکمن برگزاری جشن گندم (جشن‌های مربوط به کشاورزی) برگزاری جشن‌ها و جشنواره مربوط به رسوم منطقه ترکمن‌صحرا (آق‌آش، سويدقازان،) برگزاری جشنواره مسابقات بومی - محلی همراه با برگزاری مسابقات اسبدوانی (کشتی گورش، پلهم باشی، غوشاق آتدی برگزاری تفریحات بومی- محلی در حاشیه مسابقات اسبدوانی مانند شترسواری، قایق‌رانی و ...
	پوشش تلویزیون و تبلیغات رسانه‌ای مسابقات اسبدوانی تولید برنامه‌های با رویکرد معرفی مسابقات اسبدوانی و فعالیت‌های مربوط به اسب ترکمن تبلیغ اثرات مثبت برگزاری مسابقات اسبدوانی و جذب گردشگر در شبکه‌های اجتماعی تولید برنامه‌های با رویکرد معرفی مسابقات اسبدوانی و فعالیت‌های مربوط به اسب ترکمن کیفیت شبکه‌های اجتماعی در امر تبلیغات میزان و کیفیت اطلاع‌رسانی و تبلیغات گردشگری
منابع انسانی	اعزام کارشناسان مسابقات اسبدوانی به مراکز معتبر جهت آموزش‌های نوین در گردشگری ورزشی ایجاد رشته‌های دانشگاهی جغرافیا، مدیریت جهانگردی و هتلداری در دانشگاه‌های استان به‌منظور تربیت نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری توسعه دستاوردهای علمی و دانش‌بنیان در زمینه پرورش اسب
	متناسب با استعداد استان، زیرساخت‌ها و امکانات مربوط به چند رشته ورزشی تخصصی که می‌توانند به‌عنوان رشته‌های مدال‌آور استان مطرح باشد، توسعه یابد
زیر ساختار - رفاهی	تسهیلات استادیوم‌های برگزاری مسابقات اسبدوانی بهای خدمات امکانات و زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری امکانات بهداشتی و درمانی نرخ مناسب خدمات تفریحی، رفاهی و اماکن اقامتی
	زیرساخت‌های حمل‌ونقل اقامتگاه یا مکان‌های سکونت برای گردشگران طراحی فضاهای شهری با رویکرد گسترش مشارکت شهروندان در مسابقات اسبدوانی طراحی فضای برگزاری مسابقات اسبدوانی در فضایی مطلوب با معماری جذاب احداث فضاهای در میدان‌های اسبدوانی ویژه تماشاگران زنان فراهم آوردن حداکثر دسترسی به خدمات ورزشی با کمترین هزینه ممکن هزینه اسکان و تغذیه در مدت اقامت ارتباط با مشتریان در مراکز ورزشی و تفریح فراهم آوردن زمینه حضور گروهی (خانواده، زنان و ...) در رویدادهای اسبدوانی هزینه اسکان و تغذیه در مدت اقامت ارتباط با مشتریان در مراکز ورزشی و تفریح فراهم آوردن زمینه حضور گروهی (خانواده، زنان و ...) در رویدادهای اسبدوانی
جاذبه‌ها	تنوع محیط‌های طبیعی و بکر بودن آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی جاذبه‌های مرتبط با سوارکاری در دامنه‌ها و چمنزارها دسترسی سریع به جاذبه‌های طبیعی استان
	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در گردشگری سرمایه‌گذاری در بخش خدمات رفاهی سرمایه‌گذاری در زمینه فعالیت‌های تولیدی مرتبط با گردشگری سرمایه‌گذاری در زمینه تأسیسات زیربنایی مرتبط با گردشگری سرمایه‌گذاری در زمینه خدمات رفاهی مربوط به گردشگری در منطقه سرمایه‌گذاری افراد بومی در گردشگری منطقه جذب سرمایه‌های بخش خصوصی در گردشگری منطقه

نقش گردشگری ورزشی بر توسعه اقتصاد منطقه ترکمن‌صحرا در استان گلستان

جذب سرمایه‌های خارجی در گردشگری منطقه	
مشوق‌های مادی برای جذب سرمایه‌ها در تحرک بخشی گردشگری	
دستگاه‌های نظارتی و حقوقی صنعت گردشگری	
سیاسی - تغییر نگرش مدیران سیاسی در جهت توسعه ورزش سوارکاری و جذب گردشگر در ترکمن صحرا	
آگاهی و شناخت از اثرات جذب گردشگران در منطقه	اداری
حمایت‌های بخش دولتی	

اقتصادی منطقه ترکمن صحرا به شمار می‌آید؛ وقتی منطقه ی ترکمن صحرا میزبان گردشگران ورزشی مسابقات اسب‌دوانی باشد، در صورت رونق و تداوم گردشگران ورزشی در منطقه مطمئناً می‌تواند منجر به درآمدزایی بسیار خوب شود و کسب‌وکارهای خرد آن منطقه رونق پیدا کند زیرا یک فعالیت با رویکرد کارآفرینانه منجر به توسعه اقتصادی، اجتماعی و محیطی می‌شود. همچنین با توجه به ویژگی‌های خاص، تنوع فرهنگی منطقه ترکمن صحرا و برگزاری مسابقات اسب‌دوانی، نقش بازاریابی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. زیرا با بازاریابی می‌توان به گردشگران بالقوه، اطلاعاتی درباره منطقه ترکمن صحرا عرضه نموده و آن‌ها را نسبت به بازدید از آن منطقه ترغیب کرد؛ درواقع وجود تبلیغ و بازاریابی جاذبه‌ها در مقصد گردشگری است که افراد را به سفر جذب می‌کند. در این میان، منطقه ترکمن صحرا با جاذبه‌های متنوع فرهنگی و طبیعی، استعداد فوق‌العاده‌ای برای توسعه صنعت گردشگری ورزشی دارد. همچنین بهره‌برداری و توسعه صنعت گردشگری در این منطقه نیازمند سیاست‌گذاری، قانون‌گذاری، نهادسازی و برنامه‌ریزی است. از سویی دیگر به‌منظور توسعه اقتصادی از طریق گردشگری ورزشی در منطقه ترکمن صحرا ضرورتی است به محیط خرد اقتصاد گردشگری ورزشی که شامل مؤلفه‌های؛ مشارکت محوری؛ جاذبه‌ها؛ عوامل اجتماعی - فرهنگی؛ جشنواره‌ها؛ زیرساخت‌ها - رفاهی؛ منابع انسانی؛ الگوی بومی و طرح آمایش سرزمین توجه ویژه شود. یکی از راه‌های توسعه صنعت گردشگری در این منطقه، مشارکت مردم است در گردشگری به‌عنوان صنعتی خدماتی و

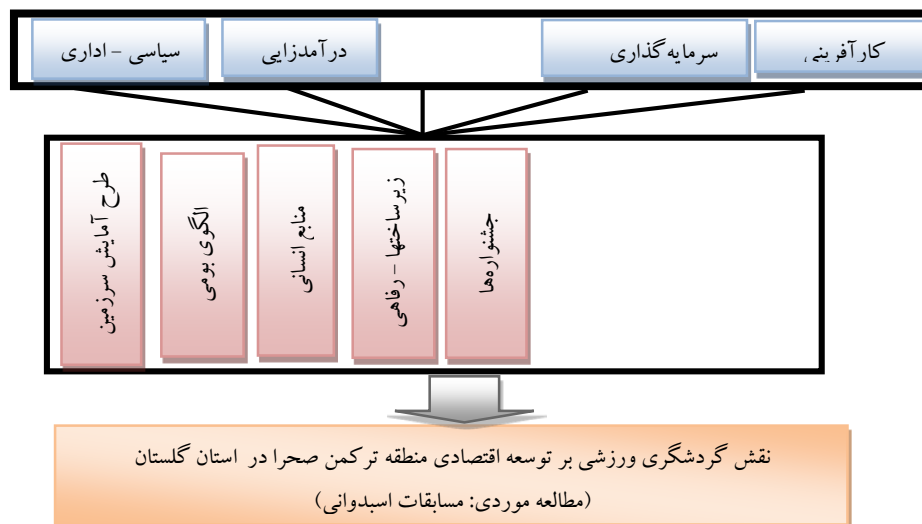
در گام بعدی محقق بر اساس نتایج کدگذاری باز و محوری به کدگذاری انتخابی و ارائه نظریه می‌پردازد (شکل ۱). با توجه به گسترش روزافزون گردشگری در دهه‌های اخیر، این صنعت موردتوجه بسیاری از اقتصاددانان و سیاست‌گذاران قرار گرفته است. بر این اساس، جهت اتخاذ سیاست‌های مناسب در گردشگری باهدف توسعه اقتصادی منطقه هدف گردشگری، مطالعه عوامل مؤثر گردشگری ورزشی بر توسعه اقتصادی منطقه اهمیت ویژه‌ای یافته است. از سوی دیگر پیش‌نیاز اقدامات مؤثر در راستای توسعه صنعت گردشگری، آگاهی از تأثیر عوامل تعیین‌کننده‌ی آن است تا بتوان با اتخاذ سیاست‌های منطقی، عملکرد مؤثری در جهت بهبود وضعیت گردشگری ورزشی داشت؛ در این فرایند ضروری است به محیط کلان اقتصاد گردشگری ورزشی که شامل؛ کارآفرینی؛ سرمایه‌گذاری؛ بازاریابی؛ درآمدزایی و عوامل سیاسی - اداری توجه ویژه شود. گردشگری یک فعالیت اقتصادی وابسته به فرآیند سرمایه و اقتصاد بازار است و نقش سرمایه‌گذاری در بازار گردشگری یک نقش حیاتی، اصلی و بنیادی است؛ به همین دلیل توسعه گردشگری ورزشی وابستگی کامل به سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در هر منطقه دارد و بدون این سرمایه‌گذاری‌ها، حتی شکل‌گیری جریان گردشگری با تأثیرگذاری اقتصادی غیرممکن است. همچنین به‌منظور توسعه اقتصادی در منطقه بندر ترکمن ضروری است توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان گردشگری شود و تقویت کارآفرینی و گردشگری و ایجاد بستر مناسب برای توسعه‌ی آن از ابزار پیشرفت و توسعه‌ی

انسان محور، ضروری است به نقش سازنده مردم برای توسعه گردشگری ورزشی توجه ویژه شود. باید مردم در توسعه این صنعت و تصمیم سازی ها و سیاست گذاری ها وارد نمود تا در اجرای برنامه ها مشارکت داشته باشند. در صنعت گردشگری نیز نقش نیروی انسانی بسیار پررنگ است و مهارت و دانش منابع انسانی موجود در منطقه کیفیت گردشگری را رقم می زند. همچنین بین توسعه گردشگری و ایجاد زیرساخت ها رابطه متقابلی وجود دارد می توان گفت، نه تنها توسعه گردشگری در منطقه سبب بهبود زیرساخت ها می شود بلکه توسعه زیرساخت ها، جاذبه های طبیعی - انسان ساخت و خدمات رفاهی سبب توسعه گردشگری در منطقه ترکمن صحرا نیز می شود. اثرات زیرساخت ها - رفاهی گردشگری قادر است که بنیان های جغرافیایی منطقه گردش هدف را دگرگون سازد و باعث رشد و ترقی ابعاد مختلف فضایی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی منطقه شود. خصوصیات فرهنگی و آداب و رسوم اجتماعی و نوع نگاه مردم ترکمن صحرا به مسابقات اسبدوانی یکی از مؤلفه های بااهمیت در برنامه ریزی و طراحی سیستم ها و تسهیلات گردشگری ورزشی است. در منطقه ترکمن صحرا و با تدارک برنامه های خاص و برگزاری جشنواره های مختلف فرهنگی برای آشنایی و استفاده گردشگران از آداب و رسوم و ویژگی های خاص فرهنگی و اجتماعی انتقال پیام به جامعه و احیای آداب و رسوم، سنت و فرهنگ منطقه ترکمن صحرا از طریق برگزاری مسابقات کورس پاییزه و بهار اسبدوانی و جشنواره کشتی بومی گورش، جشنواره اسب زیبای ترکمن و... بر جذابیت و بی همتایی تسهیلات ارائه شده گردشگری ورزشی می افزاید. از سوی دیگر اجرای طرح آمایش سرزمین به منظور توسعه گردشگری ورزشی در منطقه ترکمن صحرا با توجه به علاقه مندی مردم این منطقه و وجود استعدادها و دانش بومی در زمینه ورزش اسبدوانی نیازمند است؛ اعتبارات

و توجه خاص حوزه مدیریتی به سمت توسعه ورزش اسبدوانی معطوف شود و امکانات و زیرساخت های طراحی و ساخته شده در استان گلستان به سمت رشته ورزشی اسبدوانی هدایت شوند. همچنین توسعه و به کارگیری الگوی گردشگری بومی، یکی راهبردهای مطلوب و ممکن برای توسعه اقتصادی گردشگری ورزشی در منطقه ترکمن صحرا است که بر اساس ظرفیت های بومی منطقه و برآمده از یک نیاز درون جامعه ای از صنعت گردشگری است می تواند راهکار بسیار مناسبی برای پیشرفت اقتصادی گردشگری ورزشی در این منطقه باشد (شکل، ۱).

در خصوص بررسی نتایج کمی به دست آمده از مرحله کیفی، پرسشنامه ای تهیه و توسط مدیران، معاونین و کارکنان گردشگری و تربیت بدنی استان گلستان، رؤسا و نایب رؤسای هیئت های سوارکاری استان گلستان، مربیان و چابک سواران، کارکنان برگزاری کورس اسبدوانی استان گلستان و تماشاگران مسابقات کورس اسبدوانی تکمیل و برای اندازه گیری روایی سازه پرسشنامه از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. با توجه به نتایج؛ شاخص هایی بار عاملی تمامی سؤالات بالاتر از ۰/۳ و آماره آن ها بزرگ تر از قدر مطلق ۱/۹۶ است. بنابراین تمامی شاخص های مربوط به عوامل گردشگری ورزشی در توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا، از مقادیر t و بار عاملی مورد قبولی برخوردارند و برای سنجش این متغیر شاخص های مناسبی می باشند (جدول ۳).

محیط کلان توسعه اقتصادی منطقه هدف گردشگری



شکل ۱: بررسی نقش گردشگری ورزشی بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا استان گلستان

جدول ۳: نتایج تحلیل عاملی تأییدی (روایی سازه) پرسشنامه عوامل گردشگری ورزشی مؤثر بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان (مطالعه موردی: مسابقات اسبدوانی)

پرسشنامه	سؤال	بار عاملی	T	پرسشنامه	سؤال	بار عاملی	T
عوامل گردشگری ورزشی مؤثر بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان	q1	۰/۵۲۸	۴/۱۲۳	عوامل گردشگری ورزشی مؤثر بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان	q21	۰/۸۷۱	۴/۸۳۰
	q2	۰/۶۱۱	۴/۵۸۹		q22	۰/۷۷۴	۴/۲۲۷
	q3	۰/۶۷۴	۴/۱۲۹		q23	۰/۸۰۱	۴/۹۱۰
	q4	۰/۶۳۹	۴/۲۳۴		q24	۰/۷۶۴	۴/۱۰۰
	q5	۰/۷۱۱	۴/۵۸۱		q25	۰/۷۵۴	۴/۸۱۶
	q6	۰/۸۱۹	۴/۹۷۸		q26	۰/۷۸۰	۴/۵۰۷
	q7	۰/۷۶۳	۴/۵۸۴		q27	۰/۸۸۳	۴/۶۳۹
	q8	۰/۷۲۱	۴/۷۳۹		q28	۰/۷۶۲	۴/۴۱۴
	q9	۰/۸۲۶	۴/۹۱۲		q29	۰/۸۵۳	۴/۶۳۹
	q10	۰/۸۵۳	۴/۸۰۱		q30	۰/۸۰۱	۴/۷۶۲
	q11	۰/۶۷۷	۴/۴۱۸		q31	۰/۷۸۰	۴/۲۵۹
	q12	۰/۷۹۲	۴/۵۷۸		q32	۰/۸۲۰	۴/۳۷۴
	q13	۰/۷۸۷	۴/۷۶۹		q33	۰/۷۰۸	۴/۲۶۴
	q14	۰/۸۳۷	۴/۵۸۹		q34	۰/۶۷۱	۳/۴۷۲
	q15	۰/۸۹۸	۴/۸۲۳		q35	۰/۷۰۷	۴/۵۳۹
	q16	۰/۷۸۴	۴/۶۰۲		q36	۰/۷۶۹	۴/۴۷۱
	q17	۰/۷۳۷	۴/۲۴۵		q37	۰/۸۵۵	۴/۶۴۹
	q18	۰/۸۸۳	۴/۷۵۳		q38	۰/۸۴۸	۴/۸۴۵
	q19	۰/۷۴۳	۴/۳۴۲		q39	۰/۸۱۷	۴/۷۸۱
	q20	۰/۸۰۱	۴/۹۱۳		q40	۰/۷۶۵	۴/۵۸۲

به منظور اطمینان از کافی بودن تعداد نمونه از معیار کایرز-می-یر-اولکین^۱ (KMO) و برای تعیین همبستگی بین گویه‌ها از آزمون بارتلت^۲ استفاده شده است (جدول ۴).

در این پژوهش برای تعیین و شناسایی عوامل گردشگری ورزشی مؤثر بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. به همین دلیل پیش از انجام تحلیل عاملی،

جدول ۴: نتایج آزمون بارتلت و KMO

مقدار	مقدار کایرز - می و اولکین (کفایت حجم نمونه)
۰/۷۷۹	آزمون کروییت بارتلت
۱۶۷/۹۷	مقدار کای اسکوار (χ^2)
۲۵۹	درجه آزادی
۰/۰۰۱	سطح معناداری

محوری (۱۰/۴۵)، ۷- اجتماعی - فرهنگی (۱۰/۴۷) ۸- جشنواره‌ها (۱۶/۳۷)، ۹- منابع انسانی (۶/۵۶)، ۱۰- الگوی بومی (۳/۱۲)، ۱۱- طرح آمایش سرزمین (۳/۹۱)، ۱۲- زیر ساختار - رفاهی (۸/۲۰)، ۱۳- جاذبه‌ها (۱۱/۴۶)، ۱۳- شناسایی شدند (جدول ۵). برای آزمون اینکه آیا مدل عوامل گردشگری ورزشی مؤثر بر توسعه اقتصادی استان گلستان از برازش مناسبی برخوردار است، از شاخص‌های برازش استفاده شد. در مدل یابی معادلات ساختاری با تأکید بر نرم‌افزار AMOS باید برای تعیین برازش مدل از سه شاخص برازش مطلق، تطبیقی و مقتصد استفاده کرد. بر اساس نتایج؛ مقدار نسبت آماره کای اسکوار (χ^2) برابر با ۲۶۸/۶۳۹ به درجه آزادی ۳۸۳ برابر با ۲/۶۴۷ است. و این مقدار بین ۱ الی ۳ قرار دارد که نشان‌دهنده تأیید مدل است. شاخص نیکویی برازش (GFI) ۰/۹۶۲ است که نشان‌دهنده قابل قبول بودن این میزان برای برازش مطلوب مدل است. مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) که شاخص دیگر نیکویی برازش است نیز ۰/۰۶۸ است که با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۸ است، قابل قبول و نشان‌دهنده تأیید مدل پژوهش است. دیگر شاخص‌های نیکویی برازش که شامل؛ مقدار شاخص توکر-

با توجه به یافته‌های جدول ۴ مقدار KMO به دست آمده ۰/۷۷۹ است. این مقدار بیانگر این موضوع است تعداد نمونه‌های تحقیق به منظور تحلیل عاملی کفایت می‌کند و انجام تحلیل عاملی برای داده‌های مورد نظر امکان پذیر بوده و می‌توان داده‌ها را به یک سری عامل‌های پنهان تقلیل داد. همچنین نتایج آزمون بارتلت ($\text{Sig}=0/001$)، $2\chi=167/97$ نشان می‌دهند بین گویه‌ها همبستگی بالایی وجود دارد، از این رو استفاده از تحلیل عاملی برای شناسایی گردشگری ورزشی مؤثر بر توسعه اقتصادی استان گلستان مناسب است. بر اساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی که از ترکیب ۴۰ گویه مورد نظر در تحقیق که قابل تقلیل به سیزده عامل بوده است. می‌توان چنین گفت که سیزده عامل به عنوان عوامل گردشگری ورزشی مؤثر بر توسعه اقتصادی استان گلستان شناسایی شدند. توان پیشگویی این عوامل بر اساس مجموع درصد واریانس تجمعی عامل‌ها برابر با ۸۴٪ درصد است؛ بنابراین برای شناسایی گردشگری ورزشی مؤثر بر توسعه اقتصادی استان گلستان سیزده عامل، ۱- کارآفرینی (۱۵/۰۲)، ۲- درآمدزایی (۱۸/۳۷)، ۳- بازاریابی (۱۷/۳۸)، ۴- سرمایه-گذاری (۱۴/۵۸)، ۵- رسانه و تبلیغات (۱۲/۷۴)، ۶- مردم

³ . Goodness Fit Index

⁴ . Root Mean Squared Error of Approximation

1. Kaiser- Meyer-Oklin measure of sampling adequacy (KMO)
2. Bartlett' Test of Sphericity

لویس (TLI)^۱ ۰/۹۳۱ ؛ شاخص برازش بنتلر -
 بونت (BBI)^۲ ۰/۹۶ ؛ شاخص برازش تطبیقی (CFI)^۳
 ۰/۹۱۳ و شاخص برازش مقتصد هنجار
 شده (PNFI)^۴ ۰/۶۳۴ است، همگی نشان‌دهنده برازش

جدول ۵: نتایج بررسی سهم واریانس گردشگری ورزشی مؤثر بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان

عامل	درصد واریانس عامل	آلفای کرون باخ
کارآفرینی	۱۵/۰۲	۰/۹۱۴
درآمدزایی	۱۸/۳۷	۰/۹۲۷
مردم محوری	۱۰/۴۵	۰/۸۲۱
اجتماعی - فرهنگی	۱۰/۲۴	۰/۸۶۲
بازاریابی	۱۷/۳۸	۰/۹۱۹
جشنواره‌ها	۱۶/۳۷	۰/۹۱۷
رسانه و تبلیغات	۱۲/۷۴	۰/۸۵۲
منابع انسانی	۶/۵۶	۰/۹۲۳
الگوی بومی	۳/۱۲	۰/۸۱۱
طرح آمایش سرزمین	۳/۹۱	۰/۷۸۶
زیرساختار - رفاهی	۸/۲۰	۰/۷۵۶
جاذبه‌ها	۱۱/۴۶	۰/۸۵۹
سرمایه‌گذاری	۱۴/۵۸	۰/۸۴۶

جدول ۶: شاخص‌های برازش مدل عوامل گردشگری ورزشی مؤثر بر توسعه اقتصادی منطقه ترکمن صحرا در استان گلستان

شاخص برازش	میزان	ملاک	تفسیر
کای اسکوار (X ²)	۲۶۸/۶۳۹	-	-
درجه آزادی (df)	۲۵۹	-	-
نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (X ² /df)	۲/۶۴۷	بین ۱ تا ۳	برازش مطلوب
شاخص نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۶۲	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
شاخص توکر - لویس (TLI)	۰/۹۳۱	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
شاخص برازش بنتلر - بونت (BBI)	۰/۹۶	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	۰/۹۱۳	بیش از ۰/۹۰	برازش مطلوب
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۶۸	کمتر از ۰/۰۸	برازش مطلوب
شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI)	۰/۶۳۱	بیشتر از ۰/۰۵	برازش مطلوب

بحث و نتیجه‌گیری

جلوه‌ای طبیعی و جغرافیایی و ویژگی‌های مفرح آن، بسیار جالب‌توجه است و ورزش یکی از فعالیت‌های مهم گردشگران در حین گردشگری است. گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده‌ای اجتماعی - اقتصادی در

گردشگری یکی از پدیده‌های جهانی است که ترکیب امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را به‌خوبی نمایش می‌دهد (۱۷). مزایا و منافع اقتصادی حاصل از گردشگری،

سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت سفید بیش از هر زمان دیگر جایگاه خود را به عنوان پدیده‌های چندبعدی 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 (۱۳). در این میان توجه جدی و هدفمند به گردشگری ورزشی به‌ویژه در منطقه ترکمن‌صحرا با توجه به ظرفیت‌های بالایی که مسابقات اسب‌دوانی، فعالیت‌ها و جشنواره‌ها فرهنگی - ورزشی در زمینه گردشگری ورزشی برخوردار هستند می‌تواند به رونق اقتصادی این منطقه و افزایش درآمد برای بخش‌های دولتی و خصوصی و ارتقاء سطح معیشتی مردمان منطقه ترکمن‌صحرا منجر شود. برای دستیابی به این هدف ارزیابی شرایط کنونی و شناخت چالش‌های پیشرو اجتناب‌ناپذیر است.

با توجه به نتایج پژوهش محیط کلان گردشگری ورزشی که در توسعه اقتصادی منطقه ترکمن‌صحرا مؤثر هستند شامل؛ عوامل - کارآفرینی، درآمدزایی، بازاریابی، سرمایه‌گذاری، رسانه و تبلیغات می‌باشند. نتایج پژوهش با نتایج پژوهش شربتی (۱۳۹۴)؛ رضوانی و همکاران (۱۳۹۶)؛ خانزادی و همکاران (۱۳۹۷)؛ پروینی و همکاران (۱۳۹۸)؛ جانی و همکاران (۱۳۹۹)؛ مرتضایی و همکاران (۱۳۹۹)؛ هینگگتن و همکاران (۲۰۱۵)؛ خوشگام و همکاران (۲۰۱۶) و کوئین و همکاران (۲۰۱۸) همسو است (۳، ۵، ۹، ۱۶، ۲۲، ۲۳، ۲۵، ۲۹، ۳۱). به دلیل وجود جاذبه‌های فرهنگی، اجتماعی و طبیعی فرصت‌های مناسبی برای سرمایه‌گذاری در این منطقه وجود دارد و به لحاظ مزایای بسیاری که از راه جذب سرمایه‌های خارجی نصیب این منطقه می‌گردد تلاش به‌منظور رفع موانع از سر راه و اطمینان خاطر در ذهن سرمایه‌گذاران از اهمیت کلیدی برخوردار است.

همچنین گردشگری با ویژگی‌هایی مانند تقاضای متغیر و خواهان نوآوری، قابلیت تولید ثروت در جوامع و توسعه اقتصادی و اجتماعی، بستری مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینانه به شمار می‌رود (۱۱). بعلاوه گردشگری ورزشی رویکرد جدیدی است که می‌تواند در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی، تنوع‌بخشی اقتصادی و رشد آن، خلق فرصت‌های شغلی و ارتقاء استانداردهای زندگی از طریق تأمین خدمات اجتماعی نقش عمده‌ای را ایفا نماید. بنابراین اگر رشد گردشگری و جذب گردشگران در منطقه ترکمن‌صحرا ادامه یابد و سرمایه‌گذاری در این منطقه استمرار پیدا کند می‌تواند به عنوان یکی از عوامل مؤثر در کمک به توسعه اقتصادی و پایداری درآمدی منطقه نقش قابل‌توجهی ایفا نموده و توسعه اقتصادی در این منطقه را تضمین نماید. بدیهی است که بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های گردشگری نیازمند، بررسی و برنامه‌ریزی دقیق است برای تدوین چنین برنامه‌ای استفاده اثرگذار از ابزارها و پارامترهای موجود در علم بازاریابی در رابطه با نظام گردشگری مفید و سازنده به نظر می‌آید. اهمیت و ضرورت برنامه‌ریزی بازاریابی گردشگری به‌اندازه‌ای است که گاهی در حوزه ادبیات گردشگری از آن به عنوان رکن اصلی توسعه این صنعت یاد می‌شود. درواقع فرآیند بازاریابی شامل ارکان فراوانی است که هریک به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر آن تأثیر می‌گذارند. بازاریابی گردشگری به علت خدماتی بودن از حساسیت ویژه‌ای برخوردار است. ناملوس بودن، ناپایداری، ناهمگونی، تفکیک‌ناپذیری و غیر تملکی بودن از ویژگی‌های این صنعت خدماتی هستند که در فرآیند برنامه‌ریزی برای بازاریابی، لزوم بهره‌گیری از یک مدل ترکیبی بازاریابی را نمایان می‌سازد (۷). یکی دیگر از جنبه‌هایی که می‌تواند منشأ بسیاری از تحولات برای توسعه پایدار گردشگری باشد، شناسایی دقیق وضع موجود از

طریق بازاریابی گردشگری است. منطقه ترکمن صحرا یکی از مناطقی است که دارای جاذبه‌های گردشگری ورزشی، طبیعی، فرهنگی و تاریخی فراوانی است و جهت جذب گردشگران داخلی و حتی خارجی ظرفیت‌های مطلوبی در اختیار دارد. اما طبق شواهد ارائه‌شده تاکنون از این ظرفیت‌ها استفاده شایسته‌ای نشده و کم توجهی به اهمیت بازاریابی و اجرای نادرست برنامه‌های مرتبط با توسعه گردشگری ورزشی موجب عدم حرکت گردشگری به سمت توسعه شده‌اند و عمده جاذبه‌های گردشگری ورزشی مربوط به مسابقات اسب‌دوانی منطقه ترکمن صحرا برای گردشگران ناشناخته مانده است. بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های گردشگری ورزشی منطقه ترکمن صحرا نیازمند مطالعه، بررسی و برنامه‌ریزی دقیق است. درواقع تدوین یک برنامه جامع و منسجم که جایگاه و وضعیت موجود این فعالیت را مشخص نموده و راهکارها و راهبردهای مناسبی را برای رسیدن به وضعیت مطلوب ارائه دهد، الزامی و ضروری به نظر می‌رسد. فرایند برنامه‌ریزی باهدف جذب گردشگران ورزشی باید با راهبردهای تبلیغاتی هماهنگ و مرتبط باشد. امروزه تبلیغات در صنعت گردشگری از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و باید اذعان کرد که این صنعت از مهم‌ترین صنایعی است که تحت تأثیر تحولات فناورانه و انقلاب اطلاعاتی بوده و فرایند ایجاد اطلاعات و تبادل آن روزبه‌روز توسعه بیشتری در این صنعت یافته است. در صنعت گردشگری ورزشی نیز باید از تبلیغات به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزار به‌صورت حرفه‌ای استفاده کرد، زیرا تبلیغات می‌تواند به‌عنوان ابزار برنده‌ای برای پیشرفت اهداف (در داخل و خارج) مدنظر قرار گیرد، در غیر این صورت هدر دادن وقت و سرمایه است (۳۸). نقش رسانه‌ها که از آن‌ها به‌عنوان حاملان پیام و اطلاعات نام برده می‌شود در این تغییرات بسیار مهم است. از آنجاکه گردشگری یک پدیده اجتماعی است و اساساً هر پدیده اجتماعی، خواه مثبت و

مفید و یا منفی و مضر برای بروز و ظهور خود در جامعه، نیاز به بستری مناسب و کافی دارد، رسانه‌ها با توجه به توانمندی‌هایی که دارند نقش مهمی را در زمینه‌سازی برای گسترش یا رکود فعالیت‌های مربوط به این بخش ایفا می‌کنند و قادرند با برنامه‌ریزی‌های دقیق و کنترل‌شده اندیشه‌های مردم یک جامعه را شکل دهند و رفتار آنان را به‌صورت دلخواه سمت‌وسو بخشند و دیدگاه موردنظرشان را گسترش دهند (۲۲). همچنین اهمیت انتخاب صحیح حامل‌های پیام تبلیغاتی را نیز نباید نادیده گرفت، مبلغان باید بهترین رسانه‌ها را برای تبلیغات خود گزینش کنند. درواقع بهترین آن‌ها را که با مقاصد و اهداف راهبرد تبلیغات گردشگری هماهنگ و متناسب است، انتخاب کنند و به نحوی کارآمد و اثربخش از آن بهره بگیرند. همچنین با پیشرفت همه‌جانبه علوم و نقش ارتباطات نوین در عرصه این پیشرفت‌ها، توجه ویژه روش‌های نوین در عرصه تبلیغات جای بحث دارد. ابزارهای نوین ارتباطی، ترکیبی از چندین فناوری، شامل وسایل ارتباط جمعی، انفورماتیک و ارتباطات دور است. این ابزارها دارای ویژگی‌هایی نظیر تعاملی بودن، تحرک، اتصال‌پذیری، تبدیل‌پذیری، حضور در هر زمان، در دسترس بودن و ... است. اینترنت، سیستم پیام کوتاه، بلیوردهای دیجیتالی، نمونه‌ای از روش‌های نوین ارتباطات هستند که می‌توان در عرصه تبلیغات گردشگری از آن‌ها بهره گرفت (۱۴).

از سوی دیگر نقش مدیران و برنامه‌ریزان در امر توسعه گردشگری ورزشی غیرقابل چشم‌پوشی است. همچنین مدیران و برنامه‌ریزان مسئول باید با ارائه‌ی تبلیغات مناسب و اطلاع‌رسانی در این مورد، موجب افزایش آگاهی گردشگران ورزشی شوند. شناسایی ورزش‌های سنتی و قابلیت‌های ویژه‌ی هر منطقه نیز به عهده‌ی سازمان‌های مسئول است. تا موجبات جلب گردشگران ورزشی را فراهم آورند (۲۳). در همین راستا مدیران ستادی هیئت‌های

ورزشی مسئول در برگزاری مسابقات ورزشی، می‌توان با ارائه اطلاعات مقتضی در خصوص مکان و زمان برگزاری مسابقات اسبدوانی، از طریق ادارات ورزش و جوانان، سازمان‌های گردشگری و مدیران فرهنگی و همچنین آژانس‌های گردشگری برنامه‌ریزی‌های لازم را در راستای حضور بهتر گردشگران فراهم آورند.

برای تحقق توسعه آثار مثبت اقتصادی گردشگری ورزشی در منطقه ترکمن‌صحرا توجه به محیط خرد گردشگری ورزشی که شامل؛ مشارکت محوری؛ جاذبه‌ها؛ عوامل اجتماعی - فرهنگی؛ جشنواره‌ها؛ زیرساخت‌ها - رفاهی؛ منابع انسانی؛ الگوی بومی و طرح آمایش سرزمین اجتناب‌ناپذیر است. و ضروری است در اولویت برنامه‌ریزی مدیران عرصه گردشگری منطقه قرار گیرد. نتایج پژوهش در محورهای مختلف با نتایج پژوهش قزل‌سفلو و همکاران (۱۳۹۴)؛ پروینی و همکاران (۱۳۹۴)؛ رضوی و همکاران (۱۳۹۵)؛ سوادی (۱۳۹۶)؛ چقاجردی و ملک‌آبادی (۱۳۹۷)؛ پاشایی و همکاران (۱۳۹۸)؛ قزل‌سفلو و همکاران (۱۳۹۹)؛ رافل (۲۰۱۹) و گایتین‌ناکس و لوید (۲۰۲۰) همسو است (۲، ۴، ۶، ۱۰، ۱۵، ۱۸، ۱۹، ۲۸، ۳۶). توجه به حضور و مشارکت مردم، بدون شک می‌تواند یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه گردشگری نیز قلمداد شود. به‌منظور توجه به مفهوم مشارکت جوامع محلی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های صنعت گردشگری، باید بدانیم صنعت گردشگری از جامعه به‌عنوان یک منبع استفاده می‌کند و آن را مانند یک محصول به فروش می‌رساند و درنهایت بر زندگی هر یک از افراد جامعه تأثیر می‌گذارد (۳۸). از سوی دیگر جاذبه‌ها و زیرساخت‌ها - رفاهی از عوامل مؤثر در رونق گردشگری می‌باشند. در این خصوص جشن‌ها و مراسم، برنامه‌های سنتی و دیگر برنامه‌های جانبی در منطقه‌ی موردنظر از عوامل مهم ترغیب گردشگران ورزشی است. برای گردشگرانی که سفر می‌کنند، فعالیت‌ها،

رویدادها و محصولات فرهنگی جامعه‌ی محلی موردنظر به‌عنوان نیرویی الهام‌بخش و جذاب بر آنان اثر می‌گذارد. جاذبه‌های فرهنگی شامل تمام تجلی‌ها و تبلورهای بیرونی و رسمی فرهنگ هر کشور است که می‌توان آن‌ها را در معرض نمایش قرار داد و گردشگران زیادی را جذب کرد. توسعه‌ی صنعت گردشگری ورزشی با تمرکز بر بهبود وضعیت اجتماعی و ایجاد مراکز سرگرمی، فرهنگی و فراهم نمودن امکانات رفاهی به‌منظور جذب سرمایه انسانی موردنیاز و توسعه کسب‌وکارهای جدید به یکی از اساسی‌ترین برنامه‌ها برای بسیاری از شهرها و مناطقی تبدیل شده است (۲۳).

اکنون نکته مهم در برنامه‌ریزی گردشگری ورزشی منطقه ترکمن‌صحرا، توجه به جاذبه‌های طبیعی و تاریخی منحصربه‌فردی است که در این منطقه وجود دارد، که ازجمله‌ی آن‌ها عبارت‌اند از؛ بلندترین برج آجری جهان تا هزار دره‌ها، گورستان سنگی مرموز و اسب‌های اصیل ترکمن و... هرکدام به‌تنهایی می‌تواند دلیلی برای سفر به ترکمن‌صحرا باشد. در کنار این جاذبه‌ها، فرهنگ غنی و موسیقی مردم ترکمن نیز میراثی گران‌بها برای ترکمن‌صحرا است. که هنوز به‌درستی شناخته نشده‌اند، نیاز هست؛ چگونگی توسعه و بهره‌گیری از این جاذبه‌های در اولویت برنامه‌ریزی در عرصه گردشگری ورزشی قرار گیرد. باوجود جاذبه‌های گردشگری درخور توجه در این منطقه، تعداد گردشگرانی که برای بازدید از این جاذبه‌های وارد استان می‌شوند، چشم‌گیر نبوده است. اگر دلایل تأثیرگذار این روند را بررسی کنیم، بی‌شک به کمبود امکانات، تسهیلات و به‌طور کلی زیرساخت گردشگری خواهیم رسید. مساحت مجموعه سوارکاری گنبدکاووس ۱۵۰ هکتار است، ۴۰ هکتار آن به محوطه مسابقات سوارکاری و جایگاه تماشاگران، اسطبل، توقفگاه و دیگر اماکن موردنیاز و محوطه اختصاص دارد و ۱۱۰ هکتار دیگر آن‌هم به زیر

در منطقه، به عنوان الگویی برای برنامه ریزی و طراحی این تأسیسات و سایر برنامه های متنوع گردشگری به کار رود و با تدارک برنامه های خاص برای آشنایی و استفاده گردشگران از آداب و رسوم و ویژگی های خاص فرهنگی و اجتماعی مردم منطقه و جامعه میزبان بر جذابیت و بی-همتایی تسهیلات و زیرساخت ها - رفاهی ارائه شده بیفزاید. با توجه به خدماتی بودن صنعت گردشگری، منابع انسانی یکی از بااهمیت ترین منابع موجود و یک عامل اصلی در توسعه بخشی صنعت گردشگری می باشند. نکته مثبتی که با توجه به نتایج پژوهش ضروری است در برنامه ریزی و گسترش این صنعت در این منطقه ترسیم شود، توجه ویژه به ارتقاء سطح علمی شاغلان در این صنعت و پرورش نیروهای متخصص در زمینه برگزاری مسابقات اسب دوانی و صنایع مربوط به پرورش اسب و تقویت بنیه اجرای ساکنین این منطقه در زمینه مدیریت گردشگری ورزشی است. از سویی دیگر به منظور توسعه صنعت گردشگری ورزشی در زمینه مسابقات اسب دوانی ضروری است؛ دانش بومی ارزشمند و گران بهایی که ساکنین منطقه ترکمن صحرا در زمینه پرورش اسب حاملان آن هستند را در تفکر، برنامه ریزی و تصمیم گیری های اجرایی خود و به عبارت بهتر در فرآیند توسعه صنعت گردشگری ورزشی لحاظ نمایند. دانش قوم ترکمن در زمینه اسب و پرورش آن تحت عنوان دانش بومی که جزء قابل توجهی از سرمایه های دانشی مردم این منطقه محسوب می شود، حاصل سال ها تعامل گذشتگان با طبیعت و تجارب آنان در زمینه پرورش اسب و بهره گیری از طبیعت است که نسل به نسل و سینه به سینه منتقل گشته است. توسعه یک جانبه گردشگری ورزشی بدون در نظر گرفتن تجارب محلی و عدم کاربرد آن در طرح های توسعه گردشگری ورزشی باهدف بهره مندی از مزایای اقتصادی این صنعت ثمره ای جز عدم موفقیت در صنعت گردشگری نداشته است. همچنین

کشت محصولات کشاورزی می رود. مشتاقان ورزش سوارکاری که در ایام برگزاری مسابقات در مجموعه سوارکاری گنبد حضور می یابند، نبود زیرساخت های مورد نیاز مثل اماکن اقامتی و پذیرائی، عدم آسفالت راه ورودی از قسمت شمال و معابر داخلی محوطه پارک خودروها، عدم توجه به فضای سبز مجموعه و حذف علف های هرز آن، افزایش ظرفیت جایگاه تماشاگران، ایجاد برخی زیرساخت های رفاهی و بهسازی سرویس های بهداشتی سیستم های حمل و نقل منظم و استاندارد، سیستم های ارتباطی اینترنتی، شبکه بانکی کارآمد از مسائل مطرح شده از سوی تماشاگران بود. برای نیل به این هدف بهتر است دولت نقش سیاست گذاری و صرفاً حاکمیتی ایفا کند و نقش تصدی گری در این زمینه را با حمایت ها و نظارت های لازم به طور کامل به بخش خصوصی واگذار نماید. همچنین پیشنهاد می شود با سرمایه گذاری مناسب امکانات این مجموعه را ارتقا داد و زمینه را برای برگزاری مسابقات مختلف سوارکاری در سطوح ملی، منطقه ای و یا جهانی فراهم کرد و زمینه پویایی اقتصادی حاصل از گردشگری ورزشی را در منطقه ترکمن صحرا فراهم شود. عوامل فرهنگی - اجتماعی، جشنواره های مختلفی (جشنواره ملی زیبای اسب ترکمن، جشنواره موسیقی محلی، جشنواره کشتی بومی و محلی استان گلستان (کشتی گورش)، جشنواره فرش دستباف و صنایع دستی ترکمن و...) و نگهداری و پرورش اسب و برگزاری مسابقات اسب دوانی از جلوه های گردشگری در این منطقه به شمار می رود که هر ساله گردشگران و علاقه مندان زیادی را به این منطقه جذب می کند. به این ترتیب منطقه ترکمن صحرا می تواند با برگزاری برنامه های فرهنگی و فراهم آوردن زمینه حضور گردشگران ورزشی سبب تسهیل جریان های مولد اقتصادی نیز شود. همچنین پیشنهاد می شود؛ توجه به مؤلفه های فرهنگی - اجتماعی

به منظور توسعه حداکثری از مزایای اقتصادی گردشگری
ورزشی در منطقه ترکمن صحرا با عنایت به طرح آمایش
سرزمین، استفاده از ظرفیت‌ها و منابع موجود در ابعاد مادی
و انسانی در زمینه توسعه ورزش اسب‌دوانی مورد توجه قرار
گیرد و مناسب‌ترین امکانات موجود در راستای توسعه
ورزش اسب‌دوانی طراحی گردند. که این طرح از طریق
پیاده‌سازی نظام جامع آمایش سرزمین در این منطقه
محقق خواهد شد.

منابع و مآخذ

۱. بیشویی، دیپاک. (۱۳۹۰). "توریسم و توسعه اقتصادی". خاکسار، مرتضی؛ بقائی، حمید؛ لطفی، حیدر، چاپ اول، تهران، انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
۲. 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". فصلنامه مطالعات گردشگری، ش ۱۴ (۴۵)، ص ۸۰ - ۵۷.
۳. پروین، محمد؛ رضویان، محمدتقی؛ توکلی‌نیا، جمیله. (۱۳۹۸). "ارزیابی تأثیر گردشگری در توسعه اقتصادی شهر تهران". پژوهش‌های دانش زمین، ش ۱۰ (۳۹)، ص ۲۳۰ - ۲۱۴.
۴. پروینی، نسترن؛ شعبانی‌مقدم، کیوان؛ اشرف خزایی، علی. (۱۳۹۴). "بررسی اثرات برگزاری رویدادهای ورزشی بر توسعه گردشگری جامعه میزبان با تأکید بر بعد اقتصادی مطالعه موردی: سومین جشنواره جهانی سنگ‌نوردی بیستون". نشریه مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ش ۲ (۵)، ص ۹۵ - ۸۷.
۵. جانی، سیاوش؛ نیک پیسیان، وحید؛ صفی‌زاده، سیما. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر صنعت گردشگری بر اشتغال استان‌های کشور با رویکرد اقتصادسنجی فضایی تابلویی. نشریه علمی (فصلنامه) پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ش ۹۳، ص ۲۶۶-۲۳۳.
۶. چقاجردی، ایمان؛ مختاری ملک‌آباد، رضا. (۱۳۹۷). "سطح‌بندی مناطق پانزده‌گانه گانه شهر اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری ورزشی با استفاده از مدل HDI". نشریه پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت ورزش، ش ۱۰ (۴)، ص ۳۰ - ۲۱.
۷. حیدری‌چپانه، رحیم؛ راحلی، حسین؛ فکری، فاطمه. (۱۳۹۶). ارزیابی جاذبه‌های گردشگری شهری با روش ارزش‌گذاری مشروط (CVM مطالعه موردی جاذبه شورابیل اردبیل. نشریه گردشگری شهری، (۱)۴).
۸. خانزادی، آزاد؛ فلاحی، علی؛ حیرانی، زهرا. (۱۳۹۷). بررسی و تحلیل نقش و اثرات توسعه گردشگری بر توزیع درآمد در استان‌های ایران. فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، (۱)۷، ص ۱۰۰ - ۸۴.
۹. رضوانی، محمدرضا؛ فرجی‌سبکبار، حسنعلی؛ دربان آستانه، علی‌رضا؛ کریمی، سید هادی. (۱۳۹۶). "تحلیل نقش عوامل و شاخصه‌های کیفیت محیطی مؤثر در برند سازی مقصدهای گردشگری روستایی (مورد مطالعه: منطقه‌ی قومی- فرهنگی اورامانات- استان‌های کردستان و کرمانشاه)". مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ش ۶ (۲۳)، ص ۱۳۶ - ۱۰۵.
۱۰. رضوی، سیدمحمدحسین؛ دوستی، مرتضی؛ ذبیحی، اسماعیل. (۱۳۹۵). بررسی و تحلیل عوامل اثرگذار بر جذب گردشگران ورزشی به استان مازندران با تأکید بر بازاریابی گردشگری ورزشی. نشریه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، (۱)۹، ص ۱۲۱ - ۱۳۸.

۱۱. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ پور طاهری، مهدی؛ فضل، نفیسه. (۱۳۹۸). "تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی". مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ش ۸، ص ۸۷ - ۱۰۷.
۱۲. زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۹۷). "مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تأکید بر محیط‌زیست)". چاپ اول، تهران، انتشارات علامه طباطبایی.
۱۳. زیتونلی، عبدالحمید؛ هنری، حبیب؛ فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۰). شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان گلستان. نشریه پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، ۱ (۱)، ۷۱ - ۸۳.
۱۴. ساعی، علی؛ نایجی، مختار؛ رضایی، محمد. (۱۳۸۹). "ارتباط بین تبلیغات و جذب گردشگر فرهنگی در ایران (مطالعه موردی گردشگران خارجی فرهنگی اصفهان)". دانشنامه علوم اجتماعی، ش ۴، ص ۹۴ - ۶۹.
۱۵. سواد، مهدی. (۱۳۹۶). "ترسیم ساختار توسعه گردشگری تفریحی ورزشی مبتنی بر مسیرها و راهکارهای اجرایی (مطالعه موردی جزیره قشم)". فصلنامه علمی - پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ش ۱، ص ۱۴۳ - ۱۲۵.
۱۶. شربتی، اکبر. (۱۳۹۴). "تحلیلی بر نقش گردشگری در توسعه اقتصادی مناطق مرزی (مورد مطالعه: استان گلستان)". مجله آمایش جغرافیا فضا، ش ۶ (۱۵)، ص ۴۳ - ۵۹.
۱۷. علی‌اکبری، اسماعیل؛ احمد، پوراحمد؛ جلال‌آبادی، لیلا. (۱۳۹۷). شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی. نشریه گردشگری و توسعه، ۷ (۱)، ۱۷۸ - ۱۵۶.
۱۸. قزل‌سفلو، حمیدرضا؛ رضوی، سیدمحمدحسین؛ کلاته‌سیفری، معصومه. (۱۳۹۹). الگوی کیفی پیوند فرهنگ و گردشگری جشنواره‌های ورزشی - سنتی بر مبنای راهبرد گردند تئوری. فصلنامه علمی مدیریت گردشگری، ۴۹، ۱۵۰ - ۱۲۵.
۱۹. قزل‌سفلو، حمیدرضا؛ سفیری کلاته، معصومه؛ قربانزاده‌زعفرانی، سید قاسم؛ چورلی، علی. (۱۳۹۴). "بررسی چالش‌های جذب گردشگر ورزشی در جشنواره بازی‌های بومی و سنتی استان گلستان (مطالعه موردی: مسابقات اسب‌دوانی و کشتی گورش)". پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ش ۲۲، ص ۲۱۸ - ۲۱۱.
۱۹. فراهانی، ابوالفضل؛ اسلامی، صدیقه؛ پورسلطان‌زندی، حسین. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی سهم عوامل توسعه صنعت گردشگری ورزشی در اشتغال‌زایی از دیدگاه کارشناسان و محققان. نشریه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۲ (۲۲)، ۱۱۳ - ۱۰۷.
۲۰. کروی، مهدی و نجفی پور، امیرعباس و حیدری، مجید. (۱۳۹۱). گردشگری ورزشی و نقش آن در توسعه صنعت گردشگری ایران، اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت‌گردی ایران زمین، همدان.
۲۱. لطفی، حیدر؛ الهه حمیدی. (۱۳۹۴). "بررسی نقش تبلیغات و بازاریابی به واسطه رسانه‌ها جهت توسعه پایدار گردشگری ایران". اولین همایش علمی پژوهشی افق‌های نوین در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی ایران، تهران، انجمن علمی توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین، https://www.civilica.com/Paper-NICONF01-NICONF01_329.html
۲۲. مرتضائی، لیلا؛ کلاته‌سیفری، معصومه. (۱۳۹۹). توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر مناطق پنهان. نشریه پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۴ (۳۴)، ۷۵ - ۸۶.

۲۳. مکیان، سیدنظام الدین؛ نادری، بنی محمود. (۱۳۸۲). "بررسی گردشگری خارجی در شهرستان یزد". نشریه تحقیقات اقتصادی، ش ۶۲، ص ۱۹۵ - ۲۰۵.

24. 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
25. Cho, Kwang min. (2001). Developing Taekwondo as a tourist commodity. *IJASS*, 13(2), 53-62.
26. Crompton, J. L. (1995). "Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication". *Journal of Sport Management*, 9 (1), PP: 14-35.
27. Gaitanakis, L., Leivadi, S. (2020). "Focusing on Resort Sport Tourism Development: The Case of Costa Navarino". Part of the Springer Proceedings in Business and Economics book series, PP: 507 - 517.
28. Hingtgen, N., Kline, C., Fernandes, L., & McGehee, N. G. (2015). «*Cuba in transition: Tourism industry perceptions of entrepreneurial change*», *Tourism Management*, 50, 184-19
29. Kevin, X. Li., Mengjie, J., Wenming, Sh. (2018). "Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review". *Journal of Tourism Management Perspectives*, 26, PP: 135 - 145.
30. Khoshkam, M., Marzuki, A., AlMulali, U. (2016). "Socio-demographic effects on Anzali wetland tourism development". *Journal of tourism management*, 54, PP: 96-106.
31. MacCallum RC, Widaman KF, Preacher KJ, Hong S. Sample size in factor analysis: The role of model error. *Multivariate Behavioral Research*. 2001;36(4):611-37.
32. Mascarenhas, Margarida, Silva, Rita, & Pereira, Elsa. 2015. Sport and tourism: sports recreation in the alentejo coast's resorts. *Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World.*, 56, pp: 9.
33. Monavari, s. m. Delphi based strategic planning for tourism management. *Environ study*, 2013. 465-473
34. Prideaux, B. (2000) The Role of the Transport System in Destination development, *Tourism Management* 21, pp. 53-63.
35. Rolfe, J. (2019). "Simple economic frameworks to evaluate public investments in sporting events in regional Australia". *Journal of Economic Analysis and Policy*, 63, PP: 35- 43.
36. Wisansing, J. (2010). «Towards community driven tourism planning: A critical review of theoretical demands and practical issues», Assumption University Publication. *AU-GSB e-Journal*, 1(1), 47 - 59.
37. Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). "An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model", *Tourism Management*, 26: 45-56

Investigating the role of sporting events tourism in the economic development of the Turkmen Sahara region in Golestan province

Mahboubeh Naghavi^{*1} - Amir Reza Khadem²

1.Assistant Professor, Sport Management, University of Art, Tehran, Iran

2.Assistant Professor, Faculty of physical education and sport sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

(Received:2020/12/25;Accepted:2021/07/03)

Abstract

The aim of the present study was to investigate the role of sporting events tourism in the economic development of the Turkmen Sahara region in Golestan province. The research was a series of exploratory experiments based on the data collected. Data collection tools in the qualitative phase were semi-structured interviews. The statistical sample in the qualitative section includes; 19 tourism managers and managers of Golestan General Department of Physical Education, heads and vice presidents of equestrian boards of Golestan province, director and deputy director of Golestan province's cultural heritage, handicrafts and tourism department, coaches, agile riders and officials of Golestan province horse race. The research samples were selected using purposive and judgmental sampling methods. In the qualitative stage of the data, through coding method, in three stages of open, axial and selective analysis and findings, including 81 marks in open coding, in axial coding, in the form of 13 concepts were classified. In the selected coding stage, sports tourism components are modeled, which has played an effective role in the economic development of the Turkmen Sahara region. In the quantitative stage of the research sample, 260 people were randomly selected. The research instrument at this stage was a researcher-made questionnaire. Exploratory and confirmatory factor analysis using 20 Spss and AMOS software has been used to evaluate the research model. The results showed; Entrepreneurship, income generation, marketing, investment, media and advertising, people-centered, socio-cultural phenomena, festivals, human resources, indigenous model, land management plan, infrastructure - welfare and attractions in the economic development of the Turkmen Sahara region have a significant impact .Due to the importance of sports tourism, managers and planners of the province's sports tourism sector must show the necessary care for the development and growth of this industry.

Keywords

Economics, Horse race, Turkmen Sahara, Tourism, Golestan .

* Corresponding Author: Email: MahboubehNaghavi@yahoo.com; Tel: 09113770769