

بررسی اثرات مسابقات اسب سواری بر توسعه گردشگری (مطالعه موردی: استان گلستان)

- **طیبه یانپی***: گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران
- **صمد فتاحی**: گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
- **یاسر حیدری**: گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت: مرداد ۱۳۹۸ تاریخ پذیرش: آبان ۱۳۹۸

چکیده

هدف پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری اسب سواری استان گلستان بود. روش پژوهش از نوع آمیخته ترکیبی از روش کیفی و کمی است. روش نمونه گیری، هدفمند و در دسترس بود. در مرحله کیفی از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری اسب سواری شناسایی شد. جامعه آماری در مرحله کیفی و کمی به ترتیب شامل ۱۷ و ۵۰ نفر از کارشناسان هیئت اسب دوانی، مربیان اسب دوانی، مالکین اسب، چابک سواران، تولیدکنندگان و پرورش دهندگان اسب، تماشاگران داخلی و خارجی بودند. ابزار پژوهش در این مرحله شامل پرسش نامه محقق ساخته ۶ مؤلفه مدیریتی، زیرساختی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و زیست محیطی بود که در مجموع ۳۲ سؤال جمع آوری شد. روایی محتوایی پرسش نامه به تایید تعدادی اساتید مدیریت ورزشی رسید که پایایی آن از طریق آلفا کرونباخ ۰/۸۲ محاسبه شد. پس از جمع آوری پرسش نامه داده ها در دو بخش توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار Spss نسخه ۲۲ تجزیه و تحلیل شد. یافته های پژوهش نشان داد، میانگین رتبه ای برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری ورزش اسب دوانی (۸/۴۰)، امکانات تفریحی و ورزشی برای حفظ گردشگران (۹/۱۰)، فرصت های شغلی مختلف (۷/۵۸)، زنده نگه داشتن سنت های دیرینه و ملی (۹/۱۳)، همکاری بین ذینفعان داخلی و خارجی گردشگری (۹/۱۶) و محافظت از منابع طبیعی (۸/۶۲)، در جذب گردشگران و توسعه اسب دوانی تأثیر به سزایی دارد. برنامه ریزی گردشگری می تواند موجب تنوع اقتصادی و رونق فعالیت های اقتصادی به صورت سازمان یافته در حوزه گردشگری شده و زمینه توسعه گردشگران برای ورزش اسب دوانی را فراهم آورد. کاهش و رفع محدودیت ها بر میزان انگیزه و رضایت مندی گردشگران از ورزش اسب دوانی حاصل می شود.

کلمات کلیدی: ورزش، اسب دوانی، گردشگر، استان گلستان



مقدمه

در دهه‌های گذشته با برگزاری مسابقات ورزشی بزرگ شاهد ورود گردشگران به کشور میزبان رویدادها هستیم، کشور میزبان با برگزاری مسابقات و اشتغال‌زایی در منطقه، گردشگران را به‌عنوان یک منبع مهم در جهت بهبود وضعیت اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی می‌داند (Emery, 2011). صنعت گردشگری، سریع‌ترین صنعت در حال رشد است (Martins و همکاران 2017). سازمان ملل متحد، گردشگری را به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی توسعه اشتغال و اقتصاد برشمرد (نیک‌رفتار و همکاران، 1396). سازمان جهانگردی فعالیت‌های گردشگری را به دسته‌های گردشگری فرهنگی، تجاری، طبیعی، مذهبی و ورزشی تقسیم کرده است (بلوری‌فرد و همکاران، 1396). گردشگری فعالیت‌های تفریحی، بزرگ‌ترین فعالیت‌های خدماتی دنیا می‌باشد (ابراهیمی و همکاران، 1393). امروزه ورزش فقط فعالیت‌های بدنی نیست بلکه با فضای سیاسی، فرهنگی و اقتصادی عجین شده است. تعاملات سیاست با ورزش به عصر برنمی‌گردد بلکه به‌طور یقین می‌توان گفت که سیاست در شکل گرفتن بازهای المپیک تأثیرگذار است. رقابت‌های ورزشی تیم‌هایی هم‌چون ملی و باشگاهی صرفاً دیگر فقط بازی نیست که انجام می‌شود بلکه بعدهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در ورزش دخیل شده‌اند. این ابعاد چنان اهمیت دارد که دولت‌ها بخشی از دستگاه‌های خود را از جمله رسانه‌ها را به این امر اختصاص داده که از این طریق بتوان به این ابعاد دست یابد (فصلی، 1391). ورزش یکی از صنایع مهم در جهان و از متداول‌ترین عوامل ایجاد انگیزه در گردشگری است. ورزش این توانایی را دارد که گردشگران زیادی را به خود جلب کند، بنابراین رویدادهایی که دربردارنده ورزش‌اند، نوعی جذابیت به‌شمار می‌آیند و عامل جلب‌کننده گردشگری در شهر یا کشور مقصدند (اندام و همکاران، 1393). ورزش مزایای منحصر به فردی نسبت به انواع دیگر جاذبه‌های گردشگری دارد. سیستم جاذبه توریستی برای جذب گردشگران، ورزش را به‌عنوان یک جاذبه جذاب تلقی می‌کنند و استدلال می‌کنند که ورزش بازتابی از فرهنگ محلی است (Hinch و Higham، 2005). گردشگری ورزشی که به‌عنوان سومین صنعت رایج در جهان با دو هدف اشتغال‌زایی و درآمدزایی یکی از منابع بسیار مهم هر جامعه در راستای رسیدن به اهداف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد (صدقاتی و همکاران، 1390). گردشگری ورزشی به پدیده جذب بازدیدکنندگان بین‌المللی در سراسر جهان تبدیل شده است (Woo-Sik Choi و همکاران، 2016). در ایران نیز صنعت گردشگری، به‌عنوان یک بخش اقتصادی، اثر فزاینده نسبتاً زیادی در تولید انبوه دارد و قدرت اشتغال در بخش‌های مختلف اقتصادی بیش‌تر است (پورمحمدی و همکاران، 1389). ایران یکی از کشورهایی محسوب می‌شود که در جذب

گردشگران داخلی و خارجی فعال است. ایران با داشتن منابع طبیعی، تاریخی و برگزاری مسابقات ورزشی در رشته‌های مختلف باعث جذب گردشگر ورزشی شده است. با این وجود ایران در حوزه زیرساختی ضعف‌هایی دارد از جمله، کم بودن مکان‌های اقامتی، کم بودن امکانات و تفریحات ورزشی مطابق با استانداردها، ارائه ضعیف خدمات رفاهی، ضعف در به‌روز بودن دانش و توجه ناکافی به حمل‌ونقل از مشکلاتی است که پیش‌روی ایران قرار دارد (امینی و همکاران، 1396). بررسی و کاوش در انگیزه‌های گردشگری اغلب سازنده‌ترین و مؤثرترین راه برای تعیین فرصت‌های بازدیدکننده‌های مؤثر است. بیان چگونگی انگیزه سفر تمایل رفتار گردشگران را تحت تأثیر قرار می‌دهد و برای برنامه‌ریزان و بازاریابان گردشگری اساسی است (Mason و همکاران، 2016). توسعه گردشگری با رویکرد تاریخی و فرهنگی به‌جهت معرفی و شناساندن ارزش‌های فرهنگی قوم‌ها، به حفظ و نگه‌داشت جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و حفظ هویت مکانی و بومی تأثیر به‌سزایی می‌گذارند. در گردشگری تاریخی و فرهنگی، گردشگران بیش‌تر می‌پسندند که با آداب و رسوم و فرهنگ آن منطقه آشنا شوند و به کاوش و بررسی مکان‌های تاریخی می‌پردازند (نیک‌بین و کرمی، 1391). در گردشگری تاریخی و فرهنگی، گردشگران بیش‌تر می‌پسندند که با آداب و رسوم و فرهنگ آن منطقه آشنا شوند (ادبی‌مقانی و همکاران، 1393). در جذب گردشگر به کشورهای مختلف تعاملاتی هم بین فرهنگ‌ها صورت می‌گیرد (Braz، 2002). توسعه گردشگری در هر مکانی بر اساس ویژگی‌های منطقه‌ای شامل عوامل اجتماعی، فرهنگی، جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و ورزشی بر حسب کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگران است (سیدعلیپور و اقبالی، 1391). از لحاظ فرهنگی گردشگری در دنیا پدیده‌ای اجتماعی و اقتصادی که ناشی از گذراندن اوقات فراغت در طبیعت و دیدن مکان‌های جدید با فرهنگ‌های مختلف است (میرزایی‌کالار و همکاران، 1392). از لحاظ اقتصادی، گردشگری معیشت مردم یک کشور را از سه روش: (۱) اقتصاد از طریق اشتغال و توسعه تجارت‌های خرد اقتصادی، (۲) دستاوردهای زیرساخت‌ها مانند جاده‌ها، آب، برق، مخابرات و پاک‌سازی محیط، (۳) توانمندسازی از طریق تعامل در تصمیم‌گیری بهبود می‌دهد (Frey و George، 2010). با توجه به رابطه بین گردشگری ورزشی و گذراندن اوقات فراغت، می‌توان بیان کرد، مقاصد گردشگری با اماکن ورزشی رابطه نزدیکی دارد (Lamont و همکاران 2012). یکی از مهم‌ترین رویدادها در گردشگری هر کشوری درخواست میزبانی برای یک ورزش یا محصول یا مقصد گردشگری است. یکی از مهم‌ترین انواع گردشگری داخلی، گردشگری تفریحی است (Torra و Claveria، 2014). یکی از راه‌های گردشگری ورزشی در هر مکانی تعیین، شناسایی و استفاده از عوامل مؤثر بر توسعه آن است (هنرور و همکاران، 1386؛ Shi، 2012). توجه



شک استان گلستان با توجه به شرایط اقلیمی و بومی بودن این استان، همه ساله گردشگران زیادی برای تماشای بازهای ورزشی بومی و سنتی از جمله گورش و مسابقات اسب‌دوانی وارد استان می‌شوند. مهم‌ترین عواملی از لحاظ گردشگران ورزشی برای تماشای این رویدادها مکان برگزاری مسابقات، زمان مسابقات، ارائه خدمات رفاهی به وسیله آژانس‌های گردشگری دانستند (قزلسفلو و همکاران، ۱۳۹۴). مسابقات اسب‌دوانی مانند لیگ‌های حرفه‌ای دارای طرفداران خاص خود است. تماشاگران به‌نوعی تضمین‌کننده منابع مالی این مسابقه هستند حضور گردشگران از مناطق مختلف بر رونق این رشته از لحاظ مالی می‌افزاید. هم‌چنین هدف از برگزاری مسابقات اسب‌دوانی صرفاً دیدن مسابقات برای تماشاگران نیست بلکه باعث تشویق آن‌ها به شرط‌بندی و درآمدزایی می‌شود (Roult و همکاران، ۲۰۱۷). ورزش اسب‌دوانی، به‌عنوان یک ورزش مهم در مسابقات بین‌المللی و جهانی شناخته شده است که شاهد مسابقات زنان و مردان در کنار هم هستیم (Dashper، ۲۰۱۲). صادرات به‌عنوان یک پتانسیل مهم در بخش اقتصادی به‌شمار می‌رود. اسب به‌عنوان یک کالای صادراتی در کشورهای مختلف شناخته شده است (Torn و همکاران، ۲۰۰۹). هدف توسعه گردشگری ورزش اسب‌دوانی شناخت هرچه بیش‌تر بازدیدکنندگان از این رشته و رشد مشتاقان به این رشته است. مهم‌ترین اهداف برای جذب گردشگران ورزشی، مدیریت قوی، سطح مسابقات، خدمات رفاهی، رضایت بازدید کنندگان در حوزه گردشگری است. مجارستان از چندین قرن پیش با اسب و ورزش اسب‌دوانی ارتباط داشته است. مجارستان پیشگام در جذب گردشگران از طریق ورزش اسب‌دوانی است. چندین هزار گردشگر خارجی برای دیدن مسابقات به این کشور سفر می‌کنند (Konyves و Suta، ۲۰۰۹). صنعت پرورش اسب در استان گلستان از دیدگاه‌های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی دارای عناوینی هم‌چنین کسب درآمد ملی و استانی از طریق فروش اسب‌های ترکمن، ایجاد اشتغال زایی از طریق پرورش اسب برای روستاییان و شهرهای استان گلستان، گرایش جوانان به حرفه چابک‌سواری، جذب گردشگر از طریق برگزاری مسابقات سوارکاری را دارا می‌باشد (مولادوست و مقدسی، ۱۳۹۴). توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان به‌خصوص در ورزش سنتی اسب‌دوانی باعث جذب گردشگر و باعث اشتغال و درآمدزایی قابل ملاحظه‌ای می‌شود (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۰). Magalhaes و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند که گردشگری اسب‌دوانی یک فرصت مهمی برای صلاحیت و تمایز گردشگری ملی و هم‌چنین تحریک اقتصاد کشورها است. Suta و Konyves (۲۰۰۹) عواملی جذب گردشگران برای تماشای مسابقات را توسعه خدمات رفاهی و برآورده کردن نیازهای گردشگران دانستند. نتایج مهدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد کیفیت اسکان در هتل‌ها، در نظر گرفتن افراد متخصص در زمینه

به زیرساخت‌ها از جمله مسیرهای حمل و نقل، خدمات رفاهی آماده سازی تسهیلات مانند هتل‌ها و زیرساخت‌های گردشگری امری ضروری است. با توجه به رابطه بین گردشگری ورزشی و اوقات فراغت، می‌توان گفت که مقاصد گردشگری ورزشی امروزه رونق فراوانی گرفته است (Lamont و همکاران، ۲۰۱۲). اسب نماد فرهنگ و هویت است نقش اسب‌ها به‌عنوان ارائه‌دهنده خدمات فرهنگی و تفریحی برای انسان ایجاد می‌کند (Hammer و همکاران، ۲۰۱۷). ورزش اسب‌دوانی یکی از ورزش‌هایی است که مسابقات در محیط باز برگزار می‌شود و نوعی باعث طبیعت‌گردی و تفریح شده است (Torn و همکاران، ۲۰۰۹). بسیاری از افراد اسب‌دوانی را به‌عنوان یک تفریح ورزشی می‌دانند (Coulter و همکاران، ۲۰۰۴). اسب‌دوانی یکی از کاربردی‌های جالب تفریحی به‌شمار می‌رود (Whinam و JComfort، ۱۹۹۶). مسابقات سنتی اسب‌دوانی از بزرگ‌ترین رویدادهای ورزشی دنیا، یکی از ورزش‌های پررونق و از پرطرفدارترین ورزش‌ها در کشورهای آمریکا، انگلستان، استرالیا و دبی می‌باشد. در این کشورها سالانه مسابقات زیادی در فصول سال برگزار می‌شود که باعث جذب گردشگران داخلی و خارجی شده است (کارکن و همکاران، ۱۳۹۲). صنعت اسب یکی از صنایع پررونق اقتصادی است. ایجاد اشتغال توسط این صنعت به‌وسیله پرورش و نگهداری اسب و هم‌چنین جذب تماشاگران و گردشگران این رشته و رویدادهای مختلفی که در این صنعت وجود دارد تا بتوان از این صنعت به منافع پولی هم دست‌یافت (مولادوست و مقدسی، ۱۳۹۴). اسب‌دوانی بخش مهمی از تفریح در کشورهای غربی می‌باشد. کشورهایی مانند فرانسه و مجارستان پتانسیل کافی برای جذب گردشگران برای ورزش اسب‌دوانی دارند. همان‌طور که جشنواره‌ها و مسابقات در فضای روباز انجام می‌گیرد باعث جذب گردشگران بیش‌تری می‌شود. رشته‌های شناخته‌شده با اسب مانند، کورس، چوگان، درساز و موارد دیگر چون به‌صورت رقابتی انجام می‌گیرد گردشگران زیادی را برای دیدن مسابقات به خود جذب می‌کند (Ollenburg، ۲۰۰۵). اسب‌دوانی در کشورها به‌عنوان یک رشته مفرح شناخته شده است که به نوبه خود دارای طرفداران بی‌شماری است. برگزاری مسابقات سنتی اسب‌سواری در استان گلستان به‌نوعی حفظ بازی‌های سنتی و به‌نوعی عاملی برای جذب گردشگران به‌شمار می‌رود. در استان گلستان برای برگزاری مسابقات اسب‌دوانی با دارا بودن سه میدان برای برگزاری مسابقات در شهرستان‌های (گنبد کاووس، آق‌قلا و بندر ترکمن) سالانه افرادی زیادی را از اقصای نقاط کشور حتی کشورهای همسایه را به خود جلب کرده و دارای پتانسیل قوی برای جذب گردشگران ورزشی و غیرورزشی است (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۰). رابطه اسب‌دوانی به سلسله مراتبی از فرهنگ و طبیعت برمی‌گردد که به نوعی رابطه انسان و اسب را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Coulter، ۲۰۰۴). هم‌چنین بدون



ورزش اسب دوانی رشته‌ای مفرح برای مردم استان گلستان بوده و برای گذراندن اوقات فراغت خود مورد توجه قرار گرفته است. طبق فرمایشات پیامبر اکرم مبنی بر یادگیری شنا، تیراندازی و اسب دوانی به عنوان سه ورزش کلیدی بیان کردند. با توجه به این که استان گلستان با برگزاری کورس‌های اسب دوانی در سه شهرستان (گنبد کاووس، آق قلا و بندر ترکمن)، دارا بودن مجموعه اسب‌دوانی و برگزاری مسابقات هفتگی، ماهانه به صورت منظم، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌هایی که پیش روی این رشته ورزشی است پرداخته شد. در استان گلستان اسب به عنوان اسب کورسی و ورزشی شناخته شده است. با توجه به این که این مسابقات ورزشی اسب دوانی در فصول مختلف سال در استان گلستان برگزار می‌شود، هماهنگی ارگان‌ها در برگزاری مسابقات مهم است. توجه مسئولین در هر چه بهتر برگزار شدن مسابقات امری است که باید در نظر گرفته شود. مجموعه اسب دوانی به دلیل قدیمی بودن و فرسایش بعضی از تجهیزات مسئولین باید به بازسازی مجموعه اسب دوانی بپردازند. حضور پرشور مردم استان گلستان برای تماشای مسابقات کورس توجه مسئولین برای راحتی تماشاگران از طریق جایگاه و مسیر رفت آمد تماشاگران در نظر گرفته شود. جذب حامی مالی در بخش‌های خصوصی و دولتی می‌تواند در هر چه بهتر شدن مسابقات یاری کند. این رشته ورزشی مفرح می‌تواند جزئی از رشته‌ی ورزشی دانشگاهی در استان گلستان در نظر گرفت. در این تحقیق به فرصت‌ها و چالش‌های این رشته ورزشی پرداخته شد. با توجه به این که استان گلستان از لحاظ اقلیمی دارای شرایط مساعد برای جذب گردشگران داخلی و خارجی از لحاظ آب و هوا، جنگل، دریا، اینه‌های تاریخی و هم‌چنین برگزاری مسابقات کورس (اسب دوانی) است. توجه هر چه بیشتر هیئت اسب دوانی به جذب گردشگران برای تماشای مسابقات ورزشی کورس باعث تبادل فرهنگ، اشتغال‌زایی، شناخته شدن هر چه بیشتر ورزشی بومی منطقه می‌شود. مدیران مجموعه‌های اسب‌دوانی با اندیشیدن تدابیر لازم و بازسازی و احداث مجموعه‌های دیدنی در کنار مجموعه‌های اسب‌دوانی بر توسعه و جذب هر چه بیشتر گردشگران کمک کنند. با در نظر گرفتن این که رشته اسب‌دوانی در استان گلستان قدمت دیرینه دارد و مسابقات کورس در سه منطقه استان گلستان (شهرستان‌های آق قلا، بندر ترکمن و گنبد کاووس) برگزار می‌شود و شاهد حضور بی‌شماری از علاقه‌مندان به این ورزش سنتی هستیم بنابراین توجه به جذب گردشگران داخلی و خارجی بر توسعه خود ورزش اسب‌دوانی، اشتغال‌زایی برای مردم منطقه، حفظ این ورزش سنتی و جذب حامیان مالی بیشتر بر این رشته کمک می‌کند. بنابراین در این پژوهش سعی بر آن است که رهکارهایی برای توسعه گردشگری اسب‌سواری استان گلستان ارائه گردید. بنابراین مدل مفهومی پژوهش (شکل ۱) پیشنهاد گردید.

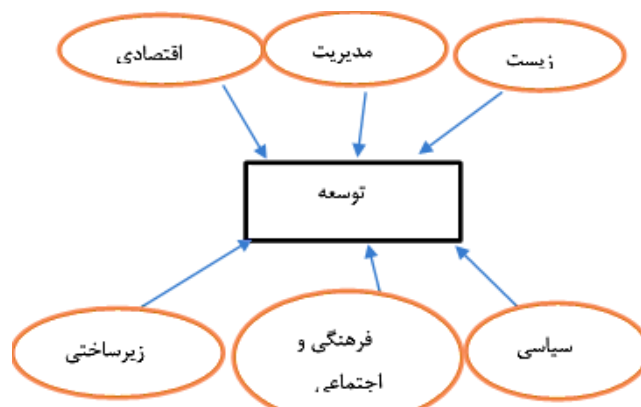
گردشگری، توجه به جذب حامی مالی و توجه به داد و ستد باعث بهتر شدن وضعیت گردشگری ورزشی می‌شود. Chevalier و Pickel (۲۰۱۵) صنعت اسب‌دوانی را در کشورهای مختلف به عنوان عامل درآمدزایی دانستند. نتایج پژوهش García و همکاران (۲۰۱۵) نشان داد، گردشگران به مکان‌های تاریخی، ورزشی، فرهنگی و اجتماعی توجه بیش‌تری دارند. Sigurðardóttir و Steinthorsson (۲۰۱۸) توسعه گردشگری رونق ورزش اسب‌دوانی را تقویت می‌کند. González- و همکاران (۲۰۱۸) بیان می‌کنند فعالیت‌های ورزشی به طور فزاینده‌ای بر توسعه گردشگری مبتنی بر جامعه تأثیر گذاشته است. خسروی‌مهر و همکاران (۱۳۹۵) از مهم‌ترین فرصت بر جذب و حضور گردشگران ورزشی و غیرورزشی را دارا بودن امنیت بالا در منطقه برگزاری مسابقات و وجود افراد متخصص در حوزه گردشگری دانستند. Cho (۲۰۰۱) در تحقیق خود عامل جذب گردشگران را ورزش‌های سنتی یک کشور دانستند. در این تحقیق مثال‌های از قبیل شرکت در تکواندو، غذاهای سنتی چین، ورزش سنتی چین یعنی کونگ فو باعث شده گردشگران زیادی را به خود جذب کند. Miranda و Andueza (۲۰۰۵) در پژوهشی به بررسی گردشگری ورزشی در کشور اسپانیا پرداختند. نتایج نشان داد که جاذبه‌های طبیعی با ۷۸/۳ درصد ورزش‌های آبی ۳۶/۸۴ درصد و پیاده‌روی و گردش ۳۱/۵۸ درصد مهم‌ترین عوامل جذب گردشگران ورزشی دانستند. Preuss و Solberg (۲۰۰۷) در تحقیق تحت عنوان رویدادهای مهم ورزشی و تأثیرات گردشگری در طولانی‌مدت را انجام دادند. بیان کردند که برگزاری مسابقات ورزشی بزرگ می‌تواند باعث تغییر مثبتی در تقاضای گردشگری در درازمدت شود، با افزایش تقاضای گردشگران برای تماشای رویدادهای ورزشی از لحاظ اقتصادی تأثیر به‌سزایی برای دخل و خرج کشورها تأثیر می‌گذارد. Hinch و Ito (۲۰۱۸) گردشگری ورزشی ژاپن و آژانس‌های گردشگری ورزشی در ژاپن به دنبال مکانیزم‌های امیدبخش برای برنامه‌ریزی، هماهنگی و اجرای استراتژیک برای توسعه گردشگری ورزشی هستند. از نظر گردشگران ورزشی توجه به زیرساخت‌هایی از جمله استفاده از کارت‌های اعتباری جهانی، وجود امکان و تجهیزات استاندارد، به روز بودن تکنولوژی در برگزاری مسابقات شهر میزبان، رابطه سیاسی خود شهر میزبان، امنیت برگزاری مسابقات بدون وجود جنگ و گروه‌های تروریستی، توجه به جاذبه‌های طبیعی و غیرطبیعی، توجه به معماری امکان تاریخی، صنایع دستی شهر میزبان و برگزاری مسابقه و بازی‌های سنتی شهر میزبان باعث جذب آن‌ها می‌شود (محمودی یکتا و همکاران، ۱۳۹۱). مسابقات اسب‌دوانی فرصتی مناسب برای اشاعه فرهنگ و حفظ بازی‌های سنتی در ایران و نوعی تفریح سالم برای خانواده‌ها و جوانان می‌باشد. ورزش اسب‌دوانی از مجموعه ورزش‌هایی است که حضور زنان در آن بلامانع می‌باشد.



گرفتند. در مرحله بعد از طریق تکنیک دلفی (دو مرحله) به استخراج عوامل توسعه گردشگری در اسب‌دوانی پرداخته شد. در مرحله اول دلفی پرسش‌نامه محقق ساخته با پاسخ بلی/خیر در اختیار گروه مصاحبه شونده که شامل ۱۷ نفر بودند قرار گرفت از این تعداد ۱۷ نفر به پرسشنامه پاسخ دادند با تأیید پرسش‌نامه و رسیدن سؤالات به ۷۰ درصد تمامی سؤالات برای مرحله بعد باقی ماندند. با توجه به این که سؤالات پرسش‌نامه اضافه یا حذف نگردید. در مرحله دوم به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای برای رتبه‌بندی عوامل به دست آمده در اختیار ۵۰ نفر از گردشگران فعال و غیرفعال که شامل کارشناسان هیئت اسب‌دوانی، مربیان اسب‌دوانی، مالکین اسب، چابک‌سواران، تولید کنندگان و پرورش دهندگان اسب، تماشاگران داخلی استان، تماشاگران خارج استان قرار گرفت. برای تعیین روایی پرسش‌نامه به ۸ نفر از اساتید مدیریت ورزشی مشورت شده و بعد از اعمال کلیه پیشنهادها اصلاحی و تغییرات ضروری، پرسش‌نامه مورد استفاده قرار گرفت، هم‌چنین پایایی پرسش‌نامه از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۲ بررسی گردید که قابلیت اعتماد پرسش‌نامه را در حد قابل قبول نشان می‌دهد. تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی و با استفاده از شاخص‌های نظیر میانگین توزیع فراوانی استفاده شد و پس از جمع‌آوری اطلاعات، از آزمون فریدمن و تحلیل عاملی اکتشافی با استفاده از نرم‌افزار Spss نسخه ۲۲ انجام شد.

نتایج

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود بیش‌ترین نمونه در بخش کمی دارای جنسیت مرد با (۰/۸۶)، دامنه سنی بالاتر از ۲۶ تا ۳۳ با (۰/۳۸)، تعداد مراجعه به مجموعه اسب‌دوانی در سال در ۸ تا ۱۰ بار با (۰/۳۲) و هدف از مراجعه به مجموعه اسب‌دوانی، تماشای مسابقات با (۰/۶۲) بیش‌ترین درصد را به خود اختصاص دادند. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود به اولویت‌بندی عوامل توسعه گردشگری در ورزش اسب‌دوانی استان گلستان پرداخته شد. با توجه به میانگین رتبه‌ای به دست آمده از آزمون فریدمن، از دیدگاه کل نمونه پژوهش، به‌طور کلی مؤلفه اقتصادی با میانگین رتبه‌ای ۵/۱۲ مؤثرترین و مؤلفه سیاسی با میانگین رتبه‌ای ۲/۸۵ کم‌اثرترین عواملی هستند که می‌توانند باعث توسعه گردشگری اسب‌سواری استان گلستان شوند. جهت تعیین روایی سازه پرسش‌نامه شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری اسب‌دوانی در استان گلستان از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. جهت انجام تحلیل عاملی در ابتدا آزمون کفایت نمونه‌برداری (KMO)، برای حصول اطمینان از کفایت حجم نمونه محاسبه شد. پس از آن جاکه همبستگی بین سؤالات آزمون زیربنای تحلیل عوامل است، برای این که مشخص شود همبستگی بین متغیرها



شکل ۱: مدل مفهومی توسعه گردشگری در ورزش اسب سواری

مواد و روش‌ها

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و روش انجام آن آمیخته است در واقع روش تحقیق آمیخته از روش تحقیق کیفی و کمی می‌باشد. روش نمونه‌گیری هدفمند و در دسترس بود روش تحقیق آمیخته (کیفی و کمی) است که در این پژوهش ابتدا روش کیفی و سپس کمی انجام گرفت. در آغاز پژوهش برای شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری اسب‌سواری از روش مصاحبه و در ادامه کار به منظور تأیید و اولویت، رتبه‌بندی عوامل از روش کمی با تشکیل گروه دلفی در دو مرحله صورت گرفت. ابزار پژوهش در بخش کیفی (مصاحبه نیمه ساختاریافته) و در بخش کمی (پرسش‌نامه محقق ساخته) بود. جامعه آماری پژوهش از بین کلیه کارشناسان هیئت اسب‌دوانی (۱۷ نفر)، مربی اسب‌دوانی (۳۰۰ نفر)، مالکین اسب (۶۰۰ نفر)، چابک‌سواران (۶۰ نفر)، تولیدکننده و پرورش دهندگان اسب (۱۰۰۰ نفر)، تماشاگران داخلی و خارجی (برای هر مسابقه تقریباً ۶۰۰۰ نفر) بودند. در مرحله اول در بخش کیفی، مصاحبه نیمه ساختاریافته از بین جامعه آماری به تعداد ۱۷ نفر به تفکیک کارشناسان هیئت اسب‌دوانی (۳ نفر)، مربی اسب‌دوانی (۲ نفر)، مالکین اسب (۳ نفر)، چابک‌سواران (۲ نفر)، تولید کنندگان و پرورش دهندگان اسب (۲ نفر)، تماشاگران داخلی و خارجی (۵ نفر) که در دسترس بودند انتخاب شدند و مصاحبه به این افراد صورت گرفت پس از رسیدن به اشباع نظری مصاحبه متوقف شد. بنابراین جامعه آماری در مرحله کیفی و کمی به ترتیب شامل ۱۷ و ۵۰ نفر از کارشناسان هیئت اسب‌دوانی، مربی اسب‌دوانی، مالکین اسب، چابک‌سواران، تولیدکنندگان و پرورش دهندگان اسب، تماشاگران داخلی و خارجی بودند. در مرحله بعد عواملی که باعث توسعه گردشگری در ورزش اسب‌دوانی می‌شود شناسایی شد. در بخش کیفی ۳۲ عامل شناسایی شد که در زیر مجموعه‌های مؤلفه، مدیریتی، زیر ساختی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و زیست‌محیطی قرار



ایجاد فرصت‌های شغلی مختلف با میانگین رتبه‌ای ۷/۵۸ بیش‌ترین تأثیر و درآمدزایی برای دولت از طریق رشته ورزشی اسب‌دوانی با میانگین رتبه‌ای ۶/۴۱ کم‌ترین تأثیر در گویه‌های اقتصادی بودند. همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، به‌طور کلی با توجه به میانگین رتبه‌ای گویه‌های فرهنگی و اجتماعی، بیش‌ترین تأثیر زنده‌نگه‌داشتن سنت‌های دیرینه و ملی با میانگین رتبه‌ای ۹/۱۳ و کم‌ترین، افزایش رفاه و کیفیت کار و زندگی مردم با میانگین رتبه‌ای ۶/۹۲ شناخته شد. همان‌طور که در جدول ۹ مشاهده می‌شود، به‌طور کلی با توجه به میانگین رتبه‌ای گویه‌های سیاسی، گویه برقراری ارتباط بین اقوام و ملیت‌های مختلف با میانگین رتبه‌ای ۹/۱۶ بیش‌ترین تأثیر و گویه برقراری سطح امنیت در جامعه با میانگین رتبه‌ای ۸/۳۹ کم‌ترین تأثیرات را به خود اختصاص دادند. همان‌طور که در جدول ۱۰ مشاهده می‌شود، به‌طور کلی با توجه به میانگین رتبه‌ای گویه‌های زیست‌محیطی، گویه محافظت از منابع طبیعی (جنگل، کوه، دریا) با میانگین رتبه‌ای ۸/۶۲ بیش‌ترین اثرگذاری و ارتقا سطح بهداشت با میانگین رتبه‌ای ۵/۱۴ کم‌ترین اثرگذاری را در بین گویه‌های زیست‌محیطی به خود اختصاص داد.

برابر صفر نیست از آزمون کرویت بارتلت استفاده شد. نتایج در جدول ۳ مشاهده می‌شود. نتایج ارائه شده در جدول ۳ نشان می‌دهد که مقدار شاخص کفایت نمونه‌گیری ۰/۷۰۶ به‌دست آمد که بیانگر این است که حجم نمونه مناسب و مطلوب است. هم‌چنین آزمون کرویت بارتلت، بیانگر معنی‌داری آن است و مشخص می‌شود بین سؤالات همبستگی وجود دارد. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، به‌طور کلی با توجه به میانگین رتبه‌ای گویه‌های مدیریتی، برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه گردشگری در ورزش اسب‌دوانی با میانگین رتبه‌ای ۸/۴۰ مؤثرترین و کنترل و نظارت بر فعالیت‌های گردشگری با میانگین رتبه‌ای ۶/۵۱ کم‌ترین در بین گویه‌های مدیریتی شناخته شد. همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، به‌طور کلی با توجه به میانگین رتبه‌ای گویه‌های زیرساختی، ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی برای حفظ گردشگران با میانگین رتبه‌ای ۹/۱۰ مؤثرترین و دانش و فناوری لازم از لحاظ علمی در حوزه گردشگری با میانگین رتبه‌ای ۶/۸۲ کم‌ترین در بین گویه‌های زیرساختی می‌باشد. همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، به‌طور کلی با توجه به میانگین رتبه‌ای گویه‌های اقتصادی،

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

متغیر	مقیاس	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۴۳	٪۸۶
	زن	۷	٪۱۴
رده سنی	۱۸ تا ۲۵	۱۲	٪۲۴
	۲۶ تا ۳۳	۱۹	٪۳۸
	۳۴ تا ۴۲	۱۱	٪۲۲
	۴۳ به بالا	۸	٪۱۶
	۱ بار	۳	٪۶
تعداد مراجعه به مجموعه اسب‌دوانی در سال	۲ تا ۴ بار	۱۰	٪۲۰
	۵ تا ۷ بار	۱۴	٪۲۸
	۸ تا ۱۰ بار	۱۶	٪۳۲
	بیش از ده بار	۷	٪۱۴
	تفریح و گردشگری	۱۹	٪۳۸
هدف از مراجعه به مجموعه اسب‌دوانی	تماشای مسابقات	۳۱	٪۶۲

جدول ۲: تجزیه و تحلیل میانگین رتبه‌ای مؤلفه‌ها

مؤلفه‌ها	اقتصادی	مدیریتی	زیرساختی	فرهنگی و اجتماعی	زیست‌محیطی	سیاسی
میانگین رتبه‌ای	۵/۱۲	۴/۶۲	۳/۷۷	۳/۴۲	۳/۱۲	۲/۸۵

جدول ۳: آزمون کفایت نمونه‌برداری و کرویت بارتلت نتایج آزمون KMO و آزمون بارتلت

شاخص	آزمون کفایت نمونه‌برداری	آزمون کرویت بارتلت	سطح معنی‌داری
مقادیر	۰/۷۰۶	۲۰۱۵۶/۸۳	$P < ۰/۰۱$



جدول ۴: ماتریس عوامل چرخش یافته

ردیف	گوبه‌ها	بار عاملی	گوبه‌ها	بار عاملی
۱	برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه گردشگری در ورزش اسب دوانی	۰/۷۵۶	زنده نگه‌داشتن سنت‌های دیرینه و ملی	۰/۸۴۵
۲	افزایش نیروی انسانی متخصص در بخش توسعه گردشگری ورزش اسب دوانی	۰/۹۱۲	حفظ و درک فرهنگ‌های بومی	۰/۷۹۸
۳	همکاری و هماهنگی لازم بین ارگان‌های مختلف در گردشگری ورزشی و هیئت‌های اسب دوانی	۰/۷۸۷	انتقال ارزش‌های فرهنگی به دنیا	۰/۷۶۲
۴	توجه مدیران بر جاذبه‌های استانی	۰/۹۵۳	غنی‌سازی تجارب‌های فرهنگی در بین افراد جامعه	۰/۷۹۲
۵	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی در گردشگری	۰/۸۲۵	ارتقا و بهبود سطح تسهیلات فراغتی	۰/۹۳۴
۶	کنترل و نظارت بر فعالیت‌های گردشگری	۰/۷۸۴	ایجاد اعتماد به نفس در بین میزبان و گردشگر	۰/۸۶۷
۷	ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی برای حفظ گردشگران	۰/۷۵۸	افزایش رفاه زندگی مردم	۰/۸۳۵
۸	تأسیسات اقامتی برای اقامت گردشگران در کنار مجموعه اسب دوانی	۰/۸۳۴	همکاری بین ذینفعان داخلی و خارجی گردشگری	۰/۸۴۶
۹	ارائه خدمات رفاهی به گردشگران در مجموعه اسب دوانی	۰/۹۵۴	افزایش تعاملات سیاسی در گردشگری از طریق جوامع مختلف	۰/۸۰۶
۱۰	بهبود در سیستم حمل‌ونقل (هوایی، ریلی و زمینی)	۰/۸۷۱	برقراری سطح امنیت در جامعه	۰/۷۹۱
۱۱	دانش و فناوری لازم از لحاظ علمی در حوزه گردشگری	۰/۸۰۶	محافظت از منابع طبیعی (جنگل، کوه، دریا)	۰/۸۷۳
۱۲	ایجاد فرصت‌های شغلی مختلف	۰/۹۷۱	به‌سازی و بازسازی محیط‌زیست	۰/۸۶۲
۱۳	احداث هتل، رستوران و مکان تفریحی برای درآمدزایی بیشتر	۰/۸۶۷	بهبود در مدیریت محیط‌زیست	۰/۹۲۴
۱۴	جذب سرمایه‌های خارجی	۰/۷۶۳	توجه و حفاظت از خاک	۰/۸۵۴
۱۵	افزایش رفاه اقتصادی رشته اسب دوانی از طریق تبلیغات مناسب	۰/۹۳۰	توجه به کاهش زباله در محیط طبیعی	۰/۷۵۶
۱۶	درآمدزایی برای دولت از طریق رشته ورزشی اسب دوانی	۰/۶۹۶	ارتقا سطح بهداشت	۰/۸۳۵

جدول ۵: تجزیه و تحلیل گوبه‌های مؤلفه مدیریت در توسعه گردشگری اسب دوانی

ردیف	گوبه‌های مدیریتی	میانگین رتبه	رتبه
۱	برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه گردشگری در ورزش اسب دوانی	۸/۴۰	۱
۲	افزایش نیروی انسانی متخصص در بخش توسعه گردشگری ورزش اسب دوانی	۸/۱۰	۲
۳	همکاری و هماهنگی لازم بین ارگان‌های مختلف در گردشگری ورزشی و هیئت‌های اسب دوانی	۷/۸۰	۳
۴	توجه مدیران بر جاذبه‌های استانی	۷/۳۶	۴
۵	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی در گردشگری	۶/۹۲	۵
۶	کنترل و نظارت بر فعالیت‌های گردشگری	۶/۵۱	۶

جدول ۶: تجزیه و تحلیل گوبه‌های مؤلفه زیرساختی در توسعه گردشگری اسب دوانی

ردیف	گوبه‌های زیرساختی	میانگین رتبه	رتبه
۱	ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی برای حفظ گردشگران	۹/۱۰	۱
۲	تأسیسات اقامتی برای اقامت گردشگران در کنار مجموعه اسب دوانی	۸/۶۴	۲
۳	ارائه خدمات رفاهی به گردشگران در مجموعه اسب دوانی	۷/۵۵	۳
۴	بهبود در سیستم حمل‌ونقل (هوایی، ریلی و زمینی)	۷/۲۰	۴
۵	دانش و فناوری لازم از لحاظ علمی در حوزه گردشگری	۶/۸۲	۵

جدول ۷: تجزیه و تحلیل گوبه‌های مؤلفه اقتصادی در توسعه گردشگری اسب دوانی

ردیف	گوبه‌های اقتصادی	میانگین رتبه	رتبه
۱	ایجاد فرصت‌های شغلی مختلف	۷/۵۸	۱
۲	احداث هتل، رستوران و مکان تفریحی برای درآمدزایی بیشتر	۷/۱۵	۲
۳	جذب سرمایه‌های خارجی	۶/۹۴	۳
۴	افزایش رفاه اقتصادی رشته اسب دوانی از طریق تبلیغات مناسب	۶/۷۵	۴
۵	درآمدزایی برای دولت از طریق رشته ورزشی اسب دوانی	۶/۴۱	۵



جدول ۸: تجزیه و تحلیل گویه‌های مؤلفه فرهنگی و اجتماعی در توسعه گردشگری اسب‌دوانی

ردیف	گویه‌های فرهنگی و اجتماعی	میانگین رتبه	رتبه
۱	زنده نگه‌داشتن سنت‌های دیرینه و ملی	۹/۱۳	۱
۲	حفظ و درک فرهنگ‌های بومی	۹/۰۱	۲
۳	انتقال ارزش‌های فرهنگی به دنیا	۸/۶۷	۳
۴	غنی‌سازی تجارب‌های فرهنگی در بین افراد جامعه	۷/۹۲	۴
۵	ارتقا و بهبود سطح تسهیلات فراغتی	۷/۴۵	۵
۶	ایجاد اعتماد به نفس در بین میزبان و گردشگر	۷/۳۱	۶
۷	افزایش رفاه زندگی مردم	۶/۹۲	۷

جدول ۹: تجزیه و تحلیل گویه‌های مؤلفه سیاسی در توسعه گردشگری اسب‌دوانی

ردیف	گویه‌های سیاسی	میانگین رتبه	رتبه
۱	همکاری بین ذینفعان داخلی و خارجی گردشگری	۹/۱۶	۱
۲	افزایش تعاملات سیاسی در گردشگری از طریق جوامع مختلف	۸/۷۶	۲
۳	برقراری سطح امنیت در جامعه	۸/۳۹	۳

جدول ۱۰: تجزیه و تحلیل گویه‌های مؤلفه زیست‌محیطی در توسعه گردشگری اسب‌دوانی

ردیف	مؤلفه زیست‌محیطی	میانگین رتبه	رتبه
۱	محافظت از منابع طبیعی (جنگل، کوه، دریا)	۸/۶۲	۱
۲	بهبودی و بازسازی محیط‌زیست	۷/۹۵	۲
۳	بهبود در مدیریت محیط‌زیست	۶/۷۲	۳
۴	توجه و حفاظت از خاک	۶/۵۱	۴
۵	توجه به کاهش زباله در محیط طبیعی	۵/۴۹	۵
۶	ارتقا سطح بهداشت	۵/۱۴	۶

بحث

برنامه‌ریزی استراتژیک و برقراری ارتباط با ارگان‌های مختلف از جمله، آژانس‌های گردشگری، هتل‌ها، هیئت اسب‌دوانی استان، سازمان محیط زیست و سازمان میراث فرهنگی باعث رونق ورزش اسب‌دوانی و جذب گردشگران داخلی و خارجی می‌شود. نتایج پژوهش با امینی و همکاران (۱۳۹۶)، قزلسفلو و همکاران (۱۳۹۴)، هنرور و همکاران (۱۳۸۶)، Ito و Hinch (۲۰۱۸)، Mason و همکاران (۲۰۱۶)، Frey و George (۲۰۱۰)، Konyves و Suta (۲۰۰۹) و Ollenburg (۲۰۰۵) هم‌سو است. نتایج پژوهش در مؤلفه زیرساختی، ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی برای حفظ گردشگران، بیش‌ترین تأثیرگذاری را داشت. با توجه به این که در فضای مجموعه‌های اسب‌دوانی در سه شهرستان (گنبدکاووس، آق‌قلا و بندر ترکمن) در فضای باز و در بین زمین‌های زراعی می‌باشد توجه به محوطه این مجموعه امری ضروری است. در کنار مجموعه اسب‌دوانی برای تفریح و تهییج گردشگران داشتن فضای سبز، بازارچه‌های سنتی، متل‌ها، سفره‌خانه‌های سنتی و دارا بودن باشگاه‌هایی برای آموزش اسب‌دوانی بر جذب گردشگران تأثیر به‌سزایی دارد. نتایج این پژوهش با Lamont و همکاران (۲۰۱۲) و Claveria و Torra

گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی که امروزه رو به رشد است. کشورهای جهان برای دستیابی به عوامل مالی به بخش گردشگری توجه بیش‌تری دارند. سهم عمده‌ای از درآمدها امروزه از ورود گردشگران به‌دست می‌آید. هدف از پژوهش حاضر تأثیر ورزش اسب‌دوانی بر جذب گردشگران (مطالعه موردی: مسابقات اسب‌دوانی استان گلستان) بود. یافته‌های پژوهش نشان داد ۵ عامل مؤثر، برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه گردشگری در ورزش اسب‌دوانی، ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی برای حفظ گردشگران، ایجاد فرصت‌های شغلی مختلف، زنده نگه‌داشتن سنت‌های دیرینه و ملی، همکاری بین ذینفعان داخلی و خارجی گردشگری و محافظت از منابع طبیعی (جنگل، کوه، دریا) در توسعه گردشگری و توسعه ورزش اسب‌دوانی تأثیرگذار است. نتایج پژوهش در مؤلفه مدیریت نشان داد که عامل برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه گردشگری در ورزش اسب‌دوانی تأثیر به‌سزایی در جذب گردشگران دارد. توجه مدیران به



همچنین در کنار این منابع طبیعی وجود ورزش‌های بومی سنتی بر جذب بیش‌تر گردشگران می‌افزاید. برگزاری مسابقات کورس در استان گلستان در منطقه باز و دل‌نشین باعث شده گردشگران داخلی و خارجی از فضای باز کنار مجموعه‌های اسب‌دوانی لذت می‌برند بنابراین با بازسازی و به‌سازی محیط اسب‌دوانی و ایجاد پارک‌هایی در کنار مجموعه اسب‌دوانی و فضای سبز هم باعث بهبود در محیط‌زیست شده و هم تشویقی برای تماشای مسابقات کورس می‌شود، نتایج پژوهش با محمودی‌یکتا و همکاران (۱۳۹۱)، George و Frey (۲۰۱۰)، Hinch و Higham (۲۰۰۵)، Miranda و Andueza (۲۰۰۵) و Ollenburg (۲۰۰۵) هم‌سو است. مدیران و هیئت اسب‌دوانی استان گلستان باید تمام تلاش خود را در زمینه جذب گردشگران داخلی و خارجی داشته باشند و زمینه مناسب برای هر چه بهتر برگزار شدن مسابقات اسب‌دوانی را مهیا سازند و همکاری زیاد مسئولین هیئت اسب‌سواری با ارگان‌های مختلف از جمله آژانس‌های گردشگری، اداره ورزش و جوانان، اداره کشاورزی، نیروی انتظامی و ... باعث جذب و اثرگذاری در گردشگران شده تا تشویق شوند که دوباره برای تماشای مسابقات به این استان بیایند. با توجه به این‌که مسابقات اسب‌دوانی در بیرون از شهر برگزار می‌شود بنابراین با ایجاد فرصت‌های شغلی برای افراد بومی بر اشتغال افراد بومی کمک زیاد می‌کند. احداث مکان‌های تفریحی، ساخت هتل و هتل، مکان‌های غذایی می‌تواند بر توسعه و ورود گردشگران برای دیدن مسابقات اسب‌دوانی کمک می‌کند. استفاده از تبلیغات از طریق رسانه‌های استانی به جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی کمک می‌کند. با توجه به این‌که این ورزش به‌عنوان یک ورزش سنتی در استان گلستان به‌شمار می‌رود بنابراین حفظ فرهنگ‌های مختلف بومی که در استان گلستان وجود دارد بر جذب هر چه بیش‌تر گردشگران می‌افزاید. حفظ و زنده نگه‌داشتن این ورزش بومی باعث ارتقای این ورزش دیرینه شده و به‌دلیل این‌که اسب‌دوانی تماشاگران فراوانی را به خود جذب می‌کند بنابراین راحت‌تر افراد استان با فرهنگ‌های مختلف آشنا شده و زمینه لازم برای توسعه و جذب گردشگران کمک می‌کند. همکاری میراث فرهنگی استان گلستان با هیئت اسب‌دوانی می‌تواند سرآغاز تحولی نودرتوسعه گردشگری شود. مسئولیت‌پذیری در زمینه گردشگری و نهادینه شدن مسئولیت در زمینه حفاظت و مسائل از محیط‌زیست در سفر بی‌تفاوت نیست و تأثیر رفتار خود در محیط و رعایت هنجارها را در مکان‌های گردشگری احساس می‌شود. لزوم بقای محیط‌زیست و ارتقای سطح زندگی انسان ایجاد می‌کند که به محیط‌زیست آگاه بوده و ارزش‌ها و دیدگاه‌های لازم را برای حفاظت و بهبود آن بپردازند بنابراین تلاش در زمینه بازسازی و بهسازی محیط مجموعه‌های اسب‌دوانی و حفظ محیط اطراف مسابقات اسب‌دوانی امری ضروری است. در مجموع با توجه به عوامل شناسایی‌شده در این مطالعه، به

(۲۰۱۴) و Torn و همکاران (۲۰۰۹) هم‌سو است. نتایج پژوهش در مؤلفه اقتصادی، ایجاد فرصت‌های شغلی مختلف بیش‌ترین اثرگذاری را داشت. بادر نظر داشتن این‌که اغلب مردم استان گلستان به کشاورزی و دامپروری می‌پردازند. توسعه گردشگری باعث می‌شود که اشتغال‌زایی در منطقه به‌وجود آید. ایجاد غرفه‌هایی در کنار مجموعه اسب‌دوانی، فروش محصولات سنی منطقه و اشتغال در حوزه تولید و نگهداری اسب در بین افراد بومی منطقه باعث بهتر شدن اوضاع اقتصادی منطقه می‌شود. هم‌چنین با ایجاد مکان‌های اقامتی در کنار مجموعه و احداث باشگاه‌های ورزشی باعث پیشرفت منطقه و درآمدزایی می‌شود. نتایج پژوهش با نیک‌رفتار و همکاران، (۱۳۹۶)، پورمحمدی و همکاران (۱۳۸۹)، Magalhaes و Solberg (۲۰۰۷)، Emery (۲۰۱۱)، Frey و همکاران (۲۰۱۵)، Chevalier و Pickel (۲۰۱۵) و George (۲۰۱۰) هم‌سو است. نتایج پژوهش در مؤلفه فرهنگی و اجتماعی، زنده نگه‌داشتن سنت‌های دیرینه و ملی بیش‌ترین اثرگذاری را داشت. با توجه به این‌که ورزش اسب‌دوانی از ورزش‌های سنتی در استان گلستان شناخته شده و قدمت دیرینه دارد. حفظ و زنده نگه‌داشتن این ورزش سنتی بر هویت و برتری این استان می‌افزاید. برگزاری جشنواره‌های سنی، تولید و پرورش اسب‌های اصیل ترکمن، جشنواره‌های زیبایی اسب ترکمن باعث حفظ و نگهداری و تشویق به حضور گردشگران می‌شود. با توجه به بررسی‌ها نشان داد که گردشگران به مناطقی که از لحاظ فرهنگی و داشتن بازی‌های بومی محلی علاقه بیش‌تر از خود نشان می‌دهند. بنابراین اتخاذ شیوه‌ها و روش‌ها برای حفظ این ورزش قدیمی لازم و ضروری است. نتایج پژوهش با ادبی‌مقانی و همکاران (۱۳۹۳)، میرزایی‌کالار و همکاران (۱۳۹۲)، سیدعلیپور و اقبالی (۱۳۹۱)، نیک‌بین و کرمی (۱۳۹۱)، Hammer و همکاران (۲۰۱۷)، García و همکاران (۲۰۱۵)، Emery (۲۰۱۱)، Coulter (۲۰۰۴) و Braz (۲۰۰۲) هم‌سو است. نتایج پژوهش در مؤلفه سیاسی، برقراری ارتباط بین اقوام و ملیت‌های مختلف تأثیر بیش‌تری در بین مؤلفه داشت. فرهنگ و هویت هر جایی مختص همان مکان است، با توجه به این‌که استان گلستان دارای قومیت‌های مختلف می‌باشد و هر کدام آداب و رسوم خاص خود را دارند بنابراین با جذب گردشگران و آشنایی با قومیت‌ها و برقراری ارتباط مقابل بین آن‌ها بر ترویج آداب و رسوم و ورزش اسب‌دوانی باعث ایجاد تبادل ارتباطات و اطلاعات بین آن‌ها می‌شود نتایج پژوهش با ادبی‌مقانی و همکاران (۱۳۹۳)، سیدعلیپور و اقبالی (۱۳۹۱)، Hammer و همکاران (۲۰۱۷)، García و همکاران (۲۰۱۵) و Coulter (۲۰۰۴) هم‌سو است. نتایج پژوهش در مؤلفه زیست‌محیطی، محافظت از منابع طبیعی (جنگل، کوه، دریا) می‌باشد. استان گلستان با دارا بودن منابع طبیعی مثل کوه، دریا و جنگل‌های مختلف باعث جذب گردشگران داخلی و خارجی شده است.



۱۰. صدقاتی، پ.؛ همتی نژاد، م.ع. و محرمزاده، م.، ۱۳۹۰. بررسی عوامل مؤثر بر توریسم ورزشی استان آذربایجان شرقی با تأکید بر جهت گیری صنعتی. مجموعه مقالات دومین همایش ملی تخصصی مدیریت ورزشی، دانشگاه شاهرود، صفحه ۴۶.
۱۱. فاضلی، ح.، ۱۳۹۱. ورزش و سیاست هويت. پژوهشنامه علوم سیاسی. دوره ۲، شماره ۷، صفحات ۷۴ تا ۱۵۲.
۱۲. قزلسفلو، ح.ر.؛ سفیری کلاته، م.؛ قربانزاده زعفرانی، س.ق. و چورلی، ع.، ۱۳۹۴. بررسی چالش های جذب گردشگر ورزشی در جشنواره بازی های بومی و سنتی استان گلستان (مطالعه موردی: مسابقات اسب دوانی و کشتی گورش). پژوهش نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی. دوره ۱۱، شماره ۲۲، صفحات ۲۱۱ تا ۲۱۸.

منابع

۱. ابراهیمی دهکردی، ا.، ۱۳۹۳. نقش عوامل فرهنگی، مذهبی و آکو توریستی در توسعه گردشگری ابرکوه. فصلنامه فضای گردشگری. دوره ۳، شماره ۹، صفحات ۱ تا ۱۶.
۲. امینی، م.؛ مهدی پور، ع. و قاسمی، ح.، ۱۳۹۶. تبیین شاخص های تأثیرگذار موانع گردشگری ورزشی ایران با استفاده از روش AHP گروهی با تأکید بر نقش اطلاعاتی و ارتباطی. مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی. دوره ۴، شماره ۱۵، صفحات ۲۶ تا ۳۵.
۳. اندام، ر.؛ آقایی، ع.؛ عنبریان، م. و پارساجو، ع.، ۱۳۹۳. راهکارهای توسعه توریسم ورزشی در استان همدان. پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی. دوره ۴، شماره ۷، صفحات ۳۱ تا ۴۴.
۴. بلوری فرد، ا.؛ کابارن زاد قدیم، م.ر. و شالچیان رابع، ف.، ۱۳۹۶. بررسی تأثیر بهره مندی از توانمندی جوانان نخبه بومی در توسعه گردشگری و ارائه یک مدل از سیستم دانش محور با رویکرد توانمندسازی نخبگان بومی به منظور توسعه گردشگری - مطالعه موردی: استان بوشهر. فصلنامه فرهنگی و سیاسی خلیج فارس. دوره ۴، شماره ۱۲، صفحات ۷۳ تا ۹۱.
۵. پورمحمدی، م.ر.؛ حسین زاده دلیر، ک.؛ قربانی، ر. و زالی، ن.، ۱۳۸۹. مهندسی مجدد فرآیند برنامه ریزی با تأکید بر کاربرد آینده نگاری. جغرافیا و توسعه. شماره ۳۰، صفحات ۳۷ تا ۵۸.
۶. خسروی مهر، ح.؛ قدیری معصوم، م. و رضوانی، م.ر.، ۱۳۹۵. ارائه راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی (مطالعه موردی: شهرستان مینودشت). پژوهش های کاربردی مدیریت ورزشی. دوره ۵، شماره ۳، صفحات ۱۰۵ تا ۱۱۵.
۷. رحیم نیا، ف. و حسن زاده، ژ.، ۱۳۹۰. ارزیابی استراتژیک قابلیت های گردشگری داخلی و ارتباطی استان خراسان رضوی. بررسی های بازرگانی. دوره ۱، شماره ۵۱، صفحات ۱۶ تا ۲۵.
۸. زیتونلی، ع.؛ هنری، ح. و فراهانی، ا.، ۱۳۹۰. شناسایی توانمندی های گردشگری ورزشی استان گلستان. پژوهش های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. دوره ۱، شماره ۱، صفحات ۷۱ تا ۸۳.
۹. سیدعلی پور، س.خ. و اقبالی، ن.، ۱۳۹۰. نقش جاذبه های آکو توریستی، فرهنگی و تاریخی در توسعه گردشگری استان سمنان. فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری. دوره ۱، شماره ۱، صفحات ۴۱ تا ۶۱.
۱۳. کارکن، ل.؛ زیتونلی، ع. و اسدی، ح.، ۱۳۹۲. تأثیر رویداد ورزشی اسب دوانی بر توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان. رویکرد نوین در مدیریت ورزشی. شماره ۲، دوره ۱، صفحات ۹ تا ۱۷.
۱۴. محمدی، ت.؛ کریمی، م.؛ نجارزاده، ن. و شاه کرم اوغلی، م.، ۱۳۸۹. عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در ایران. فصلنامه اقتصادی مالی. دوره ۳، شماره ۱۰، صفحات ۱۱۴ تا ۱۴۲.
۱۵. محمودی یکتا، م. و ذبیحی، ا.، ۱۳۹۱. تأثیر مؤلفه های گردشگری بر گرایش گردشگران ورزشی به ایران. فصلنامه نگرش های نو در جغرافیای انسانی. دوره ۴، شماره ۲، صفحات ۱۴۰ تا ۱۴۹.
۱۶. ممقانی، م.؛ خانی، ف.؛ سجاسی قیداری، ح. و فرخی سیس، س.، ۱۳۹۳. ارزیابی اثرات توسعه گردشگری فرهنگ محور در تغییرات اجتماعی - فرهنگی مقاصد روستایی (مطالعه موردی: بخش کن). مجله برنامه ریزی فضایی. دوره ۴، شماره ۲، صفحات ۵۵ تا ۷۸.
۱۷. مولادوست، ک. و مقدسی، ر.، ۱۳۹۴. تبیین راه های توسعه صنعت اسب کاسپین مسئولیت های اساسی دولت. دامپزشکی و بهداشت. صفحات ۲۵ تا ۲۹.
۱۸. مهدی زاده، ع.؛ طالب پور، م. و فتحی، م.، ۱۳۹۳. بررسی وضعیت گردشگری ورزشی در شهر مشهد بر اساس تحلیل SWOT. پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۲، شماره ۸، صفحات ۲۳ تا ۳۶.
۱۹. میرزایی کالار، س.م.؛ همتی نژاد، م.ع. و رحمانی نیا، ف.، ۱۳۹۲. عوامل بازدارنده و سو ق دهنده گردشگری ورزشی. نشریه مدیریت و توسعه ورزش. سال ۲، شماره ۱، صفحات ۸۵ تا ۹۶.
۲۰. نیک رفتار، ط.؛ حسینی، ا. و مقدم، ع.، ۱۳۹۶. شناسایی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران پزشکی در ایران. نشریه مدیریت سلامت. دوره ۲۰، شماره ۶۷، صفحات ۷۴ تا ۶۴.
۲۱. هنرور، ا.؛ مشرف جوادی، ب. و غفوری، ف.، ۱۳۸۴. عامل های سوق دهنده گردشگران به رویدادهای ورزشی بین المللی برگزار شونده در کشور. نشریه المپیک. دوره ۱۳، شماره ۳، صفحات ۵۱ تا ۶۴.
۲۲. Braz, J.L., 2002. Sport for all moves people around the globe, New perspective for tourism. Journal of Asian Sport for All. Vol. 1, pp: 47-52.



۳۳. **Hinch, T. and Ito, E., 2018.** Sustainable sport tourism in Japan. *Tourism Planning and Development*. Vol. 15, No. 1, pp: 96-101.
۳۴. **Konyves, E. and Suta, E., 2009.** The importance of equestrian tourism enterprises in tourism destination management in Hungary. *APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce*. 3 p.
۳۵. **Lamont, M.; Kennelly, M. and Wilson, E., 2012.** Competing priorities as constraints in event travel careers. *Tourism management*. Vol. 33, No. 5, pp: 1068-1079.
۳۶. **Magalhães, N.; Barroco, C. and Antunes, J., 2015.** Potential of Equestrian Tourism in Portugal. In 4th M-Sphere International Conference for Multidisciplinarity in Science and Business. pp: 125-130.
۳۷. **Martins, L.F.; Gan, Y. and Ferreira-Lopes, A., 2017.** An empirical analysis of the influence of macroeconomic determinants on World tourism demand. *Tourism Management*. Vol. 61, pp: 248-260.
۳۸. **Mason, C.; Gos, L. and Moretti, A., 2016.** Motivations, perceived risk and behavioral intentions in hard adventure tourism. A natural park case study, *italian journal of management*. Vol. 34, No. 100, pp: 181- 199.
۳۹. **Miranda, J. and Andueza, J., 2005.** The role of sport in the tourism destinations chosen by tourists visiting Spain. *Journal of Sport & Tourism*. Vol. 10, No. 2, pp: 143-145.
۴۰. **Ollenburg, C., 2005.** Worldwide structure of the equestrian tourism sector. *Journal of Ecotourism*. Vol. 4, No. 1, pp: 47-55.
۴۱. **Pickel-Chevalier, S., 2015.** Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France? *Loisir et Société/Society and Leisure*. Vol. 38, No. 1, pp: 110-134.
۴۲. **Roult, R.; Lavigne, M.A. and Auger, D., 2017.** The horse racing industry in Canada: current status and prospects. *Managing Sport and Leisure*. Vol. 22, No. 1, pp: 19-32.
۴۳. **Shi, H., 2012.** The efficiency of government promotion of inbound tourism: The case of Australia, *Journal of Economic Modelling*. Vol. 29, pp: 2711-2721.
۲۳. **Cho, K.M., 2001.** Developing Taekwondo as a Tourist Commodity. *International Journal of Applied Sports Sciences*. Vol. 2, No. 13, pp: 53-63.
۲۴. **Claveria, O. and Torra, S., 2014.** Forecasting tourism demand to Catalonia: Neural networks vs. time series models. *Economic Modelling*. Vol. 36, pp: 220-228.
۲۵. **Coulter, K., 2014.** Herds and hierarchies: Class, nature, and the social construction of horses in equestrian culture. *Society and Animals*. Vol. 2, No. 22, pp: 135-152
۲۶. **Dashper, K., 2012.** Together, yet still not equal? Sex integration in equestrian sport. *Asia-Pacific Journal of Health, Sport and Physical Education*. Vol. 3, No. 3, pp: 213-225.
۲۷. **Emery, P., 2010.** Past, present, future major sport event management practice: The practitioner perspective. *Sport management review*. Vol. 13, No. 2, pp: 158-170.
۲۸. **García, F.A.; Vázquez, A.B. and Macías, R.C., 2015.** Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*. Vol. 13, pp: 33-40.
۲۹. **George, R. and Frey, N., 2010.** Creating change in responsible tourism management through social marketing. *South African Journal of Business Management*. Vol. 41, No. 1, pp: 11-23.
۳۰. **González-García, R.J., Añó-Sanz, V.; Parra-Camacho, D. and Calabuig-Moreno, F., 2018.** Perception of residents about the impact of sports tourism on the community: Analysis and scale-validation. *Journal of Physical Education and Sport*. Vol. 18, No. 1, pp: 149-156.
۳۱. **Hammer, M.; Bonow, M. and Petersson, M., 2017.** The role of horse keeping in transforming peri-urban landscapes: A case study from metropolitan Stockholm, Sweden. *Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography*. Vol. 71, No. 3, pp: 146-158.
۳۲. **Hinch, T. and Higham, J., 2005.** Sport, tourism and authenticity. *European Sport Management Quarterly*. Vol. 5, No. 3, pp: 243-256.



۴۴. **Sigurðardóttir, I. and Steinthorsson, R.S., 2018.** Development of micro-clusters in tourism: a case of equestrian tourism in northwest Iceland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. pp:1-17.
۴۵. **Solberg, H. and Preuss, H., 2007.** Major sport events and long-term tourism impacts. *Journal of Sport Management*. Vol. 21, pp: 213-234.
۴۶. **Törn, A.; Tolvanen, A.; Norokorpi, Y.; Tervo, R. and Siikamäki, P., 2009.** Comparing the impacts of hiking, skiing and horse riding on trail and vegetation in different types of forest. *Journal of Environmental Management*. Vol. 90, No. 3, pp: 1427-1434.
۴۷. **Whinam, J., and Comfort, M., 1996.** The impact of commercial horse riding on sub-alpine environments at Cradle Mountain, Tasmania, Australia. *Journal of Environmental Management*. Vol. 47, No. 1, pp: 61-70.
۴۸. **Woo-Sik Choi, D.J.; Shonk, D. and Bravo, G., 2016.** Development of a Conceptual Model in International Sport Tourism: Exploring Pre-and Post- Consumption Factors, *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism*. Vol. 21, pp: 21-47.



Effects of Horse Racing on Tourism Development (Case Study: Golestan Province)

- **Tayyebeh Yanpi***: Department of Sports Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Maztadran University, Babolsar, Iran
- **Samad Fattahi**: Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, University of Tehran, Tehran, Iran
- **Yasser Heidari**: Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: July 2019

Accepted: October 2019

Key words: Sport, Horse riding, Tourist, Golestan province

Abstract

The purpose of this study was to identify the factors affecting the development of equestrian tourism in Golestan province. The research method is a mixed type of qualitative and quantitative method. The sampling method was purposeful and available. In the qualitative phase, semi-structured interviews identified the factors affecting the development of equestrian tourism. The research instrument consisted of a researcher-made questionnaire including 6 managerial, infrastructure, economic, cultural, social, political and environmental components total 32 questions were collected. The content validity of the questionnaire was confirmed by a number of sport management professors whose reliability was calculated as 0.82 by Cronbach's alpha. after collecting the questionnaire, the data were analyzed by descriptive and inferential statistics spss22. The findings of the study showed that the average rank of strategic planning for tourism development in equestrian sport (8.40), recreational and sports facilities for tourist preservation (9.10), Creating different job opportunities (7.58), keeping the long-standing and national traditions alive (9.13), collaborating between domestic and foreign tourism stakeholders (9.16) and protecting natural resources (8.62), in attracting tourists and developing Horse riding has a huge impact. Conclusion: Tourism planning can lead to economic diversification and prosperity of organized economic activities in the field of tourism and pave the way for tourism development for equestrian sport. Reducing and eliminating restrictions on the motivation and satisfaction of tourist's results from horse riding.

* Corresponding Author's email: tayyebah.yanpi1396@gmail.com

