

## نقش ورزش‌های زمستانی در جذب گردشگر (مطالعه موردی رودبار قصران)

شوکت مقیمی<sup>۱\*</sup> و نوشین کربلایی محمد میگونی<sup>۲</sup>

۱استاد یار دانشگاه و عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد تهران مرکزی

۲دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری

### چکیده

امروزه پیوند میان گردشگری و ورزش نوع جدیدی از جهانگردی را ایجاد نموده که جنبه‌های مختلف و متنوعی را در بر می‌گیرد. عوامل مختلفی در هر منطقه وجود دارد که بر توسعه گردشگری آن منطقه موثر است. هدف این مطالعه نقش ورزش‌های زمستانی در جذب توریست در منطقه رودبار قصران می‌باشد. در این رابطه از مطالب به بحث گذارده شده می‌توان این نتیجه را گرفت که با توجه به رشد گردشگری ورزشی و اهمیت آن از نظر اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی می‌بایست از تمام پتانسیل موجود در کشور در راستای دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده گردشگری ورزشی بهره برد تا از مزایای غنی ورزشی که می‌تواند سود سرشاری را نصیب کشور عزیزمان ایران کند بهره کافی ببریم. لذا در این خصوص منطق رودبار قصران را مورد تحقیق و مطالعه قرار دادیم. در این خصوص پژوهش و مطالعه زیادی صورت نگرفته است و محقق در این پژوهش به دنبال این خواهیم بود که آیا مدیریت گردشگری و بهبود تاسیسات و امکانات در مناطق زمستانی بر جذب توریست موثر می‌باشد؟ این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد و روش پژوهش به صورت پرسشنامه و میدانی اجرا خواهد شد. در این پژوهش نقش ورزش‌های زمستانی در جذب توریست مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

**کلمات کلیدی:** گردشگر، ورزش‌های زمستانی، رودبار قصران، اسکی.

**مقدمه**

یکی از رویدادهایی که توجه گردشگران را به خود جلب میکند مسابقات و رویدادهای ورزشی است که با شرکت تیم‌های مختلف ورزشی و از نقاط مختلف کشور برگزار می‌شود. در حال حاضر، یکی از دغدغه‌های بازاریابان و سازماندهندگان رویدادهای ورزشی، بالا بردن میزان استقبال بازدیدکنندگان و تماشاگران از طریق شناسایی علل و عواملی است که بر حضور آنها تأثیرگذار است. علل و عوامل مختلفی وجود دارد که بر قصد و میل گردشگران برای حضور در یک رویداد ورزشی تأثیرگذار است. امروزه پیوند میان گردشگری و ورزش نوع جدیدی از گردشگری را ایجاد نموده که بسیار مورد علاقه و استفاده مردم دنیا واقع شده است. به نحوی که برخی کشورها با توجه به استعدادها، پتانسیل‌های موجود و شرایط اقلیمی مناسب توانسته‌اند قسمت عمده‌ای از درآمد سرانه ملی خود را از این طریق تأمین نمایند. عوامل مختلفی در هر منطقه وجود دارد که بر توسعه گردشگری آن منطقه موثر است. گردشگری ورزشی را می‌توان به دو طریق توصیف کرد. نخست، گردشگر ورزشی را به عنوان مشارکت‌کننده در فعالیت‌هایی مانند تنیس، گلف، اسکی، موج سواری بر امواج کم عمق، کوهنوردی، شکار، ماهیگیری، قایقرانی و غواصی در زیر آب و بسیاری از فعالیت‌های دیگر است. گردشگر ورزشی به عنوان تماشاگر به طرف جاذبه‌ها و رویدادهای ورزشی کشیده می‌شود. گردشگری ورزشی، صنعتی است که از ترکیب دو صنعت جهانگردی و صنعت ورزش پدید آمده است.

**اهمیت تحقیق**

گردشگری در سراسر جهان پدیده‌ای اجتماعی و اقتصادی ناشی از نیاز بشر برای اوقات فراغت، تماس با طبیعت و میل به دیدار مکان‌های جدید و فرهنگ‌ها است. صنعت گردشگری و سفر بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت در جهان است. در بسیاری از کشورها صنعت گردشگری صنعتی پویا است، که به عنوان منبع درآمد، ایجاد شغل، رشد بخش خصوصی و زیرساخت توسعه است.

تجارت ورزش و گردشگری صنعتی ترکیبی است و آنقدر درآمد دارد که تمام کشورها، مناطق، دفاتر مسافرتی، سازمان‌های متولی ورزش و خود رشته‌های ورزشی نیز از آن سود می‌برند. در این زمینه، ورزش‌های زمستانی نقش حیاتی بازی می‌کنند، کوهستان و برف یک منبع کلیدی برای این ورزش به عنوان مقصد گردشگری بشمار می‌آیند. گرایش‌های جدید گردشگری فعال، نقش ورزش را در گردشگری تقویت و منجر به عملکرد ورزشی گردشگر و گردشگری ورزشی می‌شود.

اهمیت برنامه‌ریزی گردشگری رودبار قصران بیشتر به استعداد توانایی و محیطی این منطقه برای رشد توریسم صنعتی و کارآمد و حفظ این منابع برای نسل‌های آتی به وسیله‌ی صنعت توریسم و نیز ایجاد یک منطقه توریستی ورزشی قابل توجه برای استان تهران می‌باشد. ارزش گردشگری و رشد آن در منطقه نیز، با رشد اقتصادی (درآمدزایی، اشتغال‌زایی) مشخص و سنجیده می‌شود. در حال حاضر نیز می‌توان گفت از نظر اقتصادی وضعیت مناسبی در گردشگری این منطقه حاکم نمی‌باشد. به همین دلیل با قاطعیت می‌توان ادعا داشت که منطقه رودبار قصران برای رشد توریسم نیاز به برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری علمی و تبیینی دارد.

**گردشگری ورزشی**

ورزش‌های زمستانی عمدتاً از اختراعات طبقات مرفه بریتانیا هستند که در بدو امر در روستاهای زرمات، والایس و سنت موریتس سوئیس در سال ۱۸۶۴ مطرح و معرفی شده‌اند.

نخستین تور ورزشی زمستانی برای ایام تعطیل یا تعطیلات زمستانی در سال ۱۹۰۳ عازم آلبودن شد که آن هم در سوئیس بود. ورزش سازماندهی شده در بریتانیا پیش از رسیدن به کشورهای دیگر به رونق رسیده بود. واژگان ورزش شاهد این مدعا هستند از جمله: راگبی، فوتبال و بوکس که تماماً ریشه انگلیسی دارند حتی تنیس که یک ورزش اصیل فرانسوی است از سوی بریتانیایی‌ها جنبه رسمی پیدا کرد و قانونمند شد و حتی اولین میزبانی رقابت‌های قهرمانی در قرن نوزدهم را عهده‌دار شد (درویمبلی) ورزش‌های زمستانی پاسخ طبیعی به نیاز کلاس خاصی به تفریح در سردترین فصل سال بود.

اصطلاح توریسم ورزشی در اواخر دهه ۱۹۶۰ بکار رفت اما در سال ۱۹۹۸، واژه توریسم ورزشی رسماً بعنوان یک اصطلاح اعلام شد که آن را شامل سرگرمی هایی چون: رفتن به پارک و انجام تفریحات، استراحت و بازی در تعطیلات و تماشای فعالیتهای ورزشی بطور حضوری دانستند.

عسگری (۱۳۸۵) در تحقیق خود تحت عنوان بررسی نقش توانمندی‌های استان تهران در توریسم ورزشی کشور بیان می‌کند که موقعیت جغرافیای طبیعی استان تهران به گونه‌ای است که امکان توسعه انواع توریسم ورزشی اعم از بیابان گردی، ورزش-های کوهستانی - آب، اسکی و غیره در آن وجود دارد. با توجه به اینکه فدراسیون‌های ورزشی و هیات‌های ورزشی و امکانات در استان تهران موجود است به قطب بزرگ توریسم ورزشی تبدیل می‌توان نمود و از طریق توریسم ورزشی جاذبه‌های تاریخی، مذهبی، فرهنگی و غیره را نشان داد.

فیروز جاه و کوزه چیان (۱۳۸۵) عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری ورزشی کشور با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی را مورد مطالعه قرار دادند. محققانی نیز به بررسی جنبه‌های مختلف مرتبط با ورزش اسکی پرداخته‌اند مثلاً طوسی به مطالعه‌ی آسیب‌های ورزشی در اسکی‌بازان پیست شمشک (طوسی و معتمدی، ۱۳۷۹). پرداخته است اما پژوهشی که به طور خاص به گردشگری اسکی و یا گردشگران ورزش اسکی بپردازد انجام نشده است. نقش قابل توجه این نوع گردشگری به عنوان یکی از زیر شاخه‌های گردشگری ورزشی در افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری و در نتیجه ی حمایت از اقتصاد کشورها دانشگاهیان و دست اندرکاران را در دهه‌های اخیر به سمت مطالعه‌ی چگونگی برنامه‌ریزی جهت توسعه هدفمند این نوع گردشگری و بازاریابی مؤثر جهت جذب و حفظ گردشگران اسکی سوق داده است.

ادبی (۱۳۸۵) در بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزش ایران با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی نشان می‌دهد که از نظر کارشناسان، در ایران جاذبه‌هایی که کمتر تحت تاثیر پدیده فصلی بودن قرار می‌گیرند و در نتیجه طول فصل گردشگری طولانی دارند در عین حال فعالیتهای متنوع تری نیز در آنها انجام می‌گیرد از اهمیت بیشتری برخوردار هستند و مشکلات فرهنگی مهمترین مشکل در گردشگری ورزشی کشوری است.

آرون اسمیت (۲۰۱۲) در بررسی مکانیزم طرفداری از ورزش فاکتورهائی مانند انگیزش تماشاگران، عوامل تحریک کننده انگیزه، علائم معرفی کننده تیم مثل رنگ لباس، آرم،... و اثرات مفهومی در تیم رویداد یا بازیکنان را از عواملی می‌داند که بر حضور گردشگران ورزشی در یک رویداد مؤثر است.

بول (۲۰۱۱) توسعه گردشگری در شهر میزبان در بیشتر موارد شامل منابع ساخته شده همانند تجهیزات ورزشی و زیر ساخت‌های گردشگری است. احتمالاً ورزش‌ها نیازمند تجهیزاتی هستند که نتیجه ساخت و سازند؛ همانند تجهیزات استادیوم-ها، تجهیزات آبی، تجهیزات مناطق ورزشی و تجهیزات رودخانه‌ای است. استعداد گسترش گردشگری ورزشی در شهر میزبان را می‌توان از نظر وجود منابع و زیرساخت‌های مورد نیاز ورزشی و گردشگری تعیین کرد. یک فهرست منبع گردشگری ورزشی می‌تواند شامل محیط‌های فیزیکی تجهیزات ورزشی ساخته شده، امکانات حمل و نقل گردشگری و زیر ساخت‌ها و همین طور منابع سیاسی و اقتصادی و جنبه‌های فرهنگی ادراکی باشد.

توماس (۲۰۱۰) در بررسی نقش برجسته ورزش بر روی فرهنگ کانادا و توسعه گردشگری، تاثیرات ورزش را طبقه‌بندی می‌کند. که دسته اول مربوط به ورزش‌های خاصی مثل هاکی روی یخ می‌باشد، دسته دوم مربوط به ورزش‌های اصیل و باستانی است که در واقع عزم ملی را قوی‌تر می‌کند، دسته سوم موفقیت‌های ورزشی در عرصه‌های مختلف است تو دسته چهارم تاثیرات ناشی از قهرمانان و ستاره‌های ورزشی است.

### عوامل بازدارنده گردشگران ورزشی

عوامل بازدارنده گردشگری ورزشی عواملی همچون مشکلات فرهنگی، مشکلات سازمانی، مشکلات کارگزاری، عوامل اقتصادی و بحران‌های سیاسی و اقتصادی در کشور مقصد (مثل ناامنی و جنگ در کشور مقصد). (بیات و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۳).

**عوامل موثر بر توسعه گردشگری ورزشی**

هینچ و هیگام (۲۰۰۳) عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشی را به صورت زیر طبقه‌بندی نموده‌اند:

- ۱- **جاذبه‌های طبیعی:** پارک‌های ملی، فضا‌های صحرایی و بیابانی، فضا‌های باز و مطبوع و فضا‌های جغرافیایی طبیعی
- ۲- **زیرساخت‌ها و تسهیلات:** مجموعه‌های ورزشی، فضا‌های ورزشی، سالن‌ها و تالارهای ورزشی و زیر ساخت‌های حمل و نقل
- ۳- **فضاهای تکمیلی:** پارکینگ‌ها، توالت‌های عمومی، تابلوهای اعلانات
- ۴- **خدمات ورزشی:** مربیگری و هدایت، اجاره و فروش وسایل ورزشی، مدیریت و نگهداری و نظارت و ایمنی تسهیلات آموزشی و اجرایی (ارشادی‌فرد، ۱۳۸۸: ۴۱).
- ۵- **سازمان‌های ورزشی:** سازمان‌های ورزشی و گردشگری، باشگاه‌ها، گروه‌های اجتماعی و داوطلب و موسساتی که می‌توانند خدمات مدیریتی، توسعه تسهیلات و امور مالی، حمایتی، خدمات اطلاعاتی، بازاریابی و بازرگانی را برای گردشگری ورزشی ایجاد نمایند.
- ۶- **خدمات حمل و نقل:** جاده‌ها، راه‌آهن، راه‌های هوایی و دریایی و موسسات کرایه اتومبیل
- ۷- **فعالیت‌ها و سرگرمی‌ها:** سازمان‌ها و محل‌های ورزشی، میدان‌های یخی، مراکز تفریحی، استخرهای شنا، صخره‌نوردی و ...

**عوامل موثر بر رضایت در گردشگری زمستانی**

توسعه فعالیت‌های گردشگری زمستانی در مناطق کوهستانی دنیا، علاوه بر افزایش تقاضا، عمدتاً نتیجه عدم کارایی فعالیت‌های سنتی در اشتغال و درآمدزایی و محدودیت‌هایی است که بخش کشاورزی با آن روبرو است (Lasanta, ۲۰۰۷.۱۳۲۶). گردشگری‌های ورزشی- تفریحی مدت‌ها است که به دلیل علاقمندان بسیار و بازتاب‌های فراوان اقتصادی در جهت بالا بردن مشاغل محلی و افزایش رفاه اقتصادی به مثابه راهبرد رشد و توسعه اقتصادی در دستور کار برنامه‌های توسعه منطقه‌ای در نقاط مختلف جهان قرار گرفته است (Fl ei scher, ۲۰۰۳, ۳).

آغاز گردشگری زمستانی و به طور خاص اسکی، در شمشک به دهه‌های ۱۳۳۰ و ۴۰ و در بندسر به سال ۱۳۶۰ برمی‌گردد. اگر چه در ابتدا هدف از توسعه این نوع فعالیت ورزشی- تفریحی تنها پاسخ‌گویی به تقاضای علاقمندان بوده، به تدریج زندگی ساکنان روستاهای محدوده با این فعالیت پیوند خورده و کماکان نیز ادامه دارد.

**رضایت گردشگر**

رضایت گردشگر پدیده‌ای رفتاری است که از طریق ابعاد احساسی و شناختی فعالیت‌های گردشگری و ارزیابی عناصر و اشکال متعدد مقصد ایجاد می‌شود. رضایت کلی گردشگر از طریق ارزیابی او از ویژگی‌های متفاوت مقصد، مبنی بر انتظارات، شکل می‌گیرد و یکی از مهم‌ترین عوامل در مراجعه مجدد گردشگران از یک مقصد به رضایت آن‌ها از اقامت قبلی در آنجا برمی‌گردد.

**انتظارات**

رضایت و عدم رضایت گردشگر منتج از مقایسه بین انتظار قبل از سفر و ارزیابی آن‌ها بعد از سفر است. در واقع گردشگران عملکرد واقعی کالاها و خدمات را با انتظارات خود مقایسه می‌کنند و در صورت برآورده شدن انتظارات و بعضاً فراتر از انتظار، رضایت حاصل می‌شود (پیرس، ۱۳۸۹، ۲۷۰).

**وفاداری**

به معنای پیش‌بینی بازگشت و پیشنهاد به دیگران است. علاوه بر این ارتباط بین شکایت گردشگر و وفاداری او قابل تغییر است. زیرا این احتمال وجود دارد که رسیدگی و برطرف کردن عواملی که در گردشگر نارضایتی ایجاد کرده، در طی زمان بر وفاداری اثر گذارد و در صورت تبدیل شکایت به وفاداری توفیق در توسعه گردشگری حاصل می‌شود. (Konu, ۲۰۱۰, ۲-۷).

**تفریحگاه‌ها**

تفریحگاه‌های گردشگری ورزشی مجموعه‌ای طراحی شده و یکپارچه هستند که ورزش و سلامتی به عنوان اولین کانون توجه راهبرد بازاریابی آن‌ها محسوب می‌شود. در بسیاری از موارد، این مراکز تعطیلاتی دارای تأسیسات و تسهیلات با استاندارد بالا هستند و خدمات با کیفیت بالایی را در اختیار گردشگران ورزشی قرار می‌دهند. این یک صنعت اصلی و مهم در بعضی از کشورهای کوچک همانند بلیز است. تفریحگاه‌های ورزشی طبقه بندی‌هایی دارند که شامل موارد زیر است:

- تفریحگاه‌های آب‌های معدنی مطبوع
- تفریحگاه‌های گلف و تنیس
- تفریحگاه‌های ورزش‌های آبی و برفی
- کنکاش طبیعت با تمرکز روی ماجراجویی در فضای آزاد. (کارتزمن و زاها، ۱۹۹۷: ۳۵).

به طور کلی این تفریحگاه‌ها به تجهیزات و تسهیلات ورزشی مجهز هستند و برای بازدیدکنندگان فرصت‌های انجام فعالیت در سطوح مختلف و برنامه‌های مختلف آموزشی که به وسیله‌ی افراد باتجربه و با دانش ارائه می‌شود. طراحان نشست‌ها و انجمن‌ها، تفریحگاه‌های گردشگری ورزشی را به عنوان مکان‌هایی ایده آل می‌دانند. این تفریحگاه‌ها نه تنها برای مدعوین جذاب هستند بلکه خود محیط نیز به عنوان یک هدف عمل می‌کند. برای بسیاری از گروه‌ها، فعالیت‌های ورزشی به عنوان بخش مهمی از برنامه‌ی جلسه‌ی ملاقات می‌باشد. در این نشست‌ها رفاقت‌ها و روح تیمی را شکل می‌دهند و فرصت‌های کار گروهی را به شکل عالی فراهم می‌کنند. بعضی‌ها عقیده دارند که فضای آرام تفریحگاه‌های ورزشی افراد را از کسالت و خستگی جلسات دور نگه می‌دارد و اجازه‌ی تفکر باز و آزاد را به آن‌ها داده و حتی اخبار بد و یا تغییرات نیز با راحتی بیشتری پذیرفته می‌شوند.



شکل شماره ۱- پیست دربندسر



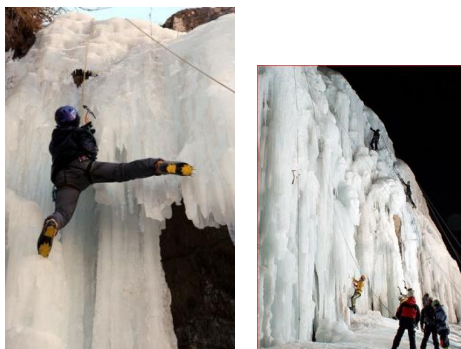
شکل شماره ۲- پیست دیزین

### کمپ‌های ورزشی (اردوگاه‌های ورزشی)

از نمونه‌های گسترش یافته‌ی طبقه‌ی تفریحگاه‌های ورزشی هستند. کمپ‌های ورزشی در تفریحگاه‌ها، دانشگاه‌ها و حیات وحش واقع شده‌اند و جلسات تمرینی شدید و سازماندهی شده را ارائه می‌کنند. همانند کمپ‌هایی برای شنا، ژیمناستیک، بیس بال، والیبال، اسکیت نمایشی، سوارکاری و صخره نوردی. با وجودی که کمپ‌های ورزشی به عنوان مرکزی برای فعالیت جوانان در نظر گرفته می‌شود اما با این حال در سال‌های اخیر تعداد کمپ‌های خانوادگی و بزرگسالان روبه افزایش نهاده است (کارتزمن و زاها، ۱۹۹۷: ۳۶).

### مدرسه یخ نوردی میگون

مدرسه یخ نوردی میگون واقع در منطقه رودبار قصران - ۵ کیلومتر میگون، شمشک، در ابتدای دره هملون می باشد. این مجموعه در سال ۱۳۸۸ برای فعالیت های یخ نوردی و صعود از دیواره های یخی جهت علاقمندان آماده بکار شده. این مجموعه در سال ۱۳۸۸ برای فعالیت های یخ نوردی و صعود از دیواره های یخی جهت علاقمندان آماده بکار شده است. منطقه زیبای رودبار قصران شهرهای: لواسانات، لوشان، فشم، میگون، آهار شمشک، دیزین و... در مسیر خود دارد که جزو بیلاقات مهم شهر تهران به حساب می آید هر کدام دارای جذابیت های خاص خود می باشد و مدرسه یخنوردی میگون نیز یکی از جاذبه ها است.



شکل شماره ۳- مدرسه یخ نوردی میگون

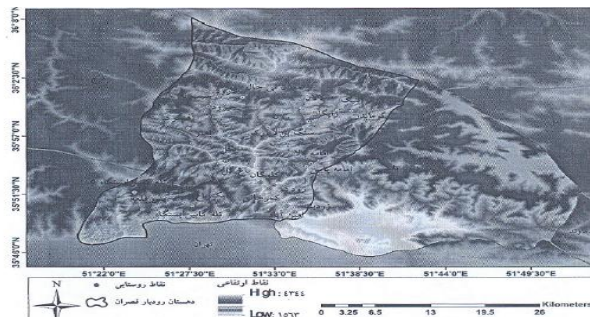
### منطقه مورد مطالعه رودبار قصران

دهستان رودبار قصران بخشی از شهرستان شمیرانات واقع در استان تهران است. که در شمال این استان واقع شده و مرکز آن شهر اوشان- فشم و میگون است.

که دارای تعداد ۲۷ آبادی دارای سکنه می باشد. این بخش شامل یک دهستان و مساحت آن حدود ۵۰۰ کیلومتر مربع است. از نظر طبیعی در دامنه جنوبی کوه های البرز مرکزی در شمال دشت تهران و در دره جاجرود قرار گرفته است. ارتفاع حداقل آن ۱۷۰۰ متر و ارتفاع حداکثر آن ۴۳۷۵ متر از سطح دریا می باشد. شیب عمومی منطقه از شمال به جنوب است که دارای شیب های نسبتاً زیاد و تند می باشد.

از نظر اقلیمی منطقه مورد مطالعه دارای زمستان های سرد و تابستان های معتدل است. متوسط درجه حرارت تابستان ۱۵ درجه و در زمستان ۳- درجه سانتی گراد است.

متوسط حرارت سالیانه ۱۰ درجه است و بارش سالیانه به طور متوسط ۳۳۷ میلی لیتر و تعداد روزهای یخبندان ۸۵ روز در سال و جهت وزش باد غالب از شمال به جنوب از غرب به شرق است. اقتصاد کشاورزی منطقه رودبار قصران عمدتاً وابسته به بخش باغداری و دامداری است. که اکثریت ساکنین محلی منطقه به خصوص در مناطق روستایی به این بخش اقتصادی وابسته اند.



نقشه ۱- منطقه رودبار قصران

براساس موقعیت جغرافیایی تعداد روزهای یخبندان زیاد بوده و به طور عمده دوره یخبندان از اوایل آذرماه تا اواخر فروردین ماه ادامه می‌یابد، اما در ارتفاعات و قله پوشیده از برف، یخبندان خیلی زودتر آغاز شده و تا تابستان ادامه می‌یابد. میزان روزهای یخبندان در دامنه‌های رو به شمال و جنوب نیز متفاوت می‌باشد و به همین علت است که بر روی دامنه‌های رو به شمال حتی برف‌ها از سالی به سال دیگر باقی می‌ماند. در تمامی ایستگاه‌های واقع در حوضه جاجرود تعداد روزهای یخبندان بیش از ۵۰ روز گزارش شده است. (قنبری نسب، ۱۳۹۳: ۶۳).

جدول ۱- تعداد روزهای یخبندان و خشک ایستگاه‌های محدوده مورد مطالعه

ردیف	نام ایستگاه	تعداد روزهای خشک	تعداد روزهای یخبندان
۱	آهار	۱۰۴	۶۰
۲	امامه	۱۰۲	۷۶
۳	رودک	۱۱۵	۵۴
۴	کلوگان	۱۰۶	۷۰
۵	گرمابدر	۹۸	۸۳
۶	میگون	۱۰۰	۶۰

مأخذ: سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری استان تهران، ۱۳۸۷

## ویژگی‌های جغرافیای انسانی

مساحت شهرستان به تقریب حدود ۱۱۱۱ کیلومترمربع و حدود ۵/۹ درصد از مساحت استان است. از این مساحت، حدود ۶۰ کیلومتر مربع مربوط به شهر شمیران (منطقه یک و غرب منطقه چهار شهرداری تهران بزرگ) حدود ۶۰۰ کیلومتر مربع مساحت بخش لواسان و حدود ۵۰۰ کیلومتر مربع نیز مساحت بخش رودبار قصران است. بخش رودبار قصران سرزمینی با کوه‌های بلند و دره‌های ژرف است که واژه قصران (معرب کهسران یا کوهسران) برای آن اسمی بامسماست. این بخش متشکل از یک دهستان بانام دهستان رودبار قصران و مرکزیت روستای حاجی‌آباد است. (بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، ۱۳۹۲: ۲).

بخش رودبارقصران با سه ناحیه شهری شامل اوشان - فشم - میگون یا شهر قصران و ۲۳ روستا می‌باشد که اسامی آنها به این شرح است: آبنیک - آهار - امامه - امین آباد - ایگل - باغ گل جیرود - حاجی آباد - دربندسر - روته - زردبند - درود - رودک - زایگان - پس قلعه - زردبند - شمشک - گرمابدر - کلوگان - لالان و... همچنین مرکزیت شهر فشم در سی کیلومتری شمال شهر تهران واقع شده که از شمال شرقی محدود است به یالو و بلده شهرستان نور از استان مازندران، از غرب به شهرستانک و استان البرز، از شرق به لواسانات و از جنوب به شمیرانات (دارآباد) و یک دهستان به نام رودبار قصران به مرکزیت روستای حاجی آباد می‌باشد. دهستان رودبار قصران شامل ۴۹ آبادی یا روستا است.

جدول ۲- تقسیمات شهرستان شمیران

محدوده	نام منطقه	نقاط شهری	دهستان	مرکزیت دهستان	تعداد آبادی
شمالی	بخش لواسانات	لواسان	لواسان بزرگ	روستای لواسان	۴۵
	بخش رودبار قصران	اوشان، فشم و میگون	رودبار قصران	روستای حاجی‌آباد	۴۹
جنوبی	منطقه شهری شمیران (منطقه ۱ و بخش‌های ۲ و ۴ از مناطق ۲ و ۴ تهران)	تجربیش	-	-	-

مأخذ: پازوکی، ۱۳۹۳: ۱۰۵

**روش شناسی پژوهش**

روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد و به صورت میدانی اجرا خواهد شد. در این پژوهش نقش ورزش‌های زمستانی در جذب توریست مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

جامعه آماری مورد نظر گردشگران پیست اسکی استان تهران شامل پیست‌های اسکی دیزین (شکل شماره ۲)، شمشک، دربند سر و میگون دره هلمون می‌باشد.

در این پژوهش جامعه آماری گردشگران در منطقه رودبار قصران هستند که در فاصله زمانی دی ماه ۱۳۹۶ تا اردیبهشت ۱۳۹۷ از پیست اسکی و منطقه گردشگری استفاده می‌کنند و تعداد جامعه آماری با توجه به جدول کوکران ۱۲۳ نفر در نظر گرفته شده است.

**روش گردآوری اطلاعات**

اساس این تحقیق برای جمع‌آوری داده‌ها میدانی است. اطلاعات لازم در زمینه ادبیات و پیشینه تحقیق با مراجعه به اسناد و کتابخانه انجام می‌گیرد و بعد از مطالعه و فیش برداری تنظیم، اولویت بندی، تدوین و تألیف می‌گردد.

**روش توصیف و تجزیه تحلیل اطلاعات**

در این تحقیق با استفاده از نرم‌افزار Spss، داده‌ها را در دو سطح توصیفی و استنباطی بررسی می‌شود، برای توصیف داده‌ها از میانگین، انحراف معیار، درصد فراوانی و آماره مد استفاده می‌کنیم. برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کلموگروف - اسمیرنوف استفاده و برای بررسی روابط بین متغیرها و آزمون فرضیات از آزمون تحلیل رگرسیون و نرم افزار SPSS استفاده شده است.

**نتایج و یافته های پژوهش****آزمون پیش فرض اسمیرنوف-کلموگروف:**

ماکزیمم	مینیمم	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	
20	10	2.193	15.47	123	عامل مدیریت
20	8	2.578	15.02	123	عامل تاسیسات. امکانات

عامل تاسیسات و امکانات	عامل مدیریت	تعداد	پارامترهای نرمال
123	123	تعداد	میانگین
15.02	15.47	انحراف استاندارد	انحراف استاندارد
2.578	2.193	مقدار مطلق	مقدار مطلق
.163	.161	مثبت	مثبت
.100	.161	منفی	منفی
-.163	-.147	آمار آزمون	آمار آزمون
.163	.161	سطح معناداری	سطح معناداری
.000 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>		

با توجه به نتایج حاصل از آزمون نرمالیت S-K مشخص گردید سطح معناداری بدست آمده در سنجش وضعیت توزیع نرمال عوامل موثر بر جذب گردشگران در پیست‌های منطقه رودبار قصران، از سطح استاندارد ۰,۰۵ کمتر بوده است. در نتیجه در



سطح اطمینان ۹۵٪ فرض صفر آماری مبنی بر تأیید توزیع نرمال متغیرها رد گردیده و مولفه‌های مورد مطالعه دارای توزیع غیر نرمال می‌باشند.

**آزمون فرضیه ۱:** عامل برنامه‌ریزی بازاریابی ورزش‌های زمستانی دارای تأثیر معناداری بر روی جذب توریست‌های ورزشی در منطقه رودبار قصران می‌باشد.

#### خلاصه مدل در بررسی در فرضیه دوم تحقیق

مدل	R	مربع R	مربع R تعدیل شده	خطای تخمین استاندارد
1	.354 <sup>a</sup>	.425	.418	1.461
متغیر پیش‌بین (مستقل): عامل برنامه‌ریزی بازاریابی				
متغیر وابسته: پیست ورزشی				

با توجه به نتایج حاصل از جدول فوق مشخص می‌باشد میزان مقدار مربع R برابر با مقدار ۰,۱۶۲ بدست آمده بوده است. از این رو می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که عامل برنامه‌ریزی بازاریابی در سطح اطمینان ۹۵٪، ۴۲٪ از تغییرات متغیر میزان جذب توریست در پیست منطقه رودبار قصران را پیش‌بینی می‌نماید.

#### آزمون واریانس آنوا (ANOVA)

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	F	سطح معناداری
1	رگرسیون	1	104.906	17.322	.000 <sup>b</sup>
	باقی‌مانده	121	6.056		
	کل	122	837.707		
متغیر پیش‌بین (مستقل): عامل برنامه‌ریزی بازاریابی					
متغیر وابسته: پیست ورزشی					

با توجه به نتایج حاصل مشخص گردید مولفه‌ی "عامل برنامه‌ریزی بازاریابی" در سنجش تأثیرگذاری بر روی میزان جذب توریست در پیست‌های منطقه رودبار قصران، دارای سطح معناداری ۰,۰۰۰ می‌باشد. از این رو، با توجه به اینکه این مقدار از سطح معناداری ۰,۰۵ کمتر می‌باشد، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵٪ فرض صفر ( $H_0$ ) آماری مبنی بر عدم تأثیر عامل برنامه‌ریزی بازاریابی ورزش‌های زمستانی بر روی جذب توریست‌های ورزشی در منطقه رودبار قصران رد شده و فرض اصلی تحقیق تأیید می‌گردد.

**آزمون فرضیه ۲:** عامل تاسیسات و امکانات ورزش‌های زمستانی دارای تأثیر معناداری بر روی جذب توریست‌های ورزشی در منطقه رودبار قصران می‌باشد.

#### خلاصه مدل در بررسی در فرضیه اول تحقیق

مدل	R	مربع R	مربع R تعدیل شده	خطای تخمین استاندارد
1	.090 <sup>a</sup>	.008	.000	2.621
متغیر پیش‌بین (مستقل): عامل تاسیسات و امکانات				
متغیر وابسته: پیست ورزشی				

با توجه به نتایج حاصل از جدول فوق مشخص می‌باشد میزان مقدار مربع R برابر با مقدار ۰,۰۰۸ بدست آمده بوده است. از این رو می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که عامل تاسیسات و امکانات در سطح اطمینان ۹۵٪ تنها ۰,۸٪ از تغییرات متغیر میزان جذب توریست در پیست منطقه رودبار قصران را پیش‌بینی می‌نماید.

## آزمون واریانس آنوا (ANOVA)

سطح معناداری	F	مربع میانگین	درجه آزادی	مجموع مربعات	مدل	
.322 <sup>b</sup>	.987	6.780	1	6.780	رگرسیون	1
		6.867	121	830.928	باقی مانده	
			122	837.707	کل	
متغیر پیش‌بین (مستقل): عامل تاسیسات و امکانات						
متغیر وابسته: پیست ورزشی						

با توجه به نتایج حاصل مشخص گردید مولفه‌ی "عامل تاسیسات و امکانات" در سنجش تاثیرگذاری بر روی میزان جذب توریست در پیست‌های منطقه رودبار قصران، دارای سطح معناداری ۰,۳۲۲ می‌باشد. از این رو، با توجه به اینکه این مقدار از سطح معناداری ۰,۰۵ بیشتر می‌باشد، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵٪ فرض صفر ( $H_0$ ) آماری مبنی بر عدم تاثیر عامل تاسیسات و امکانات ورزش‌های زمستانی بر روی جذب توریست‌های ورزشی در منطقه رودبار قصران تأیید شده و فرض اصلی تحقیق رد می‌گردد.

## نتیجه‌گیری:

با تحلیل و بررسی نتایج حاصل از آزمون غیرنرمال اسمیرنوف-کلموگروف در فصل ۴، مشخص گردید سطوح معناداری برای ۴ مولفه‌ی شناسائی شده‌ی موثر بر جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران، از مقدار ۰,۰۵ کمتر بوده است و بدین ترتیب غیر نرمال بودن توزیع مولفه‌های موثر بر جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید گردید.

با توجه به ماهیت تحقیق حاضر در شناسائی عوامل موثر بر جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران، لازم دانسته شد در تا در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها در غالب آمار استنباطی، به بررسی تاثیر معنادار عوامل شناسائی شده بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران و در غالب آزمون رگرسیون خطی پرداخته گردد. حال در ادامه به تحلیل نتایج حاصل از این آزمون در بررسی تاثیر هر یک از ۶ متغیر شناسائی شده پرداخته خواهد گردید. با توجه به تحلیل صورت گرفته شده که در فصل ۴ و در انجام آزمون رگرسیون خطی در سنجش تاثیر معنادار عامل تاسیسات و امکانات، مشخص گردید مقدار مجذور R برابر با مقدار ۰,۰۰۸ بدست آمده بوده است. از این رو می‌توان چنین ادعا نمود که متغیر پیش‌بین (مستقل) عامل تاسیسات و امکانات، توان پیش‌بینی ۰,۸٪ از تغییرات جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران را دارا می‌باشد.

همچنین در بررسی نتایج جدول آزمون واریانس آنوا (ANOVA)، مشخص گردید میزان سطح معنی‌داری بدست آمده در فرض تاثیرگذاری متغیر عامل تاسیسات و امکانات بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران، از مقدار استاندارد  $\alpha=0,05$  بزرگتر بوده است ( $\alpha=0,322$ ) و از این رو، می‌توان چنین ادعا نمود که در سطح اطمینان ۹۵٪، فرض  $H_0$  تأیید شده و متغیر عامل تاسیسات و امکانات دارای تاثیر معناداری بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران شناسائی نگردیده است.

با توجه به تحلیل صورت گرفته شده که در فصل ۴ و در انجام آزمون رگرسیون خطی در سنجش تاثیر معنادار عامل مدیریت، مشخص گردید مقدار مجذور R برابر با مقدار ۰,۱۶۲ بدست آمده بوده است. از این رو می‌توان چنین ادعا نمود که متغیر پیش-بین (مستقل) عامل مدیریت، توان پیش‌بینی ۱۶٪ از تغییرات جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران را دارا می‌باشد.

همچنین در بررسی نتایج جدول آزمون واریانس آنوا (ANOVA)، مشخص گردید میزان سطح معنی‌داری بدست آمده در فرض تاثیرگذاری متغیر عامل مدیریت بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران، از مقدار استاندارد  $\alpha=0,05$  کوچکتر بوده است ( $\alpha=0,000$ ). از این‌رو، می‌توان چنین ادعا نمود که در سطح اطمینان ۹۵٪، فرض  $H_0$  تائید شده و متغیر عامل مدیریت با توجه به وضعیت مثبت بودن ضریب رگرسیون خطی در سنجش این فرضیه، دارای تاثیر معنادار و مستقیمی بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران بوده است.

با توجه به تحلیل صورت گرفته شده که در فصل ۴ و در انجام آزمون رگرسیون خطی در سنجش تاثیر معنادار عامل برنامه ریزی بازاریابی، مشخص گردید مقدار مجذور R برابر با مقدار ۰,۴۲۵ بدست آمده بوده است. از این‌رو می‌توان چنین ادعا نمود که متغیر پیش‌بین (مستقل) عامل برنامه ریزی بازاریابی، توان پیش‌بینی ۴۲٪ از تغییرات جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران را دارا می‌باشد.

همچنین در بررسی نتایج جدول آزمون واریانس آنوا (ANOVA)، مشخص گردید میزان سطح معنی‌داری بدست آمده در فرض تاثیرگذاری متغیر عامل برنامه ریزی بازاریابی بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران، از مقدار استاندارد  $\alpha=0,05$  کوچکتر بوده است ( $\alpha=0,000$ ). از این‌رو، می‌توان چنین ادعا نمود که در سطح اطمینان ۹۵٪، فرض  $H_0$  تائید شده و متغیر عامل برنامه ریزی بازاریابی با توجه به وضعیت مثبت بودن ضریب رگرسیون خطی در سنجش این فرضیه، دارای تاثیر معنادار و مستقیمی بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران بوده است.

با توجه به تحلیل صورت گرفته شده که در فصل ۴ و در انجام آزمون رگرسیون خطی در سنجش تاثیر معنادار عامل اقتصادی، مشخص گردید مقدار مجذور R برابر با مقدار ۰,۳۷۲ بدست آمده بوده است. از این‌رو می‌توان چنین ادعا نمود که متغیر پیش-بین (مستقل) عامل اقتصادی، توان پیش‌بینی ۳۷٪ از تغییرات جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران را دارا می‌باشد.

همچنین در بررسی نتایج جدول آزمون واریانس آنوا (ANOVA)، مشخص گردید میزان سطح معنی‌داری بدست آمده در فرض تاثیرگذاری متغیر عامل اقتصادی بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران، از مقدار استاندارد  $\alpha=0,05$  کوچکتر بوده است ( $\alpha=0,000$ ). از این‌رو، می‌توان چنین ادعا نمود که در سطح اطمینان ۹۵٪، فرض  $H_0$  تائید شده و متغیر عامل اقتصادی با توجه به وضعیت مثبت بودن ضریب رگرسیون خطی در سنجش این فرضیه، دارای تاثیر معنادار و مستقیمی بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران بوده است.

با توجه به تحلیل صورت گرفته شده که در فصل ۴ و در انجام آزمون رگرسیون خطی در سنجش تاثیر معنادار عامل سوق دهنده، مشخص گردید مقدار مجذور R برابر با مقدار ۰,۲۱۸ بدست آمده بوده است. از این‌رو می‌توان چنین ادعا نمود که متغیر پیش‌بین (مستقل) عامل سوق دهنده، توان پیش‌بینی ۲۲٪ از تغییرات جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران را دارا می‌باشد.

همچنین در بررسی نتایج جدول آزمون واریانس آنوا (ANOVA)، مشخص گردید میزان سطح معنی‌داری بدست آمده در فرض تاثیرگذاری متغیر عامل سوق دهنده بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران، از مقدار استاندارد  $\alpha=0,05$  کوچکتر بوده است ( $\alpha=0,000$ ). از این‌رو، می‌توان چنین ادعا نمود که در سطح اطمینان ۹۵٪، فرض  $H_0$  تائید شده و متغیر عامل سوق دهنده با توجه به وضعیت مثبت بودن ضریب رگرسیون خطی در سنجش این فرضیه، دارای تاثیر معنادار و مستقیمی بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران بوده است.

با توجه به تحلیل صورت گرفته شده که در فصل ۴ و در انجام آزمون رگرسیون خطی در سنجش تاثیر معنادار عامل جلب کننده، مشخص گردید مقدار مجذور R برابر با مقدار ۰,۰۴۶ بدست آمده بوده است. از این‌رو می‌توان چنین ادعا نمود که متغیر پیش‌بین (مستقل) عامل جلب کننده، توان پیش‌بینی ۵٪ از تغییرات جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران را دارا می‌باشد.

همچنین در بررسی نتایج جدول آزمون واریانس آنوا (ANOVA)، مشخص گردید میزان سطح معنی‌داری بدست آمده در فرض تاثیرگذاری متغیر عامل جلب کننده بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران، از مقدار استاندارد  $\alpha=0,05$  کوچکتر بوده است ( $\alpha=0,017$ ). از این‌رو، می‌توان چنین ادعا نمود که در سطح اطمینان ۹۵٪، فرض  $H_0$  تأیید شده و متغیر عامل جلب کننده با توجه به وضعیت مثبت بودن ضریب رگرسیون خطی در سنجش این فرضیه، دارای تاثیر معنادار و مستقیمی بر روی جذب توریست در پیست‌های زمستانی منطقه رودبار قصران بوده است.

#### پیشنهادات کاربردی:

با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرض آماری اول تحقیق، پیشنهاد می‌گردد تا عوامل انگیزشی توریسم در سطح سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته و با شناخت این عوامل و پیاده‌سازی آن در سطح این سازمان، به سطحی بهینه از جذب گردشگران از طریق سازمان میراث فرهنگی و گردشگری پرداخت.

با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرض آماری دوم تحقیق، پیشنهاد می‌گردد تا با بررسی و ارزیابی امکانات فیزیکی و عوامل بهداشتی و سطوح دسترسی ممکن برای گردشگران به نقاط مختلف مناطق شهری و ورزشگاه‌های محل برگزاری مسابقات زمستانی، امکان جذب گردشگران به این منطقه را افزایش دهند.

با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرض آماری سوم تحقیق، پیشنهاد می‌گردد تا با شناخت و تحلیل عوامل مدیریتی در مسیر برگزاری مسابقات و بهبود کارائی و اثربخشی مدیریت منابع انسانی و گردشگری در حین برگزاری این مسابقات، به جذب گردشگران بالقوه بیشتری به این منطقه دست یافت.

با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرض آماری چهارم تحقیق، پیشنهاد می‌گردد تا با توجه به تاثیر معنادار مولفه‌های بازاریابی و برنامه‌ریزی مدیریتی در پیاده‌سازی و بکارگیری طرح‌های بازاریابی، با در نظر داشتن بیشترین اهمیت تأیید شده این عامل، سطوح بهینه و استناداری از مدیریت بازاریابی در سطح سازمان میراث فرهنگی و گردشگری بکار گرفته شود.

#### منابع

۱. احسانی، محمد (۱۳۹۳)؛ مدیریت معاصر در ورزش، (ترجمه)، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
2. Alegre, Joaquin & Jaume Garau, 2010, Tourist satisfaction and dissatisfaction, Annals of tourism research, vol. 37, No. 1, pp.
3. Beyazit, Mehmet Faut , 2010, An analysis of snow options for ski resort establishments, Tourism management, 31,
4. Bigne, Enrique & Isabel Sanchez, 2001, Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: interrelationship, tourism management, 22,
5. De Knop, P. (2004). "Total Quality, A New Issue in Sport Tourism Policy". Journal of Sport Tourism 9(4). Pages 303-314 .
6. Fleischer, Aliza and Fesenstein, Daniel, 2000, Support for rural tourism, does it make difference? Annals of tourism research, Vol 27, No 4,