

شناسایی و رتبه‌بندی موانع اقتصادی گردشگر ورزشی در کشور ایران

صدیقه اسلامی^۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۳/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۵/۲۱

چکیده

هدف از انجام پژوهش شناسایی و رتبه‌بندی موانع اقتصادی گردشگری ورزشی کشور ایران می‌باشد. روش پژوهش، توصیفی-پیمایشی بوده و به روش میدانی اجرا شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل محققان و کارشناسان حوزه اشتغال و گردشگری بوده‌اند. حجم تقریبی جامعه آماری محققان ۴۵۰ نفر و کارشناسان ۵۰۰ نفر در نظر گرفته شد و با استفاده از فرمول Q کوکران تعداد ۲۷۴ نفر تعیین شد که به روش تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق ساخته بوده که با استفاده از نظر کارشناسان روایی صوری آن تأیید و با تحلیل عاملی اکتشافی، عوامل اصلی مشخص و سپس با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی مورد تأیید قرار گرفتند. ضریب آلفای کرونباخ نیز ۰/۹۰ محاسبه شد. جهت رتبه‌بندی موانع از آزمون فریدمن و برای مقایسه نظر کارشناسان و محققین از آزمون یو من ویتنی استفاده شد. نتایج نشان داد که با توجه به وجود اختلاف معنی‌دار بین عوامل، مهم‌ترین موانع توسعه اقتصادی، موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور و موانع توسعه سرمایه‌گذاری

۱. استادیار گروه تربیت‌بدنی دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)

در بخش گردشگری ورزشی و موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگران در رتبه‌های بعدی قرار دارند؛ بنابراین برای توسعه گردشگری ورزشی و استفاده ملی از عواید اقتصادی آن در ابتدا باید موانع ورود گردشگران را از پیش راه برداشت و از اقدامات اولیه، فراهم نمودن زیرساخت‌ها و امکانات زیربنایی جهت توسعه سرمایه‌گذاری و به دنبال آن درآمدزایی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: رتبه‌بندی، موانع، گردشگران ورزشی، ایران

مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان صنعت سفید و صادرات نامرئی، چنانچه به نحو شایسته‌ای مدیریت شود، پردرآمدترین و ارزش‌آورترین صنعت می‌باشد که می‌تواند نقش مهمی در ارتقای سطح زندگی افراد جامعه ایفا نماید (بیات و همکاران، ۱۳۹۲).

جهانگردی از لحاظ اقتصادی فرآیندهای گوناگونی را ایجاد می‌کند که از جمله اثرات آن در تولید ناخالص ملی و به کارگیری بخش‌های مختلف اقتصادی است؛ بنابراین می‌توان گفت که جهانگردی عامل مهمی در جهت توسعه اقتصادی است که می‌تواند مزایای اقتصادی زیر را در یک منطقه جهانگردی ایجاد کند:

≠ افزایش درآمد و بالا رفتن سطح زندگی که تحت تأثیر هزینه‌هایی است که جهانگردان در آن منطقه مصرف می‌نمایند.

ایجاد فرصت‌های شغلی متنوع

افزایش منابع مالی دولت

≠ قرار گرفتن جامعه در راه توسعه و پیشرفت

≠ توسعه صنایع دستی بومی و محلی (موسایی، ۱۳۹۰)

تنوع بخشی اقتصاد، بالا بردن شاخص های توسعه انسانی، مشکلات ناشی از صنعتی شدن و آلودگی بیش از حد استاندارد شهرها و به ویژه کلان شهرها، مهاجرت روستایی، افزایش بهره وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغال زایی، تعامل فرهنگ ها و گفتمان ها، حفظ محیط زیست و در مجموع توسعه پایدار از دغدغه هایی است که جهان امروز با آن روبروست و هر کشور در هر سطحی از توسعه در تکاپوی یافتن پاسخ این دغدغه هاست. در این میان کشورهایی که به متنوع سازی اقتصاد روی آورده اند و می خواهند خود را از اقتصاد تک پایه ای برهانند، برآنند که در این راستا به شناخت راه های متداول یا خلق راه ها و روش هایی جدید بپردازند. یکی از این راه ها، توسعه صنعت گردشگری است که اغلب کشورها به ویژه کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی، از مزیت برخوردارند، آن را در برنامه های توسعه ملی خود گنجانیده اند تا از این رهگذر بتوانند به این فرایند شتاب بخشند (میرزایی، ۱۳۸۸).

به همین دلیل، نخستین دلیل توجه به صنعت گردشگری در اغلب کشورها، بهره مندی از منافع اقتصادی آن است. از آنجایی که بخش های اقتصادی مثل زنجیر به هم متصل بوده و حرکت و رونق در یک بخش، بخش های دیگر را نیز به حرکت و توسعه وادار می نماید (نوبخت و پیروز، ۱۳۸۷).

با توجه به لزوم تقویت و توسعه صنعت گردشگری به دستیابی به اعتبار و جایگاه واقعی خود در سطح بین المللی، بایستی بخش های مختلف این صنعت را شناسایی کرد و به بخش های

پراهمیت‌تر توجه ویژه‌ای مبذول داشت. یکی از این بخش‌های مهم و پراهمیت که قابلیت تبدیل به امر فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، ورزش است که از آن به عنوان گردشگری ورزشی نام‌برده می‌شود (محرم زاده و قیامی راد، ۱۳۸۷).

امروزه ورزش یکی از صنایع مهم دنیا و یکی از بارزترین عوامل ایجاد انگیزه برای گردشگران محسوب می‌شود. ورزش یکی از جذابیت‌های گردشگری می‌باشد که به عنوان یک جلب‌کننده منحصر به فرد قادر است گردشگران زیادی را به خود جلب کند. رویدادهای ورزشی نیز، خود نوعی جذابیت به شمار می‌آیند که می‌توانند به عنوان یک جلب‌کننده گردشگر به شهر یا کشور مقصد عمل کنند (جاوید و همکاران، ۱۳۹۴). گردشگری ورزشی تجارتی چند بلیون دلاری است که سریع‌ترین رشد را با ۴/۵ تریلیون دلار در صنعت گردشگری در سطح دنیا دارد و به دلیل نقش مهمی که از لحاظ سیاسی و اقتصادی ایفا می‌کند به یک موضوع بسیار راهبردی مبدل شده است (سلیمی و همکاران، ۱۳۹۳).

در بررسی گردشگری ورزشی کشور ترکیه بیان می‌شود، سهم گردشگری ورزشی از کل درآمد صنعت گردشگری کشور ترکیه در سال ۲۰۱۵ حدود ۱/۵ درصد بوده که بیشترین سهم آن مربوط به فوتبال و گلف گزارش شده است. به طور میانگین هر ساله حدود ۱۲۰۰ تیم فوتبال اقدام به برگزاری اردوهای تدارکاتی در ترکیه می‌کنند که درآمد ۱۰۰ میلیون دلاری برای اقتصاد این کشور به همراه دارد؛ و سالانه بالغ بر ۱۶ هزار گردشگر گلف از کشور ترکیه بازدید می‌کنند (آنونیموس، ۲۰۰۸).

برگزاری مسابقات ورزشی در شهرهای میزبان، تغییرات بسیاری را از نظر فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و فضایی به همراه دارد. سود حاصله از گردشگری ورزشی در پشت صحنه ورزش و مسابقات ورزشی موجب می‌شود، بسیاری از شهرها و کشورها این فرصت را بسیار مغتنم بشمارند و به جذب گردشگران پردازند. ورزش و برگزاری مسابقات ورزشی سبب می‌شود تا بودجه فراوانی در امر ساخت، تعمیر و تنظیم زیرساخت‌ها و ساختارهای زیر بنایی و اقتصادی شهرها و نواحی پیرامون آن اختصاص یابد و شهرهای ضعیف بیش از پیش در مسیر توسعه شهری از نظر فیزیکی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی تلاش کنند (مشیری و همکاران، ۱۳۹۴، ۵۲).

رویدادهای ورزشی بزرگ مانند بازی‌های المپیک، مسابقات جام جهانی فوتبال و ... در سال‌های اخیر ارزش و اهمیت بسیاری پیدا کرده‌اند، این ارزش و اهمیت در رقابت شدید بین شهرها یا کشورهای متقاضی میزبانی و همچنین برنامه‌ریزی‌های وسیع و گسترده برای برگزاری موفق رویداد مشاهده می‌شود (بالگو و همکاران^۱، ۲۰۱۰).

رویدادهای ورزشی در مقیاس بزرگ طیف گسترده‌ای از شرکت‌کنندگان ملی و بین‌المللی را به خود جلب می‌کنند. به عنوان نمونه بازی‌های المپیک و جام‌های جهانی به عنوان یک فرصت جهت ایجاد اهرمی برای رشد اقتصادی و توسعه پایدار شهری در راستای افزایش درآمد و فرصت‌های شغلی و به حداقل رساندن تورم و بهبود وضعیت شهرها یا کشور میزبان به شمار می‌آیند. در مقابل، این رویدادها می‌توانند هزینه‌های اقتصادی قابل توجهی را به بار آورند.

به عنوان مثال (افزایش مالیات و قیمت املاک و مستغلات) و اثرات روانی اجتماعی از قبیل (آشوب و بی‌نظمی‌ها، مسائل امنیتی و تراکم ترافیکی). با توجه به این پتانسیل‌های منفی، برنامه ریزان و طراحان رویدادها و مقامات دولتی، شروع به انتشار و تأکید مزایای اجتماعی حاصل از میزبانی رویدادها از قبیل غرور شهری و کشوری، تصویر زیبا از جامعه و رشد و تقویت اتحاد و تثبیت سیاسی نموده‌اند. اگر چه نتایج و پیامدهای بالقوه منفی همواره وجود دارند، اما همچنان سطح بالایی از تقاضا برای میزبانی رویدادهای ورزشی در مقیاس بزرگ به قوت باقی هستند (کیم و همکاران^۱، ۲۰۱۵).

بالگو و همکاران (۲۰۱۰) در مقاله خود در مورد اثرات اقتصادی میزبانی رویدادهای ورزشی، به عنوان یکی از مؤلفه‌های گردشگری ورزشی اثرگذار بر اقتصاد داخلی و بین‌المللی کشورها، عواملی از قبیل سرمایه‌گذاری‌های عمرانی (هتل، جاده، فرودگاه و...)، سرمایه‌گذاری‌های مربوط به فناوری اطلاعات، مخارج مخابرات و پست و وسایل ورزشی از قبیل اسکی، غواصی و قایقرانی را جزء عوامل مؤثر عنوان می‌کند.

لذا با توجه به همین اثرات مثبت و شگرف گردشگری ورزشی، امروزه پژوهشگران در سراسر جهان این پدیده را در ابعاد گوناگون مورد مطالعه قرار می‌دهند.

فواید و اثرات اقتصادی گردشگری با تعداد گردشگری که به کشور میزبان مسافرت می‌کند رابطه مستقیم دارد. در همین زمینه، جعفری و صمیمی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای می‌گویند؛ تعداد ورود گردشگران خارجی اثر مثبت و معناداری بر توسعه انسانی کشورها دارد از این رو

1. Kim, Jun, Walker et al

توسعه این صنعت جهت دستیابی به اهداف توسعه اقتصادی و انسانی برای هر کشوری ضروری به نظر می‌رسد (جعفری و صمیمی، ۱۳۹۲: ۱۶).

کسمیت و داسون^۱ (۲۰۰۹) در مقاله‌ای تحت عنوان ارزیابی اثرات بازی‌های المپیک ۲۰۰۴ بر اقتصاد یونان، بیان می‌دارند که بر اساس ارزیابی سازمان جهانی گردشگری از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۵ گردشگری ورزشی، رشد سالانه‌ای بالغ بر ۱٫۳ درصد و کاهش بیکاری سالانه معادل ۱٫۹ درصد را داشته است که از فعالیتهای اقتصادی برگزاری رقابت‌های ورزشی بزرگ نتیجه شده است.

در مناطق جغرافیایی مختلف در کشور ایران تحقیقاتی راجع به موانع توسعه گردشگری ورزشی انجام شده است که در ادامه به آن‌ها پرداخته می‌شود.

در مقاله‌ای رضوی و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی عوامل و موانع مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در جزیره کیش پرداختند. آن‌ها در تحقیق خود به جاذبه‌های مؤثر در جذب گردشگری و توسعه گردشگری پرداختند و همچنین موانع مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی را شناسایی کردند. آن‌ها موانع توسعه را به این گونه دسته‌بندی و رتبه‌بندی کردند؛ موانع ساختاری و مدیریتی، موانع مرتبط با گردشگری ورزشی، تبلیغات و بازاریابی، موانع فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و موانع زیرساختی.

1.Ksimat & dowson

خانزاده (۲۰۱۴)، نیز در مقاله‌ای به شناسایی موانع در برابر گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی پرداخته است. وی دریافت که همه موانع اقتصادی، سیاسی، جامعه‌شناسی، تکنولوژی و زیرساخت اهمیت زیادی دارند. اگرچه موانع سیاسی و اقتصادی به‌عنوان مهم‌ترین موانع شناخته شدند.

همچنین اصلانی و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی موانع اصلی توسعه گردشگری ورزشی استان خوزستان را موانع مدیریتی، زیرساختی، فرهنگی و بازاریابی و تبلیغات معرفی کرده‌اند که همین موانع منجر به عدم ورود گردشگران یا کاهش جذب گردشگر ورزشی به استان می‌شود (اصلانی و همکاران، ۲۰۱۲: ۲۲۸).

در حال حاضر یکی از موانع مهم که بر سر راه توسعه صنعت جهانگردی می‌باشد، رابطه ایران با جهان خارج است. جمهوری اسلامی ایران با داشتن جاذبه‌های گردشگری (تاریخی- مذهبی - طبیعی) به لحاظ عدم اتخاذ سیاست‌های مؤثر در این بخش، هنوز نتوانسته است به سهم مناسب خود در بازار گردشگری جهان دست یابد و این امر سبب شده است تا بسیاری از معضلات اقتصادی - اجتماعی کشور که می‌تواند با توسعه گردشگری مرتفع گردد، همچنان پابرجا بماند. از سوی دیگر بر اساس معیارهای یونسکو، ایران یکی از ده کشور برتر جهان از نظر جاذبه‌های گردشگری و پنجمین کشور دنیا به لحاظ جاذبه‌های طبیعی است و همچنین بر اساس برنامه توسعه چهارم، پیش‌بینی شده است کشور ایران تا پایان سال ۲۰۲۴ میزبان حداقل ۲۰ میلیون گردشگر در سال باشد (اسلامی و همکاران، ۱۳۹۳) که در این میان نمی‌توان از سهم و جایگاه ورزش و برگزاری تورنمنت‌های ورزشی به سادگی گذشت.

همچنین با توجه به ویژگی‌های فرهنگی کشور ایران و این موضوع که یکی از انواع گردشگری و جهانگردی سازگار با فرهنگ ایران گردشگری ورزشی می‌باشد و این گردشگری ورزشی است که می‌تواند تا حدود زیادی فاصله گرفتن کشور از جایگاه واقعی خود در سطح بین‌المللی را جبران نماید و به دنبال آن به توسعه در بخش‌های مختلف کشور بالاخص توسعه اقتصادی دست یابد، محقق به دنبال آن است که موانع اصلی توسعه اقتصادی گردشگری ورزشی ایران کدامند؟ اولویت‌بندی این موانع چگونه است و در نهایت نظر محققان و کارشناسان را در این زمینه چیست؟

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به موضوع تحقیق، روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی و از لحاظ هدف کاربردی بوده و به صورت میدانی اجرا شد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه افرادی بوده که حداقل یک اثر کتاب یا دو مقاله علمی پژوهشی در حوزه‌های مرتبط با اشتغال و گردشگری به چاپ رسانده‌اند و کارشناسان اداری در حوزه اشتغال و گردشگری با حداقل مدرک کارشناسی که دارای حداقل ۱۰ سال تجربه کاری می‌باشند. بنابر این جامعه آماری در ۴ طبقه مدنظر می‌باشد (دو طبقه آشنا با مبانی نظری و دو طبقه آشنا به مبانی مدیریتی و عملکردی). از آنجایی که مرجع پژوهشگر جهت تعیین تعداد دقیق جامعه آماری محققین سایت‌های جهاد دانشگاهی و کتابخانه ملی بوده است و با توجه به اینکه در مراجع مذکور فقط آمار مقالات و کتب مربوط به حوزه‌های گردشگری و اشتغال ثبت شده و نه تعداد محققین و مؤلفین و همچنین با توجه نظر به اینکه این امکان وجود دارد که یک نویسنده واحد صاحب

چند اثر (کتاب یا مقاله) باشد لذا جامعه آماری محققین تقریبی در نظر گرفته شد. همین مسئله نیز برای کارشناسان دو حوزه گردشگری و اشتغال وجود داشت. محقق برای تعیین تعداد جامعه آماری کارشناسان به معاونت گردشگری و وزارت کار و امور اجتماعی مراجعه ولی به دلیل گردش شغلی کارشناسان هیچ آمار دقیقی از کارشناسانی که ۱۰ سال سابقه اجرایی در این حوزه‌ها داشته باشند یافت نشد لذا با توجه به آمار افرادی که اکنون در ای حوزه‌ها مشغول به کار هستند و بیشتر از ۱۰ سال سابقه کار دارند آمار تقریبی به دست آمد. حجم تقریبی جامعه آماری محققان ۵۰۰ نفر و کارشناسان ۴۵۰ نفر در نظر گرفته شد. نمونه‌گیری به شکل تصادفی انجام گرفت؛ و از طریق جدول مورگان ۲۷۴ نفر به صورت طبقه‌ای به عنوان نمونه آماری انتخاب شد؛ بنابراین ۳۰۰ پرسشنامه بین آزمودنی‌ها توزیع شد. ۱۶۰ کارشناس (۹۵ نفر حوزه اشتغال و ۶۵ نفر حوزه گردشگری) و ۱۴۰ محقق (۸۵ نفر حوزه اشتغال و کارآفرینی و ۵۵ نفر حوزه گردشگری و گردشگری ورزشی) که ۲۷۸ پرسشنامه به صورت کامل پاسخ داده شد و نتایج تحقیق بر اساس این تعداد پرسشنامه تهیه و تنظیم شده است. کفایت نمونه‌برداری و مناسب بودن داده‌ها برای استفاده از روش تحلیل عاملی، با استفاده از آزمون کیس-میر-الکین (KMO)، آزمون کرویت بارتلت تأیید شد ($\chi^2 = 2478/304, p = 0/001$). از این‌رو ادامه و استفاده از سایر مراحل تحلیل عاملی جایز شد. از پرسشنامه محقق ساخته جهت بررسی موانع ورود گردشگران به داخل کشور استفاده شد. با توجه به جامعه گردشگری ورزشی پرسشنامه بر اساس گردشگری ورزشی دوباره تنظیم شد. اعتبار صوری پرسشنامه با کسب نظر و اعمال اصلاحات مورد نظر چند تن (۱۰ نفر) از اساتید که تخصص لازم را در این

زمینه داشتند، مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی پرسشنامه، از آزمون آلفای کرونباخ^۱ استفاده شد. به این ترتیب ۳۰ پرسشنامه بین آزمودنی‌هایی (در هر دو گروه آزمودنی) که به طور تصادفی انتخاب شده بودند، توزیع شد. نتایج آزمون آلفای کرونباخ همسانی درونی بالای سؤالات را نشان داد (ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹). برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (فراوانی، درصد و میانگین) و برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون‌های فریدمن و یو من ویتنی در سطح معناداری ۰/۰۵ استفاده شد. کلیه محاسبات آماری با استفاده از نرم‌افزار spss ۱۹ انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا یافته‌های توصیفی ارائه شده و سپس به آزمون فرضیات تحقیق و ارائه نتایج پرداخته می‌شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Cronbach s Alfa coefficient

جدول ۱ - ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌ها

متغیر	ویژگی‌های جمعیت شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۴۰	۵۰/۳۵
	زن	۱۳۸	۴۹/۶۵
سطح تحصیلات	کارشناسی	۷۲	۲۵/۸۹
	کارشناسی ارشد	۱۴۳	۵۱/۴۳
	دکتری	۶۳	۲۲/۶۶
رشته تحصیلی	مدیریت ورزشی	۵۷	۲۰/۵۰
	گردشگری	۱۱۵	۴۱/۳۶
	کارآفرینی و اشتغال	۱۰۶	۳۸/۱۳
سابقه کار	۱-۵ سال	۵۴	۱۹/۴۲
	۶-۱۰ سال	۷۵	۲۶/۹۷
	۱۱-۱۵ سال	۶۸	۲۴/۴۶
	۱۵ سال به بالا	۸۱	۲۹/۱۳

ویژگی‌های جمعیت شناختی شرکت‌کنندگان مانند جنسیت، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی و سابقه کار به شکل فراوانی و درصد در جدول ۱ آمده است.

جدول ۲: نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف

عوامل	N	مقدار آماره Z	P
موانع توسعه سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی	۲۷۸	۲/۲۴	۰/۰۰۱
موانع ورود گردشگران ورزشی به کشور	۲۷۸	۱/۲۸	*۰/۰۷
موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگران ورزشی	۲۷۸	۲/۰۳	۰/۰۰۱

همان گونه که در جدول ۲ نشان داده می شود داده های مربوط به مؤلفه موانع ورود گردشگران ورزشی به کشور دارای توزیع نرمال اما داده های مربوط به دو مؤلفه موانع توسعه سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی و موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگران ورزشی دارای توزیع نرمال نیستند.

جدول ۳- نتایج آزمون فریدمن در ارتباط با رتبه بندی موانع توسعه سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی

عوامل	میانگین رتبه	رتبه عامل	خی دو	ارزش p
عوامل قانونی - حقوقی و برنامه ریزی	۲/۶۶	۲	۶۲/۱۵	۰/۰۰۱
عوامل اقتصادی	۲/۷۲	۱		
عوامل محیطی و بیرونی	۲/۱۵	۴		
عوامل فنی و زیرساختی	۲/۴۷	۳		

همان گونه که در جدول ۳ نشان داده شده است، از دیدگاه آزمودنی ها بین رتبه های موانع توسعه سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی به لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معنی داری وجود دارد ($\chi^2 = 62/15, p = 0/001$). با توجه به وجود اختلاف معنی دار بین عوامل، در بین موانع توسعه سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی، عوامل اقتصادی رتبه اول، عوامل قانونی - حقوقی و برنامه ریزی رتبه دوم و عوامل فنی و زیرساختی و عوامل محیطی و بیرونی در رتبه های سوم و چهارم را به خود اختصاص دادند.



جدول ۴- نتایج آزمون فریدمن در ارتباط با رتبه بندی موانع ورود گردشگران ورزشی

عوامل	میانگین رتبه	رتبه عامل	خی دو	ارزش P
قوانین اسلامی حاکم بر جامعه	۱۰/۱۶	۶	۸۱۰/۲۱	۰/۰۰۱
هجوم تبلیغاتی کشورهای معارض	۹/۸۹	۸		
ضعف تبلیغات و عدم بازاریابی مناسب در سایر کشورها	۱۰/۷۲	۳		
معضلات اجرایی و قانونی در سیستم اداری	۱۰/۰۳	۷		
کمبود امکانات زیر بنایی	۱۱/۳۶	۱		
ضعف امکانات اقامتی و خدمات پشتیبان	۱۰/۴۶	۴		
نامناسب بودن سیستم حمل و نقل	۹/۴۱	۱۱		
ضعف نیروی انسانی شاغل در بخش های مختلف گردشگری	۹/۵۳	۱۰		
عدم برخورد صحیح مردم و مسئولین با گردشگران ورزشی	۷/۵۸	۱۴		
گران بودن نسبی هزینه های مسافرت به ایران	۵/۵۴	۱۷		
عدم تطابق فرهنگ گردشگران ورزشی برخی از کشورها با ایران	۷/۶۵	۱۳		
عدم احساس امنیت کامل گردشگران ورزشی در ایران	۷/۸۹	۱۲		
کمبود مراکز خرید مناسب	۵/۷۰	۱۶		
کمبود مراکز تفریحی و دیدنی مناسب	۶/۳۸	۱۵		
عدم اعتقاد دولت به جذب گردشگر ورزشی	۹/۶۸	۹		
تحریم های بین المللی	۱۰/۲۸	۵		
عدم فعالیت شرکت های بین المللی در بخش گردشگری ورزشی	۱۰/۷۳	۲		

بر اساس نتایج نشان داده شده در جدول ۴ از دیدگاه آزمودنی‌ها بین رتبه‌های موانع ورود گردشگران ورزشی به لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معنی‌داری وجود دارد ($\text{Chi-Square} = ۸۱۰/۲۱, p = ۰/۰۰۱$). با توجه به وجود اختلاف معنی‌دار بین عوامل، مهم‌ترین مانع ورود گردشگران ورزشی کمبود امکانات زیر بنایی می‌باشد و عوامل عدم فعالیت شرکت‌های بین‌المللی در بخش گردشگری ورزشی و ضعف تبلیغات و بازاریابی در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

جدول ۵- نتایج آزمون فریدمن در ارتباط با رتبه‌بندی موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگران

عوامل	میانگین رتبه	رتبه عامل	رتبه خی دو	P
قدرت خرید پایین گردشگران ورزشی ورودی به کشور	۳/۰۹	۱۰	۶۵۲/۵	۰/۰۰۱
عدم بازاریابی مناسب در جذب گردشگران ورزشی با قدرت خرید بالا	۶/۱۷	۳		
کمبود مراکز خرید مناسب	۴/۴۲	۸		
کمبود مراکز تفریحی و ورزشی مدرن	۶/۱۶	۴		
تعداد کم برگزاری رویدادهای ورزشی	۶/۶۲	۲		
تعداد کم ورود گردشگر به کشور	۷/۲۸	۱		
سطح پایین تورگردان‌های داخلی در نحوه اجرای تور به منظور کسب درآمد	۵/۸۶	۶		
فصلی بودن فعالیت گردشگری ورزشی	۴/۳۸	۹		
کمبود موزه‌ها و فروشگاه‌های پرجاذبه ورزشی	۴/۹۷	۷		
کمبود کمپ‌ها و اردوگاه‌ها ورزشی مناسب فعالیت‌های گردشگری ورزشی	۶/۰۵	۵		

همان گونه که در جدول ۵ نشان داده شده است، از دیدگاه آزمودنی ها بین رتبه های موانع ورود گردشگران ورزشی به لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معنی داری وجود دارد ($\text{Chi-Square} = ۶۵۲/۵, p = ۰/۰۰۱$). با توجه به وجود اختلاف معنی دار بین عوامل، مهم ترین موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگر ورزشی، تعداد کم ورود گردشگر به کشور می باشد و تعداد کم برگزاری رویدادهای ورزشی و عدم بازاریابی مناسب در جذب گردشگران ورزشی با قدرت خرید بالا در رتبه های بعدی قرار دارند.

جدول ۶: رتبه بندی موانع توسعه اقتصادی گردشگری ورزشی

عوامل	میانگین رتبه	رتبه عامل	خی دو	ارزش p
موانع توسعه سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی	۲/۶۶	۲	۱۳۸/۰۵	۰/۰۰۱
موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور	۲/۷۲	۱		
موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگران	۲/۱۵	۳		

نتایج جدول ۶ نشان می دهد که از دیدگاه آزمودنی ها بین رتبه های موانع توسعه اقتصادی گردشگری ورزشی به لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معنی داری وجود دارد ($\text{Chi-Square} = ۱۳۸/۰۵, p = ۰/۰۰۱$). با توجه به وجود اختلاف معنی دار بین عوامل، مهم ترین موانع توسعه اقتصادی، موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور و موانع توسعه سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی و موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگران در رتبه های بعدی قرار دارند.

جدول ۷- نتایج آزمون یو من ویتنی در ارتباط با مقایسه دیدگاه محققان و کارشناسان در ارتباط با موانع توسعه اقتصادی گردشگران ورزشی

موانع	میانگین رتبه محققان	رتبه	میانگین رتبه کارشناسان	رتبه	نمره Z	P
موانع توسعه سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی	۱۷۶/۵	۲	۱۸۶/۷۳	۲	-۰/۹۴	۰/۳۵
موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور	۱۷۸/۵۴	۱	۱۸۱/۵۶	۳	-۰/۲۸	۰/۷۸
موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگران	۱۶۷	۳	۱۹۴	۱	-۲/۴۶	۰/۰۱

همان گونه که در جدول ۷ مشاهده می شود بین دیدگاه محققان و کارشناسان فقط در ارتباط با رتبه بندی موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگران ($p=0/01$, $Z = -2/46$) با سطح اطمینان ۹۵ درصد به لحاظ آماری اختلاف معنی داری وجود دارد. ولی در بقیه موارد تفاوت به لحاظ آماری معنی دار نشده است و بین کارشناسان و محققان در ارتباط با رتبه بندی موانع توسعه سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی اتفاق نظر وجود دارد. از دیدگاه محققان موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور رتبه یک ولی از دیدگاه کارشناسان رتبه سه را به خود اختصاص داده است ولی با توجه به میانگین رتبه محققان و کارشناسان و اختلاف کم آنها، به لحاظ آماری معنی دار نشده است ($p=0/78$, $Z = -0/28$).

بحث و نتیجه گیری

نتایج نشان داد که در بین موانع توسعه سرمایه گذاری در بخش گردشگری ورزشی، عوامل اقتصادی رتبه اول، عوامل قانونی - حقوقی و برنامه ریزی رتبه دوم و عوامل فنی و زیرساختی و عوامل محیطی و بیرونی در رتبه های سوم و چهارم را به خود اختصاص دادند. این یافته با نتایج محققانی مانند، خانزاده (۲۰۱۴)، رضوی و همکاران (۲۰۱۴)، جعفری و صمیمی (۱۳۹۲)، کسین (۲۰۱۰) و کسیمیت و داسون (۲۰۰۹) همخوان می باشد.

یافته دیگر این تحقیق نشان داد که؛ مهم ترین مانع ورود گردشگران ورزشی کمبود امکانات زیر بنایی می باشد و عوامل عدم فعالیت شرکت های بین المللی در بخش گردشگری ورزشی و ضعف تبلیغات و بازاریابی در رتبه های بعدی قرار دارند. این یافته تحقیق هم با یافته های تحقیق محققانی مانند؛ جعفری و صمیمی (۱۳۹۲)، رضوی و همکاران (۲۰۱۴)، خانزاده (۲۰۱۴)، اصلانی و همکاران (۲۰۱۲)، اسلامی (۱۳۹۳) و کوزه چیان و همکاران (۲۰۱۱) همخوان می باشد.

نتایج دیگر حاکی از این بود که؛ مهم ترین موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگر ورزشی، تعداد کم ورود گردشگر به کشور می باشد و تعداد کم برگزاری رویدادهای ورزشی و عدم بازاریابی مناسب در جذب گردشگران ورزشی با قدرت خرید بالا در رتبه های بعدی قرار دارند. این نتیجه با نتایج تحقیقات محققانی مانند؛ رضوی و همکاران (۲۰۱۴)، مشیری و همکاران (۱۳۹۴)، آنونیموس (۲۰۰۸) و کیم و همکاران (۲۰۱۵) همخوان می باشد.

همچنین نتایج نشان داد که؛ با توجه به وجود اختلاف معنی‌دار بین عوامل، مهم‌ترین موانع توسعه اقتصادی، موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور و موانع توسعه سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورزشی و موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگران در رتبه‌های بعدی قرار دارند؛ و اما به طور کلی در رتبه‌بندی موانع توسعه اقتصادی نشان داده شد که؛ با توجه به وجود اختلاف معنی‌دار بین عوامل، مهم‌ترین موانع توسعه اقتصادی، موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور و موانع توسعه سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورزشی و موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگران در رتبه‌های بعدی قرار دارند. این یافته به طور کلی با یافته‌های محققانی که موانع را شناسایی و رتبه‌بندی کرده‌اند مانند؛ خانزاده (۲۰۱۴)، مشیری و همکاران (۱۳۹۴)، جعفری و صمیمی (۱۳۹۲)، اصلانی و همکاران (۲۰۱۲) و کیم و همکاران (۲۰۱۵) همخوان بوده ولی با نتایج تحقیق رضوی و همکاران (۲۰۱۴) که بیان کردند موانع ساختاری و مدیریتی رتبه اول را دارد، ناهمخوان می‌باشد. این ناهمخوانی هم احتمالاً به دلیل متفاوت بودن نحوه دسته‌بندی موانع در این تحقیق با پژوهش حاضر می‌باشد.

و در مقایسه دیدگاه محققین و کارشناسان در ارتباط با رتبه‌بندی موانع توسعه اقتصادی، نتایج نشان داد که؛ از دیدگاه محققان موانع ورود گردشگر ورزشی به کشور رتبه یک ولی از دیدگاه کارشناسان رتبه سه را به خود اختصاص داده است و از دیدگاه کارشناسان موانع درآمدزایی حاصل از ورود گردشگر ورزشی به کشور رتبه یک ولی از دیدگاه محققان رتبه سه را به خود اختصاص داده است. محققان و کارشناسان در ارتباط با مانع توسعه سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورزشی اتفاق نظر داشتند و از دیدگاه هر دو گروه رتبه دوم است. در ارتباط با این یافته می‌توان این گونه توضیح داد که محققان به دلیل مطالعه موضوع گردشگری

و تحقیق در این زمینه و بررسی‌هایی که در کشورهای دیگر انجام داده‌اند، دریافته‌اند که کشورهای دیگر با جذب گردشگر ورزشی توانسته‌اند به توسعه گردشگری ورزشی دست یابند. چرا که هنگامی که گردشگر ورود پیدا می‌کند نیازهای زیرساختی بیشتر دیده می‌شوند و کشورها برای رفع این نیازها اقدام می‌کنند. مثلاً هنگامی که رویداد ورزشی قرار است در یک کشور برگزار شود، کشور میزبان برآوردهای لازم از تعداد گردشگران را انجام داده، امکانات و زیرساخت‌های لازم و موجود را می‌سنجد تا به اختلاف آنچه دارند و آنچه نیاز دارند، پی ببرند و سپس به رفع نیاز می‌پردازند. با ورود گردشگر به یک کشور است که می‌توان انتظار درآمدزایی در این صنعت را داشت. پس واقعاً ورود گردشگر به عنوان اولین و مهم‌ترین عامل در توسعه می‌باشد و موانع ورود گردشگر هم به دنبال آن مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری ورزشی و بخصوص توسعه اقتصادی حاصل از گردشگری ورزشی می‌توان دانست.

باوجود داشتن استعدادهای ورزشی زیاد، منابع عظیم گردشگری، جاذبه‌های فرهنگی ورزشی، ایران هنوز نتوانسته جایگاه خود را در گردشگری ورزشی دنیا پیدا کند. هر ساله هزاران نفر از ایران برای دیدن مسابقات و جاذبه‌های گردشگری دیگر کشورها به این کشورها مسافرت می‌کنند؛ اما متأسفانه کشور ما به دلیل فعالیت کم در برگزاری مسابقات مهم بین‌المللی، از عواید و فواید این صنعت مهم بی‌بهره بوده است (اسلامی، ۱۳۹۳).

به علت عدم سودآوری، حمایت ناکافی دولت و اقدامات سلیقه‌ای و محدودکننده از سوی برخی مقامات غیرمسئول، فقدان تسهیلات لازم برای بخش خصوصی (مثل پرداخت وام‌های بلندمدت با بهره کم)، واگذاری زمین‌های مناسب با بهای دولتی، حذف تشریفات

زائد و دست و پاگیر اداری به منظور ایجاد اماکن ورزشی، هتل‌ها و مراکز رفاهی، تضمین امنیت سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری توسط دولت به منظور ایجاد انگیزه در بخش خصوصی، توسعه زیرساختی گردشگری ورزشی در کشور به میزان ناکافی می‌باشد (امین خاکی، ۱۳۸۹).

صنعت گردشگری با ویژگی‌های خاص خود، صنعتی پویا با آینده‌ای روشن تلقی می‌شود. سرمایه‌گذاری در این صنعت در تمام کشورهای دارای جاذبه‌های جهانگردی روبه افزایش است. امروزه جذب گردشگران خارجی به رقابتی فزاینده در بین نهادهای درگیر در صنعت گردشگری تبدیل شده است؛ زیرا این صنعت نه تنها در پیشبرد اقتصاد ملی و درآمدهای ارزی نقش دارد بلکه صنعتی است پاکیزه و عاری از آلودگی و در عین حال ایجادکننده مشاغل جدید. گردشگری برای کشورهای دارای جاذبه‌های جهانگردی نظیر ایران می‌تواند به مهم‌ترین منبع کسب درآمد ارزی تبدیل شود. مشروط بر اینکه برنامه‌ریزی صحیح و همه جانبه توأم با آینده‌نگری برای آن تنظیم و اجرا شود. سرمایه‌گذاری جهانی در صنعت گردشگری حاکی از آن است که گردشگری صنعتی از زمره صنایع توزیع‌کننده درآمد است و هنگامی که جهانگرد وارد کشور می‌شود، در مقابل خدماتی که به وی ارائه می‌شود، باید هزینه پرداخت کند و این پرداخت ارزی خواهد بود. لذا این صنعت می‌تواند جایگزین اقتصاد تک محصولی یعنی درآمد نفتی گردد. اینکه امروزه مشاهده می‌شود که کشورهای صنعتی اروپا و آمریکا تمام نیرو و توان خود را در جهت جذب جهانگرد از طریق میزبانی رویدادهای ورزشی به کار می‌گیرند، مؤید جایگاه این صنعت در اقتصاد است، عایدی حاصل از گردشگری ورزشی پایدار و در عین حال امکان بهره‌برداری از آن در کوتاه‌مدت فراهم است. همچنین اشتغال‌زایی در این صنعت بالا

بوده و نیروی انسانی مورد نیاز آن محتاج به آموزش بلندمدت نمی باشد. امکانات موجود در ایران نشان می دهد که ایران ظرفیت پذیرایی بیش از دو الی سه میلیون گردشگر خارجی را در سال دارا می باشد و اگر در زمینه جذب گردشگران، برنامه ریزی و موانع موجود رفع شود و آن موارد فرا قانون برای کسانی که از حاشیه امنیتی برخوردار بوده و معمولاً برای ناامن جلوه دادن کشور برای جهانگرد، کلاً به سر عقل آمده و به ماهیت اصیل این صنعت درآمدزایی ببرند، ما شاهد رسوب گردشگران خارجی (توریست) در کشور خواهیم بود و این یعنی دستیابی به درآمد ارزی چشمگیر.

در رابطه با گردشگران و مسائل مربوط به آنان مشکلاتی وجود دارد که از جمله تطبیق توریست ها با قوانین ایران می باشد. طبیعی است وقتی گردشگر خارجی از قوانین ما مطلع باشد به دنبال آن تحریکاتی نیز وجود نخواهد داشت، لذا با آموزش های لازم، اشاعه توریسم به هیچ وجه خطرآفرین نیست. در مبحث گردشگری ورزشی، مدیران تا حدودی به درک از منافع چشمگیر توسعه این صنعت در ایران رسیده اند تا جایی که اخیراً سند همکاری متقابل بین کمیته ملی المپیک ایران و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در راستای توسعه پایدار گردشگری ورزشی منعقد شده است و البته کمیسیون در کمیته ملی المپیک ایران تشکیل شده که در این رابطه عمل می کند. بر اساس برنامه چهارم توسعه، کشور ایران باید تا پایان سال ۱۳۸۸ سالانه میزبان حداقل ۵ میلیون گردشگر بوده باشد. رقمی که باید تا پایان سال ۲۰۲۴ به رقمی معادل ۲۰ میلیون نفر در سال برسد (صمدی، ۱۳۸۹) با حمایت دولت از بخش خصوصی از یک سو و تلاش دولت در عرصه سیاسی جهت برداشتن تحریم های بین المللی که به ناحق بر علیه ایران اعمال شده است از سوی دیگر، شرکت های بین المللی ایران

را محیطی امن برای سرمایه‌گذاری قلمداد می‌کنند و این امر موجبات پیشرفت سریع‌تر ایران در حوزه زیرساختی را فراهم می‌نماید.

به عبارت دیگر برنامه‌ریزی مناسب جهانگردی باید به نحوی باشد که در حین حفظ ارزش‌ها و عناصر ارزشمند فرهنگی، بتواند آن‌گونه که شایسته است نسبت به جذب سیاحان و جهانگردان خارجی اقدامات لازم را به عمل آورد. در این زمینه بسیاری از کشورهای پیشرفته و صنعتی توانسته‌اند از این عناصر محدودکننده و مشروط‌کننده به طوری دقیق و برنامه‌ریزی شده بهره‌برداری کنند که در حین حفظ ارزش‌ها و اصالت‌های فرهنگی خویش آن‌ها را به عنوان جاذبه‌های فرهنگی به جهانگردان معرفی کنند، بنابراین مشروط-کننده‌های صنعت جهانگردی کشور نباید آن‌چنان مطرح شود که هیچ جهانگرد خارجی به ایران نیاید، بلکه اتفاقاً از مشروط‌کننده‌های صنعت جهانگردی باید به عنوان مکانیزم‌های جلب جهانگرد استفاده شود (جاوید و همکاران، ۱۳۹۴).

یکی دیگر از مهم‌ترین عوامل جذب گردشگر از سایر کشورها اطلاع‌رسانی و تبلیغات در خصوص کشور ایران و امکانات و جاذبه‌های گردشگری آن است که متأسفانه سازمان‌ها و نهادهای درگیر با صنعت گردشگری که متوالیان اصلی این صنعت هستند، در این خصوص فعالیتی ندارند و یا بسیار ضعیف عمل کرده‌اند. لذا گردشگران خارجی به دلیل عدم آشنایی با کشور، نام ایران را به عنوان یکی از مقاصد گردشگری در لیست خود قرار نمی‌دهند در صورتی که کشورهای نوظهوری همچون کشور امارات متحده عربی با تبلیغات گسترده اقدام به جذب گردشگران خارجی می‌نماید و سالانه درآمد کلانی از این صنعت

دارد. لذا باید با تهیه برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌های مستند در خصوص جاذبه‌های گردشگری ایران و پخش آن‌ها از شبکه‌های تلویزیونی بین‌المللی زمینه‌های آشنایی با ایران را برای گردشگران خارجی فراهم کرد (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱)؛ اما در رابطه با تبلیغات و نقش آن در جذب گردشگر نمی‌توان از ورزش و نقش تبلیغاتی ذاتی آن چشم پوشید. محققان گردشگری ورزشی به این سبب به تحقیق ابعاد گوناگون گردشگری ورزشی و فواید و اثرات آن می‌پردازند و به دنبال ارائه راهکارهای عملی و مناسب برای توسعه این صنعت در ایران هستند که ورزش بهترین راه معرفی ایران و فرهنگ ایرانی است و یک واقعیت نفی‌کننده تبلیغات منفی می‌باشد. وقتی ورزشکاران ایرانی در عرصه‌های بین‌المللی حضور می‌یابند و به مدال‌ها و افتخارات بین‌المللی نائل می‌شوند، نام ایران و ایرانی را در اذهان عموم جهان حک می‌کنند. هنگامی که کیانوش رستمی بر روی سکو حاضر می‌شود و قبل از زدن وزنه با صدای بلند می‌گوید: (بسم الله الرحمن الرحيم)، فرهنگ اسلامی را به گوش همه جهانیان می‌رساند و مسلمانی را به نمایش می‌گذارد. وقتی به مدال طلا دست می‌یابد نام ایران را با اقتدار فریاد می‌زند. این بهترین، مؤثرترین و در عین حال واقعی‌ترین تبلیغ از ایران، فرهنگ ایران، مسلمانی و دین اسلام است. فقط و فقط ورزش می‌تواند این نمایش را برپا نماید و این تأثیر عمیق را بگذارد. هیچ پدیده دیگری را نمی‌توان یافت که این گونه بتواند عواطف، احساس و تفکر جامعه جهانی را تحت تأثیر قرار دهد.

به طور کلی می‌توان موارد ذیل را از جمله موانع مهم توسعه اقتصادی گردشگری ورزشی

بیان کرد:

- عدم حمایت از سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری (دولتی و خصوصی)
- سیاست‌های نامناسب اقتصادی
- عدم حمایت کافی از بخش خصوصی و تشویق به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورزشی
- کم بودن میزبانی رویدادهای ورزشی
- کم بودن ورود گردشگر به کشور
- ناکافی بودن زیرساخت‌های لازم صنعت گردشگری ورزشی
- عدم فعالیت شرکت‌های بین‌المللی در بخش گردشگری ورزشی
- عوامل حقوقی - مدیریتی و برنامه‌ریزی
- ضعف تبلیغات و بازاریابی
- راهکارهای ذیل برای رفع موانع پیشنهاد می‌شود:
- تلاش جهت کسب کرسی‌های بین‌الملل در رشته‌های ورزشی مختلف.
- مشخص نمودن متولی واحد برای مدیریت گردشگری ورزشی.
- غنی ساختن جاذبه‌های گردشگری ورزشی و توسعه این بخش‌ها.
- توسعه زیرساخت‌های لازم جهت برگزاری مسابقات بین‌المللی از طریق حمایت و تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی.

- بررسی جاذبه‌ها و توانمندی‌های طبیعی و مصنوعی ورزشی کشور و برنامه‌ریزی راهبردی در جهت بهره‌برداری مناسب از آن‌ها.
- تسهیل نمودن موارد قانونی و حقوقی ورود گردشگران به ایران از طریق بستن تفاهم‌نامه در قالب‌های مختلف با کشورهای مختلف دنیا.
- معرفی جاذبه‌ها و توانمندی‌های ورزشی ایران به جهان جهت جذب انواع گردشگر ورزشی.

- بالا بردن امکانات تسهیلاتی و رفاهی برای گردشگران ورزشی.
- معرفی فرهنگ جامعه ایران از طریق تبلیغات رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی.
- معرفی تاریخ و آثار تاریخی کشور از طریق تبلیغات.
- توسعه منابع انسانی متعهد از طریق آموزش‌های فنی حرفه‌ای و دانشگاهی در بخش‌های متفاوت گردشگری و گردشگری ورزشی.

منابع فارسی

- اسلامی، صدیقه (۱۳۹۳). «نقش توسعه توریسم ورزشی بر اشتغال‌زایی و ارائه مدل اشتغال». رساله دکتری مدیریت ورزشی. دانشگاه پیام نور.

اسلامی صدیقه، فراهانی، ابوالفضل، اسدی، حسن (۱۳۹۳). «طراحی مدل اشتغال حاصل از توسعه گردشگری ورزشی». فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، شماره ۲۵، ص ۱۹۴-۱۸۱.

امین خاکی، سهیلا (۱۳۸۹). «اکوتوریسم، موانع و راهکارها»، نقل شده در سایت:

<http://www.iranseda.ir/FullItem/?g=654211>

بیات، حسین، سیدعامری، سید حسن، حسین پور، اسکندر، فتحی کجلی، فاروق (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی ملی از دیدگاه دست‌اندرکاران ورزشی». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، دوره ۵، شماره ۲، بهار ۱۳۹۲، ص ۷۳-۸۲.

سلیمی، مهدی، خلیلی، مجید، صالحی، سید سعادت الله (۱۳۹۳). «تحلیل میزان توسعه‌یافتگی شهرهای میزبان گردشگران ورزشی خارجی در کشور میزبان بر اساس عوامل جذب با استفاده از روش TAXONOMY». مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۲۶، ص ۱۲۳-۱۴۶.

صمدی حمید (۱۳۸۹). «بررسی عوامل و راهکارهای توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، ص ۹.

جاوید، مجید، الماسی، حسن، تقی پور، بهنام (۱۳۹۴). «گردشگری ورزشی و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان». مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۳۲، صص: ۱۳-۳۲.

جعفری صمیمی، احمد، خبره، شیما (۱۳۹۲). اثر گردشگری بر توسعه انسانی. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. سال دوم. شماره ۷، صص ۲۴-۱۱.

مشیری، سید رحیم. رجبی، آزیتا. رجائی، محمد علی. (۱۳۹۴). «بررسی و ارزیابی نقش
توریسم ورزشی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی شهرها». مجموعه مقالات
همایش منطقه‌ای راهکارهای توسعه از دیدگاه جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا،
۲۲ اردیبهشت ماه، ص ۵۲.

محرم زاده، مهرداد و قیامی راد، امیر (۱۳۸۷). «گردشگری ورزشی در ایران». انتشارات سازمان
میراث فرهنگی و گردشگری تبریز. صص ۵۴-۶۱.

موسایی میثم. مبانی اقتصاد توریسم. چاپ اول، تهران: نشر مهکامه؛ ۱۳۹۰. ص ۶۷-۳۸.
موسایی، میثم، هاشمی، سمیه، ابراهیمی، میترا (۱۳۹۱). بررسی جامعه‌شناختی توسعه پایدار
گردشگری در ایران؛ موانع، چالش‌ها و راهکارها. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی. سال ششم.
شماره ۱۶. صص ۵۰-۲۵.

میرزایی، رحمت (۱۳۸۸). «تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات
کرمانشاه». روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۴، صص ۴۹-۷۶.
نوبخت، محمد باقر، پیروز، الهام (۱۳۸۷). توسعه صنعت گردشگری در ایران، موانع و
راهکارها. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی. تهران. ص ۷-۹.

منابع انگلیسی

Anonymous (2008). "The importance of formula 1 for tourism industry". Annals
of Tourism Research, 35(4), pp:282-287.

Aslani. N, Shetab Boushehri. N, Zarghami. M, Bahrami. A. (2012). Analysis of the barriers to the development of sport tourism industry in Khouzeestan province. *International Journal of sport studies*. 2(10). 525-529.

Balogu, S. Brown, C. & Busser, A. (2010). Sport tourists in a gaming destination: Predicting gaming and non-gaming expenditures. *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 4(2), pp:59-68.

Kasimati'E, Dawson P (2009).” Assessing the impact of 2004 olympic Games on the Greek economy: A small macro econometric model”. *Econ. Model*, 26(2), pp: 139-146.

Khanzadei. E (2014). Identification of barriers against sport tourism in East Azarbaijan providence. *Journal of life science and Biomedicine.(J. Life sci. Biomed.* 4(4): 282-285).

Kim, W. Jun. H. Walker, M., Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large scale sport tourism events: scale development and validation. *The journal of Tourism Management*. Vol: 48. Pp:21-32.

Koozehchian. H, Ehsani. M, Adabi Firouzjah. J (2011). An investigation of the effective factors on sport tourism development in IRAN with the emphasis on natural sport attractions. *World journal of sport sciences*. 5(4): 216-220.

Razavi, MH, Rajabi, H, Heidarirad, P, Shirvani, A. (2014). Affecting Factors and Barriers of Development of Sport Tourism in Kish Island. *International Journal of Basic Sciences & Applied Research*. Vol., 3 (SP), 81-87.