

# بررسی وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران

❖ دکتر محمدرضا معین فرد؛ استادیار دانشگاه تربیت معلم سبزوار \*

❖ دکتر سیدامیر احمد مظفری؛ استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

❖ ❖ دکتر بتول شرف جوادی؛ استادیار دانشگاه تربیت معلم

❖ ❖ ❖ دکتر انوشیروان کاظم‌نژاد؛ استاد دانشگاه تربیت مدرس

## چکیده:

گردشگری ورزشی صنعتی پیشرو در اکثر کشورهای دنیاست که با رشد پیش‌بینی شده‌ای معادل ۱۰ درصد در سال در حال اوج‌گیری و توسعه است (۱۲، ۱۹). با توجه به قابلیت‌ها و ظرفیت‌های فراوان در جذب گردشگر ورزشی در ایران (۸) و منافع مختلف ورزشی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، و سیاسی کشور، لزوم توجه به مباحث مختلف مدیریتی، بازاریابی، و سرمایه‌گذاری در توسعه و رشد این صنعت نوین در کشور ما ضروری به نظر می‌رسد (۵، ۷). لذا، هدف از این پژوهش عبارت است از بررسی وضعیت موجود و مطلوب صنعت گردشگری ورزشی کشور به منظور استفاده برنامه‌ریزان و مدیران کشور. روش این تحقیق توصیفی و از نوع زمینه‌یابی پیمایشی است. جامعه آماری عبارت بود از گروهی از متخصصان و اساتید دانشگاه و مدیران عالی در دو حوزه گردشگری و ورزشی پایتخت که اطلاعات و شناخت کافی از حوزه گردشگری ورزشی داشتند. با مراجعه حضوری مشخص شد تعداد ۱۱۶ نفر از آنان قادرند در این طرح تحقیقی مشارکت نمایند که در نهایت از این تعداد ۱۰۱ پرسشنامه پس از پیگیری‌های مستمر جمع‌آوری شد. پرسشنامه این تحقیق محقق‌ساخته و به صورت دو وجهی (وضعیت موجود و مطلوب) طراحی شد که پس از تأیید روایی (روایی سازه در بخش وضعیت موجود  $KMO = 0/91$  و در بخش وضعیت مطلوب  $KMO = 0/89$ ) و پایایی (در بخش وضعیت موجود  $\alpha = 0/97$  و در بخش وضعیت مطلوب  $\alpha = 0/95$ ) به کار رفت. بر اساس نتایج به‌دست آمده، مؤلفه‌های هشت‌گانه توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور (مدیریت و هماهنگی، حمایت‌های سیاسی و قانونی، بازاریابی، زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات، شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها، تحقیقات و پژوهش، فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش، و آموزش و تعلیم نیروی انسانی) در وضعیت موجود و مطلوب مقایسه و اولویت‌بندی گردید. همچنین، ثابت شد بین وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه‌های هشت‌گانه صنعت گردشگری ورزشی کشور تفاوت معناداری وجود دارد و مشخص شد بین دیده‌گاه‌های پاسخ‌دهندگان با مدارک تحصیلی مختلف (تربیت بدنی، گردشگری، و مدیریت) همچنین بین دیده‌گاه متخصصان گردشگری و ورزش، مدیران عالی در سازمان‌های گردشگری و ورزشی درباره اهمیت مؤلفه‌های هشت‌گانه در توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور تفاوت معناداری وجود ندارد. لذا در مقوله گردشگری ورزشی نیز دستیابی به توسعه و گسترش و بهره‌مندی از منافع مختلف و رسیدن به وضعیت مطلوب در عرصه جهانی، بدون مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح و مناسب امکان‌پذیر نیست. اما به نظر می‌رسد آغاز مدیریت در این حوزه به پیش‌نیازهایی همچون

درک اهمیت توسعه این صنعت به دست مردم و مسئولان، شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها، توسعه زیرساخت‌ها، وجود نیروی انسانی متخصص، و انجام تحقیقات و پژوهش بیش‌تر نیازمند است.

### واژگان کلیدی: گردشگری ورزشی، وضعیت مطلوب، وضعیت موجود

\* E. mail: moeinfard247@yahoo.com

#### مقدمه

گردشگری بزرگ‌ترین صنعت جهان (۱۸) و ورزش یکی از صنایع بزرگ و با اهمیت در دنیای کنونی هستند که از تلفیق آن‌ها یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت «گردشگری ورزشی» به وجود آمده است (۱۲). از اواسط دهه ۱۹۹۰ توجه از دو بخش صنایع و آکادمیک گردشگری و ورزش به گردشگری ورزشی جلب شد (۱۹). طبق آمار کشورهای مختلف حدود ۲۰ تا ۳۰ درصد گردشگران، ورزش را دلیل اصلی سفر خود عنوان کردند؛ بیش از نیمی از سفرهای تعطیلات را سفرهایی تشکیل می‌دهند که هدف آن‌ها ورزشی هم هست (۴). لذا، گردشگری ورزشی بخش در حال توسعه گردشگری است که با توجه به آمار، حدود ۳۲ درصد از توفیق‌ها و دستیابی‌های جهانی گردشگری را به خود اختصاص می‌دهد و با توجه به تغییر سبک زندگی و علاقه مردم به این پدیده اهمیت یافته است (۲۲، ۲۵).

از طرفی، پیش‌بینی‌های صورت گرفته نشان می‌دهند گردشگری و سفر تا سال ۲۰۲۰ رشد ۵ درصدی در سطح جهان خواهد داشت. اما جالب است بدانیم این پیش‌بینی‌ها در مورد گردشگری ورزشی تا سال ۲۰۲۰ رقم ۱۰ درصد را نشان

می‌دهند (۲۹).

دبیر کل سازمان جهانی گردشگری (WTO)<sup>۱</sup> و رئیس کمیته بین‌المللی المپیک<sup>۲</sup> در پیامی مشترک در سپتامبر ۲۰۰۴ تأکید کردند گردشگری و ورزش دو نیروی محرک برای ثبات در رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی، و افزایش درآمدند (۳). امروزه، کشورهای مختلف با مدیریت و برنامه‌ریزی و به کارگیری راهبردهای مدون در تلاش‌اند گردشگری ورزشی را توسعه دهند. از اقدامات جهانی در این رابطه عبارت است از تأسیس رشته تخصصی گردشگری ورزشی در دانشگاه‌های آمریکا، انگلیس، و استرالیا در سطوح کارشناسی و کارشناسی ارشد، و دکتری، چاپ مجلات گردشگری ورزشی، کنفرانس‌ها و همایش‌های بین‌المللی و ایجاد سایت‌های اینترنتی به منظور معرفی جذابیت‌های گردشگری ورزشی و جذب گردشگر (۲۶). اما در کشور ما فقدان شناخت کافی، عدم مدیریت، و نبود راهبردهای مدون و مشخص باعث غفلت از این حوزه و از دست رفتن فرصت‌های منحصر به فرد کشور شده است. با توجه به فواید فراوان اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، و محیط

1. World Tourism Organization
2. International Olympic Committee

ورزش استرالیا، و برجسته‌ترین محققان دانشگاهی و صنعتی شرکت داشتند. این گروه در نهایت، مؤلفه‌های مهم در توسعه گردشگری ورزشی این کشور را موارد زیر برشمردند: رویکرد راهبردی، هماهنگی و ارتباطات، توسعه منطقه‌ای و بخشی، پژوهش، توسعه اماکن و تأسیسات، تأمین بودجه، آموزش و پرورش، و مدل‌های اقتصادی استاندارد شده (۱۵).

یات و همکارانش (۲۰۰۶) که برنامه‌ریزان انجمن گردشگری ورزشی کانادا بودند، الگوی برنامه‌ریزی و طرح کاربردی توسعه گردشگری ورزشی را در کنگره این انجمن در سال ۲۰۰۶ مطرح کردند و ادعا کردند این الگو جامع و جهانی است. در این الگوی برنامه‌ریزی، مؤلفه‌های مهم در توسعه گردشگری ورزشی به قرار زیر عنوان شدند: آموزش و توسعه داوطلبان، توسعه مهارت‌های مدیریت رویداد و فرایندهای آن، گسترش مشارکت حامیان مالی، درک بهتر در مورد دانش این صنعت، گسترش همکاری با جوامع دیگر، گسترش توجهات سیاسی، سرمایه‌گذاری بیش‌تر در ورزش، استفاده از راهبردهای جدید، افزایش آگاهی‌های عمومی، افزایش اعتبارات بازاریابی، و افزایش حمایت‌های ایالتی (۳۱).

در جمع‌بندی کلی این پژوهش‌ها، به این نتیجه می‌رسیم که رشد و توسعه صنعت گردشگری ورزشی در کشورهای مختلف اهمیت دارند، از جمله ضرورت مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح، تعیین اهداف و راهبردهای بازاریابی، انجام تحقیقات و پژوهش‌های منسجم و بنیادی، توسعه زیرساخت‌ها، شناخت پتانسیل‌ها و توسعه آن‌ها،

زیستی گردشگری ورزشی و با درک اهمیت دستیابی به جامعه‌ای سالم و با نشاط، همچنین تمایل مردم به داشتن تعطیلات و تفریحات فعال و پویا، لزوم توجه مدیران، برنامه‌ریزان، و مسئولان به مقوله گردشگری ورزشی و توسعه آن در کشور اجتناب‌ناپذیر می‌نماید (۶، ۱۱).

ادبی فیروزجاء (۱۳۸۵) پژوهش خود را با هدف بررسی جاذبه‌های طبیعی ورزشی و مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی کشور و مشکلات موجود در این حوزه از دیدگاه کارشناسان ورزشی و کارشناسان بخش گردشگری کشور به انجام رساند. این پژوهش نشان می‌دهد بالاترین اهمیت در توسعه گردشگری ورزشی کشور به شرح زیر است: جاذبه‌های تپه‌نوردی و طبیعت گردی؛ جاذبه‌های ورزش‌های ساحلی، آبی، و تابستانی؛ جاذبه‌های بیابان‌گردی و کویرنوردی؛ و جاذبه‌های شکار و صید (۱).

هنرور (۱۳۸۳) تحقیق خود را با هدف تعیین عوامل سوق‌دهنده، عوامل جلب‌کننده، و عوامل بازدارنده مؤثر بر توسعه گردشگری بر پایه برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور انجام داد. در این پژوهش محدودیت‌ها و موانع سفر گردشگران به دلیل رویدادهای ورزشی بین‌المللی نیز بررسی شده است (۱۰).

در سال ۲۰۰۰ در طرح پژوهشی توسعه گردشگری ورزشی استرالیا، با عنوان «به سمت راهبرد ملی گردشگری ورزشی» با حمایت وزارت ورزش و گردشگری استرالیا، مدیران و افراد متخصص از مؤسسات دولتی محلی و ایالتی صنایع ورزشی، انجمن‌های گردشگری، انجمن

بررسی صحت حیطة بندی مؤلفه های هشت گانه این پرسشنامه استفاده شد و مورد تأیید قرا گرفت (در وضعیت موجود  $KMO=0/91$  و در وضعیت مطلوب  $KMO=0/89$ ).

برای تعیین پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که ثبات درونی پرسشنامه در وضعیت موجود  $\alpha=0/97$  و در وضعیت مطلوب  $\alpha=0/95$  به دست آمد.

در این تحقیق از دو روش عمده برای جمع آوری اطلاعات استفاده شد. در جمع آوری اطلاعات مربوط به مبانی نظری تحقیق از مطالعات کتابخانه ای و در جمع آوری داده های آماری از روش پرسشنامه استفاده شد. برنامه ریزی لازم در جمع آوری پرسشنامه ها در دوره ای دو ماهه برنامه ریزی و انجام شد. لازم به ذکر است که پرسشنامه طرح تحقیق را محققان به صورت حضوری توزیع و جمع آوری کردند.

در این پژوهش از آمار توصیفی برای خلاصه کردن و طبقه بندی داده های خام استفاده شد. برای محاسبه شاخص های پراکندگی از آزمون کالموگراف-اسمیرنوف و از آزمون لوین به منظور تعیین همگنی واریانس بین متغیرها استفاده شد. برای مقایسه و تعیین تفاوت نگرش متخصصان و مدیران گردشگری و ورزش، تحلیل واریانس یک سویه و برای بررسی تفاوت بین وضعیت موجود و مطلوب در صنعت گردشگری ورزشی کشور آزمون t به کار رفت. همچنین، از آزمون های تحلیل عاملی (آزمون بارتلت و  $KMO$ ) در بررسی و تعیین اهمیت عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری

بررسی انگیزش ها و آموزش افراد. این موارد در ساخت چارچوب های اصلی و تحقق اهداف این پژوهش نیز لحاظ شده اند.

### روش شناسی

روش این تحقیق توصیفی از نوع زمینه یابی پیمایشی است. در این پژوهش، محققان با استفاده از پرسشنامه که از ابزارهای تحقیق زمینه یابی است، به شناسایی وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه های توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور پرداخته اند.

جامعه آماری این تحقیق به صورت کل شمار عبارت بود از متخصصان و اساتید دانشگاه و مدیران عالی در دو حوزه گردشگری و ورزشی پایتخت. این انتخاب به دلیل مؤثر بودن آنان در تصمیم گیری و سیاست گذاری کشور، و شناخت و اطلاعات کافی آنان در این حوزه ها بوده است. بر این مینا با مراجعه حضوری محققان به این افراد مشخص شد ۱۱۶ نفر از آنان قادرند در این طرح تحقیقی به پرسشنامه پاسخ دهند. در نهایت، نمونه آماری این تحقیق ۱۰۱ نفر بود که این تعداد پاسخ دهنده حدود ۰/۸۷ جامعه آماری را تشکیل داد.

در این تحقیق، با توجه به عدم دسترسی به پرسشنامه ای استاندارد که با اهداف این پژوهش سازگار و منطبق باشد از پرسشنامه ای محقق ساخته جهت جمع آوری اطلاعات استفاده شد. این پرسشنامه برای تعیین اعتبار بین ۱۲ استاد و متخصص مدیریت ورزشی و گردشگری توزیع شد و پس از بازنگری و اصلاح به کار رفت. برای تعیین روایی سازه از روش تحلیل عاملی تأییدی به منظور

1. Kaiser- Meyer- Olkin

ورزشی کشور استفاده شد.

ادارات تابعه آن بوده است.

با توجه به تحلیل عاملی، با استفاده از آزمون بار تلت و KMO، مؤلفه‌های هشت گانه این پژوهش در وضعیت موجود و مطلوب تنها یک فاکتور است که ما آن را «توسعه گردشگری ورزشی کشور» می‌نامیم و نشان‌دهنده صحیح بودن حیطه‌بندی عوامل مربوط است (در وضعیت موجود  $KMO = 0/91$  و در وضعیت مطلوب  $KMO = 0/89$ ). بار عاملی هر یک از عوامل تشکیل دهنده در جدول ۱ درج شده است.

با توجه به جدول ۲ و با تأکید بر میانگین‌های به دست آمده، از نظر پاسخ‌دهندگان میزان اهمیت هر یک از مؤلفه‌های صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت

## یافته‌ها

تحلیل توصیفی اطلاعات مربوط به ویژگی‌های فردی نمونه آماری تحقیق نشان داد ۸۲/۲۲ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و ۱۷/۸ درصد زن بودند. میزان تحصیلات ۲۸/۷ درصد پاسخ‌دهندگان کارشناسی، ۳۹/۶ درصد کارشناسی ارشد، و ۲۹/۷ درصد دکتری بود. همچنین، محل اشتغال به کار ۳۰/۷ درصد پاسخ‌دهندگان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، ۲۲/۸ درصد سازمان تربیت بدنی و فدراسیون‌ها، و ۲۷/۷ درصد سازمان گردشگری و

جدول ۱. بررسی بار عاملی و رتبه مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور در وضعیت موجود و مطلوب

رتبه در وضعیت مطلوب	بار عاملی در وضعیت مطلوب	رتبه در وضعیت موجود	بار عاملی در وضعیت موجود	مؤلفه‌ها
۶	۰/۸۳۵	۸	۰/۷۳۱	مدیریت و هماهنگی
۵	۰/۷۴۶	۵	۰/۸۲۱	حمایت‌های سیاسی و قانونی
۱	۰/۸۶۵	۲	۰/۸۶۱	بازاریابی
۸	۰/۶۳۵	۴	۰/۸۲۲	زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات
۲	۰/۸۲۱	۱	۰/۸۸۴	شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها
۳	۰/۷۹۴	۳	۰/۸۴۴	تحقیق و پژوهش
۷	۰/۷۳۳	۶	۰/۷۷۵	فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش
۴	۰/۷۶۳	۷	۰/۷۴۸	آموزش و تعلیم نیروی انسانی

بررسی وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد (در سطح  $\alpha=0/01$ ). با توجه به جدول ۶ و با تأکید بر میزان مقادیر F بدست آمده، می توان مطرح نمود که در وضعیت مطلوب بین دیدگاه پاسخ دهندگان که دارای مدارک تحصیلی تربیت بدنی، گردشگری و مدیریت بودند، تفاوت معنی دار وجود ندارد.

و در نهایت، با توجه به جدول ۷ و با تأکید بر میزان مقادیر F به دست آمده، در وضعیت مطلوب بین دیدگاه های متخصصان گردشگری و ورزشی، مدیران عالی در سازمان های گردشگری و سازمان های ورزشی در مورد اهمیت مؤلفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی کشور تفاوت معناداری وجود ندارد.

موجود کم بوده است؛ به جز مؤلفه «حمایت های سیاسی و قانونی» که متوسط ارزیابی شد.

با توجه به جدول ۳ و با تأکید بر میانگین های به دست آمده، از نظر پاسخ دهندگان میزان اهمیت هر یک از مؤلفه های صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت مطلوب خیلی زیاد ارزیابی شد. با توجه به جدول ۴ و با تأکید بر میانگین های به دست آمده، بیش ترین اختلاف بین وضعیت موجود و مطلوب که همان تحلیل فاصله ای است، مربوط به مؤلفه «بازاریابی» و کمترین اختلاف مربوط به مؤلفه «فرهنگ سازی و ایجاد انگیزش» است.

با توجه به جدول ۵ و با تأکید بر میزان مقادیر t به دست آمده، بین میانگین های مرتبط با مؤلفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی کشور در

جدول ۲. توصیف اهمیت مؤلفه های هشت گانه صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت موجود از دیدگاه پاسخ دهندگان

مؤلفه	حداقل	حد اکثر	میانگین	انحراف استاندارد	میزان اهمیت *
مدیریت و هماهنگی	۱/۱۱	۳/۷۴	۱/۸۲۹	۰/۴۳۴	کم
حمایت های سیاسی و قانونی	۰/۷۷	۳/۸۵	۲/۰۶۹	۰/۵۵۷	متوسط
بازاریابی	۰/۹۰	۴/۰۰	۱/۹۴۴	۰/۶۳۲	کم
زیرساخت ها و اماکن و تأسیسات	۰/۶۰	۵/۰۰	۱/۹۳۴	۰/۶۹۱	کم
شناخت قابلیت ها و ظرفیت ها	۰/۶۷	۴/۳۳	۱/۹۶۳	۰/۶۳۶	کم
تحقیق و پژوهش	۰/۵۷	۴/۵۷	۱/۸۹۱	۰/۶۷۳	کم
فرهنگ سازی و ایجاد انگیزش	۱/۰۰	۳/۸۰	۱/۹۶۶	۰/۵۶۲	کم
آموزش و تعلیم نیروی انسانی	۰/۷۱	۳/۱۴	۱/۸۸۳	۰/۵۷۵	کم

\* کمتر از ۱: خیلی کم؛ ۲ تا ۳: کم؛ ۳ تا ۴: متوسط؛ ۴ تا ۵: زیاد؛ ۵ تا ۶: خیلی زیاد

## جدول ۳. توصیف اهمیت مؤلفه‌های هشت‌گانه صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت مطلوب از دیدگاه پاسخ‌دهندگان

مؤلفه	حداقل	حد اکثر	میانگین	انحراف استاندارد	میزان اهمیت *
مدیریت و هماهنگی	۲/۳۷	۵/۰۰	۴/۱۸	۰/۴۳	خیلی زیاد
حمایت‌های سیاسی و قانونی	۲/۷۷	۵/۰۰	۴/۳۳	۰/۴۳	خیلی زیاد
بازاریابی	۱/۵۰	۵/۰۰	۴/۳۴	۰/۵۵	خیلی زیاد
زیرساخت‌ها و اماکن تأسیسات	۰/۸۰	۵/۰۰	۴/۳۸	۰/۶۲	خیلی زیاد *
شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها	۲/۶۷	۵/۰۰	۴/۳۵	۰/۴۸	خیلی زیاد
تحقیق و پژوهش	۱/۷۱	۵/۰۰	۴/۲۷	۰/۵۸	خیلی زیاد
فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش	۲/۵۰	۵/۰۰	۴/۲۴	۰/۵۱	خیلی زیاد
آموزش و تعلیم نیروی انسانی	۳/۰۰	۵/۰۰	۴/۲۹	۰/۵۲	خیلی زیاد

\* کمتر از ۱: خیلی کم؛ ۲ تا ۲: کم؛ ۳ تا ۳: متوسط؛ ۴ تا ۴: زیاد؛ ۵ تا ۵: خیلی زیاد

## جدول ۴. مقایسه توصیفی وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه‌های اصلی تحقیق

مؤلفه‌های اصلی	میانگین در وضعیت مطلوب	میانگین در وضعیت موجود	میزان اختلاف
مدیریت و هماهنگی	۴/۱۸۴۶	۱/۸۲۹۵	۲/۳۵۵۲
حمایت سیاسی و قانونی	۴/۳۳۸۰	۲/۰۶۹۲	۲/۲۶۸۸
بازاریابی	۴/۴۳۰۷	۱/۹۴۴۶	۲/۴۸۶۱*
زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات	۴/۳۸۸۱	۱/۹۳۴۷	۲/۴۵۳۴
شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها	۴/۳۵۸۳	۱/۹۶۳۳	۲/۳۹۵۰
تحقیق و پژوهش	۴/۲۷۵۴	۱/۸۹۱۸	۲/۳۸۳۶
فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش	۴/۲۴۷۴	۱/۹۹۶۹	۲/۲۵۰۵
آموزش و تعلیم نیروی انسانی	۴/۲۹۳۱	۱/۸۸۳۷	۲/۴۰۹۶

جدول ۵. زوجی (هم‌بسته) مرتبط با مقایسه وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه‌های هشت‌گانه صنعت گردشگری ورزشی

مقدار p	مقدار t	انحراف معیار	میانگین	سطوح	مؤلفه
۰/۰۰	-۳۷/۹۶	۰/۴۳	۱/۸۲	وضعیت موجود	مدیریت و هماهنگی
		۰/۴۳	۴/۱۸	وضعیت مطلوب	
۰/۰۰	-۳۳/۶۶	۰/۵۵	۲/۰۶	وضعیت موجود	حمایت سیاسی و قانونی
		۰/۴۳	۴/۳۳	وضعیت مطلوب	
۰/۰۰	-۳۰/۳۳	۰/۶۳	۱/۹۴	وضعیت موجود	بازاریابی
		۰/۵۵	۴/۳۴	وضعیت مطلوب	
۰/۰۰	-۲۹/۰۴	۰/۶۹	۱/۹۳	وضعیت موجود	زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات
		۰/۶۲	۴/۳۸	وضعیت مطلوب	
۰/۰۰	-۳۰/۳۵	۰/۶۳	۱/۹۶	وضعیت موجود	شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها
		۰/۴۸	۴/۳۵	وضعیت مطلوب	
۰/۰۰	-۲۷/۹۸	۰/۶۷	۱/۸۷	وضعیت موجود	تحقیق و پژوهش
		۰/۵۸	۴/۲۷	وضعیت مطلوب	
۰/۰۰	-۲۸/۷۸	۰/۵۶	۱/۹۹	وضعیت موجود	فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش
		۰/۵۱	۴/۲۴	وضعیت مطلوب	
۰/۰۰	-۲۹/۵۳	۰/۵۷	۱/۸۷	وضعیت موجود	آموزش و تعلیم نیروی انسانی
		۰/۵۲	۴/۲۸	وضعیت مطلوب	



جدول ۶. تحلیل واریانس مقایسه مؤلفه‌های هشت‌گانه صنعت گردشگری ورزشی کشور در وضعیت مطلوب با تأکید بر رشته تحصیلی پاسخ‌دهندگان (تربیت بدنی، گردشگری، و مدیریت)

مؤلفه	رشته	میانگین	انحراف معیار	میزان F	سطح معناداری
مدیریت و هماهنگی	تربیت بدنی	۴/۲۷	۰/۴۵	۱/۰۳	۰/۳۶۱
	گردشگری	۴/۱۹	۰/۳۱		
	مدیریت	۴/۱۰	۰/۴۹		
حمایت‌های سیاسی و قانونی	تربیت بدنی	۴/۳۱	۰/۵۴	۰/۴۴	۰/۶۴۱
	گردشگری	۴/۳۴	۰/۳۲		
	مدیریت	۴/۴۲	۰/۲۸		
بازاریابی	تربیت بدنی	۴/۳۸	۰/۵۶	۰/۱۹۷	۰/۸۲۱
	گردشگری	۴/۳۴	۰/۴۲		
	مدیریت	۴/۲۸	۰/۷۰		
زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات	تربیت بدنی	۴/۴۶	۰/۵۲	۱/۴۵	۰/۲۴۰
	گردشگری	۴/۵۲	۰/۳۳		
	مدیریت	۴/۲۰	۰/۹۰		
شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها	تربیت بدنی	۴/۳۰	۰/۵۵	۰/۱۸۸	۰/۴۱۷
	گردشگری	۴/۵۱	۰/۳۶		
	مدیریت	۴/۳۱	۰/۴۶		
تحقیق و پژوهش	تربیت بدنی	۴/۳۴	۰/۶۹	۰/۵۶	۰/۵۷۱
	گردشگری	۴/۳۴	۰/۴۳		
	مدیریت	۴/۱۷	۰/۵۵		
فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش	تربیت بدنی	۴/۲۶	۰/۵۱	۰/۶۱	۰/۵۴۲
	گردشگری	۴/۱۴	۰/۴۷		
	مدیریت	۴/۳۳	۰/۴۲		
آموزش و تعلیم نیروی انسانی	تربیت بدنی	۴/۳۸	۰/۴۹	۱/۲۸	۰/۲۸۴
	گردشگری	۴/۳۰	۰/۴۲		
	مدیریت	۴/۱۷	۰/۴۵		

جدول ۷. تحلیل واریانس مقایسه مؤلفه‌های هشت‌گانه صنعت گردشگری ورزشی در وضعیت مطلوب با تأکید بر محل کار پاسخ‌دهندگان

مؤلفه	محل کار*	میانگین	انحراف معیار	میزان F	سطح معناداری
مدیریت و هماهنگی	۱	۴/۱۶	۰/۵۶	۰/۳۷۸	۰/۶۸۶
	۲	۴/۱۵	۰/۴۰		
	۳	۴/۲۵	۰/۴۰		
حمایت‌های سیاسی و قانونی	۱	۴/۳۰	۰/۵۳	۰/۹۵۴	۰/۳۸۹
	۲	۴/۳۱	۰/۴۱		
	۳	۴/۴۵	۰/۳۸		
بازاریابی	۱	۴/۲۳	۰/۷۶	۱/۱۱۰	۰/۳۳۴
	۲	۴/۳۰	۰/۴۹		
	۳	۴/۴۶	۰/۴۳		
زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات	۱	۴/۲۵	۰/۸۲	۲/۱۵۰	۰/۱۲۳
	۲	۴/۵۶	۰/۳۹		
	۳	۴/۴۹	۰/۴۵		
شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها	۱	۴/۲۵	۰/۵۶	۲/۴۸۰	۰/۰۹۰
	۲	۴/۲۷	۰/۴۸		
	۳	۴/۵۱	۰/۴۰		
تحقیق و پژوهش	۱	۴/۲۵	۰/۷۷	۰/۰۷۳	۰/۹۲۹
	۲	۴/۲۴	۰/۵۱		
	۳	۴/۳۰	۰/۵۰		
فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش	۱	۴/۲۲	۰/۶۰	۰/۰۱۹	۰/۹۸۱
	۲	۴/۲۰	۰/۵۱		
	۳	۴/۲۳	۰/۴۸		
آموزش و تعلیم نیروی انسانی	۱	۴/۲۶	۰/۵۸	۰/۰۱۸	۰/۹۸۲
	۲	۴/۲۵	۰/۴۷		
	۳	۴/۲۸	۰/۵۹		

\* ۱. متخصصان گردشگری و ورزشی؛ ۲. مدیران عالی در سازمان‌های گردشگری؛ ۳. مدیران عالی در سازمان‌های ورزشی

موجود با میانگین ۱/۹۶۳ دارای اهمیت کم و در وضعیت مطلوب با میانگین ۴/۳۵ دارای اهمیت خیلی زیاد است.

یات و همکاریانش (۲۰۰۴) که برنامه‌ریزان انجمن گردشگری ورزشی کانادا بودند در الگوی برنامه‌ریزی و طرح عملیاتی خود به تشخیص، برآورد، و توسعه قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری ورزشی اشاره و تأکید کرده‌اند (۳۱). قابلیت‌ها و توانمندی‌ها نیز مؤلفه‌ای مهم در کسب میزبانی رویدادهای بین‌المللی محسوب می‌شوند (۳۰).

با توجه به اهمیت شناخت و توسعه قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها، و نتایج تحقیقات وید (۲۰۰۱)، کزاک (۲۰۰۲)، و صدیق زارعی (۱۳۸۴)، همچنین فاصله زیاد وضعیت موجود و وضعیت مطلوب در این موضوع، به نظر می‌رسد این مؤلفه عاملی مهم در توسعه گردشگری ورزشی کشور است که برای رسیدن به وضعیتی مطلوب در این صنعت باید بدان توجه و اهتمام خاص داشت. لذا، نقش پژوهشگران و محققان در شناخت و بررسی این قابلیت‌ها، چه طبیعی و چه مصنوعی، و معرفی آن‌ها به سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اهمیت فراوان دارد (۵، ۲۱، ۲۸).

از دیدگاه پاسخ‌دهندگان تحقیق، مؤلفه «بازاریابی» در وضعیت موجود با میانگین ۱/۹۴۴ دارای اهمیت کم و در وضعیت مطلوب با میانگین ۴/۳۴ دارای اهمیت خیلی زیاد است.

یکی از راهکارهای مهم توسعه گردشگری ورزشی کشور فعالیت در زمینه بازاریابی گردشگری ورزشی و کسب درآمد است (۵). این مطلب با نتایج تحقیقات هنرور (۱۳۸۳)، وید (۲۰۰۶)، و ناصر (۱۳۷۵) همخوانی دارد (۹، ۱۰، ۲۹). بنابراین،

## بحث و نتیجه‌گیری

در مجموع نتایج این تحقیق نشان داد از دیدگاه مدیران و متخصصان گردشگری و ورزشی کشور، مؤلفه «زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات» در وضعیت موجود با میانگین ۱/۹۳۴ دارای اهمیت کم و در «وضعیت مطلوب» با میانگین ۴/۳۸ دارای اهمیت خیلی زیاد است که مهم‌ترین مؤلفه در توسعه صنعت گردشگری کشور محسوب می‌شود و بیش‌ترین اهمیت را در این تحقیق به خود اختصاص داده است.

وست‌بک و همکاریانش (۲۰۰۱) رشد «زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات ورزشی» را عوامل مهمی در توسعه گردشگری ورزشی و کسب میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی و اماکن و تأسیسات معرفی کردند (۳۰).

ادبی فیروزجاه (۱۳۸۵) مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها را یکی از مهم‌ترین مشکلات در توسعه صنعت گردشگری ورزشی معرفی کرده است. لذا، مسئولان باید در جهت توسعه زیرساخت‌های کشور همچون حمل و نقل (هوایی، جاده‌ای، و دریایی)، اماکن اقامتی و غذاخوری‌ها، همچنین ساخت اماکن و تأسیسات ورزشی چند منظوره و مناسب برای برگزاری رویدادهای ورزشی و فعالیت‌های غیر رقابتی و تفریحی برای گردشگران داخلی و خارجی اقدام نمایند (۱).

یافته‌های این تحقیق همچنین نشان داد مؤلفه «شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها» در وضعیت

بین‌المللی، ضوابط مربوط به پوشش گردشگران خارجی، و بیمه‌های گردشگری به تصویب رسند و به مرحله اجرا درآیند. در غیر این صورت و بدون حمایت‌های سیاسی و قانونی دولتمردان و قانونگذاران کشور، توسعه صنعت گردشگری و متعاقب آن صنعت گردشگری ورزشی توهمی بیش نخواهد بود.

لازم به ذکر است که تنها مؤلفه‌ای که در وضعیت موجود پاسخ‌دهندگان این تحقیق دارای اهمیت متوسط ارزیابی شد (سایر مؤلفه‌ها را کم‌اهمیت دانستند)، مؤلفه «حمایت‌های سیاسی و قانونی» است که در حال حاضر وضعیت بهتری را در بین سایر عوامل دخیل در توسعه گردشگری ورزشی کشور دارد و نشان‌دهنده این مطلب است که مسئولان و قانونگذاران کشور از اهمیت موضوع گردشگری و توسعه آن چندان بی‌خبر نیستند و جای امیدواری است که در آینده شاهد حمایت‌های آنان در این زمینه و شکوفایی این صنعت در کشور باشیم.

«تعلیم و آموزش نیروی انسانی» مؤلفه مهم دیگری است که در توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور مشارکت دارد. از دیدگاه پاسخ‌دهندگان این مؤلفه در وضعیت موجود کشور با میانگین ۱/۸۸۳ دارای اهمیت کم است و در وضعیت مطلوب با میانگین ۴/۳۴ ثابت شد این مؤلفه در توسعه این صنعت دارای اهمیت خیلی زیاد است. لذا، با توجه به شکاف نسبتاً زیاد بین وضع موجود و مطلوب، تربیت نیروی انسانی متخصص و آشنا با این حوزه باید در راهبردهای توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور لحاظ شود.

نتایج تحقیقات یات و همکارانش (۲۰۰۶)،

با توجه به یافته‌های این تحقیق به نظر می‌رسد انجام فعالیت‌های بازاریابی رکن مهمی در جلب گردشگران ورزشی و توسعه این صنعت است که با توجه به فاصله زیاد وضعیت موجود و وضعیت مطلوب، بازاریابان برای بهره‌گیری از آثار متقابل بین گردشگری و ورزش باید به توسعه آمیخته‌های مختلف بازاریابی (محصول، قیمت، مکان و ارتقا) توجه داشته باشند و با شناسایی بازارهای هدف و بازاریابی جداگانه و ایجاد راهبردهای درازمدت (۲۱) در این زمینه تلاش کنند. اگر این روند با عرضه خدمات مناسب آژانس‌های گردشگری همراه شود، رضایتمندی بیش‌تری برای گردشگران ورزشی به همراه خواهد داشت.

نتایج این تحقیق همچنین نشان داد مؤلفه «حمایت‌های سیاسی و قانونی» که از طریق سازمان‌های دولتی و نهادهای قانونگذار حکومتی انجام‌پذیر است، در وضعیت موجود با میانگین ۲/۰۶۹ دارای اهمیت متوسط و در وضعیت مطلوب با میانگین ۴/۳۳ دارای اهمیت خیلی زیاد است، که نشان‌دهنده ضرورت توجه مسئولان دولتی و سیاستگذاران کشور به تصویب و اجرای قوانین حمایتی در این باره است. خوشبختانه، نسبت به سایر مؤلفه‌ها در وضعیت موجود دارای امتیاز بیش‌تری است. در تحقیقات ناصری (۱۳۷۵) و وید (۲۰۰۶) نیز بر اهمیت این مؤلفه تأکید شده است (۸، ۲۸). با توجه به اینکه برای توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور لزوم تصویب، تفسیر، و اصلاح بعضی قوانین ضروری است، لازم است قوانین تسهیل‌کننده و مناسبی در خصوص صدور ویزا و روادید، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، ایجاد نظام بانکی

با توجه به یافته‌های این تحقیق و اهمیت تحقیقات پژوهشی در این زمینه در کشور، بر نیاز به تحقیقات منظم و متنوع‌تر تأکید می‌شود تا از ابتدا دانش پایه گردشگری ورزشی از طریق آن ساخته شود. تطابق و هماهنگی بین دو بخش تحقیقات و آموزش در این حوزه نیز از موارد دیگری است که باید مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد تا از این طریق ضمن انتقال تجربیات پژوهشی به بخش آموزش، منافع مضاعفی در راستای توسعه این صنعت حاصل گردد.

از دیدگاه مدیران و متخصصان گردشگری و ورزش کشور، مؤلفه «فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش» در وضعیت موجود با میانگین ۱/۹۶۶ کم اهمیت ارزیابی شد. همچنین، مشخص شد این مؤلفه در وضعیت مطلوب با میانگین ۴/۲۴ دارای اهمیت خیلی زیاد است. بنابراین، یافته‌های پژوهشی حاضر ضمن تأکید بر اهمیت فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش در توسعه گردشگری ورزشی، بر فاصله معنادار بین وضعیت موجود و مطلوب این مؤلفه در کشور اشاره دارد.

این مطلب با نتایج تحقیقات مراسلی (۱۳۷۴)، الهام (۱۳۷۶)، گرویس و همکارانش (۲۰۰۳)، بوچت و همکارانش (۲۰۰۴)، کاستا و چلیپ (۲۰۰۵)، و فانک و تنیل (۲۰۰۷) مطابقت دارد (۲، ۳، ۷، ۱۷، ۱۹، ۲۰). با توجه به نتایج این تحقیق و سایر تحقیقات داخلی، وضعیت این مؤلفه در کشور مناسب نیست، لذا باید تدابیر مناسبی در این باره اتخاذ کرد تا ضمن بالارفتن درک بین‌المللی در جامعه و پذیرش گردشگران خارجی، شرایطی را نیز برای تأمین نیازها، توجه به انگیزه‌ها، و احترام به فرهنگ و اعتقادات آنان ایجاد کنیم که

ریجی و ادایر (۲۰۰۲) نیز یافته تحقیق حاضر را تأیید می‌کنند و بر اهمیت آموزش، تعلیم، و توسعه مهارت‌های نیروی انسانی در جهت توسعه این صنعت تأکید دارند (۲۶، ۳۱). معمولاً برنامه‌ریزان و قانونگذاران و مدیران ملی و منطقه‌ای (استانی) دید محدودی درباره پیوند بین گردشگری و ورزش دارند و عدم درک آنان از نقش‌ها و محدوده وظایف در سازمان‌های درگیر تأیید شده است. لذا، آموزش مدیران و مسئولان در دو حوزه گردشگری و ورزشی کشور درباره آشنایی با حوزه گردشگری ورزشی و اهمیت آن نیز لازم است دنبال شود. زمینه ایجاد آموزش‌های آکادمیک و صدور گواهینامه‌های معتبر در حوزه گردشگری ورزشی نیز از راهبردهای مهمی است که مسئولیت آن بر دوش دانشگاهیان و متخصصان این حوزه است تا با ایجاد برنامه‌ها و مواد درسی با محتوای مناسب و تربیت نیروی انسانی متخصص، زمینه توسعه این صنعت را فراهم کنند.

از دیدگاه پاسخ‌دهندگان این تحقیق، مؤلفه «تحقیق و پژوهش» در وضعیت موجود با میانگین ۱/۸۹ دارای اهمیت کم ارزیابی شد. همچنین، ثابت شد این مؤلفه در وضعیت مطلوب با میانگین ۴/۲۷ دارای اهمیت خیلی زیاد است. فاصله قابل توجه بین وضعیت موجود و مطلوب در این مؤلفه، نشان‌دهنده نیاز به تحقیقات و پژوهش‌های بیش‌تر درباره شناخت بهتر این حوزه و آثار آن است.

نتایج تحقیقات سوارت و باب (۲۰۰۷)، ماسن و لیبرمن (۲۰۰۰)، همچنین سند راهبردی گردشگری ورزشی استرالیا (۲۰۰۰) یافته‌های تحقیق در زمینه «تحقیق و پژوهش» و اهمیت آن در توسعه صنعت گردشگری ورزشی را تأیید می‌کنند (۱۵، ۲۴، ۲۷).

وظیفه‌ای انسانی است.

در نهایت، از دیدگاه پاسخ‌دهندگان این تحقیق، مؤلفه «مدیریت و هماهنگی» در وضعیت موجود با میانگین ۱/۸۲۹ کم‌اهمیت ارزیابی شد. همچنین مشخص شد این مؤلفه در وضعیت مطلوب با میانگین ۴/۱۸ دارای اهمیت خیلی زیاد است. بنابراین، یافته‌های تحقیق حاضر، ضمن تأکید بر اهمیت مؤلفه مدیریت و هماهنگی در توسعه صنعت گردشگری ورزشی، فاصله معنادار بین وضعیت موجود و مطلوب این مؤلفه در کشور را نیز ثابت می‌کند.

تحقیقات فراوانی وجود دارند که این یافته تحقیق را تأیید می‌کنند. تحقیقات ادبی فیروزجاه (۱۳۸۵)، ناصری (۱۳۷۵)، کرترمن و زوار (۲۰۰۵)، سورات و باب (۲۰۰۷) نتیجه این تحقیق را تأیید می‌کنند (۱، ۹، ۲۳، ۲۷).

مدیریت روند حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب را هدایت می‌کند و در هر لحظه برای آینده‌ای بهتر در تکاپوست و مهم‌ترین مقوله‌ای است که باید برای رشد و تعالی فرهنگی، اقتصادی، و سیاسی جامعه بدان توجه کرد (۱۳). لذا، در مقوله گردشگری ورزشی نیز دستیابی به توسعه و گسترش بهره‌مندی از منافع مختلف و رسیدن به وضعیت مطلوب در عرصه جهانی بدون مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح و مناسب امکان‌پذیر نیست.

بنابراین، با توجه به این یافته‌ها مؤلفه‌های هشت‌گانه مطرح در این تحقیق نقش مهمی در صنعت گردشگری ورزشی کشور دارند. به نظر می‌رسد توجه سازمان‌های دولتی و خصوصی در دو بخش گردشگری و ورزش به این مؤلفه‌ها راهگشای توسعه این صنعت در کشور باشد.



## منابع

۱. ادبی فیروزجاه، جوادی، ۱۳۸۵، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی کشور با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه تربیت مدرس.
۲. الهام، بهزاد، ۱۳۷۶، جاذبه‌های گردشگری در جزیره کیش، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی، جلد سوم.
۳. تلکس واحد مرکزی خبر، پیام مشترک بین رئیس IOC، WTO. خبر شماره ۸۳۰۷۰۶ مورخ ۱۳۸۳/۷/۵.
۴. دلاور، علی، ۱۳۷۶، روش‌های تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی، انتشارات دانشگاه پیام نور.
۵. صدیق‌زارعی، سیدجعفر، ۱۳۸۴، بررسی تحلیلی توریسم ورزشی در شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران.
۶. علمدار، مهدی، ۱۳۸۴، توریسم ورزشی، نشریه الکترونیکی فصل نو، شماره ۲۳، ۳۱۰.
۷. مراسلی، عزیز، ۱۳۷۴، تخمین توابع عرضه و تقاضای توریسم خارجی در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه تربیت مدرس.
۸. معین فرد، محمدرضا، ۱۳۷۸، وضعیت صنعت گردشگری در ایران و ارائه الگوی توسعه آن، رساله دکتری چاپ نشده. دانشگاه تربیت معلم تهران.
۹. ناصری، سیدمسعود، ۱۳۷۵، شناسایی موانع مؤثر در توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریست، پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه تربیت مدرس.
۱۰. هنرور، افشار، ۱۳۸۳، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی و مدیران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه تربیت معلم تهران.
۱۱. هنرور، افشار؛ مشرف جوادی، بتول؛ و غفوری، فرزاد، ۱۳۸۴، عامل‌های سوق‌دهنده گردشگران به رویدادهای ورزشی بین‌المللی برگزارشونده در کشور، فصلنامه المپیک، ۶۴، ۳۱-۵۱.
12. Biddiscombe, R. (2004). *The Business of Sport tourism*, Sport business group limited. Chris barnes.
13. Boniface, P. (1995). *Managing quality cultural Tourism*, Routledge London & New York.
14. Bouchet, P.; Marie, A.; Auvergne, S. (2004). "Sport Tourism Consumer Experiences: A Comprehensive Model", *Journal of Sport Tourism*, 9 (2), 127-140.
15. Commonwealth Department of Industry, Science and Resources (2002). *Toward a National Sport Tourism Strategy (on line)*, Canberra City, Australian.
16. Costa, A.; Chalip, L. (2005). "Adventure Sport Tourism in Rural Revitalization- An Ethnographic Evaluation", *European Sport Management Quarterly*, Vol. 5, no. 3, 257-279.
17. Funk, D.C.; Tennille, J.B. (2007). "The Role of Socio-psychological and Culture Education Motives in Market International Sport Tourism: A Cross- Cultural Perspective", *Tourism Management*, 28, 806-819.
18. Gibson, H. (1998). "Active Sport Tourism: Who participants?" *Leisure Studies*, 17, 42-51.
19. Gibson, H. (2005). "Sport Tourism: Concepts and Theories, An Introduction", *Sport in Society*, 8 (2), pp. 133-141.
20. Groves, D.; Obnour, W.; Lengfelder, J. (2003). "Colas and Globalization: Models for Sports and Event Management", *Journal of Sport Tourism*, 9 (2), 127-140.
21. Kozak, M. (2002). "Comparative Analysis of Tourist Motivations by Nationality and Destinations", *Tourism Management*, 23, pp. 221-232.
22. Kurtzman, J.; Zauhar, J. (2003). "A Wave in Time- The Sport Tourism Phenomena", *Journal of Sport Tourism*,

- 8 (1), 35-47.
23. Kurtzman, J.; Zauhar, J. (2005). "The Emerging Profession- Sport Tourism Management", *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 3-14.
  24. Mason, P.; Leberman, S. (2000). "Local Planning for Recreation and Tourism: A Case Study of Mountain Biking for New Zealand's Manawatu Region", *Journal of Sustainable Tourism*, 8(2): 34-41.
  25. Richard, B.; Adiar, D. (2004). *Sport Tourism*. Channel View Publication.
  26. Ritchie, B.; Adiar, D. (2002). "The Growing Recognition of Sport Tourism" (online), *Current Issues in Tourism*, 5(1):18-25.
  27. Swart, K.; Bob, U. (2007). "The Eluding Link: Toward Developing a National Sport Tourism Strategy in South Africa Beyond 2010", *Politicon*, 34(3), 373-391.
  28. Weed, M. (2001). "Towards a Model of Cross- Sectoral Policy Development in Leisure: The case of sport and tourism", *Leisure Studies*, 20, 125-14.
  29. Weed, M. (2006). "Sports Tourism and the Development of Sports Events", [www.idrottsforum.Org](http://www.idrottsforum.Org) (ISSN 1652-7224).
  30. Westbeek, H.M.; Turner, P.; Ingerson, L. (2001). "Key Success Factors in Bidding for Hallmark Sporting Events", *International Marketing Review*, 19(3): 303-322.
  31. Yates, B. (2004). "Sport Tourism Planning Template", Canadian Sport Tourism Alliance and the Ontario Ministry of Tourism and Recreation.