

طراحی مدل شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی ایران

امین خدابخش زاده^۱، کوروش قهرمان تبریزی^{۲*}، اسماعیل شریفیان^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمان، کرمان، ایران.

۲. دانشیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

۳. دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

تاریخ دریافت: (۹۸/۰۸/۱۳) تاریخ پذیرش: (۹۹/۰۲/۳۰)

Designing a Model for Evaluating Indicators of Sport Tourism Development in Iran

A. Khodabakhshzade¹, K. Ghahraman Tabrizi^{2*}, E. Sharifiyan³

1. Ph.D. Student in Sport Management, of Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman, Iran.

2. Assistant Professor in Sport Management, of Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.

3. Assistant Professor in Sport Management, of Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.

Received: (2019 November 4)

Accepted: (2020 May 19)

Abstract

For any measurement and evaluation, the existence of reliable indicators and criteria is necessary to make a more accurate assessment. The aim of this study is to design a model for evaluating the development of sports tourism in Iran. The method of the present study was descriptive-survey, the research is presented in the following two sections; in the first section, which was based on interviews, open, central and selective coding was performed. Based on the response of 15 experts and background literature review, a set of 34 indicators of aspects of sports tourism development was created. According to the panel group of experts, 28 effective indicators in the development of sports tourism were identified. And based on the approval of the panel group, a conceptual model of Iran's sports tourism development evaluation indicators was obtained. Finally, 24 questions were identified as quantitatively appropriate and the questionnaire was given to 210 people from the second study population. Based on the type of coding, the axes related to Iran's sports tourism development evaluation indicators and according to the research literature, economic, political, communication, infrastructure and management axes were selected as sports tourism development evaluation indicators, and in addition, sub-axes of sports tourism development evaluation indicators. They also identified a model that could be used to assess the development of sports tourism. According to the research model, economic, political, communication, infrastructure and management indicators were identified as criteria and indicators for evaluating the development of sports tourism.

Keywords

Evaluation, Development Indicator, Tourism, Sports Tourism.

چکیده

برای هرگونه سنجش و ارزیابی، وجود شاخص‌ها و معیارهای قابل اعتماد لازم و ضروری است تا به وسیله آن شاخص‌ها، ارزیابی دقیق‌تری انجام شود. هدف از این مطالعه طراحی مدل شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی در ایران است. روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی بود، پژوهش در دو بخش زیر ارائه شده است؛ در بخش اول که بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته انجام شد، کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفت. بر اساس پاسخ ۱۵ نفر از خبرگان و بررسی ادبیات پیشینه، مجموعه ۳۴ شاخصی از جنبه‌های توسعه گردشگری ورزشی ایجاد شد. بر اساس نظر گروه پانل متخصصان ۲۸ شاخص اثربخش در توسعه گردشگری ورزشی مشخص شد. و بر اساس تأیید گروه پانل مدل مفهومی شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی ایران حاصل شد. در نهایت ۲۴ سؤال جهت ارزیابی کمی مناسب شناخته شد و پرسشنامه در اختیار ۲۱۰ نفر از جامعه دوم پژوهش قرار داده شد. بر اساس نوع کدگذاری محورهای مربوط به شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی ایران و با توجه به ادبیات پژوهش، محورهای اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، زیرساختی و مدیریتی به عنوان شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی انتخاب شدند و علاوه بر آن، زیر محورهای شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی نیز مشخص شدند همچنین مدلی ارائه شد که بر اساس آن می‌توان توسعه گردشگری ورزشی را مورد ارزیابی قرار داد. بر طبق مدل به دست آمده از پژوهش، شاخص‌های اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، زیرساختی و مدیریتی، به عنوان معیارها و شاخص‌هایی برای ارزیابی میزان توسعه گردشگری ورزشی شناخته شدند.

کلید واژه‌ها

ارزیابی، شاخص توسعه، گردشگری، گردشگری ورزشی.

مقدمه

صنعت گردشگری به شناسایی گردشگری ورزشی، یعنی تجربه سفر به منظور درگیر شدن در ورزش یا مشاهده فعالیت‌های ورزشی به عنوان یک بازار مهم تبدیل شده است. گردشگری ورزشی به تجربه مسافرت برای مشارکت در فعالیت‌های مربوط به ورزش اشاره می‌کند. به منظور رقابت در بازار گردشگری ورزشی در حال رشد، برای جوامع ضروری است که درک عمیق از مزایا و تأثیرات گردشگری ورزشی، روند میزبانی از رویدادها، فرصت‌های امکان‌پذیر اسپانسرینگ و سایر عناصر دخیل در برنامه ریزی و میزبانی از یک رویداد ورزشی موفق را داشته باشند. گردشگری ورزشی سفر از یک منطقه، کشور، ایالت و غیره به جای دیگر برای تماشای رویداد ورزشی یا شرکت در ورزش است. گردشگری ورزشی همیشه مشهوریت زیادی نداشته است، در دهه اخیر میزان حضور مردم در رویدادهای ورزشی به شدت افزایش یافته است (مسده^۱ و همکاران، ۲۰۱۷، ۲۲). صنعت گردشگری یکی از صنایع با درآمد بالا به شمار می‌رود که نقش مهمی در رشد اقتصادی کشورها ایفا می‌نماید (معصوم زاده و شیرافکن، ۳، ۱۳۹۶). قریب به اتفاق پژوهشگران و صاحب‌نظران و کارشناسان گردشگری ورزشی را یکی از بی‌دردسرتترین و بهترین منبع درآمد در کشورهای توسعه یافته می‌دانند (خدابخش زاده و همکاران، ۱۰، ۱۳۹۸). اهمیت گردشگری را نمی‌توان در دنیای کنونی نادیده گرفت. بر اساس پیش‌بینی‌های سازمان جهانی جهانگردی^۲، آینده بازار اقتصاد و تجارت بین‌المللی دنیا، به ویژه در سال ۲۰۲۰ با تعداد ۱،۳۶۰ میلیارد نفر گردشگر ورودی و تعداد ۱،۸۰۹ میلیارد نفر در سال ۲۰۳۰ در اختیار صنعت گردشگری خواهد بود. این در شرایطی است که در سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۷۱۷ میلیون و در سال ۲۰۳۰ بالغ بر ۱،۰۳۷ تریلیون نفر گردشگر به کشورهای در حال توسعه سفر خواهند کرد. این یعنی فرصتی برای این کشورها که اکثراً از پدیده اجتماعی و اقتصادی بیکاری و عدم درآمد ارزی کافی در رنج هستند؛ و این در صورتی است که بر طبق سند چشم‌انداز، ما بایستی در سال ۱۴۰۴ بالغ بر ۲۰ میلیون گردشگر خارجی در سال داشته باشیم (رحیم پور، ۲، ۱۳۹۲). همچنین سازمان گردشگری جهانی پیش‌بینی کرده است که صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۰ با نرخ سالیانه ۴،۱ درصد رشد خواهد یافت. همچنین تعدادی از گردشگران ورودی به ایران با میانگین سالیانه ۸،۴ درصد از سال ۱۹۵۵ تا ۲۰۲۰ رشد خواهند کرد. علاوه بر این، به لطف رشد گردشگری ورزشی در ۵۰

سال گذشته، این صنعت یکی از مهم‌ترین پدیده‌های اجتماعی و اقتصادی قرن بیستم بوده است (سجادی و همکاران، ۲۰۱۲: ۲۳۶). امروزه گردشگری و ورزش یک رابطه متقابل دارند که به طور مستقیم بر اقتصاد کشور تأثیر می‌گذارد. همچنین گردشگری ورزشی امروزه، به عنوان پرسودترین صنعت در سراسر جهان محسوب می‌شود. علاوه بر این، ممکن است تمام اقشار اجتماعی را از لحاظ اقتصادی و سیاسی تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین لازم به ذکر است که با توجه به سیاست‌ها، دیدگاه‌ها و طرح‌های سازنده در این زمینه، باید توجه بیشتری به این صنعت شود (سجادی و همکاران، ۲۰۱۲: ۲۳۵). همچنین گردشگری ورزشی یک پدیده اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی و سیاسی و همچنین ترکیبی جذاب از ورزش و گردشگری است که تأثیرات زیادی از جمله تأثیرات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی را به دنبال دارد (حیدری و همکاران، ۲۰۱۱، ۵۲). گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت بیش از هر زمان دیگری جایگاه خود را به عنوان پدیده‌ای چندبعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها با سرمایه‌گذاری فراوان فواید و اثرات این صنعت را به خوبی درک کرده و به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، افزایش اشتغال، درآمد و توسعه زیرساخت‌ها در آورده‌اند. شناسایی عوامل و راهبردهای مناسب و مشخص در گردشگری تفریحی-ورزشی می‌تواند به رشد و گسترش آن در جامعه و نهایتاً نهادینه شدنش در کشور کمک کند. (سوادی و همکاران، ۲۰۳، ۱۳۹۵). صنعت گردشگری ایران از طیف وسیعی از مسائل در طول سه دهه گذشته رنج فراوانی داشته است، از جمله بیش از حد وابسته به درآمدهای نفتی، تصاویر منفی، تحریم‌های بین‌المللی، بی‌ثباتی سیاسی و درگیری‌های منطقه خاورمیانه و مدیریت ضعیف (خدادادی، ۲۰۱۶، ۹۲). کشور ایران به دلیل وجود جاذبه‌های طبیعی و آب و هوایی متنوعی که دارد ظرفیت زیادی برای توسعه گردشگری ورزشی دارد؛ اما از این ظرفیت‌ها تاکنون استفاده نشده است. به جز مسابقات ورزشی، سایر اقسام گردشگری ورزشی در کشور وجود ندارد یا برنامه و نظم مشخصی برای آن در نظر گرفته نشده است (هنرور افشار و همکاران، ۳، ۱۳۹۲). گردشگری ورزشی در ایران ریشه در کمیته گردشگری ورزشی در کمیته ملی المپیک دارد (سجادی و همکاران، ۲۰۱۲: ۲۳۵). شواهد پژوهشی، ضرورت وجود شاخص‌های مؤثر بازاریابی را در صنعت گردشگری ورزشی برای رشد و توسعه روزافزون این صنعت مدرن، تأیید می‌کنند (محرّم زاده و همکاران، ۳۳، ۱۳۹۲). با توجه به این‌که

1. Masa'deh

2. UNWTO

ایران لازم و ضروری به نظر می‌رسد. همچنین مؤلفه‌هایی مانند مدیریت و هماهنگی - حمایت‌های سیاسی و قانونی - بازاریابی - زیرساخت‌ها و اماکن و تأسیسات - شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها - تحقیقات و پژوهش - آموزش و تعلیم نیروی انسانی - فرهنگ‌سازی و ایجاد انگیزش به‌عنوان مؤلفه‌های هشت‌گانه توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور معرفی شده‌اند (معین فرد و همکاران، ۱۳۹۰، ۸). در ارائه راهبردهای توسعه صنعت گردشگری ورزشی تفریحی در ایران هشت راهبرد زیر جهت توسعه گردشگری ورزشی تفریحی پیشنهاد شده است. این راهبردها عبارت‌اند از: توسعه استراتژی برگزاری رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی در مناطق دارای ظرفیت گردشگری ورزشی تفریحی، ایجاد سایت‌های مخصوص گردشگری ورزشی تفریحی در مناطق مختلف کشور، تدوین سایت‌های اینترنتی جهت تبلیغ و بازاریابی جاذبه‌های ورزشی تفریحی، تدوین نظامی جهت جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در گردشگری ورزشی تفریحی، تدوین و اجرای نظامی جامع جهت آنالیز و ارزیابی مداوم فواید مختلف گردشگری ورزشی تفریحی برای کشور، معرفی صنعت گردشگری ورزشی تفریحی به جامعه با انجام تبلیغات و بازاریابی در این زمینه، ایجاد نظامی جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری ورزشی تفریحی در حاشیه رویدادهای ورزشی، پرورش نیروهای متخصص مدیریتی در بخش‌ها، نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری ورزشی و تدوین نظام جامع خصوصی‌سازی گردشگری ورزشی با توجه به سیاست‌های اصل چهل و چهار (معین فرد و همکاران، ۱۳۹۳، ۲). با توجه به آنچه ذکر شد، با شناسایی و تعیین شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی و به دنبال آن با طراحی و ایجاد یک مدل برای ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی که هدف این پژوهش است، امکان مقایسه این شاخص‌ها با شاخص‌های تعیین شده توسعه گردشگری ورزشی در کشورهای پیشرو در جهت توسعه گردشگری ورزشی ایران فراهم می‌شود. به‌طوری‌که با مقایسه این شاخص‌ها یعنی شاخص‌های اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، زیرساختی و مدیریتی که نتیجه این پژوهش هستند، با شاخص‌های مشابه در کشورهای رقیب و صاحب‌نام در گردشگری ورزشی می‌توان مشخص نمود که کشور ایران در کدام یک از شاخص‌های توسعه گردشگری ورزشی دارای ضعف است که پس از شناسایی آن شاخص‌ها و برای تقویت و بهبود آن شاخص‌ها، به دنبال برنامه‌ریزی و ارائه راهبردها و تعیین مؤلفه‌ها و شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی، برویم تا در پی تقویت آن شاخص یا شاخص‌ها، شاهد توسعه

زیرساخت‌های ورزشی یکی از شاخص‌های مهم در توسعه گردشگری ورزشی هستند باید به آن‌ها توجه نمود چراکه گردشگران ورزشی از امکانات و منابع موجود برای لذت بردن از بازی‌ها استفاده می‌کنند همچنین آن‌ها از داشتن فرصت‌های اجتماعی با دیگران نیز لذت می‌برند (چوا^۳ و همکاران، ۱۹۹۰، ۲۰۱۹). نکته‌ای که باید به آن توجه نمود این است که برای توسعه گردشگری ورزشی هماهنگی میان دستگاه‌های دخیل در گردشگری ورزشی یک زیر شاخص مدیریت محسوب می‌شود. برخی از مهم‌ترین و مؤثرترین سازمان‌ها در توسعه گردشگری ورزشی عبارت‌اند از سازمان گردشگری، شهرداری‌ها، استانداری‌ها و فرمانداری‌ها، ادارات آموزش و پرورش و مراکز آموزش عالی، سازمان تربیت‌بدنی، سازمان منابع طبیعی و ادارات راه و ترابری (بالالی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۸۷). پژوهش‌های متعددی در سال‌های اخیر در خصوص گردشگری ورزشی در ایران انجام شده است و عوامل متعدد و مؤثری برای توسعه گردشگری ورزشی در استان‌های مختلف و مختص همان مناطق و استان‌ها شناسایی و معرفی شده‌اند و به‌ندرت و به‌صورت انگشت‌شمار به شناسایی و تعیین شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی به‌طور عام در ایران توجه شده است. این در حالی است که با در اختیار داشتن مبنا و شاخص، ارزیابی بهتر و مؤثرتری می‌توان انجام داد و به نتایج دقیق‌تری از ارزیابی دست‌یافت. همچنین با استفاده از شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی که در این پژوهش ارائه شده‌اند، محققان علاوه بر مقایسه توسعه گردشگری ورزشی ایران با دیگر کشورها می‌توانند این شاخص‌ها را در فواصل و دوره‌های زمانی متفاوت مورد ارزیابی قرار دهند و میزان افول یا پیشرفت هر کدام از شاخص‌ها را بسنجند و سپس بر اساس آن، عوامل یا موانع مؤثرتری که در توسعه گردشگری ورزشی نقش دارند را معرفی کنند. در شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی ایران عوامل متعددی شناسایی شده است به‌عنوان نمونه، منابع طبیعی، امکانات و زیرساخت‌ها، امکانات تفریحی، خدمات اطلاعات و ارتباطات، خدمات ورزشی، عوامل مرتبط با تربیت‌بدنی، عوامل مرتبط با میراث فرهنگی و گردشگری، عوامل مرتبط با فعالیت‌های سرگرمی و تفریحی به‌عنوان شاخص‌های مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان آذربایجان شرقی شناسایی شده‌اند (نقیلو و همکاران، ۲۰۱۱، ۳۳۳). که توجه همه‌جانبه به این عوامل در توسعه گردشگری ورزشی

3. Choa Heetae

گردشگری ورزشی ایران و رسیدن ایران به جایگاه واقعی‌اش در گردشگری ورزشی باشیم.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی بود و از روش روسیتر (۲۰۰۲) یا کورس^۴ به منظور ساخت پرسشنامه و شناسایی شاخص‌های تحقیق استفاده شد؛ در این روش ابتدا مبانی نظری پیرامون تحقیق بررسی و از طریق مصاحبه با خبرگان سنج‌ها شناسایی شدند و در نهایت دسته‌بندی بر سنج‌ها صورت گرفت. ابتدا از ۱۵ نفر متخصص (اساتید دانشگاهی، کارکنان ارشد سازمان گردشگری) خواسته شد تا تمام اجزای ممکن که بر توسعه گردشگری ورزشی کمک می‌کند را بیان کنند، بر اساس پاسخ گروه خبرگان و بررسی ادبیات پیشینه، محقق به یک لیست اولیه ۴۶ شاخصی از جنبه‌های توسعه گردشگری ورزشی رسید، پس از آن با توجه به تداخل و همپوشانی شاخص‌ها برخی از شاخص‌ها حذف و مجموعه ۳۴ شاخصی با جنبه متمایز ایجاد شد. در ادامه این لیست مجدد به پانل متخصصان ارائه شد و از آن‌ها درخواست شد که در خصوص این که آیا واقعاً اعتقاد دارند این شاخص منجر به توسعه گردشگری می‌شود نظر خود را بر اساس یک مقیاس نقطه‌ای (۱= قطعاً به توسعه گردشگری ورزشی کمک نمی‌کند)، (۲= ممکن است به توسعه گردشگری ورزشی کمک کند) و (۳= به ایجاد توسعه گردشگری ورزشی کمک می‌کند) ارائه دهند. بر اساس پاسخ گروه پانل میانگین نمره برای هر یک از شاخص‌ها محاسبه شد و شاخص‌های با میانگین پایین حذف شدند و در نهایت ۲۸ شاخص اثربخش در توسعه گردشگری ورزشی مشخص شد که بر اساس نوع کدگذاری محورهای مربوطه با توجه به ادبیات پژوهش به شرح محورهای اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، زیرساختی و مدیریتی و در نهایت بر اساس آن کد انتخابی توسعه گردشگری ورزشی ایجاد شد. در گام بعد، شاخص‌های استخراج‌شده، در اختیار پنج خبره (متخصص که محتوای بحث موردنظر را به لحاظ ابعاد نظری می‌شناخت و در مورد موضوع تحقیق پژوهش انجام داده بود؛ یک نفر متودولوژیست که در زمینه ی ابزار پژوهش فعالیت داشت و مباحث نظری و عملی موضوع را اندازه‌گیری کرده بود) قرار داده شد و بر اساس الگوی لاوشه^۵ (۱۹۷۵)، والتز و باسل^۶ (۱۹۸۱) مبنی بر مرتبط بودن، واضح بودن و ساده بودن

سنجشی مجدد بر شاخص‌ها صورت گرفت و چهار سؤال ویژگی سه معیار را نداشتند و در نهایت ۲۴ سؤال جهت ارزیابی کمی مناسب شناخته شد، بر این اساس پرسشنامه نهایی ۲۴ سؤالی بر اساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت^۷ (از ۱- کاملاً مخالفم تا ۵- کاملاً موافقم) تنظیم و در اختیار ۲۱۰ نفر از جامعه دوم پژوهش یعنی کارکنان سازمان صنایع دستی میراث فرهنگی و گردشگری، کارکنان ادارات ورزش و جوانان، مدیران آژانس‌های گردشگری و گردشگران ورزشی قرار گرفت، این انتخاب به صورت غیر تصادفی هدف‌دار بود و ملاک آشنایی با محور گردشگری ورزشی و یا انجام فعالیت‌های گردشگری ورزشی بود. به منظور پایایی پرسشنامه از شاخص پایایی اشتراکی استفاده شد که تمامی ضرایب بالاتر از ۰.۵ بود، از ۲۱۰ پرسشنامه جمع‌آوری شده ۱۰ مورد به علت نداشتن ویژگی مناسب (مخدوش، ناخوانا و حذف آدم‌های بی‌تفاوت) از تجزیه و تحلیل کنار و در نهایت ۲۰۰ پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش اول کیفی از تحلیل‌های کدگذاری با نرم‌افزار مکس کیودا^۸ ۱۱ و جهت ارزیابی کمی داده‌ها با توجه به عدم نرمال بودن، مدل تازه ساخته شده از نرم‌افزار پی ال اس^۹ استفاده شد.

یافته‌ها

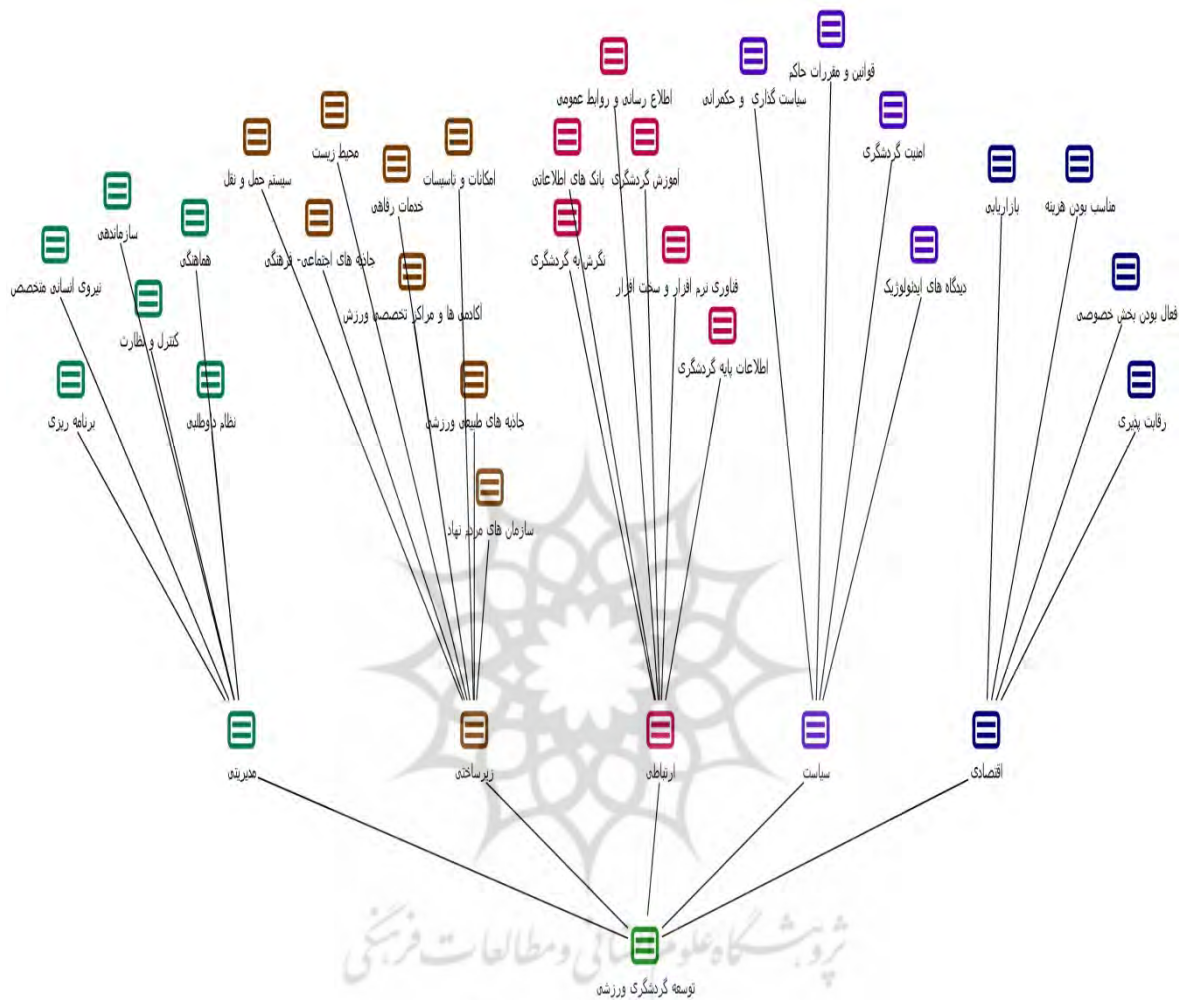
یافته‌های پژوهش در دو بخش زیر ارائه شده است؛ در بخش اول که بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته انجام شد، کدگذاری باز، محوری و انتخابی در متن مصاحبه صورت گرفت و بر اساس تأیید گروه پانل مدل مفهومی زیر حاصل شد. یافته‌های شکل (۱) نشان داد که ابعاد اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، زیرساختی و مدیریتی بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه خبرگان نیز نقش دارند، در بعد مدیریتی بخش‌های برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، هماهنگی، کنترل و نظارت، نیروی انسانی متخصص و نظام داوطلبی بر توسعه گردشگری نقش داشتند. در بعد زیرساختی نقش سازمان‌های مردم‌نهاد، جاذبه‌های طبیعی ورزشی، اماکن و تأسیسات، آکادمی و مراکز تخصصی ورزش، خدمات رفاهی، محیط‌زیست، جاذبه‌های اجتماعی-فرهنگی و سیستم حمل‌ونقل بر توسعه گردشگری ورزشی نقش داشتند. در بعد ارتباطی، اطلاعات پایه گردشگران، فناوری‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، نگرش به گردشگری، آموزش گردشگری، بانک اطلاعاتی و اطلاع‌رسانی و روابط

7. Likert scale
8. MAXQDA
9. PLS

4. Rossiter's C-OAR-SE Procedure
5. Lawshe
6. Waltz & Bausell

در بعد اقتصادی، نقش بازاریابی، مناسب بودن هزینه، رقابت‌پذیری، فعال بودن بخش خصوصی بر این امر تاثیر داشت.

عمومی در توسعه گردشگری ورزشی نقش داشتند. در بعد سیاسی نیز، دیدگاه ایدئولوژیک، امنیت گردشگران، قوانین و مقررات حاکم، سیاست‌گذاری و حکمرانی مهم بودند و در آخر،



شکل ۱. مدل مفهومی توسعه گردشگری ورزشی

یافته‌های جدول (۱) نشان می‌دهد که وضعیت میانگین واریانس^{۱۱}، مقادیر اشتراکی، پایایی ترکیبی^{۱۲}، آلفای کرونباخ^{۱۳} در متغیرها مطلوب است یعنی تمامی مقادیر مربوطه و استاندارد را دارا می‌باشد و این به معنی آن است که می‌توان به وضعیت پایایی و روایی همگرایی پژوهش حاضر اطمینان کرد.

یافته‌های جدول (۲) در خصوص روایی واگرا برگرفته از روش فورنل و لارکر مشخص می‌کند که مقدار جذر میانگین واریانس متغیرها که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس

به‌منظور تجزیه و تحلیل کمی پژوهش از رویکرد روش حداقل مربعات جزئی^{۱۰} استفاده شد، در این روش چند اصل به‌منظور سنجش دقیق اصل و مبنا است؛ پژوهش در گام اول باید بتواند برازش مدل اندازه‌گیری مناسب داشته باشد و در نهایت برازش مدل کلی را به دست بیاورد. برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری سه معیار پایایی، روایی همگرا و واگرا مورد سنجش قرار می‌گیرند، در خصوص پایایی سنجش بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مهم بوده که در جدول (۱، ۲ و ۳) هر کدام به صورت مجزا ارائه شده است.

11. AVE
12. CR
13. Cronbach's alpha

10. Partial Least Squares PLS

قرار گرفته‌اند، از همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و نشان از تعامل بیشتر شاخص‌ها با یکدیگر است تا با سازه‌های راست قطر اصلی ترتیب داده شده‌اند بیشتر است که این مورد دیگر، به بیانی دیگر روایی واگرایی مورد مناسب است.

جدول ۱. تحلیل روایی همگرا

متغیر مکنون	میانگین واریانس	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	مقادیر اشتراکی
مقادیر قابل قبول	بیش از ۰,۵	بیش از ۰,۶	بیش از ۰,۷	بیش از ۰,۵
مدیریتی	۰,۵۷	۰,۸۱	۰,۸۶	۰,۵۷
زیرساختی	۰,۵۱	۰,۸۶	۰,۸۱	۰,۵۱
ارتباطی	۰,۶۷	۰,۹۲	۰,۸۹	۰,۶۷
سیاسی	۰,۶۶	۰,۸۸	۰,۸۳	۰,۶۶
اقتصادی	۰,۷۹	۰,۹۲	۰,۸۷	۰,۷۹

جدول ۲. تحلیل روایی واگرا (فورنل و لارکر)

سازه‌ها	مدیریتی	زیرساختی	ارتباطی	سیاسی	اقتصادی
مدیریتی	۰,۷۵				
زیرساختی	۰,۵۳	۰,۷۱			
ارتباطی	۰,۶۴	۰,۵۵	۰,۸۱		
سیاسی	۰,۵۳	۰,۲۷	۰,۵۲	۰,۸۱	
اقتصادی	۰,۴۳	۰,۲۸	۰,۵۰	۰,۸۰	۰,۸۸
توسعه گردشگری					
ورزشی	۰,۸۱	۰,۶۷	۰,۸۰	۰,۷۷	۰,۷۴

جدول ۳. اثر عامل‌ها بر مفهوم توسعه گردشگری ورزشی

مسیر	ضریب مسیر	T- Values	P- Values
مدیریتی ← توسعه گردشگری ورزشی	۰,۸۱۱	۱۷,۱۷۰	۰,۰۰۱
زیرساخت ← توسعه گردشگری ورزشی	۰,۶۷۷	۹,۴۱۵	۰,۰۰۱
ارتباطی ← توسعه گردشگری ورزشی	۰,۸۷۱	۳۰,۸۹۶	۰,۰۰۱
سیاسی ← توسعه گردشگری ورزشی	۰,۷۷۸	۱۷,۵۰۴	۰,۰۰۱
اقتصادی ← توسعه گردشگری ورزشی	۰,۷۴۵	۱۳,۸۲۸	۰,۰۰۱

یافته‌های جدول (۳) بر اساس مقدار T- Values نشان از این دارد که تمامی عامل‌ها (مدیریتی، زیرساخت، ارتباطی، سیاسی و اقتصادی) خارج از بازه $\pm 1,96$ است. از این رو اثر تمام عامل‌ها در تبیین توسعه گردشگری ورزشی تأیید می‌شود.

جدول (۴) نشان می‌دهد، مقدار R^2 بالای ۰,۶ است که این نشان می‌دهد متغیرهای برون‌زا می‌توانند بیش از ۰,۶۰ رفتار متغیرهای درون‌زا یا توسعه گردشگری ورزشی را پیش‌بینی کنند. به عبارت دیگر، پنج عامل در مجموع می‌توانند ۰,۶۰۷ درصد از کل واریانس متغیر آزمون را تبیین کنند. مقدار Q^2 برای متغیر توسعه گردشگری ورزشی ۰,۳۰۷ برآورد شده است که نشان می‌دهد، مدل ساختاری از کیفیت

در بررسی بارهای عاملی مبنای اصلی بالاتر بودن بار عاملی بیش از ۰,۴ است که ۴ سؤال رقابت‌پذیری در بخش اقتصادی، محیط‌زیست و سازمان‌های مردم‌نهاد در بخش زیرساختی، نیروی انسانی متخصص در بخش مدیریتی دارای بار عاملی کمتر و از مسیر پژوهش خارج شدند و براین اساس مدل کمی شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی ایران برآورد شد که در جدول ۳ گزارش شده است.

یافته‌های جدول (۳) نشان از تاثیر یا عدم تاثیر متغیرهای مربوط به توسعه گردشگری ورزشی است که بر معیار ۱,۹۶ در سطح اطمینان ۰,۹۹ سنجش شده است، بنابراین نتیجه تاثیر ابعاد توسعه گردشگری بر توسعه گردشگری ورزش در جدول (۳) بدین شرح است.

یکی از شاخص‌های توسعه گردشگری معرفی کردند همسو می‌باشد. از طرفی قطنیان و همکاران (۲۰۱۳) یکی از موانع مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی را مشکلات مربوط به مدیران آژانس‌ها و مدیریت گردشگری می‌داند. همچنین رضوی و همکاران (۲۰۱۴) موانع ساختاری و مدیریتی را به‌عنوان محدودیت‌های زیربنایی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی شناسایی کرده است. در پژوهش سعیده زرآبادی و عبدالله (۱۳۹۲) که به ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار پرداختند زیرساخت‌ها، به‌عنوان یکی از شاخص‌ها و مؤلفه‌های مؤثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار معرفی شده است که همسو بودن نتایج آن پژوهش را با پژوهش انجام‌گرفته نشان می‌دهد به‌طوری‌که در پژوهش حاضر، در بعد زیرساختی نقش سازمان‌های مردم‌نهاد، جاذبه‌های طبیعی ورزشی، اماکن و تأسیسات، آکادمی و مراکز تخصصی ورزش، خدمات رفاهی، محیط‌زیست، جاذبه‌های اجتماعی-فرهنگی و سیستم حمل‌ونقل بر توسعه گردشگری ورزشی نقش داشتند و به‌طور خلاصه، شاخص زیرساخت به‌عنوان یکی دیگر از شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی ایران شناسایی شد. خلیلی پور و همکاران (۱۳۹۵) نیز در ارزیابی شاخص‌های مؤثر در توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی استان تهران، مؤلفه‌های ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها و توجه به جاذبه‌های گردشگری ورزشی را که همسو با شاخص زیرساخت در پژوهش حاضر می‌باشد را شناسایی کردند. هرچند که قطنیان و همکاران (۲۰۱۳) مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها را به‌عنوان یک مانع مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی معرفی کرده است. همچنین در ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری شهر کاشان، شاخص، فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات را به‌عنوان یکی از شاخص توسعه گردشگری ورزشی نام‌برده‌اند و این در حالی است که در پژوهش پیش رو و در بعد ارتباطی، اطلاعات پایه گردشگران، فناوری‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، نگرش به گردشگری، آموزش گردشگری، بانک اطلاعاتی و اطلاع‌رسانی و روابط عمومی در توسعه گردشگری ورزشی نقش داشتند که مشابه بودن نتایج پژوهش را با پژوهش شاطریان و همکاران (۱۳۹۶) نشان می‌دهد. گردشگری پدیده‌ای است که در پی مدرنیته به وجود آمده و تداوم‌یافته، فضا و بستر مدرن شهری آن به‌عنوان محرک برای گردشگری عمل می‌نماید. دولت که باید سیاست‌گذار کلان و ارائه‌کننده استراتژی روشن صنعت گردشگری باشد و معرف بستر و رشد پایدار از این صنعت را فراهم کند هنوز درگیر پاره‌های کارهای اجرایی خود در این صنعت است.

مناسبی برخوردار است و مقدار $GOF=0,4774$ است که نشان می‌دهد، مدل کلی کیفیت مناسبی دارد.

جدول ۴. کیفیت مدل توسعه گردشگری ورزشی

شاخص	R ²	Q ²	GOF
مقدار	۰,۶۰۷	۰,۳۰۷	۰,۴۷۷۴

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری ورزشی به‌عنوان سومین صنعت رایج در جهان، با دو هدف درآمدزایی و اشتغال‌زایی، یکی از منابع مهم هر جامعه در راستای نیل به اهداف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قلمداد می‌شود (خواججه پور و دوستی، ۱۳۹۶، ۱۱۸). امروزه گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است و بسیاری از برنامه ریزان از آن به‌عنوان رکن اصلی توسعه یاد می‌کنند (سعیده زرآبادی و عبدالله، ۱۳۹۲، ۴۰). گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند شناخت و آگاهی کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در هر منطقه است. گردشگری ورزشی صنعتی به نسبت جدید و از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد در صنعت گردشگری است که بر برنامه‌ریزی مقصد در کشورهای در حال توسعه تمرکز دارد و از عوامل بازسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع شهری و روستایی به شمار می‌رود (معین فرد، ۱۳۸۷، ۸۱). برای توسعه گردشگری ورزشی هر منطقه می‌توان بر اساس شرایط و ویژگی همان منطقه، شاخص‌هایی را مشخص کرد برخی از این شاخص‌ها مشترک با هم هستند و می‌توان آن‌ها را به همه مناطق تعمیم داد و آن‌ها را به‌عنوان شاخص توسعه گردشگری ورزشی مورد استفاده قرار داد و برخی دیگر از شاخص‌های توسعه گردشگری ورزشی، منحصر بفرد یک منطقه خاص هستند (خدابخش زاده، ۱۳۹۸، ۱۱). یافته‌های این پژوهش نشان داد که ابعاد اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، زیرساختی و مدیریتی بر توسعه گردشگری ورزشی از دیدگاه خبرگان نقش دارند، یکی از شاخص‌های تعیین‌شده در ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی ایران، شاخص مدیریت است. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که در بعد مدیریتی بخش‌های برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، هماهنگی، کنترل و نظارت، نیروی انسانی متخصص و نظام داوطلبی بر توسعه گردشگری نقش داشتند؛ و این پژوهش از این حیث با نتایج پژوهش شاطریان و همکاران (۱۳۹۶) در ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری شهر کاشان که عامل مدیریت را به‌عنوان

شاخص‌های اصلی توسعه گردشگری معرفی کردند که همانند بودن نتایج آن پژوهش را با پژوهش فعلی نشان می‌دهد. نتایج این پژوهش همچنین با نتایج پژوهش شاطریان و همکاران (۱۳۹۶) در ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری شهر کاشان که عامل رقابتی بودن را به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه گردشگری معرفی کردند نیز همسو می‌باشد. خلیلی پور و همکاران (۱۳۹۵) هم در ارزیابی شاخص‌های مؤثر در توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی استان تهران، مؤلفه فعالیت‌های تبلیغاتی را که مربوط به بازاریابی می‌باشد و متناظر با شاخص اقتصادی در پژوهش حاضر می‌باشد را نام برده‌اند. شایان‌ذکر است که رضوی و همکاران (۲۰۱۴) از موانع مربوط به تبلیغات و بازاریابی در گردشگری ورزشی و موانع اقتصادی، به‌عنوان محدودیت‌های زیربنایی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی نام برده است.

با یک جستجوی ساده در اینترنت بیش از یکصد میلیون نتیجه برای عبارت گردشگری ورزشی یافت می‌شود و این امر حکایت از مهم بودن و موردتوجه بودن گردشگری ورزشی است. چرا که امروزه قریب به اتفاق به سنگین بودن کفه ترازوی مزایای گردشگری ورزشی نسبت به معایب آن اذعان دارند و این امر در کشورهای پیشرو در گردشگری ورزشی به اثبات نیز رسیده است یعنی جایی برای آزمون و خطا در رابطه با گردشگری ورزشی برای هیچ کشور و فردی وجود ندارد. با توجه به همین نکته، مسئولین امر باید دست وابستگی تام از صناعی مثل نفت و معادن و ... بشویند و با مدیریت دانش تحقیقات حیطه گردشگری ورزشی، پژوهش‌های گردشگری ورزشی را از حالت بالفعل و تئوریک به حالت اجرایی دریاورند و با در نظر گرفتن شاخص‌های توسعه گردشگری ورزشی، به ترسیم خط‌مشی برای توسعه گردشگری ورزشی بپردازند و نگرش خود را از حالت به‌اصطلاح لاک‌پشت گونه و کوتاه نگری به نگرشی گسترده و رقابتی در این حیطه، تغییر دهند. در ادامه پژوهش‌های با موضوعیت گردشگری ورزشی، به پژوهشگران محترم پیشنهاد می‌شود که محققان به تعیین شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی به تفکیک استان‌ها و مناطق مختلف کشور بپردازند همچنین شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی ایران را با شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی در یک یا چند کشور پیشرو در گردشگری ورزشی مقایسه کنند و نتایج این مقایسه را بیان کنند. مسئولین و متولیان امر در حوزه گردشگری ورزشی با توجه به آنچه به‌عنوان عامل یا عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی در پژوهش‌های مختلف بیان شده است و به برخی از آن‌ها اشاره شد و همچنین با توجه به موانع و

بعضی از مسائل امنیتی، اجتماعی و فرهنگی ناکارآمد، حرکت این صنعت را در ایران کند و کندتر می‌کند و این در حالی است که صنعت گردشگری جهان رشد شتابانی را آغاز کرده است (طاهری کاشانی، ۱۳۹۲: ۹). طبق پژوهش خلیلی پور و همکاران (۱۳۹۵) در ارزیابی شاخص‌های مؤثر در توسعه بازاریابی گردشگری ورزشی استان تهران، مؤلفه‌های تعدیل سیاست‌ها و سرمایه‌گذاری کلان کشوری در زمینه گردشگری ورزشی و همچنین تنظیم راهبردها را جزو شاخص‌های مؤثر در ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی معرفی کردند که از این جهت با نتایج پژوهش حاضر که شاخص سیاسی را یک شاخص مؤثر در ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی شناسایی کرده است و دیدگاه ایدئولوژیک، امنیت گردشگران، قوانین و مقررات حاکم، سیاست‌گذاری و حکمرانی که در بعد سیاسی نقش داشتند هم راستا دارد. همچنین زیر شاخص امنیت که جزو شاخص سیاسی در پژوهش حاضر است با شاخص آسایش و امنیت شاطریان و همکاران (۱۳۹۶) که در ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری شهر کاشان معرفی شده است مطابقت دارد. این در حالی است که رضوی و همکاران (۲۰۱۴) موانع سیاسی را جزو محدودیت‌های زیربنایی مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی تعیین کرده است. گردشگری ورزشی یکی از سریع‌ترین بخش‌های رشد در صنعت گردشگری و نسبتاً جدید است که بر روی برنامه‌ریزی مقصد در کشورهای در حال توسعه و عاملی در بازسازی اقتصادی و اجتماعی هر دو بخش جوامع شهری و روستایی شناسایی شده است و به‌عنوان یک مؤلفه از توریسم وابسته به ورزش در بسیاری از کشورهاست که توجه فزاینده‌ای در سال‌های اخیر به آن به‌عنوان یک بازار رشد داخلی شده است (هنری، ۱۳۹۰: ۹۷). همچنین روندهای موجود در گردشگری طی دهه گذشته نشان داده‌اند که گردشگری ورزشی در حال حاضر بخش بسیار بزرگی از بازار جهانی گردشگری را به خود اختصاص داده و با رشد چشمگیر آن سازمان جهانی گردشگری معتقد است گردشگری ورزشی در حال حاضر یک بازار در حال ظهور است. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها می‌دانند (اصفهانی، ۱۳۸۸: ۷۳). همان‌گونه که در پژوهش فعلی، از شاخص اقتصادی به‌عنوان یک شاخص ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی ایران نام برده شده است و ذکر شد که در بعد اقتصادی، نقش بازاریابی، مناسب بودن هزینه، رقابت‌پذیری، فعال بودن بخش خصوصی بر این امر تأثیر داشت. سعیده زرآبادی و عبدالله (۱۳۹۲) نیز در ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار، توان اقتصادی را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌ها و

تا انشا الله در آینده‌ای نزدیک همگی از مزایای گردشگری ورزشی بهره جست.

سیاسگزاری

از همه کسانی که کمک کردند تا این پژوهش به سر منزل مقصود برسد صمیمانه تشکر و قدردانی می نمایم.

مشکلات شناسایی شده که در پیش راه توسعه گردشگری ورزشی وجود دارد و همچنین با توجه به شاخص‌های ارزیابی توسعه گردشگری ورزشی که در این پژوهش معرفی شدند، می‌تواند با در نظر گرفتن موارد مذکور در برنامه‌ریزی‌ها و همچنین با در نظر گرفتن این موارد در هنگام اتخاذ قوانین و سیاست‌ها، گردشگری ورزشی ایران را بیش از پیش توسعه دهند

REFERENCES

- Balali Maryam, Moeinfard Mohammad Reza, Hamedinia Mohammad Reza, Amir Ahmadi Abolghasem. (2012), *Investigating Managers 'and Experts' Viewpoints on Development of Sport Tourism Industry in Khorasan Razavi Province*, Journal of Sport Management, No. 13, pp. 185-202.
- Cho, H., Joo, D., & Chi, C. G. (2019). *Examining nostalgia in sport tourism: The case of US college football fans*. Tourism Management Perspectives, 29, 97-104.
- Esfahani Nooshin (2009). *Analysis of factors affecting the development of domestic and foreign sport tourism industry and presenting a strategic planning model in the country*. Doctoral dissertation, University of Tehran. pp. 73-82.
- Ghotnian, S., Najafzadeh, M., & Roughani, M. (2013). *Factors of sustainable development of sports Tourism: identifying barriers and outlines*. International Research Journal of Applied and Basic Sciences, 4(9), 2598-2601.
- Heidary, A., Sajjadi, S. N., Farahani, M. J., IskandariPour, S., Meshkini, A., & Heidary, T. (2011). *A Consideration of the Factors Influencing Sport Tourism Development in Zanjan-Iran*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 1(2), 51-55.
- Hemmati Nejad Savadi, Gholizadeh Mehrali and Rostami Gohar. (2016). *Evaluating the Factors Affecting the Development of Recreational-Sport Tourism with Emphasis on Public Sport*. Journal of Geography (Regional Planning), Vol 7, No. 1, pp. 201-210.
- Honarvar Afshar, Ghanbari Firouzabadi and Khatibzadeh Mehdi. (2013). *Demographic Characteristics and Priorities of Sport Tourists in Iran*. Journal of Sport Economics and Marketing, Vol.2, N.5, pp. 1-24..
- Honary Habib (2011). *The Role of Sport Tourism in Employment and Income Generation from the Viewpoints of Tourists, Managers and Stakeholders*. Journal of Physiology Research and Management in Sport, No. 8. pp. 95-103.
- Khajehpour Akram & Dosti Morteza. (2017). *Investigation of Sports Tourism Development Strategies Using Lindgren Model (Case Study: Ramsar Green Baam)*. Journal of Tourism Planning and Development, Vol. 6, No. 20, pp. 115-130.
- Khalilipour Azam, Nemati Maryam, Soleimani Kianoush, Beyhaghi Naima, Fathi Atefeh (2017). *Evaluation of effective indicators in the development of sport tourism marketing in Tehran province*. National Conference of the Scientific Society of Sport Management, Vol. 2, 192-197.
- Khodadadi, M. (2016). *Challenges and opportunities for tourism development in Iran: Perspectives of Iranian tourism suppliers*. Tourism Management Perspectives, N.19, PP. 90-92.
- Khodabakhshzadeh, A., Ghahraman Tabrizi K., & Sharifian E. (2019). *The impact of knowledge management on the development of sports tourism in Kerman province*. Journal of Sport Management, JSM-201907-2296(R3). Doi: 10.22059/jsm.2019.284691.2296.
- Khodabakhshzadeh, A.(2020). *The effect of knowledge management dimensions on the development of sports tourism in Kerman province*. Doctoral dissertation, Azad University of Kerman. Pp.11(237).
- Masa'deh, R. E., Nasseef, M. A., Alshayeb, H., Ojilat, J., & Alshafiee, M. (2017). *The effect of sport tourism management on support for tourism development*. Journal of Management and Strategy, 8(3), 20-34.
- Masoumezadeh Sara and Shirafkan Mehdi, (2017). *The Impact of Cultural Indicators on Tourism in Middle East Countries Using Systematic Generalized Torque Approach*. Journal of Tourism and Development. Volume 6 Number 3. Pages 1-17.
- Moeinfard Mohammadreza (2008). *Investigation of Tourism Status in Iran and Presentation of its Development Model*.

- Doctoral dissertation, Tehran University of Teacher Education. pp. 1-211.
- Moeinfard Mohammadreza, Mozaffari Seyed Amir Ahmad, Musharraf Javadi Betol and Kazemnejad Anooshirvan (2011), *Investigating the Situation of the Sports Tourism Industry in Iran*, Olympic Journal, Vol.19, N.2 (54), pp. 7-22.
 - Moeinfard Mohammadreza, Shooshi Nasab Parvin and Kazemnejad Anooshirvan (2014). *Strategies for the Development of Sport Tourism in Iran*, Journal of Sport Management and Development, Vol. 3, N.2, pp. 1-17.
 - Moharramzadeh Mehrdad, Seyed Ameri Mir Hassan, Sayyadi Mohammad Amin, and Mohammadi Mitra. (2013). *Evaluating the Most Important Factors Influencing Sport Tourism Marketing Development*. Journal of Sport Management & Development, Vol. 2, N.2, pp. 31-45.
 - Naghiloo, Z., Asgarian, F., Koozechian, H., & Hosseini, S. S. (2011). *An analysis of factors influencing sports tourism development in East Azerbaijan Province*. Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 5(8), 331-335.
 - Rahimpour Ali, (2013). *Statistical Analysis of World Tourism Industry, Future Markets and Iran's Position*. Journal of Science and Culture Tourism, Vol. 1, No. 1, pp. 1-18.
 - Razavi M, 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. ISSN 2147-3749. Vol., 3 (SP), 81-87.
 - Saeedeh Zarrabadi Zahra Sadat, Abdollah Bahar (2013). *Evaluation of Factors Affecting Development of Chabahar Free Tourism Industry Using Network Analysis Process (ANP) Method*. Iranian Journal of Architecture and Urban Planning, No. 6, pp. 37-48.
 - Sajjadi, S. N., Jamshidi, A., & Heidary, A. (2012). *Prioritization of the Factors Affecting Sport Tourism Development*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2(12), 235-240.
 - Shatariyan, Gholami, Younes and Mirmohammadi (2015). *Evaluation of Urban Sustainable Tourism Development Indicators Case Study "Kashan City"*. Journal of Geographical Sciences Applied Research, Vol. 17, Issue 46, pp. 195-214.
 - Taheri Kashani M., (2012). *Investigating the Strengths and Weaknesses of the Tourism Industry in Iran and Malaysia*. M.Sc., Islamic Azad University, Naragh Branch, National Bibliographic Number: 4489368 Pages 1-137.