

شناسایی و اولویت‌بندی زیرساخت‌های اماکن ورزشی در راستای توسعه گردشگری ورزشی، مطالعه موردی:

اماکن ورزشی شهر جویبار

اکرم خواجه پور^۱، مرتضی دوستی پاشا^۲، سیدمحمدحسین رضوی^۳، فرزاد فرزاد^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۳/۰۸ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۶/۱۵

چکیده:

گردشگری صنعت جدیدی است که نظر اکثر کشورهای جهان را به سوی خود جلب کرده است و به تازگی سرلوحه صنایع دیگر قرار گرفته و از صنایع خودروسازی و ذخایر طبیعی نیز پیشی گرفته است. هدف از پژوهش حاضر، شناسایی و اولویت بندی مولفه های مهم در توسعه اماکن ورزشی شهر جویبار در راستای نیل به توسعه گردشگری ورزشی در این شهر است. روش پژوهش از نوع آمیخته (ترکیبی) است.^۵ به علت گستردگی (ازدیاد) جامعه آماری، نمونه آماری از بین متخصصان گردشگری و مدیریت ورزشی به روش گلوله برفی انتخاب شده است (N=۱۱۰). ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه (نیمه ساختارمند) پرسشنامه ساخته است. پژوهش در دو بخش کیفی و کمی انجام شده است، در بخش کیفی با استفاده از روش دلفی با ۲۰ نفر از نمونه، به اشباع نظری رسیده و کدگذاری به ترتیب اولویت پاسخها به صورت: ۱- فضای مناسب ورزشی برگزاری رویداد، ۲- زیباسازی محل برگزاری رویداد و ۳- امکانات اقامتی و تفریحی، بوده است. در بخش کمی از آزمون کلموگروف اسمیرنوف (برای نرمال بودن داده‌ها)، آزمون T و آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که امکانات و فضای مناسب ورزشی برگزاری رویداد با میانگین رتبه‌ای ۴/۴۹ از اولویت اول، و امکانات اقامتی و تفریحی با میانگین رتبه‌ای ۴/۰۱ از اولویت کمتری برخوردار است. بدون شک میزبانی رویدادهای ورزشی یک فرصت منحصر به فرد برای جذب گردشگر به شهرستان کوچکی همچون جویبار خواهد بود.

واژه های کلیدی: گردشگری ورزشی، رویداد، زیرساخت اماکن ورزشی، جویبار.

^۱ نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری مدیریت برنامه ریزی ورزشی، دانشگاه مازندران. Khajehpour2012@gmail.com

^۲ استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشگاه مازندران

^۳ دانشیار، گروه تربیت بدنی، دانشگاه مازندران.

^۴ استادیار، گروه تربیت بدنی، دانشگاه مازندران

مقدمه:

گردشگری صنعتی است که به تازگی سرلوحه صنایع دیگر قرار گرفته و حتی از صنایع خوردوسازی و همچنین ذخایر طبیعی نیز پیشی گرفته است و درآمدی که از طریق گردشگری به دست می‌آید، بسیار چشم‌گیر است.^۱ گردشگری ورزشی یکی از انواع گردشگری است و بخشی جدایی‌ناپذیر از آن، که در حال رشد روز افزون می‌باشد (نوهتانی و همکاران، ۲۰۱۵).^۲ از نظر گیبسون «گردشگر ورزشی فردی است که برای ورزش یا تماشای ورزش‌های گلف، اسکی، تنیس، ماهیگیری، کوهنوردی، دوچرخه سواری کوهستان و غواصی و مانند آن مسافرت می‌کند» (گیبسون، ۱۹۹۸).^۳ در تعریفی دیگر، گردشگری ورزشی اشاره دارد به سفر مردم به یک مقصد خاص ورزشی، به منظور شرکت در ورزش و یا تماشای مسابقات (در سطح منطقه ای، ملی و جهانی)، تورهای ورزشی، رویداد جمعی، نمایشگاه‌های ورزشی و همراه بازیکنان و در طیفی گسترده (نوهتانی و همکاران، ۲۰۱۵).^۴

دورنمای گردشگری ورزشی، بسیار گسترده است و از رویدادهای شاخص نظیر بازی‌های المپیک گرفته تا مسابقات بسکتبال جوانان دانشگاهی را شامل می‌شود. رویدادهای ورزشی به علت ویژگی‌ها و علاقه‌مندان خاصی که دارند گردشگران زیادی به خود جذب می‌کنند. مطالعات جدید نشان می‌دهد که حضور گردشگران، انگیزه مهمی برای برنامه‌ریزان، بازاریابان و مدیران رویدادها است (گیبسون، ۱۹۹۸). بر اساس مطالعه هنری و همکاران^۵ (۱۳۹۰) گردشگری ورزشی یک صنعت رو به رشد است که عاملی اثرگذار بر اقتصاد نواحی شهری و روستایی در کشورهای توسعه یافته است. در سالهای اخیر تحقیقات زیادی در زمینه توسعه گردشگری انجام گرفته است. کنلی (۲۰۱۴)^۶ در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده است که سازمان‌های ورزشی می‌توانند از طریق برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی، نقش به‌سزایی در افزایش درآمدهای ملی

کشورها داشته باشند. همچنین نتایج پژوهش مارگارت (۲۰۱۴)^۷ حاکی از آن است که رویدادهای گردشگری ورزشی در ایالات‌های جنوبی و غربی آمریکا اثرات درآمدی قابل توجهی بر اقتصاد این کشور داشته است. همچنین دینیهان و کائولفیلد (۲۰۱۵)^۸ در تحقیق خود پیرامون مسابقات دوچرخه سواری به این نتیجه رسیدند که گردشگران بیشتر به سمت رویدادهای کلان، مسابقات، تورهای ورزشی، کنفرانس‌های ورزشی و گردشگری ماجراجویانه گرایش دارند و از دیدگاه آنان، طراحی زیرساخت‌های مسابقات دوچرخه سواری در مناطق گردشگری و فضاهای روستایی از اهمیت زیادی برخوردار است. سوارت و باب^۹ (۲۰۰۷) در تحقیقات خود به دنبال توسعه‌ی استراتژی‌های گردشگری ورزشی با میزبانی کشور آفریقای جنوبی (مطالعه موردی: جام جهانی فوتبال) در سال (۲۰۱۰) بوده و پس از بررسی‌های فراوان به این نتیجه رسیدند که آفریقای جنوبی دارای قابلیت‌های بسیار بالایی است که با ایجاد یک عزم و انگیزه‌ی ملی و با ابتکار بایستی ظرفیت‌های گردشگری ورزشی را در این کشور به حداکثر برسانند. در برگزاری رویدادهای ورزشی موارد زیادی هست که باید مورد ارزیابی و نظارت قرار گیرد تا آن رویدادها بتواند بخوبی برگزار شود.

با همه تحقیقات عنوان شده، گردشگری در ایران، حتی در حوزه دانشگاهی، منحصر به جغرافیای گردشگری است و در حوزه‌های مهمی مثل اقتصاد گردشگری، در نظام آکادمیک ایران بسیار کم‌بینه و فقیر است و باید راه‌های درازی را بپیماید تا بتواند از مولفه‌های کیفی به شاخص‌های دقیق کمی و قابل محاسبه برسد و جای خالی آن دقیقاً محسوس است (ایمانی خوشخو و علیزاده، ۱۳۹۴). ایران از لحاظ جایگاه رقابتی در صدر جدول قرار گرفته است، در صورتی که جایگاه امارات ۴۵ و ترکیه ۹۴ می‌باشد و از لحاظ ایمنی ایران جزو ۱۸ کشور برتر جهان است. با وجود این‌که ایران از لحاظ جایگاه رقابتی و ایمنی نسبت به ترکیه و امارات در ردیف بالاتری قرار دارد، اما با توجه به سفرهای توریستی بین‌المللی، ترکیه در ردیف ۶ جدول،

^۱ Liu et al, ۲۰۱۲, ۴۱۳.

^۲ Nohtani, at al, ۲۰۱۵

^۳ Gibson, ۱۹۹۸

^۴ Nohtani, at al, ۲۰۱۵

^۵ -Honari

^۶ - Kennelly, ۲۰۱۴

^۷ - Margaret, ۲۰۱۴

^۸ - Deenihan & Caulfield, ۲۰۱۵

^۹ - Swart & Bob

پیردوکوبرتن^۲ در قرن ۱۵ برای اولین بار، ایده‌ی برگزاری رویدادهای ورزشی را به طور منسجم مطرح کرد. بعد از آن سازمان‌ها و بنیادهایی در این خصوص به طور منسجم شروع به فعالیت نمودند تا رویدادهای ورزشی را برگزار نمایند. رویدادهای ورزشی در سطح جهانی، قاره‌ای، منطقه‌ای، ملی و حتی استانی یا شهرستانی به طور مستقیم یا غیر مستقیم باعث جذب گردشگر شده و بیش از میلیاردها دلار درآمد برای برگزارکنندگان آن ایجاد نموده‌اند (سیدعامری، ۱۳۹۱). میزبانی رویدادهای ورزشی را می‌توان عاملی مثبت برای تغییرات بزرگ اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی معرفی نمود (اصفهانی، ۱۳۹۰). شرکت در یک مسابقه یا رویداد ورزشی بین‌المللی می‌تواند یک انگیزه قوی برای مسافرت و فرصتی برای انتخاب مقصد سفرهای آینده به همراه خانواده و اطرافیان باشد (کیم و پاتریک، ۲۰۰۵). بنابراین انجام این‌گونه فعالیت‌های ورزشی (با وجود زیرساخت‌های مناسب ورزشی) می‌تواند تبلیغات مناسب برای مقصدهای گردشگری ورزشی ایجاد نماید. فانک و براین^۳ (۲۰۰۷) انگیزه‌های ورزشکارانی که در مسابقات بزرگ دوی مارا تن شرکت کردند را بررسی نمودند و به این نتیجه رسیدند که این ورزشکاران بعد از مدتها برای تجدید خاطرات به آن مناطق سفر کرده‌اند. رویدادهای ورزشی می‌توانند تأثیر زیادی در توسعه‌ی شهری داشته باشند. میزبانی رویدادهای ورزشی مهم باعث توسعه‌ی زیرساخت‌ها، ایجاد تجهیزات جدید و پیشرفت منطقه‌ی میزبان و جذب گردشگران بیشتر و نیز باعث تغییرات مثبت بلندمدت در تقاضای گردشگری می‌شود. رویدادهای بزرگ ورزشی مستلزم سرمایه‌گذاری‌های پرهزینه در تجهیزات ورزشی و زیربناهای غیرورزشی شهری و زیباسازی آن هستند (سولبرگ و پروس، ۲۰۰۷).

ارتقای برگزاری رویدادهای ورزشی نیاز به چشم‌اندازی با برنامه‌ریزی طولانی مدت در جنبه‌ها و حیطه‌های مختلف دارد که شامل موارد زیر می‌باشد (شکل شماره ۱):

۱. عوامل محیطی
۲. عوامل اقتصادی
۳. عوامل فرهنگی
۴. عوامل سیاسی

امارات در ردیف ۲۷ و ایران در ردیف ۴۷ قرار دارد (اسچواب، ۲۰۱۵). علی‌رغم همه درآمدهایی که در زمینه رویدادهای ورزشی برای کشورهای مختلف گزارش شده است، تاکنون درآمد بالایی برای ایران در این حوزه گزارش نشده است. امروزه رشته‌های ورزشی متنوعی در کشور وجود دارد، اما ایران یکی از سردمداران ورزش کشتی در جهان بوده و معمولاً در صدر جدول قرار دارد. در سال ۱۳۹۴ (۲۰۱۴ میلادی) به پیشنهاد ایران اولین مسابقات کشتی باشگاه‌های جهان به میزبانی ایران در جویبار برگزار شد. جویبار یکی از شهرستان‌های استان مازندران، با ۲/۶ درصد جمعیت، در سال ۱۳۷۶ به شهرستان تبدیل شد. رشته کشتی در مازندران جزو رشته‌های ورزشی اصلی قلمداد شده و بعنوان مهد کشتی مازندران است. میزبانی این رویداد بین‌المللی، دو روز به طول انجامید. فدراسیون کشتی ایران تمام تلاش خود را در جهت تبلیغ این رویداد ورزشی انجام داد تا بتواند از این طریق گردشگران داخلی و خارجی را جذب نماید، اما به دلیل عدم وجود امکانات مناسب ورزشی و سالن‌های مجهز کشتی در سطح بین‌المللی، مکان‌های استراحت کشتی‌گیران و همراهان، مهمان‌پذیرهای مناسب گردشگران (اعم از داخلی و خارجی)، عدم وجود زیرساخت‌های مناسب یک رویداد ورزشی بین‌المللی و مسائلی از این دست، این رویداد به صورت یک تورنمنت معمولی برگزار شد. بدون شک عواملی همچون فضای مناسب ورزشی برگزاری رویداد، زیباسازی محل برگزاری رویداد و امکانات اقامتی، می‌تواند از جمله عوامل اثرگذار بر کیفیت برگزاری چنین رویدادهایی باشد. در این میان سوالی که مطرح می‌شود این است که کدامیک از این عوامل، در خصوص برگزاری رویداد ورزشی در اماکن ورزشی جویبار، از اهمیت بیشتری برخوردار است؟

مبانی نظری:

در صنعت ورزش متغیرهای زیادی وجود دارد که باعث توسعه و ترقی این صنعت شده است و رویداد نیز یکی از علل اصلی توسعه صنعت ورزش است. ورزش تأثیرات اقتصادی قابل توجهی در جوامع امروزی دارد و رویدادهای ورزشی خود نیز به تنهایی به ابزاری برای کسب درآمد تبدیل شده‌اند. رویداد پدیده‌ای موقتی است که برای برگزاری، نیاز به زمان مشخصی دارد (گتس^۱، ۱۹۹۷).

^۲ Pierre de Coubertin.

^۳ - Funk & Bruan

^۱ Gets, D. (۱۹۹۷).

زیرساخت اماکن ورزشی (سیدعامری، ۱۳۹۱)

دلفی، عواملی که در بحث زیرساخت اماکن ورزشی دارای اهمیت است، مشخص گردید.

مرحله دوم (روش کمی): در این قسمت از پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته تهیه شد که روایی صوری آن توسط ۱۵ نفر از متخصصین (ورزشی و گردشگری) و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (۰/۷۳) با استفاده از نرم افزار SPSS۲۰ مورد بررسی قرار گرفت. سپس پرسشنامه (با طیف ۵ تایی لیکرت) بین نمونه (۱۱۰ نفر) توزیع گردید.

به منظور تحلیل داده ها، از آزمون T و آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای نرمال بودن داده ها، و همچنین برای اولویت بندی از آزمون فریدمن بهره گرفته شد.

یافته های تحقیق:

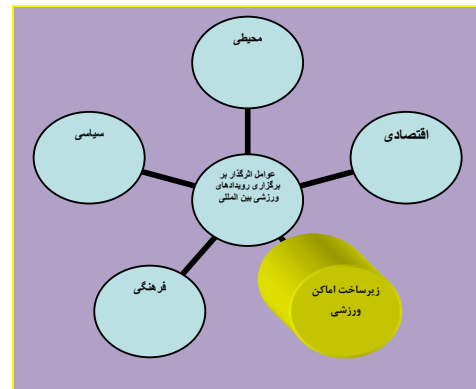
نتایج این تحقیق در دو مرحله قابل ارائه است:

در مرحله اول (کیفی): در ابتدا به روش دلفی، مصاحبه‌ی (نیمه ساختارمند) با مجریان این رویداد، متخصصان گردشگری، ورزشی و دانشگاهی انجام شد تا نتایج با ۲۰ نفر به اشباع نظری رسید. بعد از کد گذاری و اتفاق نظر افراد نمونه، به ترتیب در سه متغیر ۱- فضای مناسب ورزشی برگزار رویداد، ۲- زیبا سازی محل برگزاری رویداد و ۳- امکانات اقامتی، تفریحی، مفاهیم دسته بندی شدند. در پایان این مرحله نیز، فضای مناسب ورزشی برگزار رویداد از نظر نمونه آماری بالاترین اولویت رابه خود اختصاص داد.

در مرحله دوم (کمی): در ادامه پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته‌ای در بین نمونه آماری توزیع گردید. پس از جمع‌آوری پرسشنامه و گردآوری داده‌ها با بهره‌گیری از تکنیک‌های آماری مناسب، به تحلیل داده‌ها پرداخته شد. نتایج مربوط به بخش توصیفی داده‌ها در جداول شماره ۱ و ۲ ارائه شده است. همانگونه که مشاهده می‌شود، درصد پاسخ دهندگان به تفکیک جنسیت و سطح تحصیلات آزمودنی‌ها در پنج مقطع دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس، فوق‌لیسانس و دکتری مشخص شده است. با توجه به توزیع فراوانی نمونه بر اساس میزان تحصیلات (جدول ۲)، درصد بیشتری از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک فوق لیسانس بودند.

هرکدام از عوامل محیطی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و زیرساخت اماکن ورزشی خود نیز زیرشاخه‌های زیادی دارند که در این مطالعه به متغیرهای مربوط به زیرساخت های اماکن ورزشی می‌پردازیم که شامل موارد زیر می باشد:

- ۱- فضای مناسب ورزشی برگزاری رویداد
- ۲- زیباسازی محل برگزاری رویداد
- ۳- امکانات اقامتی، تفریحی
- ۴- امکان دسترسی آسان به اماکن ورزشی
- ۵- ایمنی اماکن ورزشی
- ۶- استاندارد بودن تجهیزات ورزشی



شکل ۱- عوامل اثرگذار بر رویداد ورزشی. منبع: (سیدعامری، ۱۳۹۱).

روش شناسی:

پژوهش حاضر، پژوهشی کاربردی و از نوع آمیخته (اکتشافی) است. جامعه آماری شامل متخصصان گردشگری، اساتید دانشگاه، مربیان تیم ملی کشتی و ملی پوشان کشتی بوده که به علت گستردگی (ازدیاد) جامعه آماری، نمونه آماری به روش گلوله برفی از بین این افراد انتخاب شده است (N= ۱۱۰). ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه (نیمه ساختارمند) و پرسشنامه محقق ساخته است. این پژوهش در دو مرحله انجام شده است به این صورت که با روش کیفی آغاز و با روش کمی به اتمام رسیده است.

مرحله اول (روش کیفی): در این مرحله با استفاده از روش دلفی و با شرکت ۲۰ نفر از متخصصان در پانل

زیباسازی برگزاری رویداد در توسعه گردشگری ورزشی
جوبیار موثر می‌باشد، قابل پذیرش است.

جدول ۴- نتایج محاسبات آزمون فرضیه‌ها

نتیجه آزمون	Sig	مقدار t	انحراف معیار نمونه s	میانگین نمونه \bar{x}	تعداد نمونه n	متغیر
فرض	۰.۰۰۰	۹.۷۲	۰.۷۵۸۶	۳.۵۹۸۰	۱۱۰	فضای مناسب ورزشی
فرض	۰.۰۰۰	۱۰.۳۲	۰.۴۶۰۵	۳.۴۳۴۴	۱۱۰	امکانات اقامتی، تفریحی
فرض	۰.۰۰۰	۱۱.۴۱	۰.۵۸۰۹	۳.۵۴۳۱	۱۱۰	زیباسازی محل برگزاری رویداد

۶۵

منبع: برگرفته از یافته‌های تحقیق حاضر

برای اولویت‌بندی این سه متغیر در توسعه گردشگری ورزشی جوبیار از آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج حاصل از رتبه‌بندی، در جدول شماره ۵ گزارش شده است. نتایج این آزمون برای بررسی یکسان بودن اولویت‌ها و تاثیر عناصر تشکیل‌دهنده آن بر توسعه گردشگری ورزشی استان به شرح جدول ۵ است. با توجه به یافته‌ها، امکانات و فضای مناسب ورزشی برگزاری رویداد با میانگین رتبه‌های ۴/۴۹ در اولویت اول و به ترتیب زیباسازی محل برگزاری با میانگین رتبه‌های ۴/۴۰ و امکانات اقامتی و تفریحی با میانگین رتبه‌های ۴/۰۱ از اولویت کمتری برخوردار است.

جدول ۵- رتبه‌بندی متغیرهای موثر بر توسعه گردشگری ورزشی جوبیار با استفاده از آزمون فریدمن

رتبه	میانگین رتبه‌های	متغیرها
۱	۴/۴۹	فضای مناسب ورزشی برگزاری رویداد
۲	۴/۴۰	زیباسازی محل برگزاری
۳	۴/۰۱	امکانات اقامتی و تفریحی

منبع: برگرفته از یافته‌های تحقیق حاضر

بنابراین ایجاد فضای مناسب ورزشی، زیباسازی اماکن ورزشی، تفریحی و دسترسی آسان به امکانات اقامتی-تفریحی و ورزشی نیز از عوامل توسعه گردشگری است. نتایج این پژوهش با نتایج حاصل از تحقیقات ویلیامز (۲۰۰۸) در رابطه با امکانات و تسهیلات، بول (۲۰۰۵)، کزاک (۲۰۰۲) و معین‌فرد (۱۳۸۷) هم‌خوانی دارد.

جدول ۱- توزیع فراوانی نمونه آماری

جنسیت	شاخص های آماری	درصد	درصد تجمعی
زن	۳۰	۲۷/۲۷	۲۷/۲۷
مرد	۸۰	۷۲/۷۲	۱۰۰
جمع	۱۱۰	۱۰۰	

منبع: برگرفته از یافته‌های تحقیق حاضر

جدول ۲- توزیع فراوانی نمونه بر اساس میزان تحصیلات

مقطع	شاخص های آماری	درصد	درصد تجمعی
دیپلم	۳	۲/۵	۲/۵
فوق دیپلم	۱۴	۱۱/۸	۱۴/۳
لیسانس	۳۲	۴۷/۱	۶۱/۳
فوق لیسانس	۴۰	۳۵/۳	۹۶/۶
دکتری تخصصی	۱۹	۳/۴	۱۰۰
جمع	۱۱۰	۱۰۰	

منبع: برگرفته از یافته‌های تحقیق حاضر

در این پژوهش برای نرمال بودن توزیع داده‌ها ابتدا از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شده است. سپس با توجه به نرمال بودن نمونه‌ها از آزمون T برای مقایسه میانگین‌ها استفاده شد. فرض صفر یعنی فرض نرمال بودن توزیع نمونه در سطح معناداری ۰.۰۵ است و با توجه به جدول شماره ۳، مقادیر معناداری بدست آمده همگی بیشتر از ۰.۰۵ می‌باشد.

جدول ۳- آزمون نرمال بودن متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد	مقدار آماره آزمون کولموگروف اسمیرنوف Z	Sig
فضای مناسب ورزشی برگزاری رویداد	۱۱۰	۰/۸۶۲	۰/۴۴۷
زیباسازی محل برگزاری رویداد	۱۱۰	۱/۱۱۸	۰/۱۶۴
امکانات اقامتی، تفریحی	۱۱۰	۱/۲۵۲	۰/۰۸۷

منبع: برگرفته از یافته‌های تحقیق حاضر

با توجه به مقادیر به دست آمده در جدول شماره ۴، مقدار Sig کمتر از ۵ درصد است، بنابراین فرض صفر در سطح معناداری ۵ درصد رد می‌شود. همچنین میانگین نمونه اختلاف معناداری با مقدار ۳ (میانگین نظری) است. چون نتایج به دست آمده همه دارای میانگین بیشتری می‌باشند، بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه فضای مناسب ورزشی برگزاری رویداد، امکانات اقامتی، تفریحی و

همچنین نتایج تحقیقات صورت گرفته در رابطه با زیباسازی محل برگزاری رویدادها نیز با مطالعات میراندا و آندوزا (۲۰۰۵)، رضوی (۱۳۹۲) و ادبی (۱۳۸۵)، هنرور (۱۳۸۳)، متقی طلب (۱۳۸۶)، کزاک (۲۰۰۲) و وید (۲۰۰۶) همسو می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری:

رویداد، یکی از عوامل اثرگذار بر اقتصاد کشورها و یکی از مهم‌ترین ابزارها برای جذب گردشگر داخلی و خارجی می‌باشد. با توجه به نتایج به دست آمده در تحقیق حاضر بین اولویت بندی اماکن ورزشی جویبار و میزان توسعه صنعت گردشگری ورزشی رابطه معنی‌دار و مثبتی وجود دارد. نتایج نشان داد که در بین متغیرهای موجود در زیرساخت‌های اماکن ورزشی، ایجاد فضای مناسب ورزشی در اولویت بالاتری نسبت به زیباسازی اماکن ورزشی-تفریحی و دسترسی آسان به امکانات اقامتی-تفریحی و ورزشی قرار دارد. بنابراین این متغیر (ایجاد فضای مناسب ورزشی) در افزایش میزان توسعه صنعت گردشگری ورزشی استان مازندران اهمیت بالایی دارد.

بنابراین گردشگری ورزشی در سطح بین‌المللی به‌عنوان بازاری مهم و بسیار مطلوب در نزد بسیاری از برنامه‌ریزان، کارگزاران و بازاریابان ورزشی مطرح و بعنوان یک استراتژی بلندمدت به شمار می‌رود. بنابراین استراتژی ورزشی نیز در طرح‌های راهبردی کشور پیاده‌سازی می‌شود کما این‌که در سند راهبرد ملی گردشگری ورزشی استرالیا پیاده‌سازی شد. به طوری کلی المپیک و بازی‌های بزرگ یکی از مهم‌ترین بخش‌های گردشگری ورزشی قلمداد شده و می‌تواند اثرات مستقیمی بر جامعه میزبان داشته باشد و عامل مهمی برای جذب گردشگر (اعم از گردشگر خارجی و داخلی)، ایجاد اشتغال و در کنار آن، درآمد مستقیم و غیرمستقیم باشد. از سوی دیگر باید در نظر داشت که بسته به تعداد شرکت کنندگان (بازیکنان و تماشاگران)، نوع اشتغال و درآمد قابل تغییر است.

بنابراین با توجه به تاثیر به‌سزایی که رویداد در جذب گردشگر و درآمدزایی اقتصادی برای جامعه میزبان به همراه دارد، بررسی اماکن ورزشی از نقطه نظر زیرساخت، زیباسازی، امنیت، قابلیت دسترسی و ابعاد مورد نیاز برای برگزاری رویدادهای کوچک و بزرگ (چه داخلی و یا بین‌المللی) نیز امری مهم است. توسعه گردشگری ورزشی

کشور و میزبانی رویدادهای مهم ورزشی بستگی به استراتژی و طرح‌های راهبردی دارد که کشور آن را در مناطق برگزاری رویداد ورزشی پیاده‌سازی کند. بنابراین باید با توجه به منطقه هدف و نوع رویدادهای ورزشی، محیطی مناسب در نظر گرفته شود که بتواند مکانی مناسب برای برگزاری رویداد باشد. توسعه گردشگری ورزشی و برگزاری رویداد در یک منطقه از مسائل مهمی است که باید برنامه‌ریزان بر آن تمرکز کنند تا درآمدزایی و ایجاد اشتغال نموده و بتوان به آن به عنوان یک منبع کسب و کار نگریست. همچنین بررسی انگیزه‌های مسافران اهمیت زیادی دارد و می‌تواند راهنمایی برای برنامه‌ریزان در جهت تجهیز و مهیاسازی مقصد باشد. بدیهی است که رضایت گردشگران تاثیر چشمگیری بر تبلیغات مثبت و جذب هر چه بیشتر گردشگران در آینده خواهد داشت. تأمین انتظارات گردشگران یا برآورده ساختن خواسته‌های گردشگران و آسایش آنها، خود نیز به شناخت و معرفی جاذبه‌های طبیعی، ورزشی و فرهنگی این مرز و بوم به جهانیان کمک خواهد کرد و گردشگران بعد از رویداد نه تنها تبلیغ مثبتی خواهند داشت، بلکه مجدداً این مکان برگزاری رویداد را در سفرهای آینده خود قرار خواهند داد. جویبار، شهرستانی کوچک اما مهد کشتی مردم ایران زمین است که علی‌رغم داشتن پتانسیل‌های طبیعی ورزشی و گردشگری بسیار، اما در مقایسه با مناطق مشابه خود در جهان، آنگونه که می‌بایست نتوانسته است از این پتانسیل‌ها بهره‌برداری کند. بنابراین برنامه‌ریزان رویدادهای ورزشی باید به این امر توجه نمایند که چه عواملی در اماکن ورزشی برگزاری رویدادهای ورزشی در اولویت هستند که آن را در مکان‌های برگزاری رویداد در ایران پیاده نمایند. استان مازندران و بالاخص جویبار از مناطق خوش آب و هوا، غنی از منابع و مناظر طبیعی است. شهرستان جویبار از نظر تنوع اقلیمی، توپوگرافی، هم‌جواری با دریا، با وجود وسعت کوچک می‌تواند مکانی مناسب برای میزبانی رویدادهای بین‌المللی باشد، به شرط آنکه در زمینه زیرساخت‌های گردشگری ورزشی، در این منطقه اقدامات لازم صورت پذیرد. بنابراین با مدیریت بهینه فضاها و محیط‌های ورزشی موجود و پرورش نیروی انسانی می‌توان آینده‌ای روشن همچون مهدهای کشتی جهان برای جویبار در نظر گرفت. برنامه‌ریزان مدیریت ورزشی و گردشگری در کشور باید با طراحی استراتژی

صداقتی، پریسا؛ همتی نژاد، مهرعلی؛ محرم زاده، مهرداد (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر توسعه توریسم ورزشی، نخستین همایش منطقه ای تربیت بدنی دانشگاه کردستان.

صداقتی، پریسا (۱۳۸۸). برگزاری رویدادهای ورزشی با محوریت توریسم ورزشی، سیزدهمین همایش علمی دانشجویان تربیت بدنی و علوم ورزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه گیلان (آذرماه).

قیامی‌راد، امیر؛ محرم‌زاده، مهرداد (۱۳۸۷). بررسی تطبیقی نقش عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری ورزشی از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش کشور ایران و استرالیا. نشریه حرکت. شماره ۳۵. صص ۷.

متقی‌طلب، محمد (۱۳۸۶). بررسی راه‌های توسعه‌ی گردشگری ورزشی در استان گیلان. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. دانشگاه گیلان.

مراسلی، عزیز (۱۳۷۴). تخمین توابع عرضه و تقاضای توریسم خارجی در ایران. دکتر مجید کرمانی. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. دانشگاه تربیت مدرس تهران.

معین‌فرد، محمدرضا (۱۳۸۷). وضعیت صنعت گردشگری ورزشی ایران و ارائه‌ی الگوی توسعه‌ی آن. رساله دکتری. دانشگاه تربیت معلم تهران.

رضائی، ناصر (۱۳۹۴). رویدادهای گردشگری در سال ۲۰۱۴. پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، UNWTO Tourism Highlight ۲۰۱۵ Edition.

هنرور، افشار (۱۳۸۳). عوامل مؤثر بر گردشگری ناشی از برگزاری رویدادهای ورزشی بین‌المللی در کشور از دیدگاه مدیران و دست‌اندرکاران ورزش و مدیران گردشگری.

پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. دانشگاه تربیت معلم تهران.

هنرور، افشار؛ غفوری، فرزاد؛ فرزاد، فرزاد؛ شریفیان، اسماعیل (۱۳۸۶). عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران. فصلنامه المپیک. سال ۱۵. شماره ۴. صص ۴۰.

Alipour Eshliki, Sajad & Kaboudi, Mahdi (۲۰۱۱). *Community Perception of Tourism Impacts and Their Participation in Tourism Planning: A Case Study of Ramsar, Iran, ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies, Savoy Homann Bidakara Bandung Hotel, Bandung, Indonesia, ۱۵-۱۷June ۲۰۱۱, pp ۳۳۳-۳۴۱.* (Persian)

مناسب در حوزه گردشگری و ورزش، با همکاری و هماهنگی دو سازمان گردشگری و ورزش جوانان، در برگزاری فعالیت‌ها و المپیادهای ورزشی برنامه‌ای را پیاده نمایند تا با داشتن اماکن ورزشی مناسب و مساعد به استقبال رویدادهای ورزشی بروند. این اقدامات علاوه بر درآمدزایی برای شهرستان جویبار، باعث افزایش انگیزه، میل و رغبت مردم منطقه به این رشته ورزشی شده و مردم این منطقه خود نیز میزبان‌های خوبی برای گردشگران داخلی و خارجی خواهند بود. این امر خود باعث رونق اقتصادی کشور، منطقه و توسعه گردشگری ورزشی خواهد شد.

منابع:

ابوالقاسم تبارگنجی، مه‌ری (۱۳۸۸). شناسایی توانمندی‌های گردشگری ورزشی استان مازندران. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. دانشگاه پیام نور مرکز تهران.

ادبی‌فیروزجاه، جواد (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری کشور با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. دانشگاه تربیت مدرس تهران.

اسدی، نوین؛ سجادی، سیدنصرالله؛ گودرزی، محمود و مرادی، آرادم (۱۳۹۴). تعیین شایستگی مدیران رویدادهای ورزشی، نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۷. شماره ۲، صص ۱۵۹-۱۷۴.

اصفهان‌ی، نوشین (۱۳۸۷). تحلیل عوامل مؤثر بر جهانگردی ورزشی ایران و ارائه‌ی مدل برنامه‌ریزی استراتژیک. رساله دکتری. دانشگاه تربیت مدرس تهران

ایمانی خوشخو، محمدحسین؛ علی‌زاده، ولی‌الله (۱۳۹۴). اقتصاد و سیاست گذاری گردشگری، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.

راسخی، سعید؛ کریمی پتانل، سعید؛ حسینی، سپیده. (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر تراکم گردشگری در کشورهای در حال توسعه ی منتخب. مجله ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ی ۸، صص ۶۹-۸۶.

رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۸۰). نگرشی کوتاه بر جهانگردی و توسعه‌ی آن در ایران. نشریه جهان‌هوانوردی و گردشگری. شماره ۵۱. صص ۵.

صداقتی پریسا (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه توریسم ورزشی در استان آذربایجان شرقی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شمال.



- Kozak, M. (۲۰۰۵). "Comparative analysis of Tourism motivation by nationality and destination". *Tourism management* ۲۳, pp ۲۲-۲۳۲.
- Molina, Martinez. Ruben, Ochoa Galvan. Melissa, Gil Lafuente. Ana, Maria (۲۰۱۴). *Public Policies and Tourism Marketing An analysis of the competitiveness on tourism in Morelia, Mexico and Alcalá de Henares, Spain*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, ۱۴۸, ۱۴۶-۱۵۲
- Monavari, s. m. (۲۰۱۳). *Delphi based strategic planning for tourism management*. *Environ study*, ۴۶۵-۴۷۳.
- Nair. (۲۰۱۴). *Redefining rural tourism in malaysia: a conceptual perspective*. *Asia Pacific journal of tourism research*.
- Preuss, Holdgerp. (۲۰۰۴). *"The Economics of Staging the Olympics A Comparison of the Game ۱۹۷۲-۲۰۰۸"*. publisher : Edward Elgar pub.
- Schwab, Klaus. Hagemann Snabe, Jim . Barth Eide, Espen. Blanke, Jennifer. Moavenzadeh, John Margareta. Drzeniek, Hanouz (۲۰۱۵). *The Travel & Tourism Competitiveness Report ۲۰۱۵ Growth through Shocks*. the World Economic.
- Swart, Kamilla. & Bob, Urmilla. (۲۰۰۷). *"The Eluding Link: Toward Developing a National Sport Tourism Strategy in South Africa Beyond ۲۰۱۰"*. *Politikon*, ۳۴(۳). Pages ۳۷۳-۳۹۱.
- UNWTO Tourism Highlights, (۲۰۱۲) EDITION, <http://mkt.unwto.org/en/barometer>.
<https://fa.wikipedia.org/wiki/%DA%AF%D8%B1%D8%AF%D8%B4%DA%AF%D8%B1%DB%AC>
- World Tourism Organization UNWTO (۲۰۱۵). *Why tourism? Tourism an economic and social phenomenon*. <http://www.unwto.org/content/why-tourism>.
- Ehsan, Nohtani. Shahram, Yazdani. Vahid, Keikha (۲۰۱۵). *The Effect of Local Sports on Tourism Development in Chabahar City Iran*. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, ISSN: ۲۰۹۰-۴۲۷۴. Douai Sport Council (۲۰۱۶), Economic Impact of sport in Dubai.
- Funk, Daniel C. & Bruun, Tennille J. (۲۰۰۷). *"The Role of Socio-psychological and Culture-Education Motives in Market International Sport Tourism: A Cross-Cultural Perspective"*. *Tourism Management* ۲۸. Pages ۸۰۶-۸۱۹.
- García Melón, Mónica. Gómez Navarro, Tomás. Acuña Dutra, Silvia (۲۰۱۲). *A combined ANP delphi approach to evaluate sustainable tourism*. *Environmental Impact Assessment Review* ۳۴ (۲۰۱۲), pp ۴۱-۵۰.
- Gibson, H. J. (۱۹۹۸). "Sport tourism: a critical analysis of research". *Sport Management Review* ۱:۱. Pages ۴۵-۷۶.
- Getz, D. (۱۹۹۸). *"Trends, Strategies and Issues in Sport - Event Tourism"*. *Sport Marketing Quarterly* ۷(۲), Pages ۸-۱۳
- Kennelly, Millicent. Toohey, Kristine (۲۰۱۴). *Strategic alliances in sport tourism: National sport organisations and sport tour operators*. *Sport Management Review*, Volume ۱۷, Issue ۴, Pages ۴۰۷-۴۱۸
- Kuang, Hsu Tzu. Yi Fan, Tsai, Herg, Huey Wu (۲۰۰۹). *The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan*. *Tourism management* ۳۰ ۲۸۸-۲۹۷.
- Lloyd, David G. (۲۰۱۵). *Tourism, Sport and Events ۲۰۱۵*. University of Souft Australia .
- Liu, Chui Hua. Tzeng, Gwo Hshiang. Lee, Ming Huei. Lee, Po Yen (۲۰۱۳). *Improving metro airport connection service for tourism development: Using hybrid MCDM models*, *Tourism Management Perspectives* ۶ (۲۰۱۳), pp ۹۵-۱۰۷.