

بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی سواحل چابهار

معصومه حافظرضازاده^{۱*}، سید عبدالله داودی^۲، اسماعیل حسین زهی^۳

۱- گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران

۲- گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران

۳- گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران

چکیده

بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات جمعی، فعالیت گردشگری و توریست را در جهان با تحول عظیمی رو به رو ساخت و باعث شده این فعالیت به عنوان یکی از مهم ترین عوامل درآمد کشورها محسوب شود و به عنوان یک فعالیت بین المللی و تولیدکننده در دنیا به حساب آید. در واقع فناوری اطلاعات و ارتباطات رابطه ناگسستنی با فعالیت گردشگری دارد. در این راستا هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی سواحل چابهار می باشد. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی، تحلیلی و استنباطی می باشد، که با بهره گیری از مبانی نظری و اخذ نظرات کارشناسان از طریق روش دلفی، با استفاده از آزمون مدل AHP به بررسی آن پرداخته شده است. نتایج به دست آمده از مدل AHP جهت اولویت بندی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی نشان داد که شاخص (معرفی توانایی بالقوه و بالفعل سواحل) در رتبه اول و شاخص (ایجاد اشتغال در زمینه گردشگری ورزشی) در رتبه آخر قرار می گیرد.

کلید واژه: صنعت گردشگری، فناوری اطلاعات، سواحل، چابهار

*- نویسنده مسئول

مقدمه

گردشگری، یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های جهان معاصر به شمار می‌رود. بر اساس گزارش WTO، تعداد گردشگران جهان سالیانه ۴/۳ درصد رشد دارد و در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر می‌رسد. در همین زمان هزینه‌های گردشگران در سرتاسر جهان در هر سال ۶/۷ درصد رشد دارد و به ۲ تریلیون دلار می‌رسد (World Tourism Organization, 2001). گردشگری را می‌توان به زیر مجموعه‌هایی مانند گردشگری تفریحی، گردشگری درمانی، گردشگری فرهنگی، گردشگری اجتماعی، گردشگری ورزشی، گردشگری مذهبی و گردشگری تجاری و سیاسی تقسیم کرد. گردشگر ورزشی، بازدید کننده‌ای موقتی است که حداقل ۲۴ ساعت در محل رویداد اقامت می‌کند و هدف اصلی او شرکت در یک رویداد ورزشی است و در عین حال، جذابیت‌های ثانویه‌ای نیز ممکن است و برای او وجود داشته باشد. در کشورهای صنعتی، گردشگری به عنوان یک مجموعه کل بین ۴ تا ۶ درصد تولید ناخالص داخلی (GDP) را تولید می‌کند و گردشگری ورزشی بین ۱ تا ۲ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) را شامل می‌شود، اگر چه اندازه‌گیری‌های تأثیر ورزش و گردشگری در کل جهان مشکل است، با وجود این، نرخ رشد صنعت گردشگری ورزشی حدود ۱۰ درصد در سال برآورده می‌شود (Hudsons, 2003).

موضوع مسافرت مردم برای شرکت یا تماشای ورزش به بازی‌های المپیک باستان بر می‌گردد، درست از زمانی که مردم از نقاط مختلف برای تماشای رقابت قهرمانان‌شان در کوه المپیا دور هم جمع می‌شدند. اما بحث گردشگری ورزشی یکی از حوزه‌های جدید تحقیقی در ده سال گذشته است. بعضی از کشورهای شمال آفریقا همانند مراکش، تونس، مصر و دیگر کشورهای قاره همانند کنیا و آفریقای جنوبی، با استفاده از فرصت‌های موجود برای بهره‌برداری از گردشگری ورزشی متکی بر جاذبه‌های طبیعی ورزشی، مدت زمان، فصل و درآمد حاصل از گردشگری را به مقدار چشمگیری افزایش داده‌اند (Cave and Leader, 2003).

از طرفی، سواحل دریا با دارا بودن جاذبه‌های خاص طبیعی و همچنین نقطه تلاقی دو محیط جغرافیایی ناهمسان خشکی و آب، از دیرباز مورد توجه انسان‌ها به ویژه گردشگران بوده است (سنایی، ۱۳۷۸). پژوهش‌ها نشان داده است که منابع دریایی و ساحلی، دومین جاذبه مهم در گردشگری بشمار می‌آید (هنرور و همکاران، ۱۳۸۶). در کشور ایران نیز، دو نوار شمالی و جنوبی ایران، دارای دو هزار کیلومتر مرز ساحلی است. شهرستان چابهار واقع در سواحل مکران به سبب قرار گرفتن در نزدیکی منطقه استوایی، از تغییرات دمای اندکی در فصول مختلف سال برخوردار است. بندر چابهار دارای بهترین کرانه اقیانوسی کشور و معتدل‌ترین هوای جنوب کشور است. گل افشان‌ها، مساجد زیبای محلی، بافت سنتی و زندگی دیدنی بلوچ‌ها با کپه‌های خود، درخت انجیر معابد و آثار فراوان تاریخی از جمله جاذبه‌های توریستی این بندر زیبا هستند. اما به غیر از این جاذبه‌ها چابهار نیز دارای سواحل صخره‌ای و زیبا می‌باشد که محل بسیار مناسبی برای بسیاری از ورزشکاران می‌باشد و هر سال گردشگران زیادی را در سطح ملی و بین‌المللی به سوی خود می‌کشاند. در این راستا، یکی از مواردی که در توسعه صنعت گردشگری سواحل چابهار موثر است، فناوری اطلاعات می‌باشد. امروزه توسعه فناوری اطلاعات و فضای مجازی بر حوزه‌های مختلف کسب و کار و زندگی بشر امروزی اثر داشته است و باعث تحول سریع و تسهیل امور را با ایجاد بسترهای یکپارچه فراهم نموده است. امروزه نیز در عرصه توریسم، فناوری اطلاعات به عنوان یکی از ارکان اساسی نقش تعیین‌کننده‌ای در توان ظرفیت شناسی شهرها را دارد. در واقع فناوری اطلاعات توانایی صنعت را در امر توسعه، مدیریت و بازاریابی محصولات گردشگری مناسب به صورت جهانی مشخص می‌کند. بنابراین استفاده بهینه از فضای مجازی برای رقابت و موفقیت فعالیت گردشگری و زیر مجموعه آن ضروری می‌باشد. در این راستا هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی سواحل چابهار می‌باشد. در راستای هدف پژوهش سؤال زیر مورد بررسی و کنکاش قرار خواهد گرفت:

❖ کدام یک از شاخص‌های تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی سواحل چابهار در اولویت قرار دارد؟

پیشینه پژوهش

آخوندزاده و همکاران در سال ۱۳۹۰ در مقاله‌ای تحت عنوان، نقش ورزش‌های آبی در توسعه گردشگری ساحلی (مطالعه موردی: نواحی ساحلی شهرستان بابلسر) به این نتایج رسیدند، که بین توانمندی‌های سواحل بابلسر با توسعه صنعت

گردشگری ورزشی رابطه معنی‌داری وجود دارد اما متأسفانه با توجه به پتانسیل‌های بالای این شهر زمینه‌های گردشگری ساحلی هنوز فراهم نشده است. علی‌قلی‌زاده فیروزجانی در سال ۱۳۹۱ در مقاله‌ای تحت عنوان ضرورت و اهمیت توسعه گردشگری در سواحل مکران (مطالعه موردی: شهرستان چابهار) به این نتایج رسیدند که، شهرستان چابهار به دلیل جاذبه‌های طبیعی فراوان قابلیت فراوانی برای تبدیل شدن به قطب گردشگری را دارا می‌باشد. و تاکنون از این قابلیت‌ها استفاده بهینه به عمل نیامده است. فلاحی و همکاران در سال ۱۳۹۱ در مقاله‌ای تحت عنوان، بررسی جاذبه‌های طبیعی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان به این نتایج رسیدند که، بین دیدگاه سه گروه مورد مطالعه از نظر رتبه‌بندی، جاذبه‌های طبیعی، ورزشی بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان تفاوت معناداری وجود نداشت. همچنین از میان جاذبه‌های طبیعی ورزشی استان کردستان برای توسعه گردشگری، جاذبه‌های مرتبط به کوهنوردی و غانوردی و جابه‌های مرتبط با ورزش‌های زمستانی به ترتیب در اولویت اول و دوم و جاذبه‌های مربوط به تپه نوری و طبیعت گردی در اولویت آخر قرار داشتند. غفوری و همکاران در سال ۱۳۹۲ در مقاله‌ای تحت عنوان عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزشی‌های آبی در شهر-های ساحلی مازندران به این نتیجه رسیدند که، در میان عامل‌های مهم مورد بررسی مهم‌ترین عامل تبلیغات و بازاریابی است و بعد از آن عامل مدیریت قرار دارد که به نظر می‌رسد موثرترین عوامل در جذب گردشگر و توسعه گردشگری ورزشی‌های آبی است.

مبانی نظری

گردشگری

بر اساس چهار دهه تحقیقات بانک جهان، گردشگری به عنوان اهرمی قدرتمند در الگو واژه توسعه مورد تایید قرار گرفته است، به طوری که مروری بر مبانی نظری صنعت گردشگری، نقش این صنعت را به عنوان عاملی تاثیر گذار بر توسعه نشان می‌دهد. گردشگری مجموع پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت‌ها و جوامع میزبان، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی، در فرایند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدید کنندگان است. توریسم واژه ای فرانسوی از کلمه Tour گرفته شده است که در زبان فارسی به معنای پیمودن، سیر کردن و گردش نمودن به کار گرفته شده است (محلای، ۱۳۸۰). از زمان نوشته شدن اولین کتاب در زمینه گردشگری، تحت عنوان کتاب راهنمای گردشگری در سال ۱۷۷۸ به وسیله توماس نوگت بیشتر از ۲۰۰ سال می‌گذرد. در واقع صنعت گردشگری را باید پدیده‌ای تقریباً نو دانست که آثار آن به اوایل قرن نوزدهم میلادی بر می‌گردد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶). سازمان جهانی جهانگردی با فعالیت‌های افراد را که با نیت گذراندن اوقات فراغت، تفریح، خرید و... در کمتر از یک سال در خارج از محیط عادی زندگی فرد صورت می‌گیرد، توریسم می‌نامند. که امروزه این صنعت از مهم‌ترین فعالیت‌های اختصاص دهد. به همین اساس می‌توان گفت گردشگری به منزله یک عامل مهم در ایجاد اشتغال، سرمایه‌گذاری و توسعه‌ی منطقه‌ای و یک عامل ایجاد انگیزش در اقتصاد عمومی تلقی می‌شود (الیوت، ۱۳۷۹). گردشگری عبارت است از عمل جابه‌جائی به خارج از جامعه برای تفریح برای انجام کار روزمره اما در تعریف جهانگردی آمده است: جهانگرد کسی است که حداقل کار روزمره اما در تعریف جهانگردی آمده است: جهانگرد کسی است که حداقل یک شب در یک اقامتگاه عمومی یا خصوصی در محل مورد بازدید به سر می‌برد اما گردشگر یک روزه کسی است که در یک اقامتگاه عمومی یا خصوصی در محل مورد بازدید به سر نمی‌برد (چاگ وای، ۱۳۸۲).

مفهوم گردشگری ورزشی

برخی از جهانگردان برای رهایی از زندگی یکنواخت سراسر کار و مشغله خود در جست و جوی زمان و مکانی هستند تا ملزم به انجام تمرینات ورزشی شوند. عده‌ای نیز برای بازدید از رویدادها و مسابقات ورزشی عزم سفر می‌کنند و به دیدار نقاطی می‌روند که از امکانات ورزشی خاص برخوردار باشند.

توریسم ورزشی قدمتی طولانی دارد و برخی از کشورها از طریق توریسم ورزشی درآمد سرشاری را کسب می‌کنند.

توریسم ورزشی از سه گروه عمده تشکیل می‌شود:

اول) افرادی که خود به طور فعال در عملیات ورزشی شرکت می‌کنند؛

برای ارزیابی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی سواحل شهر چابهار زیر دنبال شده است:

- اصل ترسیم درخت سلسله مراتبی
- اصل تعیین و تدوین اولویت‌ها
- اصل سازگاری منطقی قضاوت‌ها
- ایجاد ساختار سلسله مراتبی

ابتدا مسئله مورد بررسی به یک ساختار سلسله مراتبی تبدیل شده که شامل یک سلسله مراتب سه سطحی یعنی هدف، معیارها و گزینه‌ها می‌گردد. در مرحله اول همانطور که در جدول (۱) مشاهده می‌شود؛ تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی سواحل شهر چابهار الویت‌بندی و مشخص می‌شود.

جدول (۱): شاخص‌های تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی

گزینه‌ها	معیارها
شناسایی و معرفی ویژگی‌ها و جذابیت‌های سواحل	A
معرفی توانایی بالقوه و بالفعل سواحل	B
ایجاد اشتغال در زمینه گردشگری ورزشی	C
رشد سرمایه‌گذاری در حوزه توریسم ورزشی	D

منبع: نتایج تحقیق

مقایسات زوجی

مقایسه دو به دو با استفاده از مقیاسی که از ترجیح یکسان تا بی‌اندازه مرجح طراحی شده است انجام می‌گیرد. برای پر کردن این ماتریس، از مقیاس ۱ تا ۹ استفاده می‌شود تا اهمیت نسبی هر عنصر نسبت به عناصر دیگر مشخص شود. تجربه نشان داده است که استفاده از ۱،۹ تا ۹ تصمیم گیرنده را قادر می‌سازد تا مقایسات را به گونه‌ای مطلوب انجام دهد.

جدول (۲): مقیاس ۹ کمیته ساعتی برای مقایسه دو دوئی گزینه‌ها

امتیاز(شدت ارجحیت)	۱	۳	۵	۷	۹	۲ و ۴ و ۶ و ۸
تعریف	ترجیح یکسان	کمی مرجح	ترجیح بیشتر	ترجیح خیلی بیشتر	کاملاً	ترجیحات بینابین (وقتی حالت‌های میانه وجود دارد)

منبع: نتایج تحقیق

ماتریس زوجی (دو به دوئی) شاخص‌ها به صورت زیر به دست آمده است:

جدول (۳): ماتریس زوجی شاخص‌ها

شاخص‌ها	A	B	C	D
A	1	2.1	3	2
B	3.2	1	2	4.2
C	1.4	1.5	1	1.4
D	2	2.1	2.1	1
Σ	7.6	6.7	8.1	8.6

منبع: نتایج تحقیق

تعیین اولویت‌ها

برای تعیین اولویت‌ها از مفهوم بهنجارسازی و میانگین موزون استفاده می‌گردد که در آن مقدار بهنجار است. پس از تشکیل ماتریس مقایسات زوجی برای شاخص‌ها، مقادیر آن را به هنجار می‌کنیم برای این منظور، مقدار هر ماتریس را به جمع ستون

مربوطه تقسیم می‌کنیم. پس از تشکیل ماتریس بهنجار، میانگین هر سطر (عامل) را محاسبه کرده و اولویت یا درجه اهمیت عوامل بدست می‌آید. اولویت‌های بدست آمده در ستون «وزن» جدول زیر نشان داده شده‌اند.

جدول (۴): ماتریس به‌هنجار شده مقایسات زوجی شاخص‌ها و وزن‌های نسبی

شاخص‌ها	A	B	C	D
A	0.131	0.313	0.370	0.232
B	0.421	0.149	0.246	0.488
C	0.184	0.223	0.123	0.162
D	0.263	0.313	0.259	0.116

منبع: نتایج تحقیق

اصل سازگاری منطقی فضاوت‌ها

نرخ سازگاری، شاخصی است که سازگاری مقایسه‌ها را مشخص می‌کند و هرچه به صفر نزدیکتر باشد سازگاری مقایسه‌های زوجی بیشتر است. این نرخ نشان می‌دهد که تا چه اندازه می‌توان به اولویت‌های حاصل از اعضای گروه و یا اولویت‌های جدول-های ترکیبی اعتماد کرد. در این مرحله باید نرخ ناسازگاری محاسبه شود تا مشخص شود که آیا بین مقایسات زوجی ما سازگاری وجود دارد یا خیر. در اینجا فقط نرخ ناسازگاری را برای مقایسات زوجی شاخص‌ها حساب می‌کنیم عملیات مشابهی برای گزینه‌ها از نظر هر شاخص باید انجام شود. نرخ ناسازگاری I.R. از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$I..R. = \frac{I..I.}{I..I..R.}$$

نرخ ناسازگاری (I.R.): از جدول (۵) زیر استخراج می‌شود:

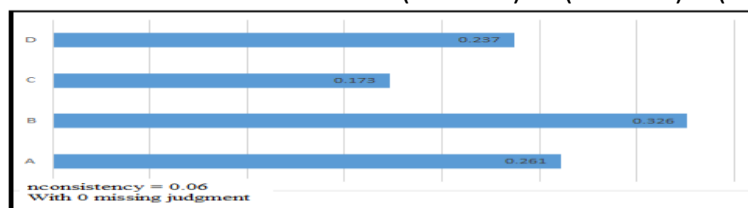
جدول (۵): جدول استاندارد محاسبه نرخ ناسازگاری

N	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
I..I..R	۰	۰	۰/۵۸	۰/۹	۱/۱۲	۱/۲۴	۱/۳۲	۱/۴۱	۱/۴۵	۱/۴۵

منبع: نتایج تحقیق

بنابراین طبق محاسبات انجام گرفته در نرم‌افزار Expert Choice، نرخ ناسازگاری در پژوهش موجود ۰/۰۶ می‌باشد. از آنجا که $IR = 0.06$ کوچک‌تر از ۰/۱ است، پس در مقایسات زوجی، سازگاری قابل قبولی وجود دارد.

D (L: 0.237) A (L: 0.261) B (L: 0.326) C (L: 0.173)



شکل (۲): نتایج حاصل از تحلیل سلسله مراتبی با استفاده از نرم افزار Expert choice، منبع: نتایج تحقیق

جدول (۶): رتبه بندی نهایی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی

اولویت	شاخص مورد نظر	وزن معیار	رتبه
A	شناسایی و معرفی ویژگی‌ها و جذابیت‌های سواحل	۰,۲۶۱	۳
B	معرفی توانایی بالقوه و بالفعل سواحل	۰,۳۲۶	۱
C	ایجاد اشتغال در زمینه گردشگری ورزشی	۰,۱۷۳	۴
D	رشد سرمایه‌گذاری در حوزه توریسم ورزشی	۰,۲۳۷	۲

منبع: نتایج تحقیق

نتایج به دست آمده از مدل AHP، جهت اولویت‌بندی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی را به این صورت $B > D > A > C$ نشان می‌دهد. بنابراین شاخص B (معرفی توانایی بالقوه و بالفعل سواحل) در رتبه ۱، شاخص D (رشد سرمایه‌گذاری در حوزه توریسم ورزشی) در رتبه ۲، شاخص A (شناسایی و معرفی ویژگی‌ها و جذابیت‌های سواحل) در رتبه ۳، شاخص C (ایجاد اشتغال در زمینه گردشگری ورزشی) در رتبه ۴ قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری

امروزه توسعه فناوری اطلاعات و فضای مجازی بر حوزه‌های مختلف کسب و کار و زندگی بشر امروزی اثر داشته است و باعث تحول سریع و تسهیل امور را با ایجاد بسترهای یکپارچه فراهم نموده است. امروزه نیز در عرصه توریسم، فناوری اطلاعات به عنوان یکی از ارکان اساسی نقش تعیین‌کننده‌ای در توان ظرفیت‌شناسی شهرها را دارد. در واقع فناوری اطلاعات توانایی صنعت را در امر توسعه، مدیریت و بازاریابی محصولات گردشگری مناسب به صورت جهانی مشخص می‌کند. بنابراین استفاده بهینه از فناوری اطلاعات برای رقابت و موفقیت فعالیت گردشگری ورزشی در سواحل و زیر مجموعه آن ضروری می‌باشد.

در این راستا هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی سواحل چابهار می‌باشد. نتایج به دست آمده از مدل AHP، جهت اولویت‌بندی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری ورزشی را به این صورت $B > D > A > C$ نشان می‌دهد. بنابراین شاخص B (معرفی توانایی بالقوه و بالفعل سواحل) در رتبه ۱، شاخص D (رشد سرمایه‌گذاری در حوزه توریسم ورزشی) در رتبه ۲، شاخص A (شناسایی و معرفی ویژگی‌ها و جذابیت‌های سواحل) در رتبه ۳، شاخص C (ایجاد اشتغال در زمینه گردشگری ورزشی) در رتبه ۴ قرار می‌گیرد. در واقع از نتایج می‌توان این گونه برداشت نمود، فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه گردشگری ورزشی سواحل شهر چابهار وابسته هم هستند. سازمان‌های گردشگری و جهانگردی از طریق توسعه بازاریابی به وسیله امتیازات وسایل ارتباطی می‌توانند به عملکرد بالاتری دست یابند. فناوری اطلاعات و ارتباطات ابزارهایی را ایجاد می‌کنند که باعث تکامل عرضه و تقاضای جهانگردی از طریق تسهیل ارایه نیاز-های موجود می‌شود.

منابع

۱. آخوندزاده، طاهره، (۱۳۹۳)، بررسی نقش ورزش‌های آبی در توسعه گردشگری ساحلی (مطالعه موردی: نواحی ساحلی شهرستان بابلسر)، همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی و چشم انداز آینده.
۲. پاپلی یزدی، محمد حسین، سقایی، مهدی، (۱۳۸۶)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران، چاپ دوم.
۳. چاگ وای، گی، (۱۳۸۲)، جهانگردی از چشم انداز جامع، ترجمه محمد علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
۴. سنایی، وحی، (۱۳۷۸)، توسعه پایدار و گردشگری، ماهنامه تخصصی بازاریابی، شماره ۴.
۵. علیقلی زاده فیروزجایی، ناصر، (۱۳۹۱)، ضرورت و اهمیت توسعه گردشگری در سواحل مکران (مطالعه موردی شهرستان چابهار)، اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران.
۶. غفوری، فرزاد. هنرور، افشار. نعمت پور، رفیعه، (۱۳۹۲)، عوامل موثر در توسعه گردشگری ورزش‌های آبی در شهرهای ساحلی مازندران. دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، پیاپی ۳.
۷. فلاحی، احمد. حسنی، احسان، کروی، مهدی، (۱۳۹۱)، بررسی جاذبه‌های طبیعی موثر بر توسعه گردشگری ورزشی استان کردستان. مطالعات مدیریت ورزشی، ۵ (۱۷).
۸. محلاتی، صلاح الدین، (۱۳۸۰)، درآمدی بر جهانگردی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۹. هنرور، افشار، غفوری، فرزاد، فزان، فرزم. شریفیان، اسماعیل، (۱۳۸۶)، عوامل مهم در بازاریابی گردشگری ورزشی در ایران. فصلنامه المپیک، سال پانزدهم. شماره ۴.
۱۰. البیوت، جیمز، (۱۳۷۹)، مدیریت توریسم، ترجمه مهدی جمشیدیان و اکبر مهدی پور عطاآبادی، انتشارات مانی، اصفهان، چاپ اول.
11. Cave, P. Leader, C., (2003). Sport Tourism: The case for a local Approach in Africa, Second Africans on peace Trough Tourism.

12. Chalipl. & B.C.Green (2001). Leveraging large sports events for tourism: Lessons learned from. The Sydney Olympics. Supplemental proceedings of the travel and tourism. Research association 32nd annual conference, Fort Myers, FL, June 10-13, 2001.
13. Dolnicar, S. (2003). Who is riding the wave? An investigation into development and psychographic characteristics of surf Tourists. Coffs Harbour, Australia.
14. Gammon, S., & Robinson, T. (1997). Sport and Tourism: a conceptual framework. *Journal of Sport Tourism*. 4, 3, PP: 8-24.
15. Hartzel, J. (1994). National Survey Shows Who's Going to the Olympic Games and How They'll Get There. Atlanta, GA: World Travel Partners.
16. Hinch, T.; J. Higham (2003). Sport tourism development Channel View Publication. UK.
17. Hudsons, S., (2003). Sport and Adventure Tourism, the Haworth Press.
18. World Tourism Organization (WTO), (2001), Sport and Tourism Shaping.