

توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر مناطق پنهان

لیلا مرتضائی*^۱، معصومه کلاته سیفیری^۲

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران

۲. دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران

تاریخ دریافت: (۹۷/۰۵/۲۶) تاریخ پذیرش: (۹۸/۰۲/۱۸)

Sports tourism development with an emphasis on hidden areas

Leila Mortezaee*¹, Masoumeh Kalate Seifari²

1. PHD Student Sport Management, Mazandaran University

2. Associate Professor Sport Management, Mazandaran University

Received: (17 August 2018)

Accepted: (18 May 2019)

Abstract

Sport tourism is the most important part of the tourism industry. The purpose of this research is to design a model for developing sport tourism in hidden areas which was used by qualitative research method. In this study, using a glaser approach the grounded theory methodology, a profound interview was carried out with 16 experts specializing in sports and sports tourism management. The results of the analysis of interviews and coding showed The socio-cultural role of the local and regional community, the role of government policies, the geographical features of the region, the characteristics of tourists, the general and sporting features of the hidden areas, and the role of the responsible organizations have a lot of impact on sport tourism development of Hidden areas and Income, employment, social welfare and the promotion of culture were introduced as development outcomes. Currently, our country does not have good performance in the field of sports tourism, especially the hidden areas. Therefore, if we develop in this field, communications will be strengthened politically. It also has positive cultural exchanges and the promotion of the culture and tradition of hidden areas and Introducing the brand in different areas will bring many positive social effects to our country. Finally, proposals was presented for the development of sports tourism in hidden areas.

Keywords

Sports tourism, Hidden areas, Income, Geographic features of areas

چکیده

گردشگری ورزشی مهم‌ترین بخش توسعه یافته‌ی صنعت گردشگری است. هدف از این تحقیق طراحی مدل توسعه‌ی گردشگری ورزشی مناطق پنهان است که با روش تحقیق کیفی انجام گرفت. در این پژوهش با استفاده از رویکرد ظاهرشونده (گلایزر)، در روش شناسی نظریه داده بنیاد، با ۱۶ نفر خبره و متخصص در زمینه مدیریت ورزشی و گردشگری ورزشی، مصاحبه‌ی عمیق صورت گرفت. نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها و کدگذاری نشان داد که نقش فرهنگی-اجتماعی جامعه‌ی محلی و منطقه، نقش سیاست‌های دولتی، ویژگی‌های جغرافیایی منطقه، ویژگی‌های گردشگران، ویژگی‌های عمومی و ورزشی مناطق پنهان و نقش سازمان‌های مسئول مناطق پنهان در توسعه گردشگری ورزشی مناطق پنهان تاثیر فراوانی دارد و درآمدزایی، اشتغال‌زایی، رفاه اجتماعی و ترویج فرهنگ به عنوان پیامدهای توسعه معرفی شد. در حال حاضر کشور ما در زمینه‌ی گردشگری ورزشی بالاخص مناطق پنهان، عملکرد خوبی ندارد؛ همچنین برنامه‌ی مدونی در زمینه‌ی گردشگری ورزشی نداریم. بنابراین اگر در این زمینه توسعه پیدا کنیم از منظر سیاسی، ارتباطات تقویت می‌شوند. همچنین تبادلات فرهنگی مثبت و ترویج فرهنگ و آداب سنتی مناطق پنهان و معرفی برند کشور در حوزه‌های مختلف اثرات اجتماعی مثبت بسیاری برای کشور ما به ارمغان خواهد آورد. در انتها پیشنهادهایی برای توسعه گردشگری ورزشی مناطق پنهان ارائه شد.

کلید واژه‌ها

گردشگری ورزشی، مناطق پنهان، درآمدزایی، ویژگی‌های جغرافیایی مناطق

مقدمه

ورزش یکی از متداولترین عوامل ایجاد انگیزه برای گردشگران است و به دنبال آن، گردشگری ورزشی صنعتی است که از ترکیب دو صنعت گردشگری و صنعت ورزش پدید آمده است. به عبارت دیگر ورزش یکی از فعالیت‌های مهم گردشگران در حین گردشگری است و گردشگری و مسافرت نیز با انواع مختلف ورزش همراه است (محمدپور، ۱۳۹۱). گردشگری یکی از پدیده‌های جهانی است که ترکیب امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را به خوبی نمایش می‌دهد (علی‌اکبری و همکاران، ۱۳۹۷). مزایا و منافع اقتصادی حاصل از گردشگری، جلوه‌های طبیعی و جغرافیایی و ویژگی‌های مفرح آن، بسیار جالب توجه است و ورزش یکی از فعالیت‌های مهم گردشگران در حین گردشگری است. موضوع مسافرت مردم برای شرکت یا تماشای ورزش به بازی‌های المپیک باستان برمی‌گردد، 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 (ادبی فیروزجاه و همکاران، ۱۳۸۸). گردشگری ورزشی یکی از گونه‌های رو به رشد گردشگری است که در آن مسابقات و رویدادهای ورزشی تعداد زیادی از گردشگران را جلب می‌کند (خسروی مهر و همکاران، ۱۳۹۵). گردشگری ورزشی فراتر از یک صنعت، به پدیده‌ای اجتماعی-اقتصادی در سطح جهانی تبدیل شده است. این صنعت سفید بیش از هر زمان دیگر جایگاه خود را به عنوان پدیده‌ای چند بعدی در جوامع بشری باز کرده است و بسیاری از کشورها، با سرمایه‌گذاری فراوان، فواید و اثرات این صنعت را خوب درک کرده و به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، افزایش اشتغال، درآمد، توسعه زیرساخت‌ها، افزایش شهرت و برندسازی مقصد درآورده‌اند (زیتونلی و همکاران، ۱۳۹۰). ورزش به عنوان پدیده‌ای که با رقابت و فعالیت سروکار دارد و گردشگری به عنوان تجربه‌ای شاد و سرگرم‌کننده، دو سیستم ویژه‌ای هستند که رابطه تنگاتنگی با یکدیگر دارند. با توجه به اهمیت و اعتبار این دو مقوله، دست‌اندرکاران و مسئولان بخش ورزش و گردشگری برای رسیدن به اهداف (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) خود به گردشگری ورزشی متوسل شده‌اند (افصح حسینی، ۱۳۸۵). امروزه برخی از کشورها با توجه به قابلیت‌های موجود و استعدادها در کشور خود اقدام به ایجاد مراکز ورزشی کرده‌اند، همانند کشورهای اتریش و سوئیس که به لحاظ شرایط اقلیمی مناسب، میزبان ورزش‌هایی مانند اسکی، هاکی و کوهنوردی، کشور کره در ورزش‌های رزمی به خصوص تکواندو و کشور

ژاپن با برگزاری مسابقات اسکی توانسته‌اند تعداد کثیری از جهانگردان ورزشی را منطقه خود جلب کنند و از این طریق هر ساله درآمد بسیاری را نصیب خود سازند (گیسون، ۲۰۰۶). اقلیم هر منطقه در ترسیم خطوط آینده‌ی توسعه گردشگری تاثیر بسیار مهمی دارد و قابلیت‌های چندگانه‌ی پذیرش گردشگران در نواحی مختلف در طول سال زمینه‌ساز افزایش ظرفیت‌های گردشگری، بالاخص گردشگری ورزشی است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۷). گردشگری در حال حاضر روند رو به رشدی را در مباحث اقتصادی و اجتماعی در کشورهای مختلف دارد؛ از سوی دیگر گردشگری یکی از راه‌های ترویج رفاه برای عموم مردم و کمک به بهبود کیفیت زندگی آنان می‌باشد (ماسکارنهاس و همکاران، ۲۰۱۵) و توجه به آن ضروری است. تمام این امور نشان از اهمیت توسعه گردشگری ورزشی و جذب گردشگران به این واسطه دارد، چرا که رونق اقتصادی، اشاعه‌ی فرهنگ و اشتغال‌زایی را به همراه خواهد داشت. نظریه‌های جدید در زمینه‌ی گردشگری نشان می‌دهد جذابیت‌های گردشگری بر پایه‌ی ورزش در مقایسه با جذابیت‌های فرهنگی، مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بیشتری دارد (پروینی و همکاران، ۱۳۹۶). اشتغال نیروی انسانی در این صنعت فراوان است؛ از این رو توسعه گردشگری در مکان‌های مختلف زمینه‌های ایجاد اشتغال دائم و فصلی و پاره وقت را برای نیروی انسانی با تخصص و آموزش متوسط فراهم می‌آورد و نرخ بیکاری را کاهش می‌دهد (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۶). یکی از شاخص‌های مهم پایداری اقتصادی، بهبود توزیع درآمد است. گردشگری از کانال‌های گوناگونی بر توزیع درآمد موثر است؛ از آنجا که گردشگری صنعتی کاربر و یکی از بهترین راه‌ها برای افزایش اشتغال است، علاوه بر اشتغال مستقیم، زمینه فعالیت‌های دیگر مرتبط با گردشگری را برای افراد بومی فراهم می‌کند و می‌تواند مشکل بیکاری را برای گروه‌های پایین‌درآمدی به نحو موثر برطرف کند و زمینه بهبود توزیع درآمد را فراهم آورد (آلام و پاراماتی، ۲۰۱۶). محققان بیان می‌کنند که میزبانی رویدادهای ورزشی می‌تواند از طریق افزایش و توسعه تصویر مقصد و ایجاد فرصت‌هایی برای درآمد مبتنی بر گردشگری، برای مقاصد گردشگری ورزشی سودمند باشد؛ چه از طریق کسانی که وابسته به رویداد هستند و چه از طریق تماشاگران خارجی که برای دیدن رویداد سفر می‌کنند (پاندر و همکاران، ۲۰۱۸). مهمترین متغیرهایی که

1-Mascarenhas, Margarida, Silva, Rita, & Pereira, Elsa (2015)

1-Alam & Paramati

2- Pounder, Clark & Fenich

موجود در کشورمان بهره برداری نشده است؛ در صورتی که می توان با کمی کارآفرینی، خلاقیت و بازاریابی به مثابه کشورهای پیشرفته در عرصه گردشگری ورزشی، از این مناطق بهترین استفاده را کرد. در حال حاضر ما در کشورمان عملاً گردشگری ورزشی را در حد تعریف هم نداریم و در این زمینه بسیار عقب هستیم در حالی که در دنیا تورهای ورزشی طبیعت‌گردی یک بعد و بازدید تیم‌های ورزشی حاضر در مسابقات بعد دیگری در گردشگری ورزشی هستند. کشور ایران با وجود مناطق بکر و ناشناخته بسیار با چشم‌انداز زیبا و مناطق دیدنی با پتانسیل جذب گردشگران بخصوص در زمینه ورزش، عملکرد موفقیت‌آمیزی در این زمینه نداشته است و به اهداف اقتصادی خود دست نیافته است. سهم کشور ما از صنعت گردشگری جهان بسیار ناچیز است؛ چون سهم گردشگری کشور از تولید ناخالص ملی برابر یک درصد است. در صورتی که اگر این امر توسعه پیدا کند اثرات مثبت بسیاری برای کشور ما به دنبال خواهد داشت. در بعد اقتصادی ورود گردشگر موجب رونق اقتصادی می شود همچنین چندصد شغل ایجاد می کند و درآمدهای ارزی بسیاری برای کشور به دنبال دارد؛ همچنین در تولید ناخالص داخلی نقش مهمی ایفا می کند. بعد اجتماعی و تبادلات فرهنگی مثبت و معرفی برند کشور در حوزه‌های مختلف اثر مثبت اجتماعی خواهد بود و همچنین از منظر سیاسی روابط بین الملل و دول را متعادل تر و نزدیک تر می سازد. در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و فقر ساکنین محل و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی نقش مهمی دارد. از نظر اجتماعی باعث شکوفایی استعدادها و ارتقای آموزشی در همه زمینه‌ها می شود. در کشور ایران با توجه به اینکه مناطق مختلف صحرایی، ساحلی، کوهستانی، کویری و ... وجود دارد که کمتر شناخته شده است و استقبال چندان از سوی گردشگران نمی شود و در واقع اطلاع از چنین امکانی در اختیار افراد بومی است و ساکنین آن مناطق و افراد علاقمند به گردشگری از وجود آن جاذبه های گردشگری اطلاع ندارند و یا اطلاعات ناکافی دارند؛ همین امر باعث شده است که این مناطق پنهان بمانند و از محل گردشگری این مناطق عایدی حاصل نمی شود؛ در صورتی که با توجه به استقبال عمومی گردشگران داخلی و خارجی از دیدن و گذراندن اوقات در مناطق مختلف جغرافیایی و تجربه نمودن جاذبه های ورزشی آن مناطق، می توان منابع درآمدی هنگفتی به دست آورد. هر کدام از مناطق ویژه جغرافیایی، خود ورزش ها و مسابقات ورزشی خاصی را دربردارند که می توان با فراهم آوردن مقدمات برگزاری فستیوال ها و جشنواره ها و مسابقات

تحت تاثیر آثار اقتصادی گردشگری قرار دارند، هدف‌های اصلی سیاست‌های کلان اقتصادی یک کشور، یعنی رشد اقتصادی، اشتغال کامل و حفظ تراز پرداخت‌هاست (خانزادی و همکاران، ۱۳۹۷). کلیچنیکو و دروش^۴ (۲۰۱۴)، در بررسی گردشگری در پاناما به این نتیجه رسیدند که گردشگری آثار بزرگی بر اقتصاد دارد؛ و می‌تواند به کاهش فقر کمک کند. میراندا و اندوزا^۵ (۲۰۰۵)، در بررسی گردشگری ورزشی در کشور اسپانیا دریافتند که جاذبه‌های طبیعی با ۷۸/۳ درصد مهمترین عامل در جذب گردشگران ورزشی به کشور اسپانیا است. آن‌ها همچنین دریافتند که ورزش‌های آبی با ۳۶/۸۴ درصد و گردش و پیاده‌روی با ۳۱/۵۸ درصد در جذب گردشگران ورزشی اهمیت بیشتری دارند. باوش و انسلد^۶ (۲۰۱۷)، در پژوهش خود بیان کردند که گردشگری ورزش‌های زمستانی عامل کلیدی اقتصادی در بسیاری از مناطق کوهستانی سراسر جهان است. به واسطه‌ی نیاز روحی - روانی انسان، امروز به تفریح در طبیعت و ورزش‌هایی که در عرصه طبیعی قابل انجام است، بهتر است با برنامه‌ریزی حساب‌شده ضمن بهره‌گیری از استعداد مناطق مختلف و لحاظ کردن شرایط مختلف، در پیشبرد اهداف اقتصادی و اشتغال‌زایی گام برداشت و محیط‌های مناسبی برای گردشگران بوجود آورد. برنامه‌ریزی روی این جاذبه‌ها و هدایت گردشگران ورزشی به سمت جاذبه‌های پنهان و کمتر شناخته شده موجود در کشورمان بسیار مفید و موثر خواهد بود. ایران به دلیل دارا بودن تنوع اقلیمی و زیستی، وضعیت توپوگرافی بی نظیر، وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، توانمندی‌های فراوانی را برای جذب گردشگر و به خصوص گردشگری ورزشی داراست ولی این جاذبه‌های بی نظیر و مناطق بکر به خوبی و به وضوح برای عموم معرفی نشده است و ناشناخته مانده است. گردشگری صنعت روبه رشدی است خصوصاً برای کشوری مانند ایران که مناطق پنهان بسیاری در آن وجود دارد. مناطق بکر و ناشناخته‌ای که با توجه به آداب و رسوم و فرهنگ خاص خود، ورزش‌های سنتی مخصوص به خود را دارد که می توان به شکل فستیوال گردشگران زیادی را به سمت آن هدایت کرد؛ همچنین مناطق پنهان موجود در دل طبیعت از جمله مناطق کوهستانی، کویری، جنگلی، دریایی و ... که می توانند میزبان ورزش‌های حرفه ای، آماتوری و انتزاعی باشند. این منابع درآمدی تا به امروز در بسیاری از مناطق پنهان

3- Klytchnikova and Dorosh
4 -Andueza & Miranda (2005)
5-Bausch & Unseld

۵۰ دقیقه طول کشید. فرایند انجام مصاحبه‌ها و جمع‌آوری داده‌ها تا مرحله اشباع نظری مقوله‌ها و به بیان واضح‌تر، تا جایی که امکان دستیابی به داده‌های جدیدتر فراهم نبود، ادامه یافت. کرسول و میلر (۲۰۰۰) برای کسب اطمینان از روایی پژوهش، بازبینی اعضا و بررسی همکار را توصیه می‌کنند. در اینجا نیز برای ارزیابی قابل اتکا بودن داده‌ها، معیارهای مورد استفاده در ارزیابی پژوهش‌های کیفی به کار گرفته شد. در این خصوص، معیار اعتمادپذیری پژوهش‌های کیفی، شامل قابلیت اعتبار، انتقال‌پذیری، اتکاپذیری و تاییدپذیری مطرح شد (فلینت، ۱۹۹۸) که برای دستیابی به معیارهای مطرح شده از روش‌های زیر استفاده شده است:

۱) درگیری طولانی‌مدت: مدت زمان چهار ماهه برای مصاحبه‌ها و هدایت مستقیم مصاحبه‌ها؛ ۲) بررسی مشارکت‌کنندگان: ارائه گزارشی از نتایج پژوهش به شرکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها و کسب بازخور در مورد تفسیرهای محقق؛ ۳) کسب اطلاعات همگنان: بررسی دانشجویان دکترا؛ و ۴) توصیف دقیق و عمیق: توصیف مشروح و مفصل فرایند، متن و زمینه پژوهش.

یافته‌های پژوهش

۱. کدگذاری باز

براساس رویکرد ظاهرشونده (گلیزری)، کدگذاری باز با اقدام به کدگذاری آزاد داده‌ها، تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که اثرات ظهور مقوله‌ی محوری، نمودار شود، تا در مرحله‌ی بعد یعنی کدگذاری انتخابی، کدگذاری براساس مقوله‌ی محوری هدایت شود (گلیزری، ۱۹۷۸). مقوله محوری در این پژوهش توسعه گردشگری ورزشی در مناطق پنهان است که تمرکز مطالعه و تمرکز داده‌های جمع‌آوری انتخابی در مراحل بعدی خواهد بود.

۲. کدگذاری انتخابی

در رویکرد گلیزری، زمانی که مقوله محوری نمودار شد، کدگذاری انتخابی آغاز شده و مصاحبه‌ها، در جهت متغیر محوری، کدگذاری می‌شوند. کدگذاری انتخابی با کدگذاری برای متغیر محوری، سروکار دارد. پس از شناسایی کدهای اولیه و در نظر گرفتن کدهای مشابه، ۱۹۳ کد مفهومی استخراجی شد و سپس در مرحله بعد با بررسی این کدها و طبقه‌بندی آنها، ۲۷ مقوله فرعی شناسایی شدند. جدول ۱ کدها و مفاهیم به دست آمده در این مرحله را نشان می‌دهد.

ورزشی بر تعداد گردشگران اعم از تماشاگران، شرکت‌کنندگان و برگزارکنندگان و سایر افراد وابسته، به رویدادها افزود. امروزه صنعت گردشگری از اهمیت بالایی برخوردار است و درآمدهای سرشاری از این صنعت برای برگزارکنندگان عاید می‌شود که اهمیت این موضوع و برجسته نمودن مناطق پنهان گردشگری ورزشی از دید کارشناسان و مسئولان پنهان مانده است. بنابراین بهتر است با برنامه‌ریزی دقیق برای معرفی ظرفیت‌های موجود در مناطق پنهان گام‌های لازم را برداشت. چرا که یکی از مواردی که می‌توان با استفاده از آن به گسترش گردشگری ورزشی کشور کمک کرد؛ شناسایی مناطق و جاذبه‌های بکر کشورمان است که به طور بالقوه می‌تواند سبب جلب تعداد کثیری گردشگر داخلی و خارجی و بهره‌مندی از آثار اقتصادی آن شود. با توجه به موارد مذکور هدف این تحقیق توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر مناطق پنهان کشور از دیدگاه متخصصان و صاحب‌نظران ورزشی کشور است.

روش‌شناسی پژوهش

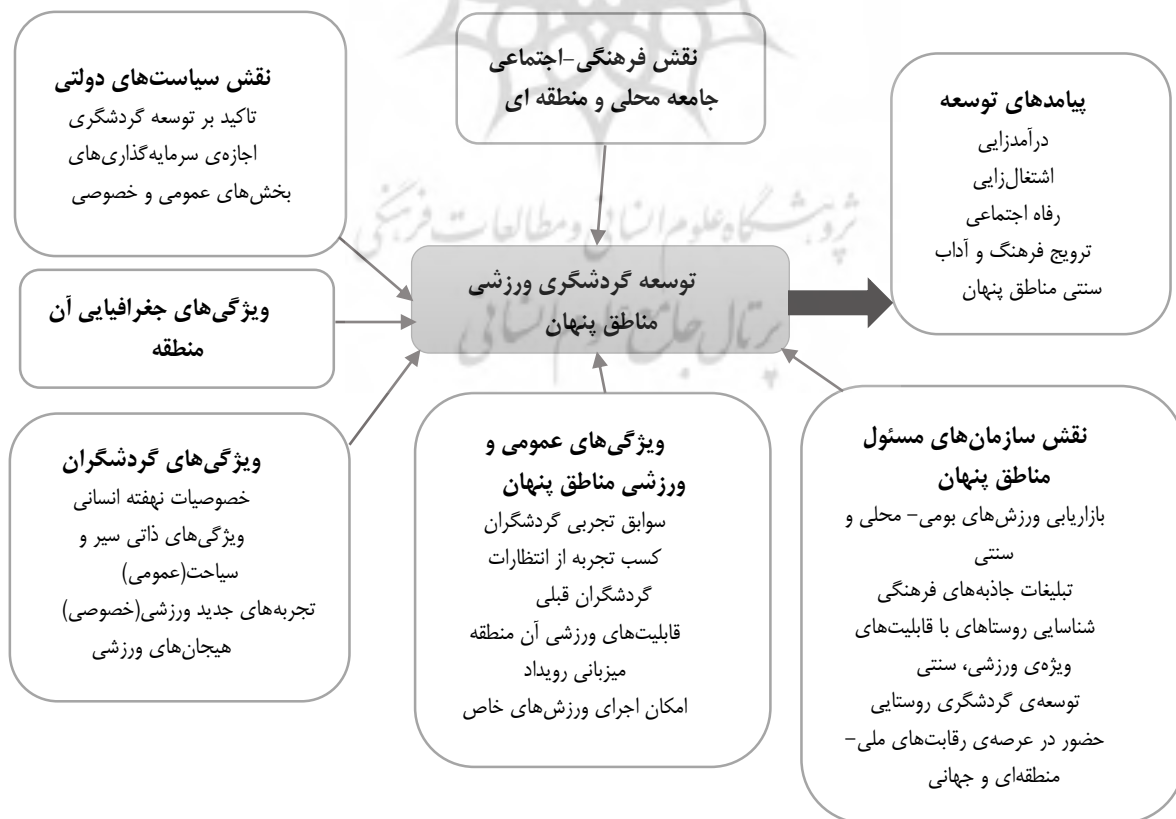
با توجه به رویکرد کیفی پژوهش پیش رو ضروری است از رویکردی استفاده شود که بتواند به بازتولید مفهوم توسعه گردشگری ورزشی در مناطق پنهان کمک کند و ابعاد مختلف پدیده‌ی محوری را شناسایی کند. از این رو رویکرد این پژوهش تفسیری است. در این پژوهش از روش‌شناسی نظریه داده‌بنیاد، به منظور تحلیل داده‌ها استفاده به عمل آمده است. این پژوهش با اتخاذ رویکرد ظاهرشونده (گلیزری)، در تلاش است تا اهداف خود را دنبال نماید، چرا که این رویکرد اگرچه چالشی است، اما مدل‌سازی‌های حاصل از آن، در فضایی بسیار گسترده صورت می‌گیرد و این مساله افق دید محقق را به منظور تحلیل داده‌ها، بسط می‌دهد (گلیزری، ۲۰۰۸). پژوهش حاضر با استفاده از کدگذاری باز، انتخابی و نظری، اهداف خود را دنبال نمود که در ادامه و در خلال بحث، نحوه کدگذاری در هر یک از این مراحل، تشریح شده است. در نهایت زمانی که مقوله‌های مختلف به همدیگر و به متغیر مرکزی مرتبط شدند، محصول نظریه‌سازی داده‌بنیاد شکل می‌گیرد و شبیه به نظریه می‌شود. جامعه این پژوهش، خبرگان، متخصصان و صاحب‌نظران در زمینه مدیریت ورزشی و گردشگری ورزشی بود. این پژوهش با انجام مصاحبه‌های عمیق با ۱۶ نفر خبره و رسیدن به معیار اشباع نظری به اتمام رسید. انجام مراحل مصاحبه و تحلیل همزمان مدت زمانی برابر با چهار ماه به خود اختصاص داد. مصاحبه‌های عمیق فردی مدت زمانی بین ۳۰ تا

جدول ۱. مفاهیم و کدهای حاصل از تحلیل داده‌ها در مرحله‌ی کدگذاری انتخابی

مفهوم	کد
گردشگری ورزشی منبعی مهم در جهت بهبود وضعیت اقتصادی کشور	<ul style="list-style-type: none"> - گردشگری باعث افزایش تولید ناخالص داخلی یا جی دی پی می شود. - عملکردهای اقتصادی روی توسعه گردشگری تاثیر می گذارند. - صنعت گردشگری نقش ویژه ای در اقتصاد جهانی دارد. - صنعت گردشگری بیش از 20% کل مبادلات بین المللی را شامل می شود. - صنعت گردشگری ورزشی منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی است. - رایج ترین نگاه به گردشگری در جهان معاصر رویکرد اقتصاد محور است. - بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی رابطه ای متقابل و دو طرفه وجود دارد.
نقش جاذبه های طبیعی، جلوه ها و فضای جغرافیایی کشور در جهت توسعه گردشگری ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> - جلوه های جغرافیایی باعث توسعه گردشگری می شوند. - جاذبه های مربوط به دامنه نوردی و طبیعت گردی باعث توسعه گردشگری ورزشی می شود. - جاذبه های اکوتوریستی برای توسعه گردشگری ورزشی با اهمیت تر هستند. - چهار فصل بودن طبیعت ایران، امکان بهره برداری طولانی از جاذبه ها را برای گردشگران فراهم می کند. - اکوسیستم های طبیعی یکی از مقاصد اصلی در انواع گردشگری طبیعت محور از جمله گردشگری ورزشی به شمار می روند. - جاذبه های طبیعی موجود در مقصد، غالبا اولین موضوعی است که توجه گردشگر را جلب می کند.
جلب گردشگران ورزشی از طریق برگزاری جشنواره ها، اردوها، مسابقات و رویدادهای بزرگ و مهم ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> - تماشای ورزش یا رویدادهای ورزشی حرفه ای باعث جلب توجه منطقه گردشگری می شود. - برگزاری اردوهای مقدماتی ورزشی و مسابقات ورزشی چه بزرگ و چه کوچک باعث جلب گردشگران ورزشی می شود. - مسابقات المپیک و جام جهانی فوتبال باعث جلب گردشگران ورزشی زیادی می شود. - رویدادهای بزرگ ورزشی می توانند سبب توسعه اقتصادی شوند. - برگزاری مسابقات و جشنواره های مختلف می تواند موجب توسعه گردشگری منطقه مورد نظر شود. - سفر به قصد مسابقات ورزشی در حال رشد و گسترش است.
نقش نیازهای روحی روانی و جسمی انسان به ورزش در طبیعت در جهت توسعه گردشگری ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> - گردشگران ورزشی خود علاقه مند هستند تا در ورزش شرکت کنند. - نیاز روحی روانی انسان به تفریح در طبیعت و ورزش هایی که در عرصه طبیعی قابل انجام است باعث توسعه گردشگری ورزشی می شود.
گردشگری ورزشی یکی از منابع عمده درآمدزایی در جهان	<ul style="list-style-type: none"> - گردشگری ورزشی یک منبع سرشار از سود و درآمد است. - ایجاد اشتغال و درآمد از اثرات مثبت اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی است. - افزایش درآمد و وقت آزاد و صنعتی شدن گردشگری باعث رشد و توسعه گردشگری شده است.
تاثیر مهم صنعت گردشگری ورزشی در افزایش اشتغال	<ul style="list-style-type: none"> - صنعت گردشگری و گردشگری ورزشی می تواند تاثیر مهمی بر افزایش اشتغال داشته باشد. - صنعت گردشگری به عنوان پناهگاهی برای شاغلین سایر صنایع محسوب می شود. - صنعت گردشگری باعث افزایش اشتغال جوانان شده است.

مفهوم	کد
آب و هوا به عنوان عامل جاذبه برای گردشگران ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> - برخی از تغییرات آب و هوایی و دمایی در لذت بردن از فعالیت تفریحی تاثیر می گذارند. - تغییرات فصلی در پدیده گردشگری، بیانگر چالشی جهانی در مدیریت جاذبه های گردشگری است. - ورزش و گردشگری به وسیله فصلی بودن مشخص می شوند. - تنوع آب و هوایی در یک منطقه گستردگی صنعت گردشگری و امکان وجود فعالیت های گردشگری و گردشگری ورزشی را در فصول مختلف سال فراهم می کند. - اقلیم های متفاوت در هر کشور، امکان جذب گردشگر ورزشی را در بیشتر مواقع سال برای آن کشور فراهم می کند.
نقش سیاست در جهت دستیابی به توسعه پایدار صنعت گردشگری	<ul style="list-style-type: none"> - برای ایجاد توسعه پایدار و مناسب صنعت گردشگری، وجود یک مدیریت توانا و منسجم و هماهنگی بین بخش دولتی و خصوصی بسیار حائز اهمیت است. - صنعت گردشگری ورزشی منبعی مهم جهت بهبود وضعیت سیاسی است. - بخش دولتی مسئولیت هماهنگی سیاست ها و برنامه ریزی برای گردشگری را بر عهده دارد. - بخش خصوصی نیز مسئولیت توسعه تجاری، احداث و اداره محل اقامت گردشگران، ارائه تسهیلات و دیگر خدمات گردشگری و بازاریابی برای این اماکن و تسهیلات را داراست.
بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی از طریق توسعه گردشگری	<ul style="list-style-type: none"> - اگر منافع گردشگری در سطح جوامع و مناطق یک کشور به درستی توزیع شود می تواند سطح زندگی مردم را بهبود بخشد. - توسعه گردشگری، به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می شود.
اهمیت رقابت جهانی در توسعه گردشگری ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> - شکوفایی آتی صنعت گردشگری ورزشی در کشور ما به ساختارهای سازمانی شرکتها و توانایی مواجهه با رقابت جهانی بستگی دارد. - یکی از راه های مسلم که صنعت گردشگری ورزشی کشور از طریق آن می تواند به بهبود رقابت جهانی بپردازد برنامه ریزی در سطحی کلان در کشور است. - صنعت گردشگری بزرگترین و متنوع ترین صنعت در جهان است.
لزوم ایجاد زیرساخت های مناسب برای توسعه موفقیت آمیز در صنعت گردشگری ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> - صنعت گردشگری ورزشی منبعی مهم جهت توسعه زیرساخت ها است. - زیرساخت ها عاملی در جهت توسعه گردشگری و دسترسی آسان به شهرهای ساحلی هستند. - زیرساخت به عنوان عاملی در گسترش و توسعه گردشگری ورزشی های آبی باید مورد توجه قرار گیرد. - رضایت گردشگران از زیرساخت های مورد نیاز، در توسعه گردشگری ورزشی های آبی در شهرهای ساحلی مؤثر است. - برای توسعه موفقیت آمیز گردشگری، زیرساخت های مناسب، لازم و ضروری است. - توسعه صنعت گردشگری ورزشی به طور مستقیم با توسعه زیرساخت های مربوط به آن در ارتباط است.
ضرورت وجود امکانات و تاسیسات مناسب با توجه به قابلیت های موجود در مناطق مستعد برای توسعه و جذب گردشگر	<ul style="list-style-type: none"> - وجود امکانات و تاسیسات مناسب ورزش های آبی در مناطق مستعد برای توسعه و جذب گردشگر ورزشی های آبی ضروری است. - شناسایی جاذبه های گردشگری، امکانات و قابلیت های گردشگری در مقصد و کوشش در جهت معرفی امکانات و جاذبه های گردشگری آبی در توسعه گردشگری ورزشی های آبی مؤثر است. - برخی کشورها برای جلب گردشگران ورزشی به منطقه خود، با توجه به قابلیت های موجود و استعدادها در کشور خود اقدام به ایجاد مراکز ورزشی مانند اسکی، هاکی و کوهنوردی کرده اند.

مفهوم	کد
تبلیغات و بازاریابی دو عامل مهم در جذب گردشگران ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> - تبلیغات مناسب و اطلاع رسانی در مورد گردشگری ورزشی، باعث توسعه گردشگری ورزشی می شود. - مهمترین عامل در توسعه و جذب گردشگر ورزش های آبی تبلیغات و بازاریابی است. - تبلیغات سوء و غیرواقع از ایران و استفاده نکردن از شیوه های مناسب بازاریابی مانع جذب گردشگر به ایران می شود.
نقش جاذبه ها و عملکردهای فرهنگی در توسعه گردشگری ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> - عملکردهای فرهنگی روی توسعه گردشگری تاثیر می گذارند. - جشن ها و مراسم، برنامه های سنتی و دیگر برنامه های جانبی از عوامل مهم ترغیب بازدیدکنندگان از رویداد ورزشی است. - ایجاد نگرش مناسب و برخورد خوب با گردشگران ورزشی، باعث توسعه گردشگری ورزشی می شود.
شناخت قابلیت ها و توانمندی های گردشگری ورزشی برای توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور	<ul style="list-style-type: none"> - موفقیت جهانگردی ورزشی کاملاً منوط به توانمندیهای مقاصد گردشگری است که تا حدی در رقابت با مقاصد دیگر منحصر به فرد و متمایز باشند. - تحلیل و ارزیابی توانمندی ها و منابع اولین گام مهم در توسعه و مدیریت مقاصد گردشگری ورزشی است. - شناخت قابلیت ها و ظرفیت های گردشگری ورزشی عامل مهمی در توسعه صنعت گردشگری ورزشی است.
صنعت گردشگری ورزشی منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> - عملکردهای اجتماعی روی توسعه گردشگری تاثیر می گذارند. - صنعت گردشگری ورزشی منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اجتماعی است. - عوامل نهادی بازتاب هنجارهای اجتماعی و عملکرد جامعه هستند؛ که روی توسعه گردشگری تاثیر می گذارند.



شکل ۲. مدل ارائه شده توسعه گردشگری ورزشی مناطق پنهان

۳. کدگذاری نظری

این مرحله از کدگذاری، اشاره به تلفیق میان مفاهیم، توسط یک الگوی ارتباطی دارد. در واقع، این مرحله از کدگذاری، به محقق اجازه می‌دهد تا به تفکر راجع به مقوله‌ها که ممکن است به حوزه‌ی وسیعی از ممکنات ذهنی بیانجامد؛ نزدیک شود و به صورت تحلیلی، راجع به پیوند ممکن میان مقولات بیاندهد (نوریا و کلاتی، ۱۹۹۶).

گلیرز و هالتون (۲۰۰۷)، عنوان می‌کنند: کدهای نظری، قلمرو جامع، تصاویر وسیع و دیدگاه جدیدی را ارایه می‌دهند. با بررسی‌های انجام شده توسط محقق در خصوص ارتباط مفاهیم با یکدیگر، مدل حاصل از پژوهش به صورت زیر ترسیم می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری ورزشی مهمترین بخش توسعه یافته‌ی صنعت گردشگری است؛ و مهمترین عاملی که می‌تواند در توسعه‌ی این صنعت تاثیرگذار باشد، شناخت قابلیت‌ها و توانمندی‌های گردشگری ورزشی بالاخص در مناطق پنهان و ناشناخته است. بسیاری از مناطق پنهان کشورمان دارای ویژگی‌ها، جاذبه‌ها و توانمندی‌های مشخص ورزشی و توریستی جهت توسعه‌ی گردشگری ورزشی و جذب گردشگران هستند. در این پژوهش با استفاده از روش کیفی مدلی برای توسعه‌ی گردشگری ورزشی در مناطق پنهان طراحی شد. در این مدل نقش فرهنگی- اجتماعی جامعه محلی و منطقه‌ای، سیاستهای دولتی (هیات دولت)، ویژگی‌های جغرافیایی منطقه، ویژگی‌های گردشگران، ویژگی‌های عمومی و ورزشی مناطق پنهان و سازمان‌های مسئول مناطق پنهان به عنوان مولفه‌های اصلی در توسعه‌ی گردشگری ورزشی مناطق پنهان، شناسایی شدند. با توجه به الگوی طراحی شده، عملکردهای فرهنگی و اجتماعی جامعه‌ی محلی و منطقه‌ای یکی از عوامل تاثیرگذار در توسعه‌ی گردشگری ورزشی مناطق پنهان است. این مسئله با تحقیق پروینی و همکاران (۱۳۹۶) و کیم و همکاران (۲۰۱۵) و دایور و آتانگا (۲۰۱۵) که عامل فرهنگی و اجتماعی را از عوامل تاثیرگذار در توسعه گردشگری ورزشی منطقه مورد نظر ذکر کرده است؛ همخوانی دارد. همچنین با تحقیق لطفی و همکاران (۱۳۹۶) که محدودیت‌های فرهنگی را از عوامل بازدارنده در توسعه گردشگری ورزشی عنوان کردند؛ مطابقت دارد. در این خصوص جشن‌ها و مراسم، برنامه‌های سنتی و دیگر برنامه‌های جانبی در منطقه‌ی مورد نظر از عوامل مهم ترغیب گردشگران ورزشی است. برای گردشگرانی که سفر

می‌کنند، فعالیت‌ها، رویدادها و محصولات فرهنگی جامعه‌ی محلی مورد نظر به عنوان نیروی الهام بخش و جذاب بر آنان اثر می‌گذارد. جاذبه‌های فرهنگی شامل تمام تجلی‌ها و تبلورهای بیرونی و رسمی فرهنگ هر کشور است که می‌توان آنها را در معرض نمایش قرار داد و گردشگران زیادی را جذب کرد. توسعه‌ی صنعت گردشگری ورزشی با تمرکز بر بهبود وضعیت اجتماعی و ایجاد مراکز سرگرمی، فرهنگی و فراهم نمودن امکانات رفاهی به منظور جذب سرمایه انسانی مورد نیاز و توسعه کسب و کارهای جدید به یکی از اساسی‌ترین برنامه‌ها برای بسیاری از شهرها و مناطقی تبدیل شده است که هنوز به درستی شناخته نشده‌اند.

نقش سیاست‌های دولتی یکی دیگر از عوامل تاثیرگذار در توسعه‌ی گردشگری ورزشی مناطق پنهان شناخته شد. این مسئله با تحقیق خسروی‌مهر و همکاران (۱۳۹۵) که عدم حمایت جدی دولت از توسعه گردشگری ورزشی و کیفیت پایین خدمات آموزشی در ورزش را به عنوان تهدیدی جدی برای توسعه گردشگری ورزشی مطرح می‌کند؛ همخوانی دارد. بخش دولتی مسئولیت هماهنگی سیاست‌ها، برنامه ریزی، تهیه آمار و انجام پژوهش، تعیین استانداردها و مقررات صنعت گردشگری، ایجاد انگیزه سرمایه گذاری، انجام برخی خدمات بازاریابی، برنامه ریزی و آموزش نیروی انسانی برای گردشگری ورزشی را بر عهده دارد. این مورد با تحقیق معین‌فرد و همکاران (۱۳۹۳) که عدم جذب و بکارگیری نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری ورزشی را به عنوان ضعف مطرح می‌کند؛ همخوانی دارد. بخش خصوصی نیز مسئولیت توسعه تجاری، احداث و اداره محل اقامت گردشگران، ارائه تسهیلات و دیگر خدمات گردشگری و بازاریابی برای این اماکن و تسهیلات را داراست. بنابراین برای توسعه‌ی صنعت گردشگری ورزشی در مناطق پنهان، وجود مدیریت توانا و منسجم و همچنین هماهنگی بین بخش دولتی و خصوصی بسیار حائز اهمیت است. بنابراین توجه بخش دولتی به سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی مناطق پنهان، ساختار مناسب سازمانی و قوانین و مقررات گردشگری موجب توسعه‌ی این صنعت می‌شود. ویژگی‌های جغرافیایی منطقه‌ی مورد نظر نیز در توسعه‌ی این صنعت بسیار تاثیرگذار است. وضعیت جغرافیایی و آب و هوا در تحقیق خسروی‌مهر و همکاران (۱۳۹۵) و لطفی و همکاران (۱۳۹۶) یافت می‌شود. آب و هوا برای گردشگران ورزشی به عنوان عامل جاذبه در نظر گرفته می‌شود. بنابراین تنوع آب و هوایی و اقلیم‌های متفاوت در یک منطقه، گستردگی صنعت گردشگری و امکان وجود فعالیت‌های

مناطق پنهان شوند. بنابراین برگزاری جشنواره‌ها، اردوها، مسابقات ورزشی و همچنین رویدادهای بزرگ ورزشی جذب گردشگران علاقمند را به دنبال خواهد داشت. امکان اجرای ورزش‌های خاص نیازمند زیرساخت‌ها، امکانات و تاسیسات مناسب با توجه به قابلیت‌های موجود در مناطق مستعد است. همچنین آسان کردن دسترسی گردشگران ورزشی به جاذبه‌های گردشگری مناطق پنهان، با توسعه حمل و نقل هوایی، ریلی و زمینی امکان‌پذیر است. وضعیت امکانات و تاسیسات و زیرساخت‌ها و دسترسی آسان به آن در تحقیق لطفی و همکاران (۱۳۹۶)، نیز شناسایی شده است.

آخرین عامل شناسایی شده در مدل نقش سازمان‌های مسئول مناطق پنهان در زمینه گردشگری ورزشی است. در این خصوص مسئولان و برنامه‌ریزان ورزشی کشور برای تخصصی کردن و بومی‌سازی رشته‌های ورزشی تلاش می‌کنند. همچنین مدیران و برنامه‌ریزان مسئول باید با ارائه تبلیغات مناسب و اطلاع‌رسانی در این مورد، موجب افزایش آگاهی گردشگران ورزشی مناطق پنهان شوند. شناسایی ورزش‌های سنتی و قابلیت‌های ویژه هر منطقه نیز به عهده سازمان‌های مسئول است تا موجبات جلب گردشگران ورزشی را فراهم آورند و در ادامه افزایش درآمد و اشتغال برای ساکنین محل را به دنبال خواهد داشت. تبلیغات کم در مورد جاذبه‌ها و رویدادهای ورزشی و اطلاع‌رسانی نامطلوب در تحقیق خسروی مهر و همکاران (۱۳۹۵)، به عنوان نقاط ضعف در توسعه گردشگری ورزشی شناخته شده‌اند. توسعه و گسترش گردشگری روستایی به ویژه در نوع مبتنی بر اکوتوریسم (طبیعت‌گردی)، بر عهده سازمان‌های مسئول است تا فرصت‌های خوبی را برای جذب گردشگران ورزشی فراهم کنند تا در احیا و نوسازی نواحی روستایی نیز موثر واقع شوند. این مورد در تحقیق حیدری ساربان (۱۳۹۶) تایید شده است. سازمان‌های مسئول مناطق پنهان باید برای بهبود رقابت‌های ملی، منطقه‌ای و جهانی در صنعت گردشگری ورزشی و حضور در عرصه رقابت‌ها، برنامه‌ریزی درستی در سطح کلان داشته باشند تا بتوانند به اهداف خود دست پیدا کنند.

در حال حاضر کشور ما در زمینه گردشگری ورزشی عملکرد خوبی ندارد. به عنوان مثال مسابقات ورزشی به اندازه کافی برگزار نمی‌شود و همچنین برنامه‌ی مدونی در زمینه گردشگری ورزشی نداریم. بنابراین اگر در این زمینه توسعه پیدا کنیم از منظر سیاسی، روابط بین‌الملل و دول را متعادل تر و نزدیک تر می‌سازد؛ بنابراین ارتباطات تقویت

گردشگری و گردشگری ورزشی را در فصول مختلف سال فراهم می‌کند. این مورد با تحقیق آملونگ (۲۰۱۴) همخوانی دارد. مناطق پنهان بسیاری در کشورمان وجود دارد که با وجود جلوه‌ها و جاذبه‌های جغرافیایی و اکوتوریستی زیاد (طبیعت‌گردی، بیابان‌گردی، دامنه‌نوردی، کویرنوردی، کوهنوردی، سنگ‌نوردی، صخره‌نوردی، شنا، موج‌سواری، قایق‌سواری، غواصی، اسکی، اسب‌سواری و غیره) آنچنان که باید معرفی نشده‌اند. چهار فصل بودن طبیعت ایران، امکان بهره‌برداری طولانی از جاذبه‌ها را برای گردشگران ورزشی فراهم می‌کند. یکی از منابع درآمد هر کشوری، گردشگری است و اگر مناطق ناشناخته‌ای که دارای توانمندی‌های گردشگری ورزشی زیادی است؛ به درستی معرفی شوند منجر به جذب گردشگر بیشتر و به دنبال آن درآمد بیشتر می‌شود و به تبع آن حضور افراد بیشتر توسعه‌ی سیاسی و اقتصادی و اجتماعی را به دنبال خواهد داشت. همچنین فرهنگ منطقه معرفی می‌شود و تبادل فرهنگی موجب ارتقای فرهنگ خواهد شد. ویژگی‌ها و خصوصیات گردشگران یکی دیگر از عوامل شناخته شده در توسعه گردشگری ورزشی مناطق پنهان است. یکی از مهمترین شروط برای بهبود صنعت گردشگری ورزشی مناطق پنهان در کشورمان، داشتن اطلاعات کافی و دقیق درباره‌ی انتظارات و تفکرات، خصوصیات نهفته و ذاتی گردشگران و علائق آنهاست. تجربه‌های جدید ورزشی و هیجان‌های ورزشی می‌تواند در جلب گردشگران به سمت مناطق پنهان بسیار تاثیرگذار باشد و باعث افزایش درآمد و کاهش بیکاری و فقر ساکنین محل و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و همچنین افزایش رفاه اجتماعی نقش بسزایی داشته باشد. علاوه بر ویژگی‌های گردشگران، ویژگی‌های عمومی و ورزشی مناطق پنهان نیز نقش زیادی در توسعه گردشگری ورزشی مناطق پنهان دارند. از جمله بررسی سوابق تجربی گردشگران و کسب تجربه از انتظارات گردشگران قبلی در این زمینه بسیار سودمند است. همچنین موفقیت در جذب گردشگران ورزشی به سمت مناطق پنهان و ناشناخته یا کمتر شناخته شده کاملاً منوط به توانمندی‌های مقاصد گردشگری است. بنابراین شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری مناطق، عاملی مهم در توسعه این صنعت به شمار می‌رود. این مورد با تحقیق حیدری ساربان (۱۳۹۶) همخوانی دارد. به دنبال آن شناخت قابلیت‌های گردشگری ورزشی مناطق، خود مولفه‌ای مهم در کسب میزبانی رویدادهای ورزشی است. رویدادهای بزرگ ورزشی می‌توانند سبب توسعه اقتصادی در

شود.

- با توجه به اینکه توسعه و احیای صنعت گردشگری ورزشی مخصوصا در مناطق پنهان و ناشناخته منجر به ایجاد فرصت‌های شغلی و اشتغال‌زایی برای اهالی منطقه می‌شود، توصیه می‌شود با شناسایی قابلیت‌ها و پتانسیل‌های مناطق پنهان در زمینه گردشگری ورزشی و توسعه زیرساخت‌های بخش‌های مرتبط برای دستیابی به این مهم اقدام شود.

- گردشگرانی که با هدف استفاده از شرایط مساعد و مطلوب اقلیمی برای انجام ورزش‌ها و تفریحات خاص منطقه مورد نظر، سفر می‌کنند، پیشنهاد می‌شود در موسم گرم شهرهای شمالی و در موسم سرد شهرهای جنوبی کشور را برای مقصد گردشگری خود انتخاب کنند.

- با توجه به تنوع اقلیم (هم از جنبه پتانسیل‌ها و هم مخاطرات اقلیمی) و وجود ارتفاعات متنوع، کویری، بیابانی و کوهستانی، نواحی و شهرهای مختلف کشور در طول سال بستر مناسبی برای توسعه گردشگری ورزشی است، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در این زمینه مد نظر متولیان امر قرار گیرد.

- دولت و مسئولان به بخش گردشگری ورزشی مناطق پنهان توجه بیشتری داشته باشند و تسهیلات لازم برای بخش‌های خصوصی، از قبیل پرداخت وام‌های بلندمدت با بهره‌ی کم، تسهیل صدور مجوزهای ساختمانی، معافیت‌های مالیاتی و اعطای یارانه از سوی دولت برای جذب سرمایه‌گذاران در جهت رشد این صنعت فراهم شود.

- با توجه به تاثیر زیاد گردشگران ورزشی مناطق پنهان در افزایش درآمد منطقه‌ی مورد نظر، پیشنهاد می‌شود با تبلیغات و اطلاع‌رسانی جاذبه‌های ورزشی این مناطق از طریق رسانه‌ها، جذب گردشگران ورزشی افزایش یابد.

می‌شوند. در بعد اجتماعی، تبادلات فرهنگی مثبت و ترویج فرهنگ و آداب سنتی مناطق پنهان و معرفی برند کشور در حوزه‌های مختلف اثرات اجتماعی مثبت بسیاری برای کشور ما به ارمغان خواهد آورد. در بعد اقتصادی هم موجب رونق اقتصادی و افزایش درآمدهای ارزی کشور، افزایش اشتغال و در نتیجه افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. این نتایج با تحقیق فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) و خانزادی و همکاران (۱۳۹۷) و آلام و پاراماتی (۲۰۱۶) و کلیچنیکو و دروش (۲۰۱۴) که بیان نمودند گردشگری ورزشی می‌تواند رشد اقتصادی، بهبود اشتغال و درآمد و افزایش رفاه اجتماعی را به همراه داشته باشد؛ مطابقت دارد. به رونق افتادن گردشگری مناطق پنهان بسیار خوب است اما نه بدون مدیریت صحیح که مناطق تبدیل به زباله‌دانی شوند و عده‌ای سواستفاده کنند و به آن مناطق ضربه بزنند. بهتر است که سرمایه‌گذاری در مناطق پنهان گردشگری به صورت مشارکتی با دولت باشد و شرکت‌های بازاریابی گردشگری وارد بورس شوند. مدل ارائه شده در این پژوهش می‌تواند عوامل مختلفی را که در توسعه گردشگری ورزشی مناطق پنهان نقش دارند، مورد بررسی قرار داده و ارزیابی کند و پیامدهای توسعه را با توجه به عوامل بازگو کند. با این وجود هر کار بدیعی خالی از خلل نبوده و نیازمند ارزیابی مجدد است. از این رو پیشنهاد می‌شود که محققان آتی جنبه‌های مختلف این مدل را براساس رویکردهای کیفی و کمی مورد ارزیابی و بررسی قرار دهند. در پایان با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهادهای زیر برای بهبود و ارتقای گردشگری ورزشی مناطق پنهان ارائه می‌شود:

- با توجه به اثر مثبت اعتبارات گردشگری ورزشی بر افزایش درآمد کشور، توصیه می‌شود با افزایش اعتبارات این بخش به منظور ارتقای سطح کمی و کیفی ارائه خدمات، که به نوعی سرمایه‌گذاری روی منابع انسانی است، زمینه برای تسریع فرایند رشد اقتصادی و بهبود در توزیع درآمد فراهم

REFERENCES

- A, Farahani, S, Eslami & H, Poursoltan Zarandi (2017), Prioritizing the contribution of sports tourism industry development factors to job creation from the viewpoint of experts and researchers, *Journal of Applied Research in Sport Management*, 2(6): 107-113.
- A, Khanzadi, A, Falahati & Z, Heirani (2018), Investigating and analyzing the role and effect of tourism development on income distribution in Iran's provinces, *Journal of Tourism and Development*, 1(7): 84-100.
- A, Zeitounali, H, Honari & A, Farahani (2011), Identification of Sports Tourism Capabilities in Golestan Province, *Sport Management Research and Science of motion*, 1(1): 71-83.
- E, Aliakbari, A, Pourahmad & L, Jalalabadi (2018), Identifying Predictors Effective on the Future Tourism Status of Kerman City with Futuristic Approach, *Journal of Tourism and Development*, 1(7): 156-178.
- F.S, Afsah Hosseini (2006), Sports, City, Tourism, Presented at the First National Conference of the City and Sports.
- H, Khosravi Mehr, M, Qadiri Masoum & M,

- Rezvani (2016), Showing Sports Tourism Development Strategies (Case Study: Minoodasht Town), *Journal of Applied Research in Sport Management*, 3(5): 103-113.
- J, Adabi Firouzjah. H, Kouzechian & M, Ehsani (2009), Investigation of the most important natural sport Attractions affecting the development of sport tourism in the country from the perspective of sports and tourism experts, *Journal of Sport Management*, 1(1): 67-81.
- KH, Lotfi Yamchi. F, Farzan & M.R, Khodadadi (2017), Analysis of the drivers and inhibitors of sport tourism (Case study: Ski resort of Sahand Tabriz and Payam Marand), *Journal of Tourism and Development*, 4(6): 1-18.
- M, Moein Fard. P, Shoshi Nasab & A, Kazem nejad (2014), Strategies for the development of recreational sports tourism in Iran, 3(2): 1-17.
- N, Parvini. K, Shabani Moqadam & A, Ashraf Khazaei (2017), The role of the third Bistoon Rock Climbing Festival in the development of tourism in Kermanshah province, 2(9): 301-313.
- S, Karimi. H, Qazanfarpour & A, Hesampour (2018), The zoning of tourism climate in the context of urban tourism development (Case study: Kerman province), *Journal of Tourism and Development*, 1(7): 101-117.
- SH, Mohammad Pour(2012), Investigating the Factors Affecting the Development of Sport Tourism with Emphasis on Sport Attractions, Master's Thesis, Islamic Azad University of Tehran.
- V, Heidari Sareban (2017), Factors Affecting the Development of Rural Tourism from the View of the Local Population, Case Study: Ardabil city, Sardabe rural, *Journal of Tourism and Development*, 3(6): 177-198.
- Alam, M, S & Paramati,S.R (2016). "The impact of tourism on income inequality in developing economies: Does Kuznets curve hypothesis exist?". *Annals of tourism research* 61,111-126.
- Amelung,B, Nicholls (2014). Implications of climate change for tourism in Australia. *Tourism Management*, No.41, pp.228-244.
- Bausch, T., and Unsel, C. (2017). Winter tourism in Germany is much more than skiing! Consumer motives and implications to Alpine destination marketing, *Journal of Vacation Marketing*. Vol (1): 1-15.
- Creswell, J. W. & Miller, D. L. (2000). Determining Validity in Qualitative Inquiry, *Theory into Practice*, 39 (3): 124-130.
- Dayour, F. & Atanga., A, Ch. (2015). Why They Go There: International Tourists' Motivations and Revisit Intention to Northern Ghana. *American Journal of Tourism Management*. 4(1): 7-17.
- Flint, D. (1998). Change in customers' desired value: A grounded theory study of its nature and process based on customers' lived experiences in the U.S. automobile industry, (Doctoral dissertation), The University of Tennessee, Tennessee, US.
- Gibson, H. (Ed). (2006). "Sport tourism": Concepts and theories. Oxon: Routledge. 19(2),118-134.
- Glaser, B. G., (1978), "Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory", Vol. , Sociology Press Mill Valley, CA.
- Glaser, B. G., , Hon., (2005), "Staying open: the use of theoretical codes in GT", the *Grounded Theory Review*, 5(1), 1- 20.
- Glaser, B. G., & Holton, J., (2007), "Remodeling grounded theory", *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*. Supplement 19(32), 47-68.
- Glaser, B. G., (2008), "Conceptualization: On theory and theorizing using grounded theory", *International Journal of Qualitative Methods*, 1(2), 23-38.
- Kim, W., Jun, H., Walker M., Drane D (2015) Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation, *Tourism Management* 48, pp12-32.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی