

Explaining the pattern of Electronic Sports Tourism in Kermanshah province based on Grounded theory

Maryam Yari Darabkhani¹ , Shirin Zardoshtian^{2✉} 

1. Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Razi, Kermanshah, Iran.
E-mail: maryam.yari.11@gmail.com
2. Corresponding Author, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Razi, Kermanshah, Iran. E-mail: Sh.zardoshtian@razi.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

1 February 2023

Received in revised form:

23 July 2023

Accepted:

8 August 2023

Published online:

22 December 2023

Keywords:

*E-Tourism,
Grounded Theory,
Kermanshah,
Sports tourism,
Pattern*

ABSTRACT

Introduction: Nowadays, electronic tourism is considered one of the basic components in the development of this industry due to synchronizing tourism with information technology, therefore, the present research explains the pattern of electronic sports tourism in Kermanshah province based on Grounded theory.

Methods: The research method was qualitative (grounded theory). The data collection tool was through in-depth and semi-structured interviews. After conducting 11 interviews with experts in the field of e-tourism and sports using the purposive sampling technique, the codes reached theoretical saturation. Data were analyzed simultaneously using the Systematic approach.

Results: In total, 88 open codes were obtained from the interviews that were conducted with the samples under investigation, in the form of 19 axial codes and 5 selective codes of causal factors (being attractive to tourists, being more comfortable, psychological outcomes and tourism attractions of the province), contextual (emphasizing friends and family, other people's experiences and website capabilities), interventionist (security weaknesses, management and government weaknesses, and individual characteristics), strategies (advertising strategies, infrastructure development) , providing discounts, management strategies and development of e-sports tourism) and consequences (Increasing tourist communication, economic development, cost reduction and travel convenience) were categorized.

Conclusion: Adequate advertising, development of infrastructures, offering discounts, and improving management and development electronic sports tourism lead to increasing tourist communication, economic development, reducing costs and making travel more accessible.

Cite this article: Zardoshtian, Sh. & Yari Darabkhani, M. (2023). Explaining the pattern of Electronic Sports Tourism in Kermanshah province based on Grounded theory. *Sport Management Journal*, 15 (4), 281-297.

DOI:<http://doi.org/10.22059/JSM.2023.354723.3114>



Journal of Sport Management by University of Tehran Press is licensed under [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
| web site: <https://jsm.ut.ac.ir/> | Email: jsm@ut.ac.ir.

© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

Extended Abstract

Introduction

Today, sports and tourism have become important economic activities in the advanced and developing world and have received increasing attention in recent years as an industry and domestic market, and as a factor in the economic and social reconstruction of urban societies and a village society has been identified. Because a society that is moving towards development needs spaces for spending leisure time and rejuvenating; so, tourism and traveling through sports are the best entertainment for this purpose. The urban environment should be shaped and organized in such a way that the holding of sports competitions is both supportive and in line with sustainable urban development (Hosseini Nasab, Tayibi Thani and Mersal, 2019). Sports tourism is the experience of traveling to participate in or observe activities related to sports as an important tourism market in the world. Sports-oriented travel has grown dramatically over the past two decades but recently it has been at the center of focused academic research (Meskey, Pekerson and Meskey, 2021). Despite many attractions, Kermanshah is not in a good position in the field of electronic tourism. Based on mentioned points, the realization of electronic tourism in this city, first of all, requires the electronic preparation of responsible and related organizations, the head of which is the General Department of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts of Kermanshah Province, which is the main guardian of tourism in the province, and it also needs to have appropriate hardware and software infrastructures in the field of tourism and technology. Therefore, the main purpose of the research is to explain the pattern of electronic sports tourism in Kermanshah based on the Grounded theory.

Methods

The qualitative research method was based on grounded theory. The data collection tool was a semi-structured interview. Each interview lasted between 30 and 90 minutes depending on the interviewee's level of interest and knowledge of the subject. The interviews were continued until reaching the theoretical saturation level and after conducting 11 interviews with managers of travel agencies, managers and deputies of the Cultural Heritage and Tourism Department of Kermanshah Province and experts in the field of electronic tourism and sports, the data analysis indicated that no new data was added to the previous data; Because a high percentage of the data extracted

from the last interviews was duplicated. Therefore, after conducting 11 interviews and reaching theoretical saturation, the interviews ended. Data coding and analysis were done simultaneously with their collection, to help sampling in the research process. Data analysis was done using three stages open, axial, and selective coding.

Results

According to the results obtained from the coding of the conducted interviews, the initial codes of the electronic sports tourism model of Kermanshah city included 104 initial codes, after combining the codes and removing duplicates, the electronic sports tourism model of Kermanshah province was obtained. Based on this, in total, 88 open codes were obtained from the interviews that were conducted with the samples under investigation, which were categorized into 19 core codes and 5 selective codes. These codes include causal factors (being attractive to tourists, being more comfortable, psychological developments and tourist attractions of the province), contextual factors (emphasis on friends and family, other people's experiences and website capabilities), intervening factors (security weaknesses, management and government weaknesses and individual characteristics), strategies (advertising strategies, infrastructure development, providing discounts, management strategies and development of electronic sports tourism) and consequences (increasing tourist communication, economic development, reducing costs and making the trip easier).

Conclusion

Kermanshah province has many attractions in the field of sports tourism, but security weaknesses, administrative and government weaknesses, and individual characteristics of tourists have caused electronic sports tourism to be weak in this province. By implementing advertising strategies, infrastructure development, providing discounts, management and development strategies, electronic sports tourism can be improved in Kermanshah province.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines: This research was conducted in compliance with ethical guidelines.

Funding: The research was done without using financial resources.

Authors' contribution: The authors don't have contributed equally.

Conflict of interest: The authors have no conflicts of interest.

Acknowledgments: We thank those who helped the research team in this research.

تبیین الگوی گردشگری الکترونیکی ورزشی در استان کرمانشاه بر پایه نظریه داده بنیاد

مریم یاری داربخانی^۱، شیرین زردشتیان^۲

۱. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: maryam.yari.11@gmail.com

۲. نویسنده مسئول، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: Sh.zardoshtian@razi.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی	مقدمه: امروزه گردشگری الکترونیکی به دلیل همگام کردن گردشگری با فناوری اطلاعات، یکی از مؤلفه‌های اساسی در توسعه این صنعت به‌شمار می‌رود. از این رو تحقیق حاضر به تبیین الگوی گردشگری الکترونیکی ورزشی در استان کرمانشاه بر پایه نظریه داده بنیاد می‌پردازد.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲	روش پژوهش: روش تحقیق کیفی (نظریه داده بنیاد) بود. ابزار جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه عمیق و نیمه ساختارمند بود. پس از انجام ۱۱ مصاحبه با متخصصان در زمینه گردشگری الکترونیکی و ورزش با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، کدها به حد اشباع نظری رسیدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت همزمان و با استفاده از رویکرد سیستماتیک صورت گرفت.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۵/۱۱	یافته‌ها: از مجموع مصاحبه‌هایی که با نمونه‌های تحت بررسی انجام گرفت، ۸۸ کد باز به دست آمد که در قالب ۱۹ کد محوری و ۵ کد گزینشی عوامل علی (جذاب بودن برای گردشگران، راحت تر بودن، پیشایندهای روانی و جاذبه‌های گردشگری استان)، زمینه‌ای (تاکید دوستان و خانواده، تجربیات دیگران و قابلیت‌های وبسایت)، مداخله‌گر (ضعف‌های امنیتی، ضعف‌های مدیریتی و دولتی و ویژگی‌های فردی)، راهبردها (راهبردهای تبلیغاتی، توسعه زیرساخت‌ها، ارائه تخفیف، راهبردهای مدیریتی و توسعه گردشگری الکترونیکی ورزشی) و پیامدها (افزایش ارتباطات گردشگران، توسعه اقتصادی، کاهش هزینه‌ها و راحت تر شدن سفر) دسته‌بندی شدند.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۵/۱۷	نتیجه‌گیری: تبلیغات مناسب، توسعه زیرساخت‌ها، ارائه تخفیف، بهبود مدیریت و توسعه در زمینه گردشگری ورزشی الکترونیکی، افزایش ارتباطات گردشگران، توسعه اقتصادی، کاهش هزینه‌ها و راحت تر شدن سفر را در پی دارد.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۰/۱۱	
کلیدواژه‌ها: الگو، داده بنیاد، کرمانشاه، گردشگری الکترونیکی، گردشگری ورزشی.	

استناد: زردشتیان، شیرین؛ و یاری داربخانی، مریم. (۱۴۰۲). تبیین الگوی گردشگری الکترونیکی ورزشی در استان کرمانشاه بر پایه نظریه داده بنیاد. نشریه مدیریت ورزشی، (۴) ۱۵، ۲۹۷-۲۸۱.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2023.354723.3114>

این نشریه علمی رایگان است و حق مالکیت فکری خود را بر اساس لایسنس کپی‌رایت کامنز (CC BY-NC 4.0) به نویسندگان واگذار کرده است. آدرس نشریه: <https://jrm.ut.ac.ir/> | ایمیل: jrm@ut.ac.ir



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه

گردشگری بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیاست؛ به طوری که بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای توسعه‌یافته، این صنعت را به‌عنوان منبع اصلی ایجاد درآمد، اشتغال‌زایی رشد بخش خصوصی و توسعه زیربنایی می‌دانند (حسیبی و شجاعی، ۲۰۲۰). صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در کشورهای جهان شناخته شده است (ساندلین و فیچتر، ۲۰۲۰). گردشگری در دهه‌های گذشته نقش زیادی در افزایش درآمد و رشد اقتصادی کشورهای پیش‌تاز در این حوزه داشته است. با افزایش جاذبه‌های گوناگون، بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل و افزایش اهمیت گذران اوقات فراغت رشد گردشگری در حال گسترش است. از جمله پیامدهای مطلوب گردشگری، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، کاهش فقر، بهبود توزیع درآمد و پویایی جوامع محلی است (گل‌زاده و سعیدی، ۲۰۲۰). همچنین توسعه گردشگری در یک منطقه می‌تواند در توسعه جامعه روستایی، حفاظت از تنوع زیستی، آموزش حفاظت از فرهنگ و بهبود اقتصادی کمک کند (حجازی و جوادی، ۲۰۲۰).

امروزه ورزش و گردشگری به فعالیت‌های اقتصادی مهمی در دنیای پیشرفته و در حال توسعه تبدیل شده و توجه فزاینده‌ای در سال‌های اخیر به‌عنوان صنعت و بازار داخلی شده است. همچنین به‌عنوان یک عامل در بازسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع شهری و روستایی شناسایی شده است. از آنجایی که اگر جامعه‌ای به سمت توسعه‌یافتگی برود، نیازمند فضاهایی برای گذراندن اوقات فراغت و تجدید قواست، گردشگری (توریسم) و مسافرت از طریق ورزش بهترین تفریح بدین‌منظور است. محیط شهری باید به‌گونه‌ای شکل و سازمان داده شود که برگزاری مسابقات ورزشی، هم حمایت‌کننده و هم در راستای توسعه پایدار شهری باشد (حسیبی و همکاران، ۲۰۲۰). گردشگری ورزشی تجربه سفر برای مشارکت یا مشاهده فعالیت‌های مرتبط با ورزش به‌عنوان یک بازار مهم گردشگری جهان شناخته شده است. سفرهای ورزش‌محور، در دو دهه گذشته به طرز چشمگیری رشد کرده، اما اخیراً در کانون تحقیقات متمرکز دانشگاهی قرار گرفته است (مسکی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱).

با نگاهی گذرا به وضعیت صنعت گردشگری در ایران، جای خالی فناوری اطلاعات و استفاده از این صنعت به‌خوبی حس می‌شود. متأسفانه بی‌توجهی به استفاده از فناوری اطلاعات می‌تواند ضرر جبران‌ناپذیری حتی به شیوه سنتی گردشگری وارد کند (تقوی فرد و اسدیان اردکانی، ۲۰۱۶). امروزه گردشگری الکترونیک به دلیل همگام کردن گردشگری با فناوری اطلاعات، از مؤلفه‌های اساسی در توسعه این صنعت به‌شمار می‌آید و مدت‌چندانی از ظهور آن نمی‌گذرد و حاصل ترکیب دو حوزه گردشگری و فناوری اطلاعات است که هر دو حوزه از متداول‌ترین انواع کسب‌وکارهای درآمدزا و مولد فرصت‌های شغلی در جهان امروزی به‌شمار می‌روند (دهدشتی شاهرخ و شکیبا جمال‌آباد، ۲۰۱۳). گردشگری الکترونیک عبارت است از تلفیق روش‌های کسب‌وکار الکترونیکی برای ارائه خدمات مورد نیاز گردشگران با کیفیتی برتر و هزینه‌ای کمتر. در واقع گردشگری الکترونیک ارائه الکترونیکی تمامی خدماتی است که در گذشته گردشگران به‌صورت سنتی از آنها استفاده می‌کردند، به‌علاوه خدماتی که به‌واسطه فناوری اطلاعات میسر شده است (روحانی و زارع رواسان، ۲۰۱۳). این امر زمینه‌های دموکراتیک شدن انتخاب مقاصد را برای سفر فراهم می‌کند که بر بستری از لیبرالیسم حاصل از جهانی شدن تسهیل شده است (قنبری و همکاران، ۲۰۲۰).

یکی از حوزه‌های جذابی که می‌تواند در گردشگری الکترونیک بررسی شود، حوزه ورزش است. گردشگری الکترونیکی در ورزش، به مفهوم بازدید مجازی گردشگران از رویدادها و فعالیت‌های ورزشی است. پتانسیل‌های مناسب ورزش، سبب گردیده است تا بتوان به‌خوبی از آن در توسعه گردشگری الکترونیکی استفاده شود (اقبالی، ۲۰۱۸). با نگاهی گذرا به وضعیت صنعت گردشگری ورزشی در ایران، جای خالی فناوری اطلاعات و استفاده از این صنعت به‌خوبی حس می‌شود. متأسفانه بی‌توجهی به استفاده از فناوری و فناوری اطلاعات می‌تواند ضرر جبران‌ناپذیری حتی به شیوه سنتی گردشگری وارد کند (حیدری و حیدری، ۲۰۱۷). نقش فناوری در توسعه صنعت

¹. Sandelin & Fiechtner

². Mesci

گردشگری ورزشی از دو جنبه قابل بررسی است: یکی به‌کارگیری فناوری اطلاعات در اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات گردشگری که به معنای استفاده همه‌جانبه از پتانسیل‌های صنعت فناوری اطلاعات جهت توسعه زیرساخت‌های صنعت گردشگری ورزشی است و دیگری گردشگری هوشمند که به معنای استفاده از فناوری و الکترونیکی شدن منابع گردشگری موجود یا حتی فضاهای ساختگی است (گیسون؛ ۱۹۹۸). استفاده از ابزارهای دیجیتال منافع بی‌شماری را برای کسب‌وکارها و فعالان صنعت گردشگری ورزشی در پی خواهد داشت که در این زمینه اشتغال‌زایی و پایین بودن متوسط سرمایه‌گذاری برای ایجاد هر شغل از یک سو و رشد سریع تقاضا برای ارائه خدمات با استفاده از ابزارهای دیجیتال و هوشمند در زمینه‌هایی چون بازاریابی و تبلیغات، برنامه‌نویسی و تولید محتوا برای سایت‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی و تغییر نگرش‌ها و پیدایش استارت‌آپ‌های تخصصی گردشگری، نگاه ویژه و تخصصی به این شکل از فعالیت را پراهمیت می‌سازد (زکی‌زاده و نوبخت رضانی، ۲۰۱۷).

لزوم توجه به عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی و طراحی اولویت‌ها جهت توسعه آن، در کشوری مانند ایران که از جاذب‌های تاریخی و طبیعی بسیاری برخوردار است، همچنین ارتقای جایگاه کشور ایران در بخش گردشگری و جذب گردشگران داخلی و خارجی به‌عنوان یکی از مزیت‌های نسبی توسعه و گسترش کشوری امری ضروری است. بنابراین تحلیل وضعیت گردشگری ورزشی الکترونیک می‌تواند در اتخاذ تدابیری در راستای شناخت و بهبود حیطه‌های اولویت‌دار، تقویت توانمندی‌ها در این صنعت و در نهایت جذب گردشگر و همچنین گردشگر ورزشی سودمند باشد (والکی و همکاران، ۲۰۲۰). تحقیقات مختلف انجام‌گرفته در حوزه گردشگری ورزشی الکترونیک به موارد مختلف مؤثر در این زمینه اشاره کرده‌اند. در این زمینه نوراللهی و همکاران (۲۰۲۲) بیان کردند که یکپارچگی فرایندها، توسعه زیرساخت ارتباطات و فناوری، حمایت‌ها و فراهم‌سازی بسترهای لازم توسط دولت، آموزش شهروندان، استفاده کسب‌وکار الکترونیک از فناوری، هماهنگی و تعامل‌پذیری با مشتریان و ذی‌نفعان و گسترش فرهنگ به‌کارگیری کسب‌وکار الکترونیکی در عرصه گردشگری ورزشی می‌تواند در تدوین و توسعه کسب‌وکار الکترونیک گردشگری ورزشی کمک‌کننده باشد. والکی و همکاران (۲۰۲۱) عنوان کردند که مدل گردشگری ورزشی الکترونیک در ایران شامل توسعه گردشگری ورزشی، فرهنگ‌سازی و تبلیغات، ساختار فناوری اطلاعات، مدیریت و برنامه‌ریزی، قوانین و سیاست‌گذاری، امکانات و توان مالی است. اقبالی (۲۰۱۸) نیز در پژوهشی عنوان کرد که عدم حمایت دولت و مدیران ارشد سازمان‌های متولی در حوزه گردشگری و همچنین نبود فرهنگ مناسب در استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری الکترونیک در ورزش از جمله موانع زیربنایی است که خود سبب شکل‌گیری سایر موانع در توسعه گردشگری الکترونیک در ورزش می‌شود. متأسفانه تحقیقات اندکی در زمینه نقش فناوری در گردشگری، به‌ویژه گردشگری ورزشی در نواحی مختلف کشور انجام گرفته است. همچنین برخی از مشکلات موجود در سیستم‌های کنونی را می‌توان قابل قبول نبودن صحت اطلاعات، عدم دریافت به‌موقع اطلاعات، زائد و غیر مرتبط بودن اطلاعات، زیاد بودن هزینه‌های جمع‌آوری اطلاعات، عدم مطلوبیت ساختار توزیع اطلاعات و ناهماهنگی سیستم‌ها و سازمان‌های مرتبط عنوان کرد (صلاحی کجور و همکاران، ۲۰۲۲). هیب‌خوکسانگ و همکاران (۲۰۲۳) عنوان کردند عوامل توسعه گردشگری ورزشی هوشمند شامل برآورد تقاضا، توسعه محصول، مدیریت سیستم فناوری اطلاعات، مدیریت سیستم حمل‌ونقل، زیرساخت‌ها، اقدامات ایمنی، بهداشتی و زیست‌محیطی، تعهد اجرایی و طرح توسعه شهر هوشمند، مدیریت منابع انسانی، گردشگری مبتنی بر جامعه که توسط کمیته محلی مدیریت می‌شود، همکاری با ذی‌نفعان و ایجاد ارتباط با مسافران است.

بیشترین درآمد ایجادشده از طریق اینترنت به صنعت گردشگری اختصاص دارد و در حدود ۲۱ درصد از درآمد مبادلات الکترونیک را به خود اختصاص داده است. امروزه با بهره‌گیری از فضای اینترنت و به‌وجود آمدن گردشگری الکترونیک، فناوری اطلاعات و ارتباطات یکی از عناصر اساسی گردشگری به‌شمار می‌رود و کارایی این صنعت را افزایش داده است (بلادی و همکاران، ۲۰۱۹) اما تاکنون حرکت جدی و برنامه‌ریزی‌شده‌ای به سوی گردشگری ورزشی الکترونیک انجام نشده است و به‌دلیل نبود زیرساخت‌های قانونی و حمایتی لازم،

1. Gibson

2. Heebkhoksung

3. Beladi

پذیرش الکترونیک به طور صحیح انجام نگرفته و به واسطه آن نهادهای سازنده در کسب و کار موجود در گردشگری الکترونیک به انجام نرسیده است. از این رو ضروری به نظر می‌رسد تا سازمان‌های مرتبط دولتی و خصوصی توجه کافی به بخش گردشگری الکترونیک داشته باشند و تلاش‌های لازم به منظور ایجاد آمادگی الکترونیکی برون‌سازمانی و در پی آن پذیرش گردشگری الکترونیک و پیاده‌سازی و نهادینه کردن آن انجام گیرد (والکی و همکاران، ۲۰۲۰).

ایران به دلیل داشتن اقلیم‌های متفاوت و چهار فصل به صورت بالقوه ظرفیت‌های گردشگری ورزشی زیادی دارد. استان کرمانشاه نیز به دلیل دارا بودن شرایط کوهستانی و نیز رودخانه‌ها و جاذبه‌های طبیعی که دارد، ظرفیت‌های بسیار مناسبی چون صخره‌نوردی در کوه بیستون، قایقرانی در آب‌های خروشان رودخانه‌های استان از جمله سیروان، قایقرانی و لذت بردن از غار قوری قلعه، غارنوردی در بزرگ‌ترین غار عمودی جهان یعنی غار پرآو، دوچرخه‌سواری و اسب‌سواری در دامنه کوه‌های زاگرس و جنگل‌های بلوط و ماهیگیری در سراب‌های بی‌شمار استان برای گردشگری ورزشی دارد که متأسفانه تاکنون به صورت مناسب از این ظرفیت‌ها استفاده نشده است. همچنین این استان با وجود جاذبه‌های بسیار، در زمینه گردشگری الکترونیک وضعیت مناسبی ندارد. با توجه به موارد یادشده، تحقق گردشگری الکترونیک در این استان در وهله نخست نیازمند آمادگی الکترونیکی سازمان‌های مسئول و مربوط و در صدر آنها اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان کرمانشاه در جایگاه اصلی‌ترین متولی گردشگری در استان و برخورداری از زیرساخت‌های مناسب سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در زمینه گردشگری و فناوری است. از این رو هدف اصلی تحقیق تبیین الگوی گردشگری الکترونیکی ورزشی در استان کرمانشاه بر پایه نظریه داده‌بنیاد است.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق پژوهش حاضر کیفی از نوع نظریه داده‌بنیاد است. با عنایت به محدودیت‌های مرتبط با پژوهش‌های گذشته همچون تعداد و موضوع در این زمینه سعی شد قالب مشخصی برای کدهای مستخرج از مصاحبه‌ها در نظر گرفته شود. به همین منظور رویکرد سیستماتیک از میان رویکردهای مختلف نظریه داده‌بنیاد انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. مصاحبه با برخی سؤالات توصیفی چندگزینه‌ای همچون جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه کاری مشارکت‌کنندگان در پژوهش آغاز شد و در ادامه سؤالات اصلی پژوهش که پاسخ باز بودند، پرسیده شد. هر مصاحبه به فراخور میزان جذابیت و اطلاع مصاحبه‌شونده از موضوع، بین ۳۰ تا ۹۰ دقیقه به طول انجامید. در زمان مصاحبه، صحبت‌های افراد با اجازه قبلی به صورت کامل ضبط و همچنین، نکات مهم، مبهم و یا نیازمند توضیح بیشتر، توسط پژوهشگر یادداشت شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به حد کفایت و اشباع نظری با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند ادامه پیدا کرد و پس از انجام ۱۱ مصاحبه با مدیران آژانس‌های مسافرتی، مدیر و معاونان اداره میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمانشاه و متخصصان در زمینه گردشگری الکترونیک و ورزش (استادان دانشگاه رشته گردشگری و مدیریت ورزشی که در زمینه گردشگری الکترونیک ورزشی دارای تألیف یا مقاله بودند)، تحلیل داده‌ها حاکی از اضافه نشدن داده جدید به داده‌های قبلی بود؛ چراکه درصد زیادی از داده‌های مستخرج از مصاحبه‌های آخر تکراری بود. بنابراین، با انجام ۱۱ مصاحبه و رسیدن به حد اشباع نظری، به مصاحبه‌ها پایان داده شد. کدگذاری و تحلیل داده‌ها همزمان با گردآوری آنها انجام گرفت، تا در فرایند پژوهش به نمونه‌گیری کمک کند. تحلیل داده‌ها با استفاده از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. به منظور ارزیابی کیفیت تحقیق نیز از معیارهای لینکلن و گوبا^۱ (۱۹۸۵) استفاده شد. بدین منظور برای بررسی باورپذیری^۲ نتایج تلاش شد تا مشارکت‌کنندگان در این پژوهش با حداکثر تنوع تجارب انتخاب شوند؛ نمونه‌گیری تا رسیدن داده‌ها به حد اشباع ادامه یافت و به منظور بررسی روایی صوری از بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان در پژوهش استفاده شد. به این منظور متن مصاحبه و کدهای استخراج‌شده به مشارکت‌کنندگان ارائه شد و آنها درباره

^۱. Lincoln & Guba

^۲. Credibility

صحت و سقم آن اظهار نظر کردند. به منظور اطمینان از قابلیت انتقال پذیری داده‌ها سعی شد تا دیدگاه‌های گوناگون مشارکت‌کنندگان در پژوهش گزارش شود. برای اطمینان از قابلیت اطمینان^۱ در این تحقیق فرایند انجام کار در اختیار چند تن از همکاران پژوهش قرار داده شد تا صحت نحوه انجام پژوهش تأیید شود. در نهایت برای اطمینان از قابلیت تأیید پذیری^۲ محقق از طولانی شدن زمان جمع‌آوری داده (انجام مصاحبه‌ها) تا حد امکان خودداری و از همه مشارکت‌کنندگان راجع به یک موضوع پرسیده شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج توصیفی مشارکت‌کنندگان در پژوهش در جدول ۱ نشان می‌دهد که هشت نفر از نمونه‌های تحقیق مرد (۷۲/۷۳ درصد) و سه نفر از نمونه‌های تحقیق زن (۲۷/۲۷ درصد) بودند. همچنین دو نفر از نمونه‌های تحقیق دارای تحصیلات کارشناسی (۱۸/۱۸ درصد)، چهار نفر دارای تحصیلات کارشناسی ارشد (۳۶/۳۶ درصد) و پنج نفر از نمونه‌های تحقیق دارای تحصیلات دکتری (۴۵/۴۵ درصد) بودند.

جدول ۱. توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

متغیر	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۸
	زن	۳
سن	۳۰ تا ۴۰ سال	۴
	۴۰ تا ۵۰ سال	۶
	بالاتر از ۵۰ سال	۱
تحصیلات	کارشناسی	۲
	کارشناسی ارشد	۴
	دکتری	۵
سابقه کاری	۱۰ تا ۱۵ سال	۲
	۱۵ تا ۲۰ سال	۵
	۲۰ تا ۲۵ سال	۳
	بالاتر از ۲۵ سال	۱

با توجه به نتایج به دست آمده از کدگذاری مصاحبه‌های انجام گرفته، کدهای اولیه الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل ۱۰۴ کد اولیه بود که در ادامه نتایج تجمیع کدها، حذف موارد تکراری و کدهای باز نهایی الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه در جداول ۲ تا ۶ نشان داده شده است که بر این اساس در مجموع مصاحبه‌هایی که با نمونه‌های مورد بررسی انجام شد، ۸۸ کد باز به دست آمد که در قالب ۱۹ کد محوری و ۵ کد گزینشی دسته‌بندی شدند.

1. Transferability

2. Dependability

3. Conformability

جدول ۲. نتایج کدگذاری عوامل علی الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه

کد گزینشی	کد محوری	کدهای باز
عوامل علی	جذاب بودن برای گردشگران	شبانه‌روزی بودن دسترسی به گردشگری ورزشی الکترونیک همخوانی با علاقه جوانان دسترسی آسان استفاده از تصاویر سه‌بعدی نمایش مکان در سایت به‌روز بودن گردشگری ورزشی الکترونیک کاربرپسند بودن عبور از مرز فضا و زبان کاهش اشتباهات در برنامه‌ریزی
		قابلیت دریافت بلیت سفر به‌صورت آنلاین قابلیت رزرو هتل به‌صورت آنلاین هماهنگی راحت‌تر در گردشگری تصمیم‌گیری راحت‌تر در انتخاب سفر
	راحت‌تر بودن	تلاش برای تخلیه هیجانانگیز پاسخ به نیازهای روحی و عاطفی علاقه به کسب تجربه جدید علاقه فردی گردشگران کنجکاوی گردشگران
	پیشاپندهای روانی	دسترسی به فضاهای بکر و دست‌نخورده در استان وجود جاذبه‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی در استان جاذبه‌های مربوط به تپه‌نوردی و طبیعت گردی در استان جاذبه‌های مربوط به کوهنوردی و غارنوردی در استان جاذبه‌های مربوط به شکار و صید در استان

جدول ۳. نتایج کدگذاری عوامل زمینه‌ای الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه

کد گزینشی	کد محوری	کدهای باز
عوامل زمینه‌ای	تاکید دوستان و خانواده	چشم و هم‌چشمی گرایش دوستان و همسالان گرایش عموم مردم به گردشگری ورزشی الکترونیک تشویق دیگران به استفاده از گردشگری ورزشی الکترونیک
		نظریه‌های موجود در سایت در ارتباط با هزینه‌های سفر نظریه‌های موجود در سایت در ارتباط با کیفیت خدمات نظریه‌های موجود در سایت در ارتباط با نظافت مکان‌ها نظریه‌های کلی کاربران در مورد سفرها
	تجارب دیگران	همه‌گیری استفاده از اینترنت قابلیت استفاده از نرم‌افزارهای جهانی در دسترس بودن منو در وب‌سایت وضوح منو در وب‌سایت وضوح اطلاعات در منوی وب‌سایت مناسب بودن محتوای اطلاعاتی در دسترس بودن پیوند به رسانه‌های اجتماعی قابلیت جست‌وجو در سایت
	قابلیت‌های وب‌سایت	

جدول ۴. نتایج کدگذاری عوامل مداخله‌گر الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه

کد گزینشی	کد محوری	کدهای باز
	ضعف‌های امنیتی	امنیت پایین خریده‌های اینترنتی بی‌اعتمادی کاربران به سایت‌های فروش عدم رعایت حق کپی‌رایت در کشور نامناسب بودن درگاه‌های پرداخت
عوامل مداخله‌گر	ضعف‌های مدیریتی و دولتی	وجود نداشتن شبکه یکپارچه گردشگری در کشور کم‌توجهی سازمان‌های ذی‌ربط به گردشگری الکترونیک نبود تجربه و دانش لازم در مدیران گردشگری فقدان مهارت‌ها و منابع انسانی متخصص در شرکت‌های گردشگری وضعیت سیاسی کشور نبود زیرساخت‌های قانونی ضعف اینترنت در برخی مناطق کشور عدم میزبانی رویدادها و مسابقات ورزشی بزرگ در استان
	ویژگی‌های فردی	ناآشنایی گردشگران با گردشگری الکترونیک ضعف در فرهنگ گردشگری ورزشی الکترونیک در کشور عدم تمایل گردشگران ورزشی به گردشگری الکترونیک

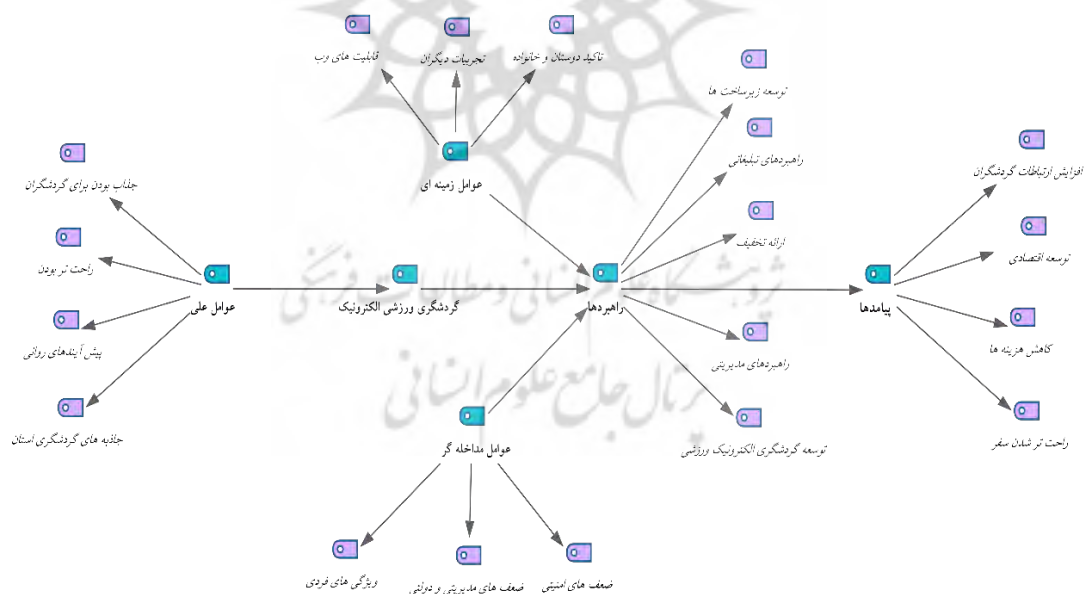
جدول ۵. نتایج کدگذاری عوامل راهبردها الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه

کد گزینشی	کد محوری	کدهای باز
	راهبردهای تبلیغاتی	تبلیغات در بستر فضای مجازی و فضای حقیقی آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی ایجاد شبکه‌های اجتماعی مختص گردشگری ورزشی الکترونیک صحه‌گذاری ورزشکاران شاخص فرهنگ‌سازی در جامعه اطلاع‌رسانی در شبکه‌های مجازی
	توسعه زیرساخت‌ها	فراهم ساختن زیرساخت‌های گردشگری ورزشی الکترونیک فرهنگ‌سازی به‌منظور گردشگری ورزشی الکترونیک فراهم ساختن اینترنت پرسرعت در کل کشور
راهبردها	ارائه تخفیف	اعطای تخفیف به گردشگران برگزاری جشنواره‌های تخفیف استفاده از ابزارهای تشویقی مانند کارت ملی سفر
	راهبردهای مدیریتی	تدوین برنامه جامع راهبردی گردشگری الکترونیک ورزشی برگزاری رویداد و مسابقات ورزشی بین‌المللی تضمین معاملات برخط گردشگران در حوزه گردشگری الکترونیک ورزشی از سوی دولت برگزاری دوره‌های آموزش گردشگری الکترونیک برای شرکت‌های گردشگری همکاری سازمان‌های متولی گردشگری در توسعه گردشگری ورزشی الکترونیک
	توسعه گردشگری الکترونیک	تقویت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی تعدد تورهای مجازی جهت بازدید مجازی از اماکن گردشگری استفاده از واقعیت مجازی برای گردشگری ورزشی الکترونیک

جدول ۶. نتایج کدگذاری پیامدهای الگوی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه

کدهای باز	کد محوری	کد گزینشی
تقویت ارتباطات اجتماعی و میان فرهنگی متفاوت بودن فضای تعاملات اجتماعی آشنایی با افراد با فرهنگ‌های مختلف در سفر افزایش درآمد مردم محلی ایجاد کسب‌وکار و فرصت شغلی جدید افزایش فروش صنایع دستی در استان کمک به راه‌اندازی کارگاه‌های صنایع دستی	افزایش ارتباطات گردشگران	پیامدها
مقرون به‌صرفه بودن به دلیل حذف واسطه‌ها صرفه‌جویی در زمان و منابع برای گردشگران هزینه تمام‌شده کمتر برای گردشگر عدم نیاز به ساخت‌وساز جهت اسکان مسافران عدم نیاز به پیمودن مسافت زیاد و طولانی افزایش امنیت سفر برای نوجوانان و بانوان کاهش ترافیک و تردهای غیرضروری عدم نیاز به راهنما در سفرهای مجازی	توسعه اقتصادی کاهش هزینه‌ها راحت‌تر شدن سفر	

با استناد به یافته‌های حاصل از کدگذاری محوری مقوله‌های فرعی و اصلی در الگوی پارادایمی تحقیق قرار گرفتند که در شکل ۱ قابل مشاهده است.



شکل ۱. الگوی پیشنهادی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه

بر اساس نتایج حاصل از کدگذاری، قضایای پژوهش به شرح زیر است:

قضیه اول: مقوله‌های جذاب بودن برای گردشگران، راحت‌تر بودن، پیش‌بینی‌های روانی و جاذبه‌های گردشگری استان تشکیل‌دهنده شرایط علی مؤثر بر گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه هستند.

قضیه دوم: مقوله‌های تأکید دوستان و خانواده، تجارب دیگران و قابلیت‌های وب تشکیل‌دهنده شرایط زمینه‌ای مؤثر بر گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه هستند.

قضیه سوم: مقوله‌های ضعف‌های امنیتی، ضعف‌های مدیریتی و دولتی و ویژگی‌های فردی تشکیل‌دهنده شرایط مداخله‌گر مؤثر بر گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه هستند.

قضیه چهارم: مقوله‌های توسعه زیرساخت‌ها، راهبردهای تبلیغاتی، ارائه تخفیف، راهبردهای مدیریتی و توسعه گردشگری الکترونیک ورزشی تشکیل‌دهنده راهبردهای مؤثر گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه هستند.

قضیه پنجم: مقوله‌های افزایش ارتباطات گردشگران، توسعه اقتصادی، کاهش هزینه‌ها و راحت‌تر شدن سفر پیامدهای گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر تبیین الگوی گردشگری الکترونیکی ورزشی در استان کرمانشاه بر پایه نظریه داده‌بنیاد بود. طبق نتایج تحقیق، عوامل علی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل مقوله‌های جذاب بودن برای گردشگران، راحت‌تر بودن، پیشایندهای روانی و جاذبه‌های گردشگری استان بود که با نتایج والکی و همکاران (۲۰۲۰)، ترزیچ^۱ و همکاران (۲۰۲۱) و دان^۲ (۲۰۱۷) همخوانی دارد. استان کرمانشاه به عنوان یکی از استان‌های تاریخی ایران، جاذبه‌های گردشگری ورزشی و طبیعت‌گردی زیادی را در خود جای داده است.

طبق نتایج تحقیق حاضر جذاب بودن برای گردشگران یکی از عوامل علی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه است. در این باره باید گفت هر شهر و کشوری حتی اگر زیباترین جاذبه‌های گردشگری ورزشی را داشته باشد، اما این جاذبه به افراد در سراسر جهان معرفی نشود هیچ گردشگری به سمت این مکان‌ها نخواهد آمد. یک مکان برای گردشگر باید جذاب باشد تا قصد سفر به آن مکان را پیدا کند. در خصوص استان کرمانشاه باید مکان‌های گردشگری ورزشی را به گونه‌ای معرفی و اطلاع‌رسانی کنیم که برای گردشگر جذاب باشد. در این راه باید معرفی مکان‌های گردشگری همه‌ساعته در دسترس باشد، دسترسی آسانی به مکان‌های گردشگری در وب‌سایت موجود باشد و بتوان عکس‌های مناسب از همه زوایا در سایت قرار داد همان‌گونه که والکی و همکاران (۲۰۲۰) بیان می‌دارند توسعه گردشگری و فرهنگ‌سازی و تبلیغات از جمله عوامل مؤثر بر گردشگری الکترونیک در ایران است. همچنین طبق نتایج تحقیق حاضر راحت‌تر بودن از دیگر عوامل علی گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه است. در این مورد باید گفت گردشگری الکترونیک باید بتواند همه امکانات رفاهی از زمان بازدید مجازی مکان تا رزرو بلیت و هتل و به‌طور کلی برنامه‌ریزی برای سفر را ارائه دهد. افراد از سفر به جاهای ناشناخته با زبان و فرهنگ متفاوت با خود بیم دارند، اما یک گردشگری الکترونیک کامل و جامع به گردشگر کمک می‌کند بدون دغدغه، هماهنگی‌های لازم برای سفر به آن مکان را انجام دهد. در این زمینه ترزیچ و همکاران (۲۰۲۱) بیان کردند عامل روانی - اجتماعی و جمعیتی نقش مهمی در توضیح جنبه‌های انگیزه در انتخاب‌های مربوط به ورزش و گردشگری دارند. عامل علی دیگر در گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه پیشایندهای روانی بود که باید در گردشگری الکترونیک به آن توجه کرد. در این زمینه توجه به علایق گردشگران با توجه به سنین مختلف، ارضای حس کنجکاوی گردشگر و تلاش برای تخلیه هیجانی مناسب در سفر واقعی و مجازی، ضروری است. باید مکان‌های گردشگری به خوبی با پیشینه و همه مواردی که حس کنجکاوی گردشگر را برمی‌انگیزد ارائه شود. عامل علی دیگر، جاذبه‌های گردشگری استان بود. موقعیت طبیعی استان کرمانشاه و وجود فضاهای بکر برای

^۱. Terzić

^۲. Dan

ورزش‌های زمستانی و کوه‌نودی و طبیعت‌گردی سبب شده است که توجه برای گردشگری الکترونیک به این استان نیز معطوف شود. کوه‌های زیبا و غارهای طبیعی امکان غارنوردی را برای گردشگران فراهم می‌کند که باید همه این موارد در گردشگری الکترونیک به‌خوبی معرفی شوند همان‌گونه که دان (۲۰۱۷) بیان می‌کند از مزایای استفاده از گردشگری، آزادی دسترسی به آن، هزینه کم و نیاز نداشتن به ابزاری خاص و پیچیده است که می‌توان با فراهم آوردن این محیط در گردشگری الکترونیک استان کرمانشاه توجه گردشگران از سراسر جهان را به سوی این شهر معطوف کرد.

طبق نتایج تحقیق عوامل زمینه‌ای گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل تأکید دوستان و خانواده، تجارب دیگران و قابلیت‌های وبسایت بود که با نتایج سبحانی و همکاران (۲۰۲۱)، یآوری گهر و همکاران (۲۰۲۰)، شریعتی و همکاران (۲۰۲۰) و ماسری و همکاران (۲۰۲۰) همخوانی دارد. در گردشگری ورزشی افراد تحت تأثیر تشویق و توصیه دیگران به‌خصوص دوستان نزدیک و یا خانواده قرار می‌گیرند. تعریف‌ها و تمجیدهای این افراد از مکان‌های گردشگری ورزشی فرد را به بازدید از آن مکان ترغیب می‌کند. شاید اولین کاری که او انجام دهد جست‌وجو کردن در مورد این مکان در اینترنت است. اینجاست که داشتن یک پایگاه گردشگری الکترونیک ورزشی می‌تواند مخاطب را به خود جذب کند. همان‌گونه که سبحانی و همکاران (۲۰۲۱) بیان کردند داشتن زیرساخت‌ها در مدیریت امنیت گردشگری ورزشی ایران حائز اهمیت است. در واقع وجود این زیرساخت افراد را به استفاده از گردشگری مجازی تشویق می‌کند تا در نهایت این استفاده منجر به استفاده حقیقی و بازدید واقعی شود. یکی دیگر از عوامل زمینه‌ای مطالعه تجارب دیگران در گردشگری الکترونیک ورزشی است. در این باره نظرهای دیگر گردشگران در مورد مکان موردنظر، در مورد کیفیت خدمات، هزینه‌های سفر و هر مورد دیگری به فرد کمک می‌کند تصمیم بهتری بگیرد و از سفر خود اطمینان بیشتری حاصل کند در این باره شریعتی و همکاران (۲۰۲۰) بیان کردند فعالیت‌های کلیدی، منابع کلیدی، ارزش پیشنهادی، ارتباط با مشتری، کانال‌های ارتباطی، ساختار هزینه، جریان درآمدی، فرهنگ کسب‌وکار الکترونیک، زنجیره تأمین بر کسب‌وکارهای الکترونیکی در صنعت گردشگری به اثبات رسیده است. سومین عامل زمینه‌ای در گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه قابلیت‌های وبسایت است. وبسایت‌ها به دلیل ارزش اطلاع‌رسانی فوق‌العاده‌ای که در سرزمین دیجیتال اینترنت با کاربران باسواد دارند، فرصت خوبی برای معرفی چندزبانه و چندرسانه‌ای قابلیت‌های گردشگری است. برای داشتن گردشگری ورزشی الکترونیک کیفیت وبسایت حرف اول را می‌زند و برای جهانی بودن این وبسایت باید طراحی آن به‌گونه‌ای باشد تا بتواند محتوای مناسبی ارائه داده و نظرهای مختلف را جلب کند. اینکه بتوان در این وبسایت از نرم‌افزارهای جهانی استفاده کرد، منوی قابل فهم و راحتی برای دسترسی به مکان‌ها طراحی کرد و قابلیت جست‌وجو، خواندن مطالب را به زبان‌های مختلف دنیا و در دسترس بودن لینک پیوند به رسانه‌های اجتماعی ارائه کرد، از جمله ملزومات وبسایت است. در این باره یآوری گهر و همکاران (۲۰۲۰) بیان می‌کنند که حضور در شبکه‌های اجتماعی بر عناصر مربوط به مشتریان بیشتر از عناصر مربوط به تأمین‌کنندگان اثر می‌گذارد. به سخن دیگر، عناصر مربوط به ارتباط با مشتریان، ساختار هزینه، ارزش پیشنهادی، و کانال‌های توزیع بیشتر از عناصر مربوط به جریان‌های درآمدی، منابع کلیدی، فعالیت‌های کلیدی و مشارکت‌های کلیدی تأثیر می‌پذیرند اما وبگاه‌های گردشگری ایران هنوز به مرحله تعامل با کاربر وارد نشده‌اند و در نقش اطلاع‌رسانی نیز کمتر به نیازهایی کاربران آگاه امروزه ایران پاسخ می‌دهند. در عین حال وجود نمونه‌های موفق از وبگاه‌های اطلاعاتی تجاری حاکی از آن است که با استفاده از فرصت برقراری ارتباط بی‌واسطه با کاربر و ایجاد روابط انسانی با مخاطبان می‌توان در شرایط ایران کسب‌وکارهای موفق کوچکی را در فضای اینترنت راه‌اندازی کرد. از این‌رو برای زمینه‌سازی به‌منظور داشتن گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه باید ضمن طراحی یک وبسایت قوی با مشخصاتی که ذکر شد، افراد را به شرکت در نظرسنجی و به اشتراک گذاشتن تجاربشان از سفر در وبسایت تشویق کنیم تا بدین‌صورت بتوانیم گام‌های اولیه در راه‌اندازی گردشگری ورزشی الکترونیک استان کرمانشاه را برداریم.

طبق نتایج تحقیق عوامل مداخله‌گر گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل ضعف‌های امنیتی، ضعف‌های مدیریتی و دولتی و ویژگی‌های فردی با نتایج سبحانی و همکاران (۲۰۲۱)، اقبالی (۲۰۱۸) و طهمورث و صنایعی (۲۰۱۷) همخوانی دارد. عوامل مداخله‌گر زیادی بر سر راه گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه وجود دارد که یکی از آنها ضعف‌های امنیتی است. در

گردشگری ورزشی الکترونیکی امنیت در خریدهای اینترنتی باید تضمین شود. در واقع خریدهایی مانند خرید بلیت، یا پرداخت هزینه هتل و... در گردشگری ورزشی الکترونیکی رایج است. فناوری اطلاعات و ارتباطات از طریق شبکه‌هایی که ایجاد می‌کند، می‌تواند رابطه بین مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان محصول گردشگری باشد که برای آینده گردشگری مجازی حیاتی‌اند و توسعه فناوری به سازمان‌ها این اجازه را داده است که پایه و اساس دانش خود را توسعه دهند و مدیریت خود را در ادامه بازاریابی بهبود بخشند. با استفاده از اینترنت به‌عنوان ابزاری برای بازاریابی، سازمان‌های جهانگردی موفق می‌شوند که مزایای مربوط به تخفیف هزینه، افزایش درآمد و تحقیقات در بازاریابی و توسعه دانش و... کسب‌وکار خود را رونق بخشند و از این طریق مشتریان خود را حفظ کنند، اما در این زمینه باید امنیت خرید کاربران تأمین شود. برای مثال در مرحله پرداخت درگاه‌های پرداخت باید ایمن و مطمئن باشد، باید هشدارهای لازم را در این باره به کاربران بدهیم و آنان را آگاه کنیم. در این باره اقبالی (۲۰۱۸) بیان می‌دارد نبود حمایت دولتمردان ارشد سازمان‌های متولی در حوزه گردشگری و همچنین نبود فرهنگ مناسب در استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری الکترونیکی در ورزش از جمله موانع توسعه گردشگری الکترونیک در ورزش است. همان‌گونه که طهمورث و صنایعی (۲۰۱۷) بیان کرده است، می‌بایست عوامل فرهنگی-اجتماعی، فنی و زیرساختی مناسبی برای توسعه گردشگری الکترونیک در صنعت گردشگری ایران فراهم کرد. برای این منظور باید به ضعف‌های امنیتی که بیان شد، توجه و موارد را برطرف کرد. یکی دیگر از عوامل مداخله‌گر ضعف‌های مدیریتی و دولتی بود. نبود شبکه یکپارچه گردشگری در کشور جهت گردشگری الکترونیک ورزشی سبب شده است در عرصه بین‌المللی نیز نتوانیم ورود کنیم. برای این منظور باید همت و همکاری سازمان‌های مرتبط را جلب کرد که متأسفانه با کم‌توجهی آنان روبه‌رو هستیم. همچنین مدیران گردشگری ما در استان کرمانشاه از روش سنتی پیروی می‌کنند و تجربه کافی در زمینه گردشگری الکترونیک ندارند. از طرفی اوضاع سیاسی کشور و استان به‌نحوی است که گردشگران زیادی ترس از سفر به استان کرمانشاه دارند. این در حالی است که ما زیرساخت قانونی خاصی برای میزبانی از این گردشگران و تضمین امنیت آنان نداریم. همچنین بیشتر نقاط بکر و زیبای کرمانشاه به لحاظ گردشگری ورزشی دارای اینترنت ضعیف است که این خود ضعف بزرگی محسوب می‌شود. در خصوص استان کرمانشاه عدم میزبانی رویدادها و مسابقات ورزشی بزرگ در استان سبب شده است مکان‌هایی که می‌تواند مورد توجه گردشگری ورزشی قرار گیرد، از نظرها پنهان شود و آن‌گونه که باید معرفی نشود. به همین دلیل از سمت مراکز بالادستی و دولت باید در زمینه توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی گام‌های اولیه برداشته شود تا با فراهم کردن زیرساخت‌های مدیریتی و دولتی بتوانیم گردشگری ورزشی الکترونیکی را در کرمانشاه رونق دهیم. از دیگر عوامل مداخله‌گر ویژگی‌های فردی است در این زمینه باید گفت ناآشنایی برخی گردشگران با گردشگری الکترونیک سبب شده است تلاشی در این زمینه از سوی آنان صورت نگیرد. همچنین ضعف در فرهنگ گردشگری ورزشی الکترونیک در کشور سبب شده است در استان‌های مستعدی مانند کرمانشاه شاهد رونق این نوع از گردشگری نباشیم، زیرا اساساً در کشور در این زمینه هنوز فرهنگ‌سازی درستی صورت نگرفته است. از طرفی اغلب افراد به انواع گردشگری غیر از گردشگری ورزشی تمایل دارند و تعداد گردشگران ورزشی کمتر است، از این‌رو مسئولان باید با معرفی هرچه بیشتر قابلیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری ورزشی بر تعداد این افراد بیفزایند.

طبق نتایج تحقیق راهبردهای گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل راهبردهای تبلیغاتی، توسعه زیرساخت‌ها، ارائه تخفیف، راهبردهای مدیریتی و توسعه گردشگری الکترونیک ورزشی بود که با نتایج سبحانی و همکاران (۲۰۲۰)، والکی و همکاران (۲۰۲۰)، شریعتی و همکاران (۲۰۲۰)، قنبری و همکاران (۲۰۲۰)، ژو و همکاران^۱ (۲۰۲۰) و آرتمنکو^۲ و همکاران (۲۰۲۰) همخوانی دارد. توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه بی‌شک نیازمند راهبردهایی است که اجرایی شدن آن نیازمند همت مسئولان در بخش‌های مختلف و مرتبط با گردشگری است. یکی از راهبردها تبلیغات است. بدون تبلیغات بکرترین و زیباترین قطب‌های گردشگری ورزشی بدون گردشگر می‌ماند. در این مورد آرتمنکو و همکاران (۲۰۲۰) بیان کردند توسعه ابزارهای کارآمد برای نظرها و بازخورد کاربران گردشگری الکترونیکی در رسانه‌های اجتماعی، ترکیب فناوری‌های داده بزرگ و تلفن‌های هوشمند می‌تواند توصیه‌های گردشگری

¹. Xu

². Artemenko

الکترونیکی را افزایش دهد. به همین دلیل یکی از راهبردها در این زمینه تبلیغات در بستر فضای مجازی و فضای حقیقی است. با آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی می‌توان نظر گردشگران را به مکان‌های گردشگری ورزشی الکترونیکی کرمانشاه جلب کرد. در این زمینه ژو و همکاران (۲۰۲۰) بیان می‌دارد برای ایجاد ارتباط بین بخش گردشگری و ورزش لازم است در درجه اول برنامه‌ریزی منظم و عمیق در منابع گردشگری ورزشی داشته باشیم و بعد مدل‌های توسعه‌ای را به صورت خلاقانه و نوآوری درآوریم تا به سرعت در این زمینه پیشرفت کنیم. همچنین بر اساس برنامه‌ریزی کلی توسعه باید متناسب با شرایط محلی، از جمله پارک‌های گردشگری ورزشی، شهرهای جهانگردی ورزشی، رویدادهای معروف ورزشی داخلی و خارجی و قومی و آژانس‌ها باشد. در این زمینه می‌توان با ایجاد شبکه‌های اجتماعی مختص گردشگری ورزشی الکترونیک کرمانشاه پیشرو بود. همچنین استفاده از توصیه ورزشکاران شاخص به منظور معرفی جاذبه‌های گردشگری ورزشی کرمانشاه نیز یکی دیگر از راهبردهای تبلیغاتی از طریق صحنه‌گذاری است، با این کار فرهنگ‌سازی گردشگری ورزشی الکترونیکی در جامعه با سرعت بیشتری انجام خواهد شد.

از دیگر راهبردها توسعه زیرساخت‌هاست. فراهم ساختن زیرساخت‌های گردشگری ورزشی الکترونیک از جمله واجبات و سنگ بناهای اولیه است. همان‌گونه که قنبری و همکاران (۲۰۲۰) بیان کردند آمادگی زیرساختی، آمادگی سازمانی و آمادگی خدماتی و سیستمی از عوامل توسعه گردشگری الکترونیکی در استان آذربایجان شرقی است. زیرساخت‌های فنی و اینترنتی لازم و نیز تخصص در زمینه معرفی و بارگذار محتوی در سایت از جمله موارد ضروری است که باید در کرمانشاه در گام اول به آن توجه کرد. در گام بعدی باید به فرهنگ‌سازی جهت گردشگری ورزشی الکترونیک پرداخت تا بتوان افراد گردشگر ورزشی را به سوی کرمانشاه فراخواند که این امر بدون داشتن اینترنت پرسرعت در کل کشور غیرممکن می‌شود. پهنای باند و سرعت اینترنت مانند سوختی است که موتور گردشگری ورزشی الکترونیکی را به حرکت درمی‌آورد. در این زمینه سبحانی و همکاران (۲۰۲۱) نیز بیان کرده‌اند فراهم ساختن زیرساخت‌ها، بهبود شرایط میزبانی رویدادها سبب افزایش امنیت روانی گردشگران ورزشی و مدیریت امنیت گردشگری ورزشی ایران می‌شوند. همچنین والکی و همکاران (۲۰۲۰) بیان کردند ساختار فناوری اطلاعات، مدیریت و برنامه‌ریزی، قوانین و سیاستگذاری، امکانات و توان مالی از الزامات گردشگری ورزشی الکترونیک در ایران است.

از جمله دیگر راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه ارائه تخفیف است. مانند اعطای تخفیف به گردشگران در هنگام خرید اینترنتی و حضوری، برگزاری جشنواره‌های تخفیف و استفاده از ابزارهای تشویقی مانند کارت ملی سفر. همان‌گونه که شریعتی و همکاران (۲۰۲۰) بیان کردند ارزش پیشنهادی، ارتباط با مشتری، کانال‌های ارتباطی، ساختار هزینه و جریان درآمدی بر مدل کسب‌وکارهای الکترونیکی در صنعت گردشگری مؤثر است. ما باید بتوانیم در وهله اول با دادن تخفیفات ویژه نظر گردشگران را به استان کرمانشاه و جاذبه‌های گردشگری ورزشی آن جلب کنیم. باید بتوانیم برای گردشگران خلق ارزش کنیم و ارزش دریافتی آنان را از خدمت افزایش دهیم تا آنان به استفاده از این خدمات تمایل بیشتری نشان دهند. توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه نیازمند توجه همه‌جانبه زیرساختی، مدیریتی و بازاریابی است و اکنون در ابتدای راه خود می‌بایست هر سه عامل را به نحو احسن با هم پیش ببرد. از جمله دیگر راهبردها، راهبردهای مدیریتی بود. در این زمینه باید گفت تدوین برنامه جامع راهبردی گردشگری الکترونیک ورزشی اولین سنگ بنای مدیریتی خواهد بود که کمک خواهد کرد تا بقیه امور در این زمینه به درستی پیش رود. همچنین برگزاری رویداد و مسابقات ورزشی بین‌المللی در استان کرمانشاه به شناخته شدن هرچه بیشتر این استان به خصوص در میان گردشگران ورزشی کمک خواهد کرد. از آنجا که سیستم غالب گردشگری در ایران هنوز از طریق سنتی اداره می‌شود، باید با برگزاری دوره‌های آموزش گردشگری الکترونیک برای شرکت‌های گردشگری آنان را با این مقوله آشنا کرد تا بتوان در کنار آن نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری ورزشی الکترونیکی تربیت کرد.

طبق نتایج تحقیق پیامدهای گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه شامل افزایش ارتباطات گردشگران، توسعه اقتصادی، کاهش هزینه‌ها و راحت‌تر شدن سفر بود که با نتایج کروی و همکاران (۲۰۱۸) همخوانی دارد. گردشگری در دهه‌های گذشته نقش زیادی در افزایش درآمد و رشد اقتصادی کشورهای پیش‌تاز در این حوزه داشته است. با افزایش جاذبه‌های گوناگون، بهبود زیرساخت‌های

حمل‌ونقل و افزایش اهمیت گذران اوقات فراغت رشد گردشگری در حال گسترش است. از جمله پیامدهای مطلوب گردشگری، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، کاهش فقر، بهبود توزیع درآمد و پویایی جوامع محلی است (گل‌زاده و سعیدی، ۲۰۱۹). گردشگری ورزشی تجربه سفر برای مشارکت یا مشاهده فعالیت‌های مرتبط با ورزش به‌عنوان یک بازار مهم گردشگری جهان شناخته شده است. سفرهای ورزش محور، طی دو دهه گذشته به طرز چشمگیری رشد کرده است. گردشگری ورزشی الکترونیکی قطعاً پیامدهای مفیدی برای گردشگر و میزبانان خواهد داشت. در این باره می‌توان گفت افزایش ارتباطات گردشگران با هم از این طریق بیشتر می‌شود. آنها می‌توانند با خواندن نظریات یکدیگر از نقطه قوت‌ها و تجارب یکدیگر نهایت استفاده را ببرند. همچنین توسعه اقتصادی برای شهر میزبان از طریق ایجاد اشتغال، فروش سوغات برای فروشندگان محلی، کسب وجهه و اعتبار را نیز به‌دنبال دارد. همان‌گونه که کروی و همکاران (۲۰۱۸) بیان کرده است گردشگری موجب افزایش توسعه اقتصادی در هریک از ابعاد آنها که عبارت‌اند از افزایش درآمد، افزایش اشتغال و کاهش بیکاری افراد در شهر تبریز می‌شود در واقع گردشگری موجب توسعه اقتصادی در هریک از این ابعاد می‌شود. هر گردشگر با خود سرمایه‌ای را وارد شهر میزبان می‌کند که به رونق اقتصادی آن شهر کمک‌کننده است. از طرفی این نوع از گردشگری سبب صرفه‌جویی در هزینه برای گردشگر ورزشی نیز می‌شود زیرا او از ابتدا با همه نوع خدمات و هزینه‌های آن آشنایی پیدا کرده است و با بودجه خود انتخاب می‌کند، ضمن اینکه تجربیات دیگر از این سفر مشابه به او کمک زیادی خواهد کرد و این سبب راحتی سفر نیز می‌شود، زیرا از ابتدا از مقصد گردشگری ورزشی، شهر این مقصد، فرهنگ، وسایل رفاهی و مواردی از این دست اطلاعاتی در دسترس است.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود در راستای فراهم آوردن محیطی مجازی به‌منظور معرفی جاذبه‌های تاریخی و طبیعی خود و نیز جذب گردشگر با توجه به استانداردهای روز دنیا در این زمینه عمل شود و طبق آن با معرفی جذاب، امکان دسترسی راحت در سایت و نیز امکان دسترسی راحت به رزرو بلیت و هتل و سفر برای دیدن جاذبه موردنظر توجه گردشگران را بیشتر به خود جلب کند. همچنین باید در نظر داشت برای تمامی لحظاتی که گردشگر قصد دیدن مجازی و تصمیم برای سفر را دارد، باید برنامه‌ریزی کرد و هیجان‌ات بازدید مجازی را با عکس‌های جذاب و معرفی کامل مکان و هر آنچه هیجان گردشگر را تحریک می‌کند، القا کرد. همچنین به‌منظور جذب گردشگران ورزشی به استان کرمانشاه در گام اول طراحی یک وب‌سایت رسمی با داشتن تمام ویژگی‌هایی از جمله چندزبانه بودن، معرفی ساده و کامل مکان‌های گردشگری استان، مزیت‌ها، راه‌های دسترسی، امکان مطالعه تجارب دیگران و مواردی از این دست که توجه گردشگر را به این استان جلب کند، ضروری و زمینه‌ساز گام‌های بعدی است. به این ترتیب استفاده از طراحان ماهر وب‌سایت و استفاده از اطلاعات افراد بومی می‌توان محتوای خوبی را ارائه کرد. به‌منظور توسعه بیشتر گردشگری ورزشی الکترونیکی دولت باید امنیت گردشگران را برای ورود به ایران به‌صورت کامل تضمین کند، از این رو پیشنهاد می‌شود در زمینه ایجاد امنیت چه به‌صورت مجازی و چه واقعی دولت قوانین مشخصی وضع کند. در ادامه مسئولان ذی‌ربط به‌منظور فراهم ساختن زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگری ورزشی الکترونیکی استان کرمانشاه همت کنند و در این راه می‌توانند از شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها کمک بگیرند. همچنین پیشنهاد می‌شود ضمن ساخت تیزرهای تبلیغاتی کارشناسی‌شده و صحنه‌گذاری پیشکسوتان ورزشی، به معرفی جاذبه‌های گردشگری ورزشی استان کرمانشاه پرداخته شود.

در نهایت استان کرمانشاه با گرفتن میزبانی رقابت‌ها و رویدادهای ورزشی بیشتر زمینه‌ساز شناخت بیشتر این استان و توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی شود و در پی آن موجب ایجاد اشتغال، درآمدزایی و نیز راحتی سفر برای گردشگران ورزشی شود. به سایر پژوهشگران هم پیشنهاد می‌شود به تبیین الگوی گردشگری الکترونیکی ورزشی در دیگر استان‌های ایران بپردازند. همچنین به‌منظور آگاهی از اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی الکترونیکی کشور می‌توانند روش پژوهشی خود را مبتنی بر روش‌شناسی ترکیبی (کیفی - کمی) قرار دهند و در نهایت پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی به بررسی نقش گردشگری ورزشی الکترونیکی در توسعه کسب‌وکارهای ورزشی محلی پرداخته شود.

تقدیر و تشکر

از تمامی کسانی که در فرایند انجام تحقیق ما را یاری کردند سپاسگزاریم.

References

- [Artemenko, O., Pasichnyk, V., Kunanets, N., & Shunevych, K. \(2020\). Using sentiment text analysis of user reviews in social media for e-tourism mobile recommender systems. In *COLINS* \(pp. 259-271\).](#)
- [Beladi, H., Chao, C. C., Hazari, B. R., & Laffargue, J. P. \(2009\). Tourism and the environment. *Resource and energy economics*, 31\(1\), 39-49.](#)
- [Dan, P. \(2017, May\). E-tourism. In 12th International Conference on European Integration-Realities and Perspectives, Danubius University.](#)
- [Dehdashti Shahrokh, D. Z., & Shakiba Jamal Abad, G. \(2013\). Structural Equation Modeling for Identification of the Effective Strategic Components of E-tourism Institutionalization. *Tourism Management Studies*, 8\(22\), 170-197. \(in persian\)](#)
- [Eghbali, K. \(2018\). Model of Barriers to the development of electronic tourism in sport with Interpretive Structural Model. *Sport Management and Development*, 7\(3\), 170-184. doi: 10.22124/jsmd.1970.3450 \(in persian\)](#)
- [Ghanbari, A., Aghayari Hir, M., & zaidi, L. \(2020\). The Impact of E- Readiness on E-Tourism \(Case Study: The Administration of the Cultural Heritage Department of Tourism and Handicrafts of East Azerbaijan Province\). *Journal of Tourism and Development*, 9\(3\), 17-30. doi: 10.22034/jtd.2019.133158.1421. \(in persian\)](#)
- [Gibson, H. J. \(1998\). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport management review*, 1\(1\), 45-76.](#)
- [Golzadeh, M., & Saidi, H. \(2020\). Analyzing the effects of tourism on the improvement of the livelihood of rural settlements with an emphasis on sports tourism \(case example: the settlements of the Ni-Barda Reshe axis in Marivan city\). *New Attitudes in Human Geography*, 3\(47\), 557-574. \(in persian\)](#)
- [Heebkhoksung, K., Rattanawong, W., & Vongmanee, V. \(2023, May\). Development of Smart Sport Tourism Model Based on Smart City Integrated with Sport Tourism Principles. In *2023 8th International Conference on Business and Industrial Research \(ICBIR\)* \(pp. 627-631\). IEEE.](#)
- [Hasibi, S., & Shojaei, V. \(2020\). Comprehensive Analysis of Sports Tourism Marketing Mix in Guilan Province with 7P's Approach. *Sport Management and Development*, 9\(2\), 52-68. doi: 10.22124/jsmd.2020.4369 \(in persian\)](#)
- [Heydari A, Heydari T. \(2017\). Challenges of Sports Tourists in Iran Pathology, 11th National Congress of Pioneers of Progress, Tehran, Center for the Iranian Islamic Model of Progress. 17-27. \(In Persian\).](#)
- [Hijazi, S., & Javadi, M. \(2020\). Evaluation of the ecological power of tourism development using the integrated model \(AHP-TOPSIS\) \(case example of Sarein city\). *Scientific and Research Quarterly of New Attitudes in Human Geography*, 12\(3\), 17-40. \(in persian\)](#)
- [Hosseini Nesab, S., Tayibi Thani, S., & Mursal, B. \(2020\). The role of sports tourism in the sustainable development of Mashhad. *Scientific and Research Quarterly of New Approaches in Human Geography*, 12\(3\), 463-489. \(in persian\)](#)
- [karoubi, M., Bahari, J., Bahari, S., Bahari, H., & Mohammadi, S. \(2018\). Analysis of the Role of Tourism in Economic Development of Tabriz City. *Geography and Human Relationships*, 1\(2\), 335-352. \(in persian\)](#)

- [Masri, N. W., You, J. J., Ruangkanjanases, A., Chen, S. C., & Pan, C. I. \(2020\). Assessing the effects of information system quality and relationship quality on continuance intention in e-tourism. *International journal of environmental research and public health*, 17\(1\), 174.](#)
- [Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. \(1985\). *Naturalistic inquiry*. sage.](#)
- [Mesci, M., Pekersen, Y., & Mesci, Z. \(2021\). An overall assessment of sports tourism articles. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4\(5\), 676-707.](#)
- [Noorallahi, L., Farahani, A., Safania, A., & nikbakhsh, R. \(2022\). Identification an Model of e-Business in Iranian Sport Tourism. *Strategic Studies on Youth and Sports*, \(\), -. doi: 10.22034/ssys.2022.1852.2313 \(in persian\)](#)
- [Rohani, S., & Zare, A. \(2013\). Identification and Classification of Affecting Factors on E-Tourism in Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 2\(5\), 183-206. \(in persian\)](#)
- [Salahi Kojour, A., Razavi, S. M. H., Amirnejad, S., Mohammadi, N., & Taghipouryan, M. J. \(2022\). Qualitative Modeling of Smart Tourism in the Sports Industry. *Sport Management Journal*, 14\(3\), 132-117. doi: 10.22059/jsm.2021.304168.2502. \(in persian\)](#)
- [Sandelin, J., & Fiechtner, J. \(2020\). Selection process of sport tourism development strategy in Banja Vrućica SPA resort: A quantitative analysis. vol, 1, 11-18.](#)
- [Shariati, Z., Aghajani, H., & Hosseini, A. \(2020\). Factors affecting the e-business model in tourism industry. *Journal of Tourism Planning and Development*, 9\(34\), 27-41. doi: 10.22080/jtpd.2020.17941.3203. \(in persian\)](#)
- [Sobhani, A., andam, R., Bahrololoum, H., & Faraji, R. \(2021\). Compilation a Pattern of Iran Sport Tourism Security Management with Grounded Theory approach. *Sport Management and Development*, 10\(1\), 2-13. doi: 10.22124/jsmd.2019.12495.1955 \(in persian\)](#)
- [TaghaviFard, M., & Asadian Ardakani, F. \(2016\). Providing a Model for Electronic Tourism Development with an Interpretive Structural Modeling \(ISM\) Approach. *Tourism Management Studies*, 11\(33\), 19-39. doi: 10.22054/tms.2016.4162. \(in persian\)](#)
- [Tahmourth, A., & Sanyaei, A. \(2017\). Explaining the obstacles to the development of e-tourism in Iran's tourism industry \(case study: Isfahan city\), the fourth international conference on management, entrepreneurship, and economic development, Takestan. \(in persian\)](#)
- [Terzić, A., Demirović, D., Petrevska, B., & Limbert, W. \(2021\). Active sport tourism in Europe: Applying market segmentation model based on human values. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45\(7\), 1214-1236.](#)
- [Valaki, S., Amirhosseini, S. E., & Pirzad, A. \(2020\). Identification of the factors of sporting electronic sports in Iran. *Regional Planning*, 10\(39\), 49-60. \(in persian\)](#)
- [valaki, S., Amirhossein, S. E., & Pirzad, A. \(2021\). Providing an Electronic Sport Tourism Model in Iran with the ISM Approach. *Geographical Journal of Tourism Space*, 10\(37\), 97-114. \(in persian\)](#)
- [Xu, X., Yang, C., & Ren, J. \(2020\). Research on the Relationship between Novelty-Centered Business Model Innovation and Competitive Advantages of Sports Tourism—Based on the Empirical Analysis of Guizhou Province, China. *Journal of Service Science and Management*, 13\(02\), 317.](#)
- [yavarigohar, F., mahmoodzadeh, M., & ilqami, P. \(2020\). The Study of Pre and Post- Barriers on ICT Adoption in Karaj Tour Operators. *Journal of Tourism and Development*, 9\(1\), 90-102. doi: 10.22034/jtd.2019.183331.1713. \(in persian\)](#)
- [Zakizadeh H, Nobakht Ramezani Z. \(2017\). A Study of Sports Tourism Development Strategies in Qazvin Province, The First National Conference on Sports Science and Health Achievements, Abadan University of Medical Sciences, Ahvaz, Abadan University of Medical Sciences. 1-11. \(In Persian\)](#)