



Presenting the sports tourism development model in Golestan province and identifying its entrepreneurial opportunities

Maryam Hosseini Asgarabadi^{1*}, Bahman Tayebi¹

1. Assistant Professor of Sport Science Department, Human and Social Sciences Faculty, Golestan University, Gorgan, Iran

Abstract

This study aimed to investigate and propose a model for the development of sports tourism in Golestan Province and to identify entrepreneurial opportunities within this field. Data were collected using snowball sampling and in-depth semi-structured interviews with 12 experts, including managers, coaches with advanced degrees in sports teams and clubs, university sports management professors, and individuals active in the tourism sector. The data were analyzed using grounded theory and the classical approach, with two stages of open and axial coding. Ultimately, a grounded model based on the classical approach of Glaser, consisting of 90 components across 16 dimensions and 4 perspectives, was developed. The results revealed that the opportunities for sports tourism in Golestan Province include nature-based recreational and sports centers, specific sports activities, eco-lodges and camping sites, and educational activities. The antecedents of sports tourism development include infrastructure, local indigenous sports, and strategic partnerships. The processes involved in the development of sports tourism include effective marketing, planning and management, and a learning pathway. The outcomes of sports tourism development encompass economic, educational, managerial, environmental, cultural, and social dimensions. This study emphasizes the need for a comprehensive approach that integrates economic incentives, educational initiatives, and community participation for effective sports tourism development in Golestan Province. Implementing this model could play a significant role in achieving sustainable development goals and enhancing the quality of life in the region.

Article information

Received: 05 December 2024

Revised: 23 December 2024

Accepted: 27 January 2025

Published: 01 February 2025



Keywords:

Model, Development, Sports Tourism, Entrepreneurial Opportunities, Golestan Province.

How to Cite This Article:

Hosseini Asgarabadi, M. and Tayebi, B. (2025). Presenting the sports tourism development model in Golestan province and identifying its entrepreneurial opportunities. *Journal of Sport Management Knowledge*, 2(2), 95-113. <https://doi.org/10.22034/jsmk.2025.67164.1113>

* Corresponding author: * Email: maryam.hosseini@gu.ac.ir



EXTENDED ABSTRACT

INTRODUCTION

The tourism industry plays a vital role in the vitality and dynamism of nations. Its significance in the socio-economic development of countries is such that economists have referred to it as the “invisible economy” (Ahmadi et al., 2021). Among the key sectors with the potential to transcend boundaries within the tourism industry is the sport industry, commonly referred to as sport tourism (Heydari et al., 2021). Sport tourism offers considerable economic potential, fosters employment, and influences individuals to engage in entrepreneurial activities (Asadollahi et al., 2020). Entrepreneurship serves as an effective mechanism for promoting economic growth and generating employment opportunities in society (Zhang et al., 2020). In this context, sport entrepreneurship can play a significant and influential role in national development by fostering business growth, employment, and overall well-being—both mental and physical. It can also serve as a vehicle for personal growth and a means of addressing social challenges (Nite et al., 2020). A crucial aspect of advancing entrepreneurship in sport tourism involves understanding the factors that influence its development. Identifying and analyzing these factors can greatly contribute to strategic planning and policy-making aimed at promoting entrepreneurial activities. This study focuses on identifying the key factors influencing the development of sport tourism in Golestan Province and seeks to propose an efficient and integrated model for advancing this domain. Furthermore, it aims to identify existing entrepreneurial opportunities to assist economic actors and entrepreneurs in capitalizing on these prospects.

METHODOLOGY

This exploratory study aims to present a comprehensive and structured model. The research was designed and conducted using the grounded theory strategy with a Glaserian approach. The qualitative data analysis process consisted of two main stages: substantive coding and theoretical coding. The statistical population of this study included all experts in the fields of sports marketing, entrepreneurship, and sport tourism in Golestan Province. A purposive sampling method was employed, utilizing the snowball technique. Theoretical saturation was achieved after conducting 12 interviews. The validity of the study was established through interviews with university professors and experts in the field of sport entrepreneurship. To assess the reliability of the conducted interviews, the intra-subject agreement method was applied. The inter-coder reliability was calculated at 90%, indicating that the reliability of the interview analysis was confirmed.

RESULTS

Following the three-stage coding process, the research findings were generally categorized into 90 components across 16 dimensions and four perspectives: antecedents of sport tourism development, entrepreneurial opportunities, development processes of sport tourism, and outcomes of sport tourism development. This data analysis process involved the identification and classification of components and various dimensions related to the research topic, all of which were carefully organized using a systematic approach. After integrating and hierarchizing the components, and sequencing the causal relationships among the identified variables (perspectives and dimensions), the conceptual model of the study was graphically and structurally designed.

DISCUSSION AND CONCLUSION

According to the research findings, the existing opportunities in this field include nature-based recreational and sports centers, specialized sports activities, ecotourism accommodations and camping facilities, and educational programs in environmental and ecological domains. These opportunities not only contribute to job creation and the strengthening of the local economy but also support the preservation of natural resources and indigenous culture.

The study further identifies the development processes of sport tourism in Golestan Province as including effective marketing, precise planning, and the application of innovative educational approaches. Sport tourism marketing, particularly through modern technologies, plays a critical role in attracting both domestic and international tourists. Education in this field is also of special importance, as it ensures that the required human resources are properly trained and acquire the practical skills necessary for managing sport tourism activities.

The antecedents of sport tourism development are identified as infrastructure, traditional local sports, and strategic collaboration. Success in this sector necessitates the development of transportation infrastructure and ecotourism accommodations. Additionally, the promotion of indigenous sports can strengthen cultural identity and attract tourists

interested in local traditions. Strategic collaboration among various stakeholders—including the government, local communities, and the private sector—is essential for the creation of innovative and sustainable tourism products.

Finally, the outcomes of sport tourism development in Golestan Province span economic, environmental, cultural, and social dimensions, all contributing to the region's sustainable growth. If managed properly and guided by sustainable approaches, this development can lead not only to increased income and employment but also to environmental preservation and the reinforcement of local cultural identity.

Therefore, it can be concluded that the development of sport tourism in Golestan Province requires comprehensive planning, stakeholder engagement, strengthened education, and the application of modern marketing strategies to serve as a successful model for other regions in the country. Accurate policymaking and strategic management, alongside the utilization of natural attractions and the enhancement of service quality, are key elements in achieving this goal.



ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه آن

مریم حسینی عسگرآبادی^{۱*}، بهمن طیبی^۱

۱. استادیار گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران

اطلاعات مقاله

دریافت شده: ۱۴۰۳/۰۹/۱۵

بازنگری شده: ۱۴۰۳/۱۰/۰۳

پذیرش شده: ۱۴۰۳/۱۱/۰۸

انتشار: ۱۴۰۳/۱۱/۱۳



کلمات کلیدی:

مدل، توسعه، گردشگری ورزشی، فرصت‌های کارآفرینانه، استان گلستان.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف مطالعه و ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه آن انجام شد. داده‌های پژوهش از طریق روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی و بر اساس مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته با ۱۲ نفر از مدیران و مربیان خبره و دارای تحصیلات تکمیلی در هیأت‌های ورزشی و باشگاه‌های ورزشی استان، اساتید مدیریت ورزشی دانشگاهی و افراد فعال در حوزه گردشگری جمع‌آوری شد. داده‌ها با استفاده از نظریه داده‌بنیاد و رویکرد کلاسیک در دو مرحله کدگذاری واقعی و کدگذاری نظری تجزیه و تحلیل شدند. در نهایت، مدل زمینه‌ای بر اساس رویکرد کلاسیک گلیزر با ۹۰ مؤلفه در ۱۶ بُعد و ۴ منظر طراحی شد. نتایج نشان داد که فرصت‌های گردشگری ورزشی استان گلستان شامل: مراکز تفریحی و ورزشی مبتنی بر طبیعت، فعالیت‌های ورزشی خاص، اقامتگاه‌های بوم‌گردی و کمپینگ، و فعالیت‌های آموزشی است. پیشایندهای توسعه گردشگری ورزشی استان شامل زیرساخت‌ها، ورزش بومی محلی و همکاری راهبردی می‌باشد. فرآیندهای توسعه گردشگری ورزشی نیز شامل بازاریابی اثربخش، برنامه‌ریزی و مدیریت، و مسیر یاددهی است. پیامدهای توسعه گردشگری ورزشی شامل ابعاد اقتصادی، آموزشی، مدیریتی، زیست‌محیطی، فرهنگی و اجتماعی است. این پژوهش بر ضرورت رویکردی جامع تأکید می‌کند که ترکیبی از انگیزه‌های اقتصادی، ابتکارات آموزشی و مشارکت جامعه را برای توسعه مؤثر گردشگری ورزشی در استان گلستان فراهم می‌آورد. به کارگیری این مدل می‌تواند در تحقق اهداف توسعه پایدار و ارتقای سطح کیفیت زندگی در منطقه مؤثر واقع شود.

نحوه استناد به این مقاله

حسینی عسگرآبادی، م.، طیبی، ب. (۱۴۰۳). ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه آن. دانش مدیریت ورزشی، ۲(۲)، ۹۵-۱۱۳. <https://doi.org/10.22034/jsmk.2025.67164.1113>

* Email: maryam.hosseini@gu.ac.ir



مقدمه

گردشگری به عنوان صنعتی پردرآمد و اشتغال‌زا، در وضعیت کنونی جامعه، از جایگاه مهمی برخوردار شده است و علت آن، گسترش فناوری ارتباطات و تدوین قوانین کار و امنیت است (Ozdemir Uçgun & Şahin., 2024). گردشگری نوعی پدیده اجتماعی است. هر پدیده اجتماعی، خواه مثبت و مفید یا منفی و مضر، برای بروز و رخدادش در جهان به بستری مناسب و کافی نیاز دارد (Camilleri et al, 2018). صنعت گردشگری نقش کلیدی را در حیات و پویایی کشورها بازی می‌کند. به اندازه‌ای در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاد دانان آن را اقتصاد نامرئی نام نهاده‌اند (Ahmadi et al, 2021). این صنعت به عنوان یک منبع پردرآمد، به دلیل گسترش فناوری ارتباطات و تدوین قوانین کار و امنیت، جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده است (Ozdemir Uçgun & Şahin., 2024). از بین بخش‌های مهم و پراهمیت که قابلیت تبدیل شدن به یک امر فرابخشی در صنعت گردشگری را دارد، صنعت ورزش است که از آن به عنوان گردشگری ورزشی نام برده می‌شود (Heydari et al, 2021). در صنعت گردشگری، گردشگری مرتبط با ورزش در سال‌های اخیر بیشتر مورد توجه قرار گرفته است و مسائل مربوط به تقاضای ورزش باعث جذب بسیاری از محققان در زمینه‌های اقتصاد و بازاریابی شده است (Lin et al, 2022). تلفیق گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان با ورزش به عنوان یکی از صنایع بزرگ و بااهمیت در دنیای کنونی، یکی از شگفت‌انگیزترین صنایع خدماتی مدرن به نام صنعت گردشگری ورزش را به وجود آورده است که امروزه دارای جایگاه خاصی در میان ورزشکاران، علاقه‌مندان به ورزش و فعالان در عرصه گردشگری می‌باشد؛ مانند مسابقات جام جهانی، المپیک، دوچرخه سواری، اردوهای ورزشی که با هدف شراکت در مسابقات، تماشای مسابقات و ... انجام می‌گیرد (Valki et al, 2019). برگزاری و میزبانی جشنواره‌های ورزشی در دهه اخیر به فرصتی جدید و ظرفیتی توانمند برای توسعه و دستیابی به گردشگری ورزشی پایدار تبدیل شده است (Robert, 2018). چنانچه در بعضی از کشورها، درآمدهای ارزی ناشی از این صنعت یکی از منابع عمده در جهت تقویت اقتصاد ملی محسوب می‌شود (Peric, 2018). که پتانسیل‌های اقتصادی، اشتغال‌زایی و اثرگذاری بر افراد برای گرایش آنان به سمت کارآفرینی را برای هر کشوری فراهم می‌آورد و به عنوان منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، افزایش شهرت و برندسازی مقصد و افزایش اشتغال از آن بهره می‌گیرند (Asadollahi et al, 2020). کارآفرینی ابزاری عالی برای ارتقای رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال جوامع را فراهم می‌کند (Zhang, et al, 2020). کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب و کار، اشتغال، رفاه و سلامت روحی و جسمی می‌تواند در توسعه کشور نقش بسیار مهم و برجسته‌ای داشته باشد و ابزاری برای رشد فردی و حل مسائل و مشکلات اجتماعی باشد (Nite, et al, 2020). آنچه برای توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی اهمیت ویژه‌ای دارد، توجه به عواملی است که می‌تواند بر آن مؤثر واقع شود. در این میان، شناسایی و بررسی این عوامل می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان برای ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه نقش مؤثر و مهمی داشته باشد. در واقع گردشگری بدون برنامه‌ریزی در ورزش می‌تواند پیامدهای نامطلوبی داشته باشد. از طرفی ورزش صنعتی رشد یافته و رو به توسعه در جهان است که افزایش فرصت‌ها و فرآیندهای کارآفرینی در آن باعث ایجاد فرصت‌های شغلی جدید شده است. کارآفرینی جزء جدایی‌ناپذیر هر صنعت و حرفه‌ای است و کارآفرینان باید به صورت نوآورانه وارد حوزه ورزش شوند. در واقع، کارآفرینی و ورزش با هم ارتباط نزدیک و مستقیم دارند، آن‌ها یکدیگر را پیش می‌برند و باعث توسعه یکدیگر می‌شوند (Ratten & Jones, 2020). کارآفرینی ورزشی می‌تواند از طریق کشف و گسترش فرصت‌های مرتبط با ورزش زمینه‌های رونق اقتصادی، تغییر در شیوه زندگی و ایجاد فرصت‌های شغلی مبتنی بر گسترش را برای همه گروه‌های جامعه فراهم آورد (Hammerschmidt, et al, 2022). متأسفانه توجه محدودی به کارآفرینی در گردشگری ورزشی در مجلات اصلی مربوط به کارآفرینی شده است. همچنین عدم مشارکت دانشگاهیان در زمینه گردشگری ورزشی و کمبود خبرگان و اساتید کارآفرینی که به گردشگری ورزشی توجه داشته باشند، این موضوع را تأیید می‌کند که این حوزه یک زمینه تحقیقاتی جالب و جدید است (Booth et al, 2020). Ball (2018) در بررسی اهمیت کارآفرینی در اوقات فراغت، ورزش و گردشگری، گزارش داد که کارآفرینی عامل اصلی

در رونق کسب و کارهای مربوط به این سه زمینه است. کارآفرینی در گردشگری ورزشی، می‌تواند تولید یک محصول یا ارائه خدمات جدید قابل استفاده در زمینه ورزش یا راه‌اندازی یک کسب و کار ورزشی باشد (Ratten, 2020). گردشگری ورزشی و بهره‌گیری از پتانسیل‌های آن یکی از اهداف مهم کشور است. این صنعت نوظهور به ویژه برای کشورهای در حال توسعه مثل ایران که با معضلاتی همچون میزان بالای بیکاری، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی متکی به نفت و فراورده‌های نفتی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. اما متأسفانه صنعت گردشگری ورزشی در ایران با توجه به پتانسیل‌های طبیعی و جاذبه‌های سیاحتی و فرهنگی و داشتن آب و هوای متنوع و چهار فصل، صنعتی نوظهور به شمار می‌رود و بهره‌برداری کمتری از این منابع و پتانسیل‌ها در جهت کارآفرینی، اشتغال زایی و توسعه اقتصادی در کشور شده است (Darabi, 2020). پیشینه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که علی‌رغم اهمیت شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در توسعه گردشگری ورزشی و با وجود پژوهش‌های متعددی که هر یک به بخشی از ابعاد توسعه گردشگری ورزشی پرداخته‌اند، تاکنون مدلی یکپارچه و بومی‌سازی‌شده که به‌طور هم‌زمان به تبیین فرصت‌ها، فرآیندها، پیشایندها و پیامدهای توسعه این نوع گردشگری در سطح استانی بپردازد، ارائه نشده است. اکثر مطالعات پیشین به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری یا کارآفرینی ورزشی پرداخته‌اند، که فاقد تلفیق این دو حوزه به‌صورت نظام‌مند و مدل‌محور هستند از این‌رو، پژوهش حاضر در پی پر کردن این خلأ نظری و ارائه مدلی جامع برای استان گلستان است. پژوهشگران داخل و خارج کشور به بررسی گردشگری ورزشی، پتانسیل‌های موجود و عوامل مؤثر بر توسعه آن پرداخته‌اند. در این راستا (Hossemi Asgarabadi 2025) در پژوهشی با عنوان ارائه مدل توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه آن به این نتیجه دست یافتند که عواملی چون برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیریت منابع انسانی، بازاریابی و تبلیغات، توسعه زیرساخت‌ها، حمایت‌های دولتی، نوآوری و فناوری، همکاری‌های بین‌المللی، توسعه پایدار، مدیریت ریسک، و تجربه مشتری از جمله عوامل کلیدی هستند که به توسعه کارآفرینی استراتژیک در صنعت گردشگری کمک می‌کنند. (Salahi Kajur et al (2023) در پژوهشی با عنوان "توسعه نوآورانه گردشگری پایدار و کارآفرینی از طریق رویدادهای ورزشی" بدون اینکه به فرصت‌های بومی یا فرآیند شناسایی و عملیاتی‌سازی آن‌ها در یک چارچوب نظری مشخص بپردازد. دریافتند که پذیرش توسعه گردشگری پایدار از طریق ورزش با متغیرهایی مانند تأثیر اقتصادی، نگرش ساکنان نسبت به رویدادهای ورزشی و تمایل شهروندان به کارآفرینی قابل پیش‌بینی است. همچنین (Ashouri et al در پژوهشی با عنوان "فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری ورزشی بر اساس اقلیم جغرافیایی ایران" نشان دادند که تنوع اقلیم و ظرفیت‌های جغرافیایی در ظهور و انتخاب فرصت‌ها تأثیرگذار است و این فرصت‌ها در اقلیم‌های مختلف ایران کاربرد متفاوتی دارند. اما به تعامل این عوامل با متغیرهای مدیریتی یا ساختاری در بستر کارآفرینی ورزشی توجه نکرده‌اند. (Heydari et al (2021 دریافتند که حمایت دولت از کارآفرینان این حوزه بزرگ‌ترین عامل موفقیت در مسیر توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی است. (Dastgerdi et al (2022 نشان دادند که شناسایی و تحلیل جاذبه‌های ورزشی، بازاریابی، برنامه‌ریزی و سازماندهی برای استقبال از گردشگران از مهم‌ترین اقدامات لازم برای توسعه گردشگری ورزشی است. (Gharibpoor et al (2024 در پژوهشی با عنوان "بررسی سیستماتیک: توسعه گردشگری ورزشی برای توسعه اقتصادی پایدار" به شناسایی عناصر مهمی پرداختند که به ادغام موفقیت‌آمیز گردشگری ورزشی در برنامه‌های توسعه اقتصادی محلی کمک می‌کند. این عناصر شامل مشارکت جامعه، انتخاب مکان راهبردی، سرمایه‌گذاری زیرساختی و استراتژی‌های مدیریت زیست‌محیطی است. در این پژوهش تحلیل ریشه‌ای فرصت‌ها در بستر بومی و راهبردی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بررسی پیشینه نشان می‌دهد که گردشگری و ورزش هر دو به‌عنوان واقعیت‌های اجتماعی از دیرباز وجود داشته‌اند، اما کشور ایران با وجود ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فراوان در توسعه صنعت گردشگری، به ویژه گردشگری ورزشی، نتوانسته در بین ۵۰ کشور برتر دنیا جایگاهی داشته باشد و بازار پرونقی ایجاد کند. از این‌رو، پرداختن به گردشگری ورزشی به‌عنوان یک حوزه دست‌نخورده در استان گلستان می‌تواند در جهت توسعه اقتصادی و اشتغال اهمیت زیادی داشته باشد. مطالعه ادبیات نشان می‌دهد که بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری ورزشی مستلزم وجود عواملی است که با ارتباط و تعامل میان آن‌ها، توان و تمایل کارآفرینان را برای استفاده از این فرصت‌ها افزایش دهد. پژوهشگران داخلی و خارجی به‌طور



گسترده‌ای به بررسی گردشگری ورزشی، پتانسیل‌های موجود در آن و عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی در مناطق مختلف پرداخته‌اند؛ اما در کمتر پژوهشی به‌طور جامع و کامل به فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری ورزشی و عوامل مؤثر بر آن توجه شده است. متأسفانه در استان گلستان، به ویژه در زمینه گردشگری ورزشی و شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، بررسی‌های زیادی صورت نگرفته و اهمیت آن به‌طور کامل شناخته و درک نشده است. این در حالی است که در بسیاری از کشورهای صنعتی و حتی در کشورهای در حال توسعه، صنعت گردشگری به‌عنوان ابزاری مؤثر در تدوین برنامه‌ها و سیاست‌های کلان توسعه‌ای در نظر گرفته می‌شود. کشور ایران، با غنای فرهنگی-تاریخی و مذهبی، تنوع اقلیمی گسترده و وسعت جغرافیایی فراوان، زمینه‌های زیادی برای شکل‌گیری استعدادهای طبیعی و انسانی جهت توسعه گردشگری فراهم آورده است، اما در این زمینه نتوانسته موفقیت‌های چشمگیری به‌دست آورد. در نهایت، می‌توان گفت که ادغام ورزش و گردشگری به زمان زیادی نیاز دارد، اما حمایت و ترویج دولت می‌تواند روند این ادغام را تسریع کند (Javid, et al, 2012). به نظر می‌رسد در صورت عدم حمایت و برنامه ریزی مدیران، در زمینه بازاریابی ورزشی، مشکلات بیشتر و غیرقابل کنترل شوند (Rostamali, et al, 2021). به گفته (Cooper and Alderman, 2023)، در شرایط کنونی، مسئولین و متولیان گردشگری باید به مبارزه و تلاش برای تغییر ماهیت و بقای بازاریابی گردشگری پرداخته و این امر را به تدریج در دستور کار خود قرار دهند. با توجه به اینکه آثار و پیامدهای کارآفرینی در حوزه گردشگری ورزشی در کشورهای مختلف متغیر است، به نظر می‌رسد برای درک و شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار، افراد و گروه‌های فعال در این حوزه باید با یکدیگر تعامل و همکاری داشته باشند. از طرفی، صنعت گردشگری در ایران تحت تأثیر تبلیغات منفی و نادرستی که کشورهای استعمارگر از آن ارائه می‌دهند، وضعیت مطلوبی ندارد و این امر موجب شده تا وضعیت ورود گردشگران خارجی به کشور، به‌ویژه در استان گلستان، رضایت‌بخش نباشد. در زمینه گردشگران داخلی نیز وضعیت استان گلستان، که به‌عنوان یکی از استان‌های چهارفصل کشور با تنوع اقلیمی و امکانات طبیعی نظیر دریا، کوه، دشت و کویر شناخته می‌شود، چندان رضایت‌بخش نیست. این استان به‌طور عمده به‌عنوان محل عبور مسافران به مشهد مقدس یا بالعکس شناخته می‌شود و تلاش‌های زیادی صورت گرفته تا این استان به یکی از مقاصد گردشگری تبدیل شود. یکی از دلایل این وضعیت، بنیان‌گذاری معیشت خانوارهای گلستانی بر محور کشاورزی و بی‌توجهی به گردشگری است که موجب شده تا ظرفیت‌های بالقوه گردشگری در این استان به فعلیت نرسد. این مشکل زمانی بیشتر نمایان می‌شود که به مقوله کارآفرینی و اشتغال در استان گلستان، به‌ویژه در میان ورزشکاران ملی این استان، پرداخته می‌شود. علی‌رغم ظرفیت‌های مناسب استان برای ایجاد اشتغال و کارآفرینی مرتبط با گردشگری ورزشی، وضعیت مطلوبی در این زمینه مشاهده نمی‌شود و بسیاری از قهرمانان ورزشی گلستانی با مشکلاتی همچون بیکاری روبرو هستند. این امر به کاهش انگیزه در ورزشکاران برای ادامه فعالیت‌های ورزشی قهرمانی و ترک ورزش می‌انجامد. این پژوهش بر شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان تمرکز دارد و به دنبال پیشنهاد یک مدل کارآمد و یکپارچه برای توسعه این حوزه است. همچنین فرصت‌های کارآفرینانه موجود در این زمینه شناسایی خواهند شد تا به فعالان اقتصادی و کارآفرینان کمک کند تا از این فرصت‌ها بهره‌برداری کنند. با استفاده از روش‌های تحقیقی مانند مصاحبه‌ها با افراد فعال در حوزه گردشگری و ورزش، مطالعات میدانی، تحلیل داده‌های آماری و مطالعه تجربیات موفق در سایر مناطق، هدف این تحقیق تهیه یک گزارش جامع و عملی است که می‌تواند به بهبود و توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه کمک کند. در نهایت، این پژوهش می‌تواند به رشد و توسعه گردشگری ورزشی، ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه، توسعه اقتصادی و ارتقاء شرایط اجتماعی و محیط‌زیستی در استان گلستان کمک نماید و با ارائه راه‌حل‌هایی برای هماهنگی میان مخاطبان مختلف این صنعت (مدیران توریسم، مدیران ورزشی، کارآفرینان و دولت محلی)، به بهبود شرایط کلی این صنعت در استان منجر شود.

تحقیق حاضر با هدف ارائه مدلی جامع و ساختاریافته، از نوع تحقیق اکتشافی است. این پژوهش با استفاده از استراتژی نظریه‌سازی داده‌بنیاد^۱ با رویکرد گلیزر (که شامل رویکردهای نواخته، کلاسیک و پدیدار شونده) می‌باشد، طراحی و اجرا شده است. تحقیق داده‌بنیاد به‌عنوان یک روش استقرایی و اکتشافی، به پژوهشگران این امکان را می‌دهد که به‌جای اتکا به چارچوب‌های نظری از پیش تعیین‌شده، خود اقدام به ساخت و تدوین نظریه‌ای نوین در حوزه‌های مختلف کنند. این رویکرد به‌ویژه در شرایطی که مطالعات پیشین از نظریه‌های مشخص و متمرکز برخوردار نیستند، به پژوهشگران کمک می‌کند تا مفاهیم و روابط جدید را کشف و مدل‌سازی نمایند.

فرایند تحلیل داده‌های کیفی در این پژوهش شامل دو مرحله اصلی است:

۱- کدگذاری واقعی^۲: که این مرحله به دو بخش کدگذاری باز و کدگذاری انتخابی (محوری) تقسیم می‌شود. ۲- کدگذاری نظری^۳: در این مرحله، پژوهشگر وجوه اشتراک داده‌ها را به شکلی سیستماتیک شناسایی کرده و بر این اساس به نظریه‌پردازی می‌پردازد. در تحلیل داده‌ها مطابق با رویکرد کلاسیک گلیزر، فرایند کدگذاری و نظریه‌پردازی به‌صورت هم‌زمان با جمع‌آوری داده انجام شد. در گام نخست، کدگذاری نظری به‌صورت خطبه‌خط روی متن مصاحبه‌ها صورت گرفت. در این مرحله، مفاهیم کلیدی مستقیماً از متن داده‌ها استخراج گردیدند، بدون آن‌که چارچوب نظری قبلی بر آن‌ها تحمیل شود. با تکرار مفاهیم مشابه، مفاهیم اولیه به مقولات مفهومی بالاتری ارتقا یافتند. مقولاتی که بیشترین بسامد، انسجام و قدرت تبیینی را داشتند، به‌عنوان طبقات محوری در نظر گرفته شدند و نقش مرکزی در تبیین پدیده ایفا کردند. در ادامه، پژوهشگر از طریق مقایسه مستمر میان داده‌ها، کدها و مقولات، الگوهای ارتباطی را شناسایی و مدل نظری نهایی را که از دل داده‌ها برآمده بود، تدوین نمود. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه افراد صاحب‌نظر در زمینه بازاریابی ورزشی، کارآفرینی و گردشگری ورزشی استان گلستان بود. روش نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و از نوع گلوله‌برفی انجام شد. در این روش، ابتدا فهرستی از خبرگان شامل مدیران و مربیان باسابقه و دارای تحصیلات تکمیلی در هیأت‌های ورزشی و باشگاه‌های استان، اساتید دانشگاهی حوزه مدیریت ورزشی، و فعالان حوزه گردشگری تهیه گردید. مصاحبه‌های عمیق با این افراد آغاز شد و در پایان هر مصاحبه از مشارکت‌کنندگان خواسته شد تا افرادی دیگر را که از نظر آن‌ها دارای دانش و تجربه مرتبط هستند، معرفی کنند. این فرایند به‌صورت زنجیره‌ای ادامه یافت تا زمانی که مصاحبه‌های جدید اطلاعات تازه‌ای نسبت به موارد قبلی ارائه نمی‌دادند (اشباع نظری). این روش با توجه به ماهیت تخصصی موضوع و پراکندگی افراد خبره، به پژوهشگر کمک کرد تا به‌تدریج به جامعه‌ای از متخصصان واقعی در این حوزه دست یابد. در نهایت، پس از انجام ۱۲ مصاحبه، اشباع نظری حاصل گردید. کوال (۱۹۹۶)، بیان کرده است که برای مصاحبه در پژوهش‌های کیفی، بسته به منابع موجود، تعداد 10 ± 15 نفر (حداکثر ۲۵ نفر و حداقل ۵ نفر) کافی خواهد بود. تحلیل مصاحبه‌ها بر اساس نظریه داده‌بنیاد با رویکرد کلاسیک انجام شد.

روایی این پژوهش از طریق مصاحبه با استادان دانشگاهی و خبرگان حوزه کارآفرینی ورزشی حاصل شده است. علاوه بر این، فرایند پژوهش توسط دو نفر از استادان دانشگاه مطالعه و بازبینی شده و پس از اعمال موارد اصلاحی و تغییرات پیشنهادی، تأیید گردیده است (بازبینی مشارکت‌کننده). همچنین، فرایند کدگذاری و دسته‌بندی مفاهیم توسط یک تحلیلگر هم‌تا نیز مورد بازبینی قرار گرفت تا از اعتبار تحلیل‌ها اطمینان حاصل شود. برای ارزیابی پایایی مصاحبه‌های انجام‌شده، از روش توافق درون‌موضوعی بهره گرفته شده است. پایایی، به معنای همسانی نتایج حاصل از مصاحبه‌ها و توانایی آن‌ها در ارزیابی اهداف پژوهش، مورد توجه قرار گرفته است. در راستای ارزیابی پایایی با استفاده از روش توافق

^۱ Grounded Theory

^۲ Substantive coding

^۳ Theoretical coding

درون موضوعی، از یک کارشناس خبره در حوزه کارآفرینی دعوت شده است تا به عنوان همکار پژوهش و کدگذار، در فرایند کدگذاری داده‌ها مشارکت کند. میزان توافقات و عدم توافقات میان کدگذاران در بازه زمانی کوتاه و مشخص، به عنوان شاخص ثبات در نظر گرفته شده و مبنای استناد پژوهش قرار گرفته است. درصد توافق درون موضوعی که به عنوان شاخص پایایی تحلیل مورد استفاده قرار می‌گیرد، با استفاده از فرمول مشخص محاسبه می‌شود. معمولاً مقدار ضریب پایایی برای بیشتر پژوهش‌ها در بازه ۸۰ تا ۱۰۰ درصد قرار دارد و اگر این مقدار به کمتر از ۷۰ درصد کاهش یابد، تفسیر داده‌ها با چالش مواجه خواهد شد.

$$100 \times \text{تعداد کل داده‌ها} / 2 \times \text{تعداد توافقات} = \text{درصد توافق درون گروهی}$$

جدول ۱. درصد توافق درون موضوعی

Table 1. The percentage of intra-subject agreement

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	پایایی باز آزمون (درصد)
1	A2	18	8	0/89
2	A8	21	10	0/95
3	A15	16	7	0/87

مطابق جدول ۱ و بر اساس فرمول مورد استفاده، پایایی میان دو کدگذار در این پژوهش ۹۰ درصد محاسبه شده است و می‌توان نتیجه گرفت که پایایی تحلیل مصاحبه‌ها مورد تأیید قرار گرفته است.

یافته‌های تحقیق

در تحلیل داده‌های مرتبط با مشخصات افراد مورد بررسی در پژوهش، به بررسی جنسیت، سمت/شغل، تحصیلات و تخصص آنها پرداخته شده است. از میان ۱۲ نفر مورد بررسی، ۵ نفر زن و ۷ نفر مرد هستند که نشان‌دهنده تعادل نسبی جنسیتی در این نمونه است. در خصوص سمت و شغل، بیشترین تعداد (۷ نفر) اعضای هیئت علمی دانشگاه هستند که این موضوع نشان از اهمیت تأثیرگذاری علمی و پژوهشی در حوزه‌های مرتبط با گردشگری ورزشی و بازاریابی ورزشی دارد. تحصیلات نیز در این گروه شامل، ۹ نفر دارای دکتری تخصصی و ۳ نفر دارای کارشناسی ارشد هستند که این نشان‌دهنده سطح بالای علمی و تخصصی افراد مورد مطالعه است. این افراد در حوزه‌های مختلفی از جمله بازاریابی ورزشی، کارآفرینی ورزشی، و گردشگری ورزشی تخصص دارند. به طور خاص، ۴ نفر در حوزه بازاریابی ورزشی، ۳ نفر در حوزه کارآفرینی ورزشی و ۵ نفر در حوزه گردشگری ورزشی تخصص دارند. این تنوع تخصص‌ها می‌تواند نشان‌دهنده دیدگاه‌ها و رویکردهای چندگانه و جامع نسبت به توسعه و بهبود گردشگری ورزشی باشد. به علاوه، حضور افراد با تخصص‌های مختلف نظیر بازاریابی ورزشی و کارآفرینی ورزشی می‌تواند به شناخت بهتر فرصت‌ها و چالش‌های موجود در این زمینه کمک کند. از سوی دیگر، نقش فعالان حوزه گردشگری ورزشی و کارشناسان ورزش همگانی نیز در این مطالعه مورد توجه قرار گرفته که می‌تواند به شناسایی و ارائه راهکارهای عملی و اجرایی برای توسعه گردشگری ورزشی منجر شود. در مجموع، تحلیل مشخصات جمعیتی و حرفه‌ای این نمونه، بنیادی قوی برای بررسی‌های عمیق‌تر و استخراج نتایج علمی و کاربردی در حوزه گردشگری ورزشی فراهم می‌آورد.

جدول ۲. مشخصات مشارکت کنندگان

Table 2. Participant characteristics

ردیف	جنسیت	سمت / شغل	تحصیلات	تخصص
۱	زن	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	بازاریابی ورزشی

۲	مرد	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	بازاریابی ورزشی
۳	مرد	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	کارآفرینی ورزشی
۴	مرد	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	بازاریابی ورزشی
۵	زن	فعال حوزه گردشگری ورزشی	کارشناسی ارشد	کارآفرینی ورزشی
۶	مرد	کارشناس ورزش همگانی	دکتری تخصصی	کارآفرینی ورزشی
۷	زن	پژوهشگر حوزه گردشگری ورزشی	دکتری تخصصی	گردشگری ورزشی
۸	مرد	مربی ورزش های بومی محلی	کارشناسی ارشد	گردشگری ورزشی
۹	مرد	مربی ورزش های بومی محلی	کارشناسی ارشد	گردشگری ورزشی
۱۰	مرد	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	گردشگری ورزشی
۱۱	مرد	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری تخصصی	گردشگری ورزشی
۱۲	زن	کارشناس ورزش همگانی	دکتری تخصصی	گردشگری ورزشی

مصاحبه‌ها مطابق رویکرد نظریه داده بنیاد در رهیافت گلیزر، در سه مرحله کدگذاری شدند. در مرحله اول، کدگذاری باز انجام شد و نقل قول‌ها دارای برچسب مفهومی شدند. از برچسب‌های مفهومی مشابه در مرحله دوم، کدگذاری مفاهیم پدیدار شدند (گلیزر، ۲۰۰۸). و در مرحله سوم از دسته‌بندی و یافتن ارتباط منطقی میان مفاهیم، مقوله‌ها و چهارچوب مفهومی شناسایی شدند. در جدول شماره ۳. نتایج تمامی مراحل کدگذاری مشاهده می‌شود.

جدول ۳. ابعاد شناسایی شده در کدگذاری

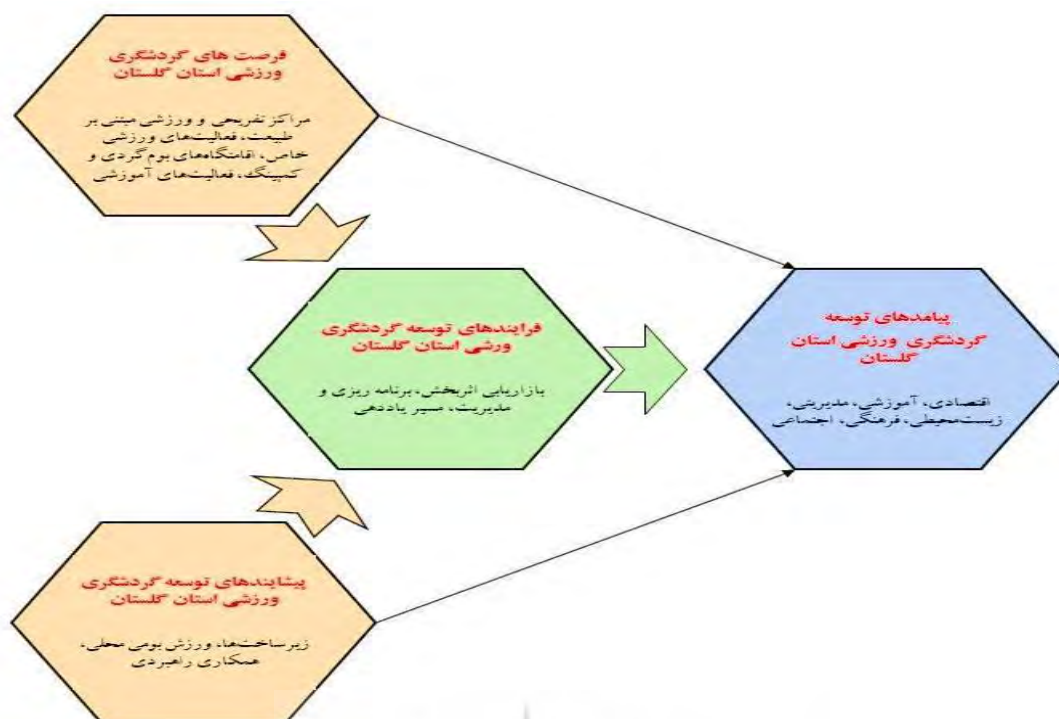
Table 3. The dimensions identified in the coding

مقوله‌های اصلی	کدگذاری مفهومی	کدگذاری باز
	زیرساخت‌ها	سرمایه‌گذاری در ایجاد تجهیزات و تسهیلات ورزشی مناسب مانند سالن‌های ورزشی، استخرها، زمین‌های ورزشی چندمنظوره ایجاد مسیرهای ورزشی در مناطق جنگلی، ساحلی و روستایی استان به منظور فعالیت‌های ورزشی در فضای باز فراهم آوردن امکانات ایمنی و بهداشتی در مکان‌های ورزشی مانند امکانات اسکان، آب، سرویس بهداشتی و امداد رسانی به منظور حفظ سلامت و ایمنی ورزشکاران و گردشگران. ایجاد امکانات رفاهی و مهمان‌نوازی در نزدیکی مکان‌های ورزشی مانند رستوران‌ها، هتل‌ها، فروشگاه‌ها و پارکینگ‌ها و... برگزاری جشنواره‌های ورزشی بومی برگزاری جشنواره‌ها و مراسم‌های ورزشی محلی که شامل ورزش‌های سنتی و بومی منطقه باشد. ایجاد و توسعه برنامه‌های ورزشی در مدارس و دانشگاه‌های محلی برگزاری کمپ‌های آموزشی و تمرینی برای ورزشکاران محلی و علاقه‌مندان به ورزش در رشته‌های مختلف.
پیشایندهای توسعه گردشگری ورزشی	ورزش بومی محلی	تشویق به تشکیل تیم‌های ورزشی محلی در سطوح مختلف از جمله نوجوانان، بزرگسالان، زنان و مسنین. شناسایی و حمایت از ورزشکاران و استعدادهای محلی در رشته‌های مختلف ورزشی. تشویق به انجام ورزش‌های طبیعت‌گردی و ماجراجویی مانند کوهنوردی، دوچرخه‌سواری در کوهستان.
همکاری راهبردی		تشکیل کمیته‌ها و شوراهای هماهنگ بین مسئولان و فعالان محلی در حوزه ورزش و گردشگری به منظور برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های مشترک. برقراری همکاری با شرکت‌ها و نهادهای خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه ورزش و گردشگری در استان و ارائه خدمات بهتر به گردشگران. برقراری همکاری و ارتباط با سایر استان‌ها به منظور تبادل تجارب و همکاری در زمینه توسعه ورزش و گردشگری. هماهنگی بین نهادها و سازمان‌ها برای تأمین منابع مالی لازم برای اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های مشترک در حوزه گردشگری و ورزش.

ارتقاء همکاری با دولت محلی ارتقاء همکاری با دولت محلی به منظور اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های مشترک در زمینه توسعه گردشگری ورزشی در استان.	
ارائه امکانات و تجهیزات مناسب برای انجام ورزش‌های مختلف در محیط‌های طبیعی زیبا.	
ایجاد برنامه‌های تفریحی و ورزشی منظم و متنوع برای جذب گردشگران و محلی‌ها.	مراکز تفریحی و ورزشی
فراهم آوردن خدمات رفاهی مانند امکانات نهار خوری، سرویس بهداشتی و ...	مبتنی بر طبیعت
ایجاد بستری امن و مناسب برای انجام ورزش‌های خطرناک مانند کوهنوردی و کایاک‌سواری.	
ارائه برنامه‌های آموزشی و مشاوره در زمینه ورزش و تفریح در طبیعت.	
برگزاری رویدادهای ورزشی خاص برای جذب علاقه‌مندان و حرکت به سمت ورزش.	فعالیت‌های ورزشی خاص
ارائه برنامه‌ها و تمرینات ورزشی تخصصی با همکاری با مربیان و کارشناسان مجرب.	
فراهم آوردن تجهیزات و امکانات لازم برای انجام ورزش‌های خاص.	
ارائه خدمات مراقبتی و درمانی پس از انجام ورزش‌های خاص.	
ایجاد بستری برای توسعه تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی محلی.	فرصت‌های کارآفرینی
طراحی و ساخت اقامتگاه‌هایی با طراحی بومی و سنتی در هماهنگی با محیط طبیعی.	
ارائه فعالیت‌های متنوعی برای گردشگران مانند آتش‌بازی، پیاده‌روی در طبیعت	
ارائه خدمات غذایی محلی و سنتی برای تجربه کامل فرهنگ محلی.	اقامتگاه‌های بوم‌گردی و کمپینگ
فراهم کردن امکانات ارتباطی و اینترنت برای متصل بودن به دنیای خارج از طبیعت.	
ایجاد برنامه‌های تفریحی و آموزشی برای مهمانان اقامتگاه.	
ارائه دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی در زمینه ورزش‌های خاص.	
ارتقاء سطح دانش افراد علاقه‌مند به ورزش‌های خاص از طریق آموزش مهارت‌های لازم.	فعالیت‌های آموزشی
ارائه مشاوره‌های تخصصی و شخصی‌سازی برنامه‌های تمرینی برای افراد.	
ایجاد فضایی انگیزشی و محیطی مساعد برای یادگیری و پیشرفت.	
ایجاد فرصت‌های شغلی برای افراد حاضر به ارائه خدمات آموزشی در زمینه ورزش.	
بهره‌گیری از رسانه‌های مختلف به منظور تبلیغات و معرفی جاذبه‌های ورزشی.	بازاریابی اثربخش
تولید محتوای متنوع و جذاب درباره فعالیت‌های ورزشی و جاذبه‌های گردشگری استان	
استفاده از تحلیل داده‌های به دست آمده از بازار به منظور هدفمندسازی تبلیغات	
استفاده از تبلیغات انگیزشی برای تشویق افراد به مشارکت در جاذبه‌های گردشگری.	
تدوین برنامه‌های جامع و کامل برای توسعه گردشگری در استان گلستان	
مدیریت مؤثر و بهینه منابع طبیعی، فرهنگی و تاریخی برای بهره‌برداری پایدار از آن‌ها.	برنامه ریزی و مدیریت
برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌های زیرساختی مانند راه‌ها، مراکز خدماتی، مراکز اقامتی.	فرآیندهای توسعه گردشگری ورزشی
ارتقاء کیفیت خدمات گردشگری از جمله خدمات اسکان و تورهای گردشگری.	
بررسی و ارزیابی عملکرد برنامه‌ها و پروژه‌های توسعه گردشگری و انجام تغییرات لازم.	
آموزش حرفه‌ای برای فعالان و کارکنان صنعت گردشگری به منظور بهبود کیفیت خدمات و ارتقاء تجربه گردشگران.	
آموزش مفاهیم و مهارت‌های مرتبط با مدیریت بحران در صنعت گردشگری	
آموزش فرهنگ مسئولیت اجتماعی در گردشگری برای حفاظت از جاذبه‌های گردشگری	مسیر یاددهی
آموزش مهارت‌های بین‌فرهنگی به منظور ایجاد تجربه‌های گردشگری مثبت	
توسعه برنامه‌های آموزشی در مدارس با تمرکز بر آشنایی با جاذبه‌های گردشگری	
رشد اقتصادی جامعه محلی از طریق جذب گردشگران ورزشی.	
ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار جدید برای کارآفرینان محلی.	
افزایش تقاضا برای محصولات و خدمات محلی.	اقتصادی
ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در هتل‌ها، رستوران‌ها و فروشگاه‌ها.	
اشتغال در بخش حمل‌ونقل و خدمات توریستی.	
ایجاد شغل در زمینه ساخت و نگهداری زیرساخت‌های ورزشی.	پیامدهای توسعه گردشگری ورزشی
افزایش اشتغال در صنایع دستی و تولیدات محلی.	
افزایش فرصت‌های آموزشی برای جوانان و دانش‌آموزان.	
توسعه برنامه‌های آموزشی برای راهنمایان گردشگری.	
ارتقاء دانش و آگاهی‌های عمومی درباره گردشگری پایدار.	آموزشی
تشویق به انجام تحقیقات علمی در حوزه گردشگری ورزشی.	

مدیریتی	توسعه مطالعات میدانی در مناطق گردشگری. افزایش دانش و اطلاعات مربوط به بازار گردشگری. ترویج نوآوری و ارائه راهکارهای جدید در توسعه گردشگری. افزایش توانایی‌های مدیریتی در سطح محلی. توسعه استراتژی‌های مؤثر برای جذب گردشگران ورزشی. بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری و اجرای پروژه‌های گردشگری. ایجاد شبکه‌های همکاری بین مناطق و استان‌های مختلف. تسهیل ارتباطات بین فعالان گردشگری و ورزش. بهبود مدیریت تعارضات و اختلافات محلی. افزایش توجه به حفاظت از مناطق طبیعی و پارک‌ها. کاهش تخریب محیط زیست از طریق توسعه پایدار گردشگری. ارتقاء آگاهی‌های زیست‌محیطی در جامعه.
زیست‌محیطی	تشویق به استفاده از منابع طبیعی به شیوه‌های پایدار. تشویق به استفاده از روش‌های دوستدار محیط زیست. افزایش علاقه‌مندی به حفاظت از محیط زیست. تقویت فرهنگ مسئولیت‌پذیری محیطی. نمایش و معرفی فرهنگ و سنت‌های بومی به گردشگران. افزایش علاقه‌مندی به حفظ و ترویج میراث فرهنگی. تقویت فرهنگ محلی از طریق تعامل با گردشگران. تقویت هویت فرهنگی منطقه. تقویت تفاهم بین فرهنگی از طریق تعامل با گردشگران. ایجاد فرصت‌های تبادل فرهنگی بین مردم محلی و گردشگران. تقویت حس هویت فرهنگی در جامعه. تقویت ارتباطات اجتماعی از طریق فعالیت‌های ورزشی گروهی. افزایش افتخار مردم به فرهنگ و تاریخ ورزشی منطقه. حفظ و ترویج سنت‌ها و آداب و رسوم محلی. افزایش تعلق خاطر مردم به جامعه محلی. ارتقاء آگاهی‌های فرهنگی و تاریخی در جامعه. ایجاد فرصت‌هایی برای نمایش هنرها و فرهنگ محلی. ترویج ارزش‌های محلی و سنت‌های بومی
فرهنگی	
اجتماعی	

یافته‌های کیفی این پژوهش که با استفاده از ابزارها از نمونه آماری بخش کیفی مستخرج شدند، پس از طی مراحل کدگذاری سه مرحله‌ای، به صورت کلی در قالب ۹۰ مؤلفه در ۱۶ بُعد و ۴ منظر طبقه‌بندی و چارچوب‌بندی شدند. این فرآیند تحلیل داده‌ها شامل شناسایی و دسته‌بندی مولفه‌ها و ابعاد مختلف مرتبط با موضوع پژوهش بود که به دقت و با روش ویژه‌ای سازمان‌دهی شده‌اند. پس از ترکیب و سطح‌بندی مولفه‌ها و همچنین ترتیب توالی اثرگذاری بین متغیرهای شناسایی شده (منظرها و ابعاد) مدل مفهومی پژوهش به طور گرافیکی و ساختاریافته صورت شکل زیر ترسیم گردید. این مدل مفهومی، ارتباط و اثرگذاری متقابل میان منظرها و ابعاد مختلف را به طور واضح نمایش می‌دهد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق
Figure 1. Conceptual research model

بحث و نتیجه گیری

گردشگری ورزشی که ورزش و سفر را ترکیب می کند، به ویژه در مناطق با پتانسیل های طبیعی و فرهنگی غنی، می تواند فرصت های چشمگیری برای رشد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی ایجاد کند. استان گلستان با جاذبه های طبیعی ویژه ای چون جنگل ها، سواحل و کوه ها، می تواند به یکی از مقاصد اصلی گردشگری ورزشی در کشور تبدیل شود. هدف این تحقیق شناسایی فرصت های کارآفرینانه و طراحی مدل های توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان است و این پتانسیل ها را مورد بررسی قرار داده است. یافته های تحقیق نشان می دهند که فرصت های گردشگری ورزشی استان گلستان شامل مراکز تفریحی و ورزشی مبتنی بر طبیعت، فعالیت های ورزشی خاص، اقامتگاه های بوم گردی و کمپینگ، و فعالیت های آموزشی می شود. این فرصت ها نه تنها برای جذب گردشگران مفید هستند بلکه می توانند در تقویت جامعه محلی، حفظ منابع طبیعی و ایجاد اشتغال پایدار نقش مهمی ایفا کنند. مراکز تفریحی و ورزشی مبتنی بر طبیعت، با ادغام مناطق طبیعی منحصر به فرد در فضای اجتماعی، نقش کلیدی در ارتقای توسعه پایدار دارند (Rostamali, et al, 2021). این مراکز به دلیل ارتباط تنگاتنگ با محیط زیست و طبیعت، نقش مؤثری در دستیابی به اهداف توسعه پایدار و حفاظت از منابع طبیعی ایفا می کنند. همچنین، فرصت هایی را برای بازدیدکنندگان فراهم می سازند تا علاوه بر تجربه فعالیت های ورزشی، با محیط زیست آشنا شده و احترام به آن را تقویت کنند. این مراکز مجموعه ای متنوع از فعالیت ها را ارائه می دهند که شامل ورزش های ویژه مرتبط با طبیعت است و می تواند به تقویت اقتصاد محلی و حفظ فرهنگ بومی کمک کند (Provalova, et al, 2023). فعالیت های ورزشی در این مراکز شامل گزینه هایی همچون کوهنوردی، دوچرخه سواری کوهستان، پاراگلایدینگ و سایر ورزش های مرتبط با طبیعت می باشند که ضمن بهره مندی از زیبایی های طبیعی منطقه، به تقویت اقتصاد محلی و ایجاد فرصت های اشتغال کمک می کنند. این نوع فعالیت ها، به ویژه در مناطقی با ویژگی های طبیعی و جغرافیایی خاص، از اهمیت بسیاری برخوردارند. چنین فعالیت هایی علاوه بر جذب گردشگران، نقش مؤثری در تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی جوامع محلی

ایفا می‌کنند. اکوتوریسم، که نوعی گردشگری مبتنی بر طبیعت است، نه تنها منافع اقتصادی به همراه دارد بلکه موجب افزایش آگاهی درباره حفاظت از محیط زیست و اهمیت صیانت از منابع طبیعی می‌شود (Wolf, et al, 2019). اکوتوریسم، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شاخه‌های گردشگری پایدار، می‌تواند به‌عنوان ابزاری مؤثر برای توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان مورد توجه قرار گیرد. این استان با منابع طبیعی ارزشمند خود، از جمله جنگل‌ها، سواحل و کوه‌ها، ظرفیت بالایی برای توسعه این نوع گردشگری دارد. اکوتوریسم نه تنها به حفاظت از این منابع کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به بهبود وضعیت اقتصادی استان نیز منجر شود. اقامتگاه‌های بوم‌گردی و کمپینگ از دیگر فرصت‌های قابل توجه برای گسترش گردشگری ورزشی در این منطقه هستند. این نوع اقامتگاه‌ها شرایطی را برای گردشگران فراهم می‌آورند تا با طبیعت پیوندی نزدیک‌تر برقرار کرده و تجربه‌ای عمیق‌تر از حضور در محیط‌زیست کسب کنند. توسعه این اقامتگاه‌ها، علاوه بر حمایت از اهداف توسعه پایدار، موجب افزایش آگاهی در خصوص اهمیت حفاظت از محیط‌زیست می‌شود و تأثیر مثبتی بر نگرش گردشگران و جوامع محلی خواهد داشت (Tretiak & Hunko, 2024). در واقع، اقامتگاه‌های بوم‌گردی با استفاده از منابع محلی و به‌کارگیری روش‌های سنتی در ساخت و ساز، نه تنها به حفظ محیط‌زیست کمک می‌کنند، بلکه به گردشگران این امکان را می‌دهند تا در فضایی ساده و طبیعی اقامت کنند و از این طریق با فرهنگ و سبک زندگی بومی آشنا شوند. در نهایت، فعالیت‌های آموزشی در زمینه گردشگری ورزشی، به‌ویژه در حوزه‌های اکولوژیکی و محیط‌زیستی، می‌توانند تجربه بازدیدکنندگان را غنی‌تر کرده و به رشد فردی و تلاش‌های حفاظتی کمک نمایند. این فعالیت‌ها نه تنها به افزایش آگاهی در خصوص اهمیت اکولوژیکی منطقه می‌پردازند، بلکه در ترویج فرهنگ حفاظت از محیط‌زیست در سطحی گسترده‌تر نیز تأثیرگذارند (Arnaiz-Schmitz, et al, 2021). برنامه‌های آموزشی می‌توانند شامل کارگاه‌های آموزشی در زمینه حفظ منابع طبیعی، بازدیدهای آموزشی از مناطق بوم‌شناسی خاص، و برنامه‌های آگاهی‌رسانی در رابطه با اثرات تغییرات اقلیمی و بحران‌های زیست‌محیطی باشند. این برنامه‌ها به تقویت دانش محیط‌زیستی و آگاهی عمومی کمک کرده و نقش مهمی در حفاظت از منابع طبیعی استان گلستان ایفا خواهند کرد. این نتایج با نتایج پژوهش (Provalova et al (2019), Tretiak & Hunko (2024), Geffroy (2023) همسو بود و حاکی از اهمیت موارد ذکر شده به‌عنوان فرصت‌های گردشگری ورزشی استان گلستان می‌باشد.

یافته‌ها تحقیق همچنین نشان داد که فرآیندهای توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان شامل: بازاریابی اثربخش، برنامه‌ریزی و مدیریت، مسیر یاددهی است. این فرآیندها نقش مهمی در موفقیت گردشگری ورزشی ایفا می‌کنند و به توسعه پایدار استان گلستان کمک شایانی خواهند کرد. بازاریابی اثربخش یکی از مهم‌ترین فرآیندها در توسعه گردشگری ورزشی است. این فعالیت‌ها شامل برنامه‌ریزی، سازماندهی و کنترل فرآیندها با هدف تحریک تقاضا و افزایش سود می‌باشد (Shatska, et al, 2020). در این راستا، توجه به مخاطب هدف و به‌کارگیری استراتژی‌های مختلفی نظیر بازاریابی دیجیتال، تبلیغات هدفمند و برگزاری رویدادهای ویژه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بازاریابی گردشگری ورزشی باید به‌گونه‌ای طراحی شود که قادر به جلب توجه گردشگران داخلی و خارجی باشد و در نهایت موجب ارتقای تصویر استان به‌عنوان یک مقصد برجسته در حوزه گردشگری ورزشی گردد. مدیریت بازاریابی شامل مجموعه‌ای از فرآیندها مانند توسعه محصول، قیمت‌گذاری، توزیع و ارتقاء است که همه این‌ها با هدف ارتقای توسعه اقتصادی در بخش گردشگری ورزشی انجام می‌شود (Regent, et al, 2019). این فرآیندها می‌توانند شامل تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری، توسعه بسته‌های گردشگری ورزشی، و استفاده از فناوری‌های نوین برای توزیع خدمات و محصولات گردشگری ورزشی باشد. سازمان‌های بازاریابی مقصد باید تلاش‌های بین‌دینفعان را برای دستیابی به موفقیت در برآورده کردن نیازهای گردشگران و دستیابی به اهداف مقصد هماهنگ کنند (Sotiriadis, 2020). مسیر یاددهی در گردشگری ورزشی استان گلستان به‌ویژه در زمینه آموزش مدیریت گردشگری ورزشی و آموزش‌های تخصصی در این حوزه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که برای ارتقای کیفیت نیروی انسانی و مدیریت مؤثر گردشگری ورزشی، ساخت برنامه درسی به‌ویژه روش‌های تدریس مبتنی بر پروژه می‌تواند بسیار مؤثر باشد (Mei & Hu, 2018). این برنامه‌های آموزشی نه تنها دانش تئوریک را به دانش‌آموزان انتقال می‌دهند، بلکه مهارت‌های عملی مرتبط

را نیز به آن‌ها می‌آموزند. در این راستا، ارائه دوره‌های تخصصی در حوزه‌هایی مانند مدیریت رویدادهای ورزشی، مدیریت جاذبه‌های طبیعی و گردشگری پایدار می‌تواند به بهبود کیفیت آموزش و افزایش بهره‌وری در صنعت گردشگری ورزشی کمک کند. با توجه به ترکیب استراتژی‌های بازاریابی مؤثر، برنامه‌ریزی دقیق و استفاده از رویکردهای آموزشی نوآورانه، بخش گردشگری ورزشی استان گلستان قادر خواهد بود به رشد و توسعه پایدار دست یابد و نیازهای متنوع ذینفعان را برآورده کند. این فرآیندها نه تنها به تقویت صنعت گردشگری کمک می‌کنند بلکه موجب ایجاد اشتغال، تقویت جوامع محلی و رشد پایدار استان خواهند شد.

در بخش دیگری از یافته‌ها، تحقیق نشان داد که پیشایندهای توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان شامل زیرساخت‌ها، ورزش‌های بومی محلی و همکاری‌های راهبردی هستند. این پیشایندها نقش حیاتی در شکل‌گیری و رشد پایدار گردشگری ورزشی ایفا می‌کنند و می‌توانند به تقویت این صنعت در استان گلستان کمک نمایند. زیرساخت‌ها به‌ویژه یکی از پیشایندهای کلیدی در توسعه گردشگری ورزشی به شمار می‌آیند. طبق نتایج تحقیق، زیرساخت‌های حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها و دیگر امکانات گردشگری، به‌ویژه در زمینه گردشگری ورزشی، باید به‌طور مؤثر توسعه یابند. این زیرساخت‌ها نقش بسزایی در تقویت تجربیات گردشگری و در نهایت رشد اقتصادی دارند (Apriyanti, 2024). برای مثال، توسعه شبکه حمل‌ونقل عمومی و فراهم کردن دسترسی آسان به مناطق طبیعی و ورزشی می‌تواند تأثیر چشمگیری در جذب گردشگران داشته باشد. همچنین، توجه به ایجاد امکانات اقامتی مناسب که با ویژگی‌های اکولوژیکی و فرهنگی منطقه همخوانی داشته باشد، می‌تواند جاذبه‌های گردشگری ورزشی استان را تقویت کند. در کنار این زیرساخت‌ها، ورزش‌های بومی محلی به‌عنوان یک پیشایندهای کلیدی در توسعه گردشگری ورزشی استان گلستان شناخته می‌شود. توجه به حفظ و ترویج ورزش‌های محلی که ریشه در فرهنگ و تاریخ استان دارند، می‌تواند به تقویت هویت محلی کمک کرده و گردشگران علاقه‌مند به فرهنگ و سنت‌های بومی را جذب کند. ورزش‌های بومی محلی می‌توانند به‌عنوان یک جاذبه گردشگری ویژه عمل کرده و تجربیات منحصر به فردی را برای گردشگران به ارمغان بیاورند. از دیگر عوامل موفقیت در توسعه گردشگری بومی می‌توان به پرورش غرور بومی، ارتقای ایمنی بهداشتی و همکاری با ذینفعان به‌منظور ایجاد دانش نوآورانه و توسعه محصولات اشاره کرد (Mamirkulova, et al, 2020). که با تمرکز بر ساخت مناظر سبز، حفظ فرهنگ‌های سنتی و برنامه ریزی فعالیت‌های فرهنگی بر اساس دانش محلی، ظرفیت سازی محلی برای گردشگری پایدار بومی می‌تواند افزایش یابد و منجر به افزایش مشارکت و انعطاف پذیری در جوامع بومی شود (Chen, et al, 2024). علاوه بر این، انعطاف پذیری جامعه و ظرفیت سازی برای گردشگری پایدار بومی و توسعه محلی حیاتی است و همکاری استراتژیک بین ذینفعان کلید موفقیت است (Pechlaner, et al, 2014). همکاری‌های استراتژیک می‌توانند به توسعه محصولات گردشگری نوآورانه، نظیر بسته‌های گردشگری که شامل ورزش‌های بومی محلی و فعالیت‌های فرهنگی هستند، کمک نمایند. توجه به حفظ فرهنگ‌های سنتی و فعالیت‌های فرهنگی بر اساس دانش محلی می‌تواند موجب افزایش مشارکت جوامع بومی در فرآیندهای گردشگری شود. از این‌رو، ترکیبی از زیرساخت‌های توسعه‌یافته، انعطاف‌پذیری جامعه و همکاری‌های استراتژیک برای رشد پایدار گردشگری استان گلستان، به‌ویژه در مناطق بومی، ضروری است. این پیشایندها می‌توانند به‌طور همزمان به تقویت هویت بومی، حفظ فرهنگ محلی و جذب گردشگران کمک کرده و زمینه‌های لازم را برای توسعه پایدار و افزایش مشارکت جامعه محلی در صنعت گردشگری ورزشی فراهم آورند.

در نهایت، یافته‌ها نشان داد که پیامدهای توسعه گردشگری در استان گلستان شامل جنبه‌های اقتصادی، آموزشی، مدیریتی، زیست‌محیطی، فرهنگی و اجتماعی می‌باشد گردشگری نقش بسزایی در جنبه‌های مختلف، از جمله توسعه اقتصادی، تبادل فرهنگی، مدیریت زیست‌محیطی و تعامل اجتماعی دارد. از جنبه اقتصادی، گردشگری می‌تواند به ایجاد اشتغال و افزایش درآمد ارزی کمک کند (Haboub, 2022). این امر به‌ویژه در استان گلستان که با توجه به پتانسیل‌های طبیعی و فرهنگی منحصر به فرد خود، می‌تواند به رشد اقتصادی منطقه‌ای کمک کند و منابع مالی جدیدی برای تأمین زیرساخت‌ها و خدمات محلی ایجاد نماید. در این زمینه، گردشگری ورزشی می‌تواند به‌عنوان منبع درآمدی برای جوامع محلی عمل کرده و با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، به توسعه کسب‌وکارهای محلی مانند رستوران‌ها، هتل‌ها و فروشگاه‌ها کمک کند. از جنبه زیست‌محیطی، گردشگری می‌تواند تأثیرات مثبت و

منفی مختلفی بر محیط‌زیست بگذارد؛ در این راستا، گردشگری سبز با کاهش اثرات منفی بر محیط‌زیست، می‌تواند به حفظ منابع طبیعی و اکوسیستم‌های منطقه کمک کند (Keles, et al, 2023). در حقیقت، با بهره‌برداری بهینه از منابع طبیعی و به‌کارگیری شیوه‌های پایدار در گردشگری، می‌توان از تخریب محیط‌زیست جلوگیری کرد. به‌عنوان نمونه، برنامه‌های مدیریت پسماند، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و آموزش گردشگران در خصوص رفتارهای زیست‌محیطی می‌تواند در حفظ منابع طبیعی و اکوسیستم‌ها مؤثر باشد. گردشگری سبز، به‌ویژه در استان گلستان که دارای منابع طبیعی بکر و زیبا است، می‌تواند به‌عنوان عاملی مؤثر در جذب گردشگران آگاه به مسائل زیست‌محیطی عمل کرده و از این طریق به حفظ محیط‌زیست کمک کند. از جنبه فرهنگی، گردشگری می‌تواند تبادل دانش و درک بین جوامع مختلف را تسهیل کرده و به تقویت ارتباطات بین فرهنگی و احترام متقابل کمک کند (Dujmović & Vitasović, 2022). با توجه به تنوع فرهنگی و قومی در استان گلستان، گردشگری می‌تواند فرصتی مناسب برای نمایش و معرفی تنوع فرهنگی، هنرها و سنت‌های مختلف باشد. این تبادل فرهنگی می‌تواند به ترویج فهم و همبستگی میان جوامع محلی و گردشگران کمک کرده و در نهایت به تقویت هویت فرهنگی جوامع محلی منجر شود. گردشگران با آشنایی با فرهنگ‌های مختلف، به درک بهتری از ارزش‌های فرهنگی و تاریخی منطقه خواهند رسید و این امر می‌تواند به ارتقاء احترام متقابل و همزیستی مسالمت‌آمیز کمک کند. علاوه بر این، گردشگری می‌تواند فرصت‌های آموزشی را با نمایش میراث و سنت‌های محلی فراهم کرده و به حفظ و پیشرفت عناصر فرهنگی کمک نماید (Suta, et al, 2021). به‌ویژه در زمینه گردشگری ورزشی، می‌توان برنامه‌هایی ترتیب داد که همزمان با معرفی ورزش‌های بومی و محلی، به معرفی فرهنگ و هنرهای منطقه‌ای نیز بپردازند. این نوع گردشگری می‌تواند به تقویت حس مسئولیت نسبت به حفظ میراث فرهنگی و ترویج آن در سطح جهانی کمک کند. از دیدگاه مدیریتی، توسعه پایدار گردشگری برای تعادل نیازهای جامعه محلی ضروری است و مزایای طولانی مدت برای همه ذینفعان درگیر را داراست (Kozhokulov, et al, 2019). در استان گلستان، که به دلیل تنوع طبیعی و فرهنگی خود پتانسیل زیادی برای توسعه گردشگری دارد، ضروری است که فرآیندهای مدیریتی به‌طور مؤثر و هماهنگ به اجرا درآیند. این فرآیندها باید شامل مشارکت فعال ذینفعان مختلف از جمله دولت، جوامع محلی، بخش خصوصی و سازمان‌های غیر دولتی باشد. مدیریت صحیح گردشگری می‌تواند از تخریب محیط‌زیست جلوگیری کرده و منابع طبیعی را حفظ کند، در عین حال موجب رونق اقتصادی و فرهنگی منطقه شود. به‌ویژه در زمینه گردشگری ورزشی، ضروری است که برنامه‌های آموزشی و مدیریتی برای افراد محلی تدوین گردد تا کیفیت خدمات بهبود یابد و جذب گردشگران به‌طور مؤثرتر مدیریت شود. از جنبه اجتماعی، گردشگری می‌تواند روابط هماهنگ‌تری بین مردم و طبیعت ایجاد کرده و مصرف مسئولانه و تحولی اجتماعی برای دستیابی به آینده‌ای پایدار را ترویج نماید (El Archi & Benbba, et al, 2023). این فرآیند می‌تواند تأثیرات مثبتی در جوامع بومی و روستایی به دنبال داشته باشد و به ارتقای کیفیت زندگی و افزایش حس تعلق اجتماعی در این جوامع کمک کند. به‌طور خاص، توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان می‌تواند روابط اجتماعی میان گردشگران و جوامع محلی را تقویت کند. گردشگری می‌تواند فرصتی برای مردم محلی باشد تا از طریق تعامل با گردشگران، تجربه‌های اجتماعی جدیدی کسب کنند و این تعاملات به تقویت فرهنگ همبستگی و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی کمک کند. علاوه بر این، گردشگری اجتماعی می‌تواند به ترویج مصرف مسئولانه و افزایش آگاهی در خصوص اهمیت حفظ منابع طبیعی در میان گردشگران و جوامع محلی منجر شود. در این راستا، طراحی برنامه‌های آموزشی برای آگاهی‌بخشی به گردشگران در خصوص رفتارهای مسئولانه در هنگام حضور در طبیعت و جامعه محلی ضروری است. که یافته‌ها این بخش با پژوهش‌های (Ashouri et al (2021), Haboub Heydari et al (2019), (2022) هم راستا بود. بر این اساس، با توجه به اهمیت عوامل مختلف مطرح‌شده در پژوهش‌های گوناگون، می‌توان اذعان داشت که عوامل اقتصادی، آموزشی، مدیریتی، زیست‌محیطی، فرهنگی و اجتماعی در توسعه گردشگری استان گلستان نقش‌های مهمی ایفا می‌کنند که باید به‌دقت مد نظر قرار گیرند. این پیامدها نه تنها موجب رشد پایدار استان خواهند شد، بلکه به ایجاد یک اکوسیستم گردشگری هماهنگ و یکپارچه نیز منجر می‌شوند که در آن تمامی ذینفعان شامل جوامع محلی، بخش خصوصی و دولت می‌توانند به‌طور مشترک از مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بهره‌مند گردند. به صورت کلی می‌توان نتیجه گرفت که توسعه گردشگری



ورزشی در این استان نیازمند توجه به عوامل اقتصادی، مدیریتی، فرهنگی، اجتماعی، زیست‌محیطی و آموزشی است. سیاست‌گذاری‌های دقیق و مدیریت استراتژیک به همراه بهره‌گیری از جاذبه‌های طبیعی و ارتقای کیفیت خدمات، از مؤلفه‌های کلیدی برای تحقق این هدف هستند. همچنین، نقش بازاریابی اجتماعی و اهمیت حمایت‌های دولتی و شرایط اقتصادی، به‌عنوان عوامل تأثیرگذار در رشد این حوزه مورد تأکید قرار گرفت. در کنار این موارد، مشارکت فعال جامعه و ایجاد محیط‌های اجتماعی حمایتی، بستر مناسبی برای کارآفرینی به‌ویژه در حوزه اکوتوریسم روستایی فراهم می‌کند. بر اساس یافته‌های پژوهش، ترکیب این عوامل و اتخاذ رویکردی جامع که شامل انگیزه‌های اقتصادی، برنامه‌های آموزشی و مشارکت اجتماعی باشد، می‌تواند مسیر توسعه پایدار گردشگری ورزشی در استان گلستان را هموار کند و در نهایت، به ارتقای اقتصاد محلی و رفاه اجتماعی کمک کند. از این رو با توجه به ضرورت ارتقاء گردشگری ورزشی در استان گلستان، پیشنهادات متعددی به منظور بهره‌برداری بهینه از فرصت‌ها و پاسخگویی به چالش‌ها ارائه می‌شود. که شامل توسعه زیرساخت‌ها نظیر احداث بندرگاه‌ها و پایانه‌های قایق‌رانی، تجهیز سواحل به امکانات ورزشی و تفریحی، و ایجاد پیست‌ها و باشگاه‌های اسب‌سواری استاندارد است. همچنین، بهبود خدمات رفاهی، گسترش حمل‌ونقل عمومی و بهبود جاده‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. استراتژی‌های بازاریابی مؤثر، همکاری با بخش خصوصی و دولتی، و توجه به اصول پایدار و محیط زیست از دیگر مواردی است که می‌تواند به توسعه پایدار گردشگری ورزشی در استان کمک کند. در نهایت، برگزاری فعالیت‌های آموزشی و فرهنگی و نظارت مداوم بر عملکرد خدمات گردشگری نیز به افزایش رضایت گردشگران و رشد این صنعت خواهد انجامید. از منظر نظری، این مطالعه با دسته‌بندی جامع یافته‌ها در چهار محور فرصت‌ها، فرآیندها، پیشایندها و پیامدها، چارچوبی مفهومی برای تحلیل و توسعه گردشگری ورزشی در سطوح منطقه‌ای ارائه می‌دهد که می‌تواند مبنای مطالعات آینده قرار گیرد. نوآوری نظری پژوهش در ارائه یک مدل یکپارچه و زمینه‌محور برای تحلیل ابعاد توسعه گردشگری ورزشی در استان گلستان است. در نهایت، برای تحقق عملی نتایج تحقیق، پیشنهاد می‌شود که کارآفرینان بسته‌های سرمایه‌گذاری در ورزش‌های بومی و فصلی استان طراحی کنند، مدیران گردشگری به توسعه رویدادهای ورزشی با رویکرد گردشگری پذیر، بهره‌گیری از بازاریابی دیجیتال و برندسازی ورزش‌محور استان اهتمام ورزند، و سیاست‌گذاران نیز با تدوین نقشه راه استانی گردشگری ورزشی، ایجاد مشوق‌های مالیاتی و قانونی برای سرمایه‌گذاران و حمایت از پروژه‌های نوآورانه بین‌بخشی، زمینه‌های توسعه پایدار این حوزه را فراهم آورند.

تشکر و قدردانی

این پژوهش برگرفته از طرح پژوهشی مصوب اداره کل ورزش و جوانان استان گلستان است. بدین‌وسیله از همکاری ارزشمند این نهاد در فراهم‌سازی امکانات و تسهیل فرآیند تحقیق صمیمانه قدردانی می‌شود. مساعدت و حمایت‌های ارائه‌شده نقش بسزایی در پیشبرد این مطالعه داشته است.

منابع

- Ahmadi, F. Ramezani Nejad, R. Boroumand, M.R. (2021). Analytical research articles on Iranian sports tourism. *Sports Management and Development*, 10(4): 28- 48 (In Persian)
- Apriyanti, M. E. (2024). The Importance of Tourism Infrastructure in Increasing Domestic and International Tourism. *International Journal of Research in Vocational Studies (IJRVOCAS)*, 3(4), 113-122.
- Arnaiz-Schmitz, C., Herrero-Jáuregui, C., & Schmitz, M. F. (2021). Recreational and nature-based tourism as a cultural ecosystem service. *Assessment and mapping in a rural-urban gradient of central Spain. Land*, 10(4), 343.
- Asadollahi, E., Fahim Devin, H., Yazdani, M., Mahian Jaghargh, A. (2020). "Designing a Branding Model for Sporting Places with the Purpose of Health Tourism Development (Case Study: Astan Quds Razavi Sports Complex)." The 12th International Congress of SSRI on Sport Sciences (ICSSRI 2020). 9th to 12th November. Tehran. Iran. ID: 1172- 12THCONG.
- Ashouri, T. Dosti, M. Razavi, S M H. Hosseini, A (2023). Entrepreneurial opportunities of sports tourism based on the geographical climate of Iran. *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, 23(7): 269-298(In Persian)



- Ball, S. (2018). "The Importance of Entrepreneurship to Hospitality, Leisure, Sport and Tourism". *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network*, 1(1), 1-14.
- Booth, P.; Chaperon, S. A.; Kennell, J. S. & Morrison, A. M. (2020). "Entrepreneurship in Island Contexts: A Systematic Review of the Tourism and Hospitality Literature". *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102438
- Camilleri, M. A. (2018). The tourism industry: An overview. In *travel marketing, tourism economics and the airline product*, 3-27, Springer
- Chen, C. C., Chook, J. W., Nguyen, L. B., & Lee, C. H. (2024). Integrating Locals' Importance-Performance Perception of Community Resilience into Sustainable Indigenous Tourism Management. *Sustainability*, 16(12), 5070.
- Darabi, M., Keshtidar, M., Alizaiy_Yousef_Abadi, O., Heydari, R., Nazari-Torshizi, A. (2020). "Scenario Planning of the Future of Sports Tourism Industry in Mashhad." *Annals of Applied Sport Science* 8(4): 0-0
- Dastgerdi, M., Salimi, M., Ranjbar, N., Khosromanesh, Sh. (2022). The Development Model of Iran's Sports Tourism Industry. *Journal of Business in Sports*, (2): 13-32. (In Persian)
- Dujmović, M., & Vitasović, A. (2022). Importance of social interaction and intercultural communication in tourism. *WIT Transactions on Ecology and the Environment. Sustainable Tourism X*, 256, 77-83.
- El Archi, Y., & Benbba, B. (2023). The applications of technology acceptance models in tourism and hospitality research: A systematic literature review. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 14(2), 379-391.
- Geffroy, V. (2023). Les centralités spécialisées des sports de nature: hauts lieux et modestes pôles touristiques. *Journal of Alpine Research| Revue de géographie alpine*, 111-1.
- Gharibpoor, . K. ., safari, L. ., Nasiri Farsani, M. ., & Majedi, N. . (2024). "Systematic Review: Developing Sports Tourism for Sustainable Economic Development". *AI and Tech in Behavioral and Social Sciences*, 2(4), 1-10.
- Haboub, M. (2022). The impact of cultural tourism on the local community from a socio-cultural, environmental and economic perspective Nubian village of Gharb Suhail as a viable model. *International Journal of Eco-Cultural Tourism, Hospitality Planning and Development*, 5(2), 86-116.
- Hammerschmidt J, Eggers F, Kraus S, Jones P, Filser M. (2022). Entrepreneurial orientation in sports entrepreneurship - A mixed methods analysis of professional soccer clubs in the German-speaking countries. *Entrepreneurship and Management Journal*, 16: 961.
- Heydari, R., Kashmidar, M., Asadollahi, E., Esfahani, M., Golgoli, Mahnaz (2021). Identifying the institutional factors affecting the exploitation of entrepreneurial opportunities in the tourism industry with a focus on Iranian sports tourism. *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, 10(38): 87-102 (In Persian)
- Hosseini Asgarabadi, M. (2025). Identifying indicators affecting strategic entrepreneurship in sports tourism in Golestan province. *Sports Marketing Studies*, 5(4), 59-81. (In Persian)
- Javid, M., Asadi, H., Goodarzi, M. (2012). The role of the Internet and new social networks in sports tourism marketing. *Applied Research in Life Sciences Management in Sports*, 1 (3): 43-49 (In Persian)
- Keles, H., Yayla, O., Tarinc, A., & Keles, A. (2023). The effect of environmental management practices and knowledge in strengthening responsible behavior: The moderator role of environmental commitment. *Sustainability*, 15(2), 1398.
- Kozhokulov, S., Chen, X., Yang, D., Issanova, G., Samarkhanov, K., & Aliyeva, S. (2019). Assessment of tourism impact on the socio-economic spheres of the Issyk-Kul Region (Kyrgyzstan). *Sustainability*, 11(14), 3886.
- Lin, Y.-H.; Lee, C.-H.; Hong, C.-F.; Tung, Y.-T. (2022). Marketing Strategy and Willingness to Pay for Sport Tourism in the Kinmen Marathon Event. *Sustainability*, 14, 12160. <https://doi.org/10.3390/su141912160>
- Mamirkulova, G., Mi, J., Abbas, J., Mahmood, S., Mubeen, R., & Ziapour, A. (2020). New Silk Road infrastructure opportunities in developing tourism environment for residents better quality of life. *Global Ecology and Conservation*, 24, e01194. 1-19
- Mei, Y., & Hu, Y. (2018). Application of Project-based Teaching in the Tourism Marketing Course. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 18(6).
- Nite C, McLeod CM, Beldon Z, Nauright J. (2020). Establishing a professional Rugby Union Football League in the USA: Managing institutional pluralism in sport entrepreneurship. *Sport Management Review*, 23(5): 883-897.
- Özdemir Uçgun, G., & Şahin, S. Z. (2024). How does Metaverse affect the tourism industry? Current practices and future forecasts. *Current Issues in Tourism*, 27(17), 2742-2756.
- Pechlaner, H., Bachinger, M., Volgger, M., & Anzengruber-Fischer, E. (2014). Cooperative core competencies in tourism: Combining resource-based and relational approaches in destination governance. *European Journal of Tourism Research*, 8(1), 5-19.
- Peric, M. (2018). Estimating the Perceived Socio-Economic Impacts of Hosting Large-Scale Sport Tourism Events. *Social Science*, 7(176), 1-18.
- Provalova, E. V., Lukyanova, M. N., Skrobotova, O. V., & Ivanova, R. M. (2019). Prospects for the development of ecological tourism in specially protected natural areas of the Ulyanovsk Region. *Journal of environmental management and tourism*, 10(4), 809-818.
- Ratten V, Jones P. (2020). New challenges in sport entrepreneurship for value creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3): 961-980.



- Regent, T. M., Glinkina, O. V., Ganina, S. A., Markova, O. V., & Kozhina, V. O. (2019). Improvement of strategic management of a tourism enterprise in the international market. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(2), 427-431.
- Robert, J. L. (2018). The Wimbledon championships, the all-England Lawn tennis club, and “invented traditions”. *International Journal of Sport Communication*, 11(1), 1-23.
- Rostamali, R. Dehghanpouri, H. Bagheri, H. (2022). Developments and strategies of the sports tourism industry during the COVID-19 pandemic. *Research in Sports Management and Movement Behavior*, 12 (24): 154-177. (In Persian)
- Salahi Kajur, A. Kialashki, H (1402). Innovative development of sustainable tourism and entrepreneurship through sports events. *Applied research in sports management*. 1(45):25-37(In Persian)
- Shatska, Z., Melnyk, A., & Sigya, G. (2020). Features of tourist integration enterprises. *Socio-Cultural Management Journal*. 3(1), 105-121
- Sotiriadis, M. (2020). Tourism destination marketing: Academic knowledge. *Encyclopedia*, 1(1), 42-56.
- Suta, I., Abdi, I. N., & Astawa, I. (2021). *Sustainable Tourism Development in Importance and Performance Perspective*. 342-361
- Tretiak, A., & Hunko, L. (2024). Restructuring agricultural land use in Ukraine. Directions for development. *Acta Scientiarum Polonorum Administratio Locorum*, 23(2), 321-330.
- Valki, Shaida. Amirhosseini, Seyed Ehsan. Pirzad, Ali (2019). Identifying factors affecting e-sports tourism in Iran. *Regional Planning*, 10(39):49-60(In Persian)
- Wolf, I. D., Croft, D. B., & Green, R. J. (2019). Nature conservation and nature-based tourism: A paradox?. *Environments*, 6(9), 104.
- Zhang, S. N.; Li, Y. Q.; Liu, C. H. & Ruan, W. Q. (2020). Critical Factors Identification and Prediction of Tourism and Hospitality Students' Entrepreneurial Intention”. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & T Travel*, W. (2017). *Tourism: Global Economic Impact & Issue 2018*. WTTC: London, UK .ourism Education, 26, 100234.1-18

