

## توسعه گردشگری ورزشی با تاکید بر مناطق پنهان

لیلا مرتضائی\*<sup>۱</sup>، معصومه کلاته سیفیری<sup>۲</sup>

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران.

۲. دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران.

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

## Sports Tourism Development with emphasis on Hidden Regions

L. Mortezaee\*<sup>1</sup>, M. Kalate Seifari<sup>2</sup>

1. Ph.D. Student in Sports Management, Mazandaran University.

2. Associate Professor in Sports Management, Mazandaran University.

Received: (17 August 2018)

Accepted: (18 May 2019)

### Abstract

Sports tourism is the most important part of the tourism industry. The purpose of this research is to design a model for developing sports tourism in hidden regions which was used by qualitative research method. Using grounded theory (Glaser approach), in-depth interviews were conducted with 16 experts and specialists in the field of sports management and sports tourism. The results of the analysis of interviews and coding showed the socio-cultural role of the local and regional community, the role of government policies, the geographical features of the region, the characteristics of tourists, the general and sporting features of the hidden regions, and the role of the responsible organizations have significant impact on sports tourism development of hidden regions. Monetization, employment, social welfare and the promotion of culture were introduced as development consequences. Currently, our country does not have good performance in the field of sports tourism, especially in the hidden regions. Therefore, if we could improve this regions, communications will be strengthened politically. It also has positive cultural exchanges and the promotion of the culture and tradition of hidden regions and introducing the brand in different regions will bring many positive social effects to our country. Finally some suggestions were presented in order to develop sports tourism in hidden regions.

### Keywords

Sports Tourism, Hidden Regions, Monetization, Geographic Features of Regions.

### چکیده

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

### کلید واژه‌ها

گردشگری ورزشی، مناطق پنهان، درآمدزایی، ویژگی‌های جغرافیایی مناطق.

\*Corresponding Author: Leila Mortezaee

E-mail: leilaa.mortezaee@yahoo.com

\* نویسنده مسئول: لیلا مرتضائی

## مقدمه

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

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

کشورهای پیشرفته در عرصه گردشگری ورزشی، از این مناطق بهترین استفاده را کرد. در حال حاضر ما در کشورمان عملاً گردشگری ورزشی را در حد تعریف هم نداریم و در این زمینه بسیار عقب هستیم درحالی که در دنیا تورهای ورزشی طبیعت‌گردی یک بُعد و بازدید تیم‌های ورزشی حاضر در مسابقات بُعد دیگری در گردشگری ورزشی هستند. کشور ایران با وجود مناطق بکر و ناشناخته بسیار، با چشم‌انداز زیبا و مناطق دیدنی با پتانسیل جذب گردشگران به‌خصوص در زمینه ورزش، عملکرد موفقیت‌آمیزی در این زمینه نداشته است و به اهداف اقتصادی خود دست نیافته است. سهم کشور ما از صنعت گردشگری جهان بسیار ناچیز است؛ چون سهم گردشگری کشور از تولید ناخالص ملی برابر یک درصد است. در صورتی که اگر این امر توسعه پیدا کند اثرات مثبت بسیاری برای کشور ما به‌دنبال خواهد داشت. در بُعد اقتصادی ورود گردشگر موجب رونق اقتصادی می‌شود همچنین چندصد شغل ایجاد می‌کند و درآمدهای ارزی بسیاری برای کشور به‌دنبال دارد؛ همچنین در تولید ناخالص داخلی نقش مهمی ایفا می‌کند. بُعد اجتماعی و تبادلات فرهنگی مثبت و معرفی برند کشور در حوزه‌های مختلف اثر مثبت اجتماعی خواهد بود و همچنین از منظر سیاسی روابط بین‌الملل و دول را متعادل‌تر و نزدیک‌تر می‌سازد. در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و فقر ساکنین محل و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی نقش مهمی دارد. از نظر اجتماعی باعث شکوفایی استعدادها و ارتقای آموزشی در همه زمینه‌ها می‌شود. در کشور ایران با توجه به اینکه مناطق مختلف صحرایی، ساحلی، کوهستانی، کویری و ... وجود دارد که کمتر شناخته شده است و استقبال چندانی از سوی گردشگران نمی‌شود و در واقع اطلاع از چنین اماکنی در اختیار افراد بومی است و ساکنین دیگر مناطق و افراد علاقه‌مند به گردشگری از وجود آن جاذبه‌ها اطلاعی ندارند و یا اطلاعات ناکافی دارند؛ همین امر باعث شده است که این مناطق پنهان بمانند و از محل گردشگری این مناطق عایدی حاصل نمی‌شود؛ در صورتی که با توجه به استقبال عمومی گردشگران داخلی و خارجی از دیدن و گذراندن اوقات در مناطق مختلف جغرافیایی و تجربه نمودن جاذبه‌های ورزشی آن مناطق، می‌توان منابع درآمدی هنگفتی به‌دست آورد. هر کدام از مناطق ویژه جغرافیایی، خود ورزش‌ها و مسابقات ورزشی خاصی را دربردارند که می‌توان با فراهم آوردن مقدمات برگزاری فستیوال‌ها و جشنواره‌ها و مسابقات ورزشی بر تعداد گردشگران اعم از تماشاگران، شرکت‌کنندگان و

همکاران؛<sup>۲</sup> (۲۰۱۸). مهم‌ترین متغیرهایی که تحت تأثیر آثار اقتصادی گردشگری قرار دارند، هدف‌های اصلی سیاست‌های کلان اقتصادی یک کشور، یعنی رشد اقتصادی، اشتغال کامل و حفظ تراز پرداخت‌هاست (خانزادی و همکاران، ۱۳۹۷). کلیچنیکوا و دروش<sup>۳</sup> (۲۰۱۴)، در بررسی گردشگری در پاناما به این نتیجه رسیدند که گردشگری آثار بزرگی بر اقتصاد دارد و می‌تواند به کاهش فقر کمک کند. میراندا و اندوزا (۲۰۰۵)، در بررسی گردشگری ورزشی در کشور اسپانیا دریافتند که جاذبه‌های طبیعی با ۷۸/۳ درصد مهم‌ترین عامل در جذب گردشگران ورزشی به کشور اسپانیا است. آن‌ها همچنین دریافتند که ورزش‌های آبی با ۳۶/۸۴ درصد و گردش و پیاده‌روی با ۳۱/۵۸ درصد در جذب گردشگران ورزشی اهمیت بیشتری دارند. باوش و انسلد<sup>۴</sup> (۲۰۱۷)، در پژوهش خود بیان کردند که گردشگری ورزش‌های زمستانی عامل کلیدی اقتصادی در بسیاری از مناطق کوهستانی سراسر جهان است. به واسطه نیاز روحی - روانی انسان، امروز به تفریح در طبیعت و ورزش‌هایی که در عرصه طبیعی قابل انجام است، بهتر است با برنامه‌ریزی حساب‌شده ضمن بهره‌گیری از استعداد مناطق مختلف و لحاظ کردن شرایط مختلف، در پیشبرد اهداف اقتصادی و اشتغال‌زایی گام برداشت و محیط‌های مناسبی برای گردشگران به‌وجود آورد. برنامه‌ریزی روی این جاذبه‌ها و هدایت گردشگران ورزشی به سمت جاذبه‌های پنهان و کمتر شناخته شده موجود در کشورمان بسیار مفید و مؤثر خواهد بود. ایران به دلیل دارا بودن تنوع اقلیمی و زیستی، وضعیت توپوگرافی بی‌نظیر، وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، توانمندی‌های فراوانی را برای جذب گردشگر و به‌خصوص گردشگری ورزشی داراست ولی این جاذبه‌های بی‌نظیر و مناطق بکر به خوبی و به وضوح برای عموم معرفی نشده است و ناشناخته مانده است. گردشگری صنعت روبه‌رشدی است خصوصاً برای کشوری مانند ایران که مناطق پنهان بسیاری در آن وجود دارد. مناطق بکر و ناشناخته‌ای که با توجه به آداب و رسوم و فرهنگ خاص خود، ورزش‌های سنتی مخصوص به خود را دارد که می‌توان به شکل فستیوال گردشگران زیادی را به سمت آن هدایت کرد؛ همچنین مناطق پنهان موجود در دل طبیعت از جمله مناطق کوهستانی، کویری، جنگلی، دریایی و ... که می‌توانند میزبان ورزش‌های حرفه‌ای، آماتوری و انتزاعی باشند. این منابع درآمدی تا به امروز در بسیاری از مناطق پنهان موجود در کشورمان بهره‌برداری نشده است؛ در صورتی که می‌توان با کمی کارآفرینی، خلاقیت و بازاریابی به مثابه

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

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

### یافته‌های پژوهش

#### ۱. کدگذاری باز

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

#### ۲. کدگذاری انتخابی

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

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

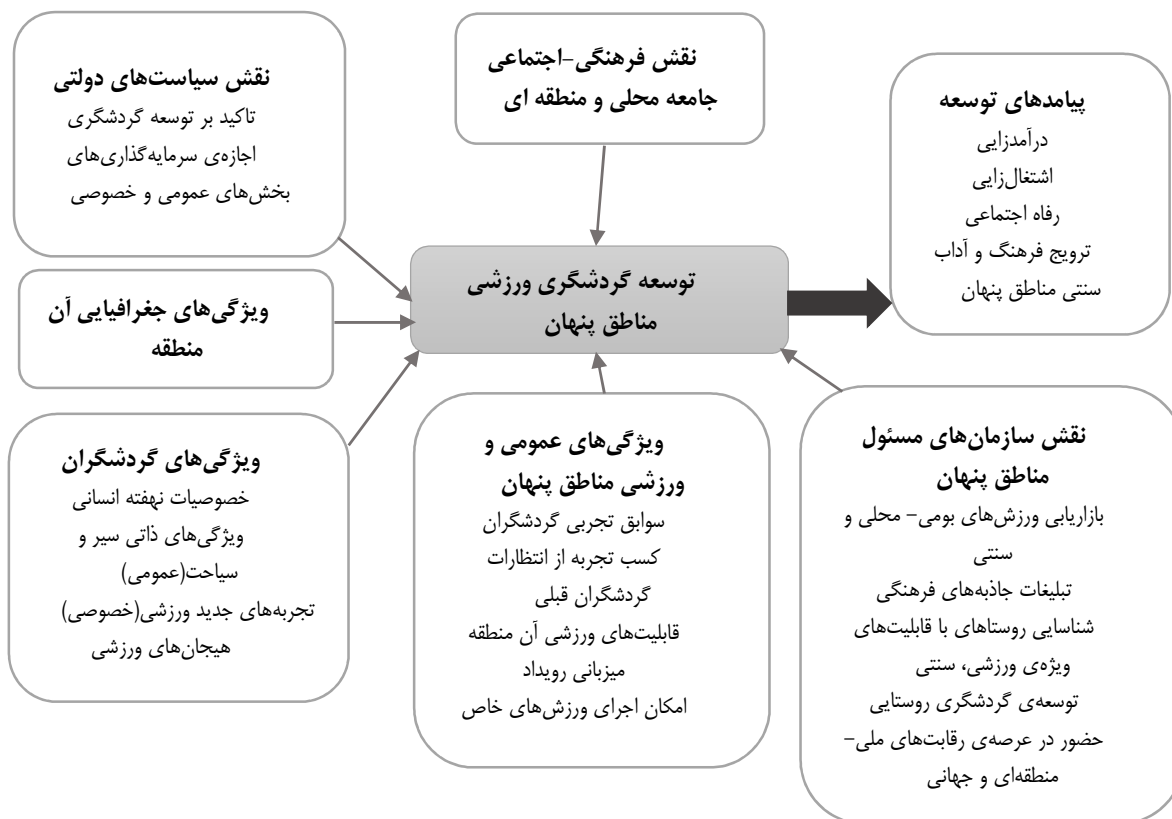
### روش‌شناسی پژوهش

با توجه به رویکرد کیفی پژوهش پیش‌رو ضروری است، از رویکردی استفاده شود که بتواند به بازتولید مفهوم توسعه گردشگری ورزشی در مناطق پنهان کمک کند و ابعاد مختلف پدیده محوری را شناسایی کند. از این رو رویکرد این پژوهش، تفسیری است. در این پژوهش از روش‌شناسی نظریه داده بنیاد، به‌منظور تحلیل داده‌ها استفاده به‌عمل آمده است. این پژوهش با اتخاذ رویکرد ظاهرشونده (گلیزری)، در تلاش است تا اهداف خود را دنبال نماید، چرا که این رویکرد اگرچه چالشی است، اما مدل سازی‌های حاصل از آن، در فضایی بسیار گسترده صورت می‌گیرد و این مسأله افق دید محقق را به‌منظور تحلیل داده‌ها، بسط می‌دهد (گلیزر، ۲۰۰۸). پژوهش حاضر با استفاده از کدگذاری باز، انتخابی و نظری، اهداف خود را دنبال نمود که در ادامه و در خلال بحث، نحوه کدگذاری در هر یک از این مراحل، تشریح شده است. در نهایت زمانی که مقوله‌های مختلف به همدیگر و به متغیر مرکزی مرتبط شدند، محصول نظریه‌سازی داده بنیاد شکل می‌گیرد و شبیه به نظریه می‌شود. جامعه این پژوهش، خبرگان، متخصصان و صاحب‌نظران در زمینه مدیریت ورزشی و گردشگری ورزشی بودند. این پژوهش با انجام مصاحبه‌های عمیق با ۱۶ نفر خبره و رسیدن به معیار اشباع نظری به اتمام رسید. انجام مراحل مصاحبه و تحلیل هم‌زمان مدت زمانی برابر با چهار ماه به خود اختصاص داد. مصاحبه‌های عمیق فردی مدت زمانی بین ۳۰ تا ۵۰ دقیقه طول کشید. فرایند

مفهوم	کد
گردشگری ورزشی منبعی مهم در جهت بهبود وضعیت اقتصادی کشور	<ul style="list-style-type: none"> <li>- گردشگری باعث افزایش تولید ناخالص داخلی یا جی دی پی می‌شود.</li> <li>- عملکردهای اقتصادی روی توسعه گردشگری تأثیر می‌گذارند.</li> <li>- صنعت گردشگری نقش ویژه‌ای در اقتصاد جهانی دارد.</li> <li>- صنعت گردشگری بیش از 20% کل مبادلات بین‌المللی را شامل می‌شود.</li> <li>- صنعت گردشگری ورزشی منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اقتصادی است.</li> <li>- رایج‌ترین نگاه به گردشگری در جهان معاصر رویکرد اقتصاد محور است.</li> <li>- بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی رابطه‌ای متقابل و دو طرفه وجود دارد.</li> </ul>
نقش جاذبه‌های طبیعی، جلوه‌ها و فضای جغرافیایی کشور در جهت توسعه گردشگری ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- جلوه‌های جغرافیایی باعث توسعه گردشگری می‌شوند.</li> <li>- جاذبه‌های مربوط به دامنه نوردی و طبیعت‌گردی باعث توسعه گردشگری ورزشی می‌شود.</li> <li>- جاذبه‌های اکوتوریستی برای توسعه گردشگری ورزشی با اهمیت‌تر هستند.</li> <li>- چهار فصل بودن طبیعت ایران، امکان بهره‌برداری طولانی از جاذبه‌ها را برای گردشگران فراهم می‌کند.</li> <li>- اکوسیستم‌های طبیعی یکی از مقاصد اصلی در انواع گردشگری طبیعت‌محور از جمله گردشگری ورزشی به‌شمار می‌روند.</li> <li>- جاذبه‌های طبیعی موجود در مقصد، غالباً اولین موضوعی است که توجه گردشگر را جلب می‌کند.</li> </ul>
جلب گردشگران ورزشی از طریق برگزاری جشنواره‌ها، اردوها، مسابقات و رویدادهای بزرگ و مهم ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تماشای ورزش یا رویدادهای ورزشی حرفه‌ای باعث جلب توجه منطقه گردشگری می‌شود.</li> <li>- برگزاری اردوهای مقدماتی ورزشی و مسابقات ورزشی چه بزرگ و چه کوچک باعث جلب گردشگران ورزشی می‌شود.</li> <li>- مسابقات المپیک و جام جهانی فوتبال باعث جلب گردشگران ورزشی زیادی می‌شود.</li> <li>- رویدادهای بزرگ ورزشی می‌توانند سبب توسعه اقتصادی شوند.</li> <li>- برگزاری مسابقات و جشنواره‌های مختلف می‌تواند موجب توسعه گردشگری منطقه مورد نظر شود.</li> <li>- سفر به قصد مسابقات ورزشی در حال رشد و گسترش است.</li> </ul>
نقش نیازهای روحی روانی و جسمی انسان به ورزش در طبیعت در جهت توسعه گردشگری ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- گردشگران ورزشی خود علاقه‌مند هستند تا در ورزش شرکت کنند.</li> <li>- نیاز روحی روانی انسان به تفریح در طبیعت و ورزش‌هایی که در عرصه طبیعی قابل انجام است باعث توسعه گردشگری ورزشی می‌شود.</li> </ul>
گردشگری ورزشی یکی از منابع عمده درآمدزایی در جهان	<ul style="list-style-type: none"> <li>- گردشگری ورزشی یک منبع سرشار از سود و درآمد است.</li> <li>- ایجاد اشتغال و درآمد از اثرات مثبت اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی است.</li> <li>- افزایش درآمد و وقت آزاد و صنعتی شدن گردشگری باعث رشد و توسعه گردشگری شده است.</li> </ul>
تأثیر مهم صنعت گردشگری ورزشی در افزایش اشتغال	<ul style="list-style-type: none"> <li>- صنعت گردشگری و گردشگری ورزشی می‌تواند تأثیر مهمی بر افزایش اشتغال داشته باشد.</li> <li>- صنعت گردشگری به عنوان پناهگاهی برای شاغلین سایر صنایع محسوب می‌شود.</li> <li>- صنعت گردشگری باعث افزایش اشتغال جوانان شده است.</li> </ul>

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

مفهوم	کد
تبلیغات و بازاریابی دو عامل مهم در جذب گردشگران ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تبلیغات مناسب و اطلاع‌رسانی در مورد گردشگری ورزشی، باعث توسعه گردشگری ورزشی می‌شود.</li> <li>- مهم‌ترین عامل در توسعه و جذب گردشگر ورزش‌های آبی تبلیغات و بازاریابی است.</li> <li>- تبلیغات سوء و غیرواقع از ایران و استفاده نکردن از شیوه‌های مناسب بازاریابی مانع جذب گردشگر به ایران می‌شود.</li> </ul>
نقش جاذبه‌ها و عملکردهای فرهنگی در توسعه گردشگری ورزشی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عملکردهای فرهنگی روی توسعه گردشگری تأثیر می‌گذارند.</li> <li>- جشن‌ها و مراسم، برنامه‌های سنتی و دیگر برنامه‌های جانبی از عوامل مهم ترغیب بازدیدکنندگان از رویداد ورزشی است.</li> <li>- ایجاد نگرش مناسب و برخورد خوب با گردشگران ورزشی، باعث توسعه گردشگری ورزشی می‌شود.</li> </ul>
شناخت قابلیت‌ها و توانمندی‌های گردشگری ورزشی برای توسعه صنعت گردشگری ورزشی کشور	<ul style="list-style-type: none"> <li>- موفقیت جهانگردی ورزشی کاملاً منوط به توانمندی‌های مقاصد گردشگری است که تا حدی در رقابت با مقاصد دیگر منحصر به فرد و متمایز باشند.</li> <li>- تحلیل و ارزیابی توانمندی‌ها و منابع اولین گام مهم در توسعه و مدیریت مقاصد گردشگری ورزشی است.</li> <li>- شناخت قابلیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری ورزشی عامل مهمی در توسعه صنعت گردشگری ورزشی است.</li> </ul>
صنعت گردشگری ورزشی منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عملکردهای اجتماعی روی توسعه گردشگری تأثیر می‌گذارند.</li> <li>- صنعت گردشگری ورزشی منبعی مهم جهت بهبود وضعیت اجتماعی است.</li> <li>- عوامل نهادی بازتاب‌ها و هنجارهای اجتماعی و عملکرد جامعه هستند؛ که روی توسعه گردشگری تأثیر می‌گذارند.</li> </ul>



شکل ۲. مدل ارائه شده توسعه گردشگری ورزشی مناطق پنهان

### ۳. کدگذاری نظری

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

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

### بحث و نتیجه‌گیری

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

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

نقش سیاست‌های دولتی یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری ورزشی مناطق پنهان شناخته شد. این مسأله با تحقیق خسروی‌مهر و همکاران (۱۳۹۵) که عدم حمایت جدی دولت از توسعه گردشگری ورزشی و کیفیت پایین خدمات آموزشی در ورزش را به عنوان تهدیدی جدی برای توسعه گردشگری ورزشی مطرح می‌کند؛ همخوانی دارد. بخش دولتی مسئولیت هماهنگی سیاست‌ها، برنامه‌ریزی، تهیه آمار و انجام پژوهش، تعیین استانداردها و مقررات صنعت گردشگری، ایجاد انگیزه سرمایه‌گذاری، انجام برخی خدمات بازاریابی، برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی برای گردشگری ورزشی را بر عهده دارد. این مورد با تحقیق معین‌فرد و همکاران (۱۳۹۳) که عدم جذب و به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری ورزشی را به عنوان ضعف مطرح می‌کند؛ همخوانی دارد. بخش خصوصی نیز مسئولیت توسعه تجاری، احداث و اداره محل اقامت گردشگران، ارائه تسهیلات و دیگر خدمات گردشگری و بازاریابی برای این اماکن و تسهیلات را داراست. بنابراین برای توسعه صنعت گردشگری ورزشی در مناطق پنهان، وجود مدیریت توانا و منسجم و همچنین هماهنگی بین بخش دولتی و خصوصی بسیار حائز اهمیت است. بنابراین توجه بخش دولتی به سرمایه‌گذاری در گردشگری ورزشی مناطق پنهان، ساختار مناسب سازمانی و قوانین و مقررات گردشگری موجب توسعه این صنعت می‌شود. ویژگی‌های جغرافیایی منطقه مورد نظر نیز در توسعه این صنعت بسیار تأثیرگذار است. وضعیت جغرافیایی و آب و هوا در تحقیق خسروی‌مهر و همکاران (۱۳۹۵) و لطفی و همکاران (۱۳۹۶) یافت می‌شود. آب و هوا برای گردشگران ورزشی به عنوان عامل جاذبه در نظر گرفته می‌شود. بنابراین تنوع آب‌وهوایی و اقلیم‌های متفاوت در یک منطقه، گستردگی صنعت گردشگری و امکان وجود فعالیت‌های گردشگری و گردشگری ورزشی را در فصول مختلف سال فراهم می‌کند. این مورد با تحقیق آملونگ (۲۰۱۴) همخوانی دارد. مناطق پنهان بسیاری در کشورمان وجود دارد که با وجود جلوه‌ها و جاذبه‌های



مناطق مستعد است. همچنین آسان کردن دسترسی گردشگران ورزشی به جاذبه‌های گردشگری مناطق پنهان، با توسعه حمل و نقل هوایی، ریلی و زمینی امکان‌پذیر است. وضعیت امکانات و تأسیسات و زیرساخت‌ها و دسترسی آسان به آن در تحقیق لطفی و همکاران (۱۳۹۶)، نیز شناسایی شده است.

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

در حال حاضر کشور ما در زمینه گردشگری ورزشی عملکرد خوبی ندارد. به‌عنوان مثال مسابقات ورزشی به اندازه کافی برگزار نمی‌شود و همچنین برنامه مدونی در زمینه گردشگری ورزشی نداریم. بنابراین اگر در این زمینه توسعه پیدا کنیم از منظر سیاسی، روابط بین‌الملل و دول را متعادل‌تر و نزدیک‌تر می‌سازد؛ بنابراین ارتباطات تقویت می‌شوند. در بُعد اجتماعی، تبادلات فرهنگی مثبت و ترویج فرهنگ و آداب سنتی مناطق پنهان و معرفی برند کشور در حوزه‌های مختلف اثرات اجتماعی مثبت بسیاری برای کشور ما به ارمغان خواهد آورد. در بُعد اقتصادی هم موجب رونق اقتصادی و افزایش درآمدهای ارزی کشور، افزایش اشتغال و در نتیجه افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. این نتایج با تحقیق فراهانی و همکاران (۱۳۹۶)، خانزادی و همکاران

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

فرصت‌های شغلی و اشتغال‌زایی برای اهالی منطقه می‌شود، توصیه می‌شود با شناسایی قابلیت‌ها و پتانسیل‌های مناطق پنهان در زمینه گردشگری ورزشی و توسعه زیرساخت‌های بخش‌های مرتبط برای دستیابی به این مهم اقدام شود.

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

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

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

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

(۱۳۹۷)، آلام و پاراماتی (۲۰۱۶) و کلیچنیکوا و دروش (۲۰۱۴)، که بیان نمودند گردشگری ورزشی می‌تواند رشد اقتصادی، بهبود اشتغال و درآمد و افزایش رفاه اجتماعی را به همراه داشته باشد؛ مطابقت دارد. به رونق افتادن گردشگری مناطق پنهان بسیار خوب است اما نه بدون مدیریت صحیح که مناطق تبدیل به زباله‌دانی شوند و عده‌ای سواستفاده کنند و به آن مناطق ضربه بزنند. بهتر است که سرمایه‌گذاری در مناطق پنهان گردشگری به صورت مشارکتی با دولت باشد و شرکت‌های بازاریابی گردشگری وارد بورس شوند. مدل ارائه شده در این پژوهش می‌تواند عوامل مختلفی را که در توسعه گردشگری ورزشی مناطق پنهان نقش دارند، مورد بررسی قرار داده و ارزیابی کند و پیامدهای توسعه را با توجه به عوامل بازگو کند. با این وجود هر کار بدیعی خالی از خلل نبوده و نیازمند ارزیابی مجدد است. از این رو پیشنهاد می‌شود که محققان آتی جنبه‌های مختلف این مدل را براساس رویکردهای کیفی و کمی مورد ارزیابی و بررسی قرار دهند. در پایان با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهادهای زیر برای بهبود و ارتقای گردشگری ورزشی مناطق پنهان ارائه می‌شود:

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

- با توجه به اینکه توسعه و احیای صنعت گردشگری ورزشی مخصوصاً در مناطق پنهان و ناشناخته منجر به ایجاد

## REFERENCES

- A, Farahani, S, Eslami & H, Poursoltan Zarandi (2017), "Prioritizing the contribution of sports tourism industry development factors to job creation from the viewpoint of experts and researchers", *Journal of Applied Research in Sport Management*, 2(6): 107-113.
- A, Khanzadi, A, Falahati & Z, Heirani (2018), "Investigating and analyzing the role and effect of tourism development on income distribution in Iran's provinces", *Journal of Tourism and Development*, 1(7): 84-100.
- A, Zeitounali, H, Honari & A, Farahani (2011), "Identification of Sports Tourism Capabilities in Golestan Province", *Sport Management Research and Science of motion*, 1(1): 71-83.
- Alam, M, S & Paramati, S.R (2016). "The impact of tourism on income inequality in developing economies: Does Kuznets curve hypothesis exist?". *Annals of tourism research* 61,111-126.
- Amelung, B, Nicholls (2014). "Implications of climate change for tourism in Australia". *Tourism Management*, No.41, pp.228-244.
- Bausch, T., and Unseld, C. (2017). "Winter tourism in Germany is much more than skiing! Consumer motives and implications to Alpine destination marketing", *Journal of Vacation Marketing*. Vol (1): 1-15.
- Creswell, J. W. & Miller, D. L. (2000). "Determining Validity in Qualitative Inquiry", *Theory into Practice*, 39 (3): 124-130.
- Dayour, F. & Atanga, A, Ch. (2015). "Why They Go There: International Tourists' Motivations and Revisit Intention to Northern Ghana". *American Journal of Tourism Management*. 4(1): 7-17.
- E, Aliakbari, A, Pourahmad & L, Jalalabadi

- (2018), "Identifying Predictors Effective on the Future Tourism Status of Kerman City with Futuristic Approach", *Journal of Tourism and Development*, 1(7): 156-178.
- F.S, Afsah Hosseini (2006), Sports, City, Tourism, Presented at the First National Conference of the City and Sports.
  - Flint, D. (1998). Change in customers' desired value: A grounded theory study of its nature and process based on customers' lived experiences in the U.S. automobile industry, (Doctoral dissertation), The University of Tennessee, Tennessee, US.
  - Gibson, H. (Ed). (2006). "Sport tourism": Concepts and theories. *Oxon: Routledge*. 19(2), 118-134.
  - Glaser, B. G., (1978), "Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory", Vol. , Sociology Press Mill Valley, CA.
  - Glaser, B. G., , Hon., (2005 ), "Staying open: the use of theoretical codes in GT", *the Grounded Theory Review*, 5(1), 1- 20.
  - Glaser, B. G., & Holton, J., (2007), "Remodeling grounded theory", *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*. Supplement 19(32), 47-68.
  - Glaser, B. G., (2008 ), "Conceptualization: On theory and theorizing using grounded theory", *International Journal of Qualitative Methods*, 1(2), 23-38.
  - H, Khosravi Mehr. M, Qadiri Masoum & M, Rezvani (2016), "Showing Sports Tourism Development Strategies (Case Study: Minoodasht Town)", *Journal of Applied Research in Sport Management*, 3(5): 103-113.
  - J, Adabi Firouzjah. H, Kouzechian & M, Ehsani (2009), "Investigation of the most important natural sport Attractions affecting the development of sport tourism in the country from the perspective of sports and tourism experts", *Journal of Sport Management*, 1(1): 67-81.
  - Kim, W., Jun, H., Walker M., Drane D (2015) "Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation", *Tourism Management*, 48, pp12-32.
  - KH, Lotfi Yamchi. F, Farzan & M.R, Khodadadi (2017), "Analysis of the drivers and inhibitors of sport tourism (Case study: Ski resort of Sahand Tabriz and Payam Marand)", *Journal of Tourism and Development*, 4(6): 1-18.
  - M, Moein Fard. P, Shoshi Nasab & A, Kazem nejad (2014), "Strategies for the development of recreational sports tourism in Iran", 3(2): 1-17.
  - N, Parvini. K, Shabani Moqadam & A, Ashraf Khazaei (2017), "The role of the third Bistoon Rock Climbing Festival in the development of tourism in Kermanshah province", 2(9): 301-313.
  - S, Karimi. H, Qazanfarpour & A, Hesampour (2018), "The zoning of tourism climate in the context of urban tourism development (Case study: Kerman province)", *Journal of Tourism and Development*, 1(7): 101-117.
  - SH, Mohammad Pour(2012), Investigating the Factors Affecting the Development of Sport Tourism with Emphasis on Sport Attractions, Master's Thesis, Islamic Azad University of Tehran.
  - V, Heidari Sareban (2017), "Factors Affecting the Development of Rural Tourism from the View of the Local Population, Case Study: Ardabil city, Sardabe rural", *Journal of Tourism and Development*, 3(6): 177-198.

